

## Massenmusik und Alltagskulturen

»... wie in einem Märchen aus grauer Vorzeit und doch so nah ...«

Der französische Komponist Erik Satie erfand Anfang 1920 die *musique d'ameublement*, Musik sollte wie ein Möbel zur Ausstattung von Räumen dienen und genauso behandelt werden wie ein Stuhl, ein Tisch oder ein Wandbehang. Das erste Musikmobiliar wurde bei einer Ausstellungseröffnung benutzt. Darius Milhaud, der an dem Abend beteiligt war, berichtet: »Damit die Musik gleichzeitig von allen Seiten zu kommen schien, brachten wir die Klarinetten in drei Ecken des Theaters unter, den Pianisten aber in der vierten und die Posaune in einer Balkonloge. Eine Programmnotiz informierte das Publikum, daß es den Ritornellen, die während der Pausen gespielt wurden, nicht mehr Bedeutung schenken solle wie den Kandelabern, den Sitzen oder dem Balkon. Ganz gegen unsere Absicht strömte das Publikum jedoch eilends zu den Sitzen zurück, sobald die Musik einsetzte. Umsonst schrie Satie: »Unterhaltet euch! Geht herum! Hört nicht zu!« Schweigend lauschten sie. Der ganze Effekt war verdorben...« Dabei war das Publikum vorab informiert worden: »Wir bitten Sie dringend, ihr (der Musik) keinerlei Bedeutung beizumessen und sich während der Pause so zu verhalten, als ob keine Musik gespielt würde« (zitiert nach Wehmeyer 1974, S. 227).

Und der Malerfreund Fernand Léger gibt wieder, wie sich Satie die akustische Möblierung eines Restaurants vorstellte, in dem normalerweise eine unerträglich lärmende Musik gespielt wurde: »Man muß trotzdem versuchen, eine *musique d'ameublement* zu realisieren, d.h. eine Musik, die Teil der Geräusche der Umgebung ist, die sie einkalkuliert. Ich stelle sie mir melodios vor, sie soll den Lärm der Messer und Gabeln mildern, ohne ihn zu übertönen, ohne sich aufzudrängen. Sie soll das oft so lastende Schweigen zwischen den

Gästen möblieren, sie wird ihnen die üblichen Banalitäten ersparen. Gleichzeitig neutralisiert sie etwas die Straßengeräusche...« (Weh-meyer 1974, S. 227 f.)

## **Massenmusik – bisherige Ergebnisse**

Die Massenmusik fällt nicht vom Himmel. Ich bin auch weit davon entfernt, sie zum Mythos zu verklären. (Vgl. hierzu Swingewood, 1977, der sich kritisch mit dem Mythos der Massenkultur auseinandersetzt.) Vielmehr ist die Allgegenwart und nahezu beliebige Verfügbarkeit jeglicher Art von Musik durch die Medien Schallplatte, Hörfunk, Fernsehen usw. als Ergebnis technischer, sozialer und institutioneller Entwicklungen im Zeitalter der fortgeschrittenen Industriegesellschaft anzusehen.

In einem methodologischen Ansatz, der der »verstehenden Soziologie« zuzurechnen ist, habe ich versucht, aus Gesprächen mit verantwortlichen »Machern« innerhalb der Medien gesicherte Kenntnisse über die Bedingungen der Musikproduktion und ihrer Verteilung zu gewinnen. Eine zentrale Einsicht bestand darin, daß der Begriff der Kommunikationsmedien nur in einem sehr eingeschränkten Sinn auf Platte, Funk und Fernsehen angewandt werden darf. Wegen der Brüchigkeit der Kommunikationskette kann man allenfalls von Dispersionsmedien sprechen. Da die internen Bedingungen, die die Erstellung und Verteilung der Programme bestimmen, von Nutzerseite kaum oder gar nicht einsehbar sind, habe ich mich der sprachlichen Metapher der Medienmaschine bedient: als undurchschaubarer Koloß steht sie vor dem Nutzer, wirkt in sein Bewußtsein hinein, ohne daß er in jedem Fall die Freiheit hat, sein Einverständnis zu geben (Kleinen, 1983, S. 398f.). Wie man sich auch anderer Maschinen natürlich auch in einem nützlichen und begrüßenswerten Sinn bedienen kann, ist meine Einschätzung der Medienmaschine durchaus ambivalent: die Chancen für eine allgemeine musikalische Bildung sind durch die Medien ungeheuer gewachsen; falls die Medien-Nutzer lernen, mit den musikalischen Offerten in einem bereichernden Sinn umzugehen.

Es wäre ja eine Illusion anzunehmen, die bloße Verfügbarkeit prinzipiell jeder Art von Musik führte bereits dazu, daß Musiken, die ursprünglich kleinen sozialen Eliten vorbehalten waren, Allgemeingut würden.

Damit ist eine problematische Seite meiner bisherigen Definition der Massenmusik berührt. Einbezogen war jegliche musikalische Stilrichtung, die heute über technischen Medien verbreitet wird, und das bedeutet, daß auch sogenannte höhere Kultur sich unversehens unter dem Titel Massenmusik wiederfand. Was manch einer in diesem Zusammenhang vielleicht als polemisch empfindet, sollte nüchtern reflektiert werden: jedwede musikalische Stilrichtung kann in den durch die Medien möglich gemachten Funktionen benutzt werden.

Eine solche Definition der Massenmusik macht ernst mit Wittgensteins Ausführungen, die Definition eines Begriffs ergebe sich aus dessen Gebrauch. (Wittgenstein, 1958)

Freilich hat der erste Teil meiner Recherche ergeben, daß ein und dieselbe Musikinnerhalb der Medien offenkundig völlig andersartige Bedeutungen annimmt als unter den Medien-Nutzern. Für die Macher ist der Programminhalt Musik eine berufsplatzbezogene Angelegenheit, die von Arbeitsteilung bestimmt ist, betriebsinterne Standards erfüllen muß, innerhalb der Betriebshierarchie bestätigt wird und dem beruflichen Fortkommen dient. Diese Bedeutungen der Musik sind völlig verschieden von den Bedeutungen, die ein und dieselbe Musik im Alltagsleben, als Bestandteil von Alltagskultur, erfüllt.

Zusammenfassen lassen sich die vielen Einzelaspekte meiner Untersuchung in der Feststellung, daß entgegen bisherigen Vorstellungen für das Funktionieren der sogenannten Massenmedien die Existenz zweier, in sich mehr oder weniger geschlossener Kreisprozesse angenommen werden muß (vgl. die Abbildung bei Kleinen, 1983, S. 362). Im weit überwiegenden Umfang funktionieren die technischen Medien nicht im Sinne von Kommunikationsmedien. An die Stelle eines durchgehenden Kommunikationsflusses von den Programm-Machern zu den Medien-Nutzern bestehen zwei in sich

geschlossene kommunikative Kreisprozesse, die nur lose aneinander gekoppelt sind. Auf Seiten der Macher dominieren betriebsinterne Anforderungen, Standards und Gratifikationen, auf Seiten der Nutzer bestimmen sozial erworbene Wahrnehmungsweisen und ästhetische Verhaltensstrategien den Umgang mit den Medien, wie sie durch die Dynamik direkter sozialer Beziehungen geprägt sind.

Die Untersuchung der Massenmusik auf Seiten der Macher bedarf dringend der Ergänzung durch eine Erfassung und Beschreibung der unterschiedlichen Formen des Gebrauchs, die von den Medienprodukten gemacht werden. Musik, speziell auch die Massenmusik ist in das Alltagsleben vielfältig integriert, sie ist wichtiger Bestandteil der Alltagskulturen, in denen wir leben. Nur so wird es möglich sein, Massenmusik erschöpfend zu definieren: die Beschreibung der unterschiedlichen Formen des Gebrauchs innerhalb der Medien ist zu ergänzen durch die unter den Nutzern praktizierten Umgangsweisen mit Musik.

Diese Umgangsweisen stellen Formen sozialen Handelns dar. Handeln wird dabei mit Max Weber durch Sinn definiert: »Handeln soll... ein menschliches Verhalten (einerlei, ob äußeres oder innerliches Tun, Unterlassen oder Dulden) heißen, wenn und insofern, als der oder die Handelnden mit ihm einen subjektiven Sinn verbinden« (Weber, 1922, S. 280). Wenn also die Formen des Gebrauchs der Massenmusik untersucht werden sollen, so muß aus subjektiver Sicht der mit Medien und Massenmusik Umgehenden auch der Sinnbezug mit geklärt werden (vgl. hierzu auch Schüle, 1982).

Wenn auch offensichtlich Korrekturen in unserer Vorstellung der kommunikativen Beziehungen zwischen Medien und Rezipienten erforderlich sind, dürfte unbestreitbar sein, daß die Medien mit ihren Musikangeboten in die Lebenswelt eines jeden hineinwirken. Die medialen Musikangebote sind zum Teil sehr eng verwoben mit dem Leben vieler Menschen. Musik hat in weitem Umfang die Eigenschaft eines Ferments erhalten, das den Alltag durchdringt. Sie ist Alltagskultur geworden.

Was aber wissen wir über die Musik als wichtigen Bestandteil der Alltagskultur der meisten Menschen in den fortgeschrittenen Indu-

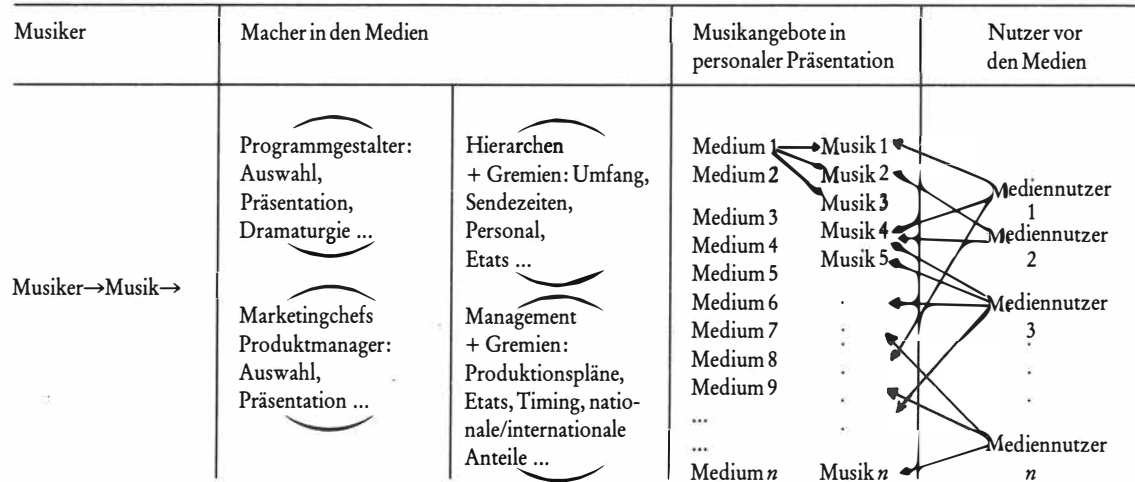


Abb. 1: Musik im Distributionsprozess der Massenmedien (aus: Kleinen, 1983, S. 360)

striesgesellschaften? Über die Erhebung quantitativer Daten hinausgehende qualitative Studien fehlen bis heute. Auf Seiten der Nutzer harrt eine große Zahl von Fragen einer inhaltlichen Beantwortung. Im Kern wird es um die Frage gehen, was sich in den Köpfen der Medien-Nutzer abspielt. Bislang gibt es hierzu nur mehr oder weniger plausible Vermutungen.

Aus vorliegenden Untersuchungen kennen wir wesentliche statistische Eckdaten: den Anteil des Musikhörens in der Freizeit, den Umfang der Mediennutzung im Rahmen unseres Zeitbudgets, den Einfluß sozialer Schichtzugehörigkeit, der Schulbildung usw. auf den musikalischen Geschmack, die Auswirkungen der Geschlechterrollen auf die Bevorzugung bestimmter Instrumente oder musikalischer Stilrichtungen, die quantitative Verteilung musikalischer Präferenzen in Abhängigkeit vom Alter, den sozialen Hintergrund sich herausbildender musikalischer Konzepte usw. (z.B. Behne, 1975, 1976; Blaukopf, 1977; Jost, 1982).

Leider sind aus den bisherigen empirischen Studien qualitative Elemente weitgehend ausgeklammert worden. Dies mag methodologische Gründe haben: der Versuch, im statistischen Sinne repräsentativ zu arbeiten, führt zu einer Reduktion der Vorgehensweisen auf Fragebogenitems, die quantitativ auswertbar sind. In der Entwicklung musikbezogener qualitativer Untersuchungsverfahren stehen wir noch am Anfang (vgl. jedoch das Vorgehen bei Willis, 1978).

Zudem wird es möglicherweise sinnvoll sein, anthropologische Einsichten, wie sie bei anderen Ethnien gewonnen werden konnten, (vgl. Merriam, 1964; Vermeersch, 1977) zumindest für die Hypothesenbildung heranziehen. Selbstverständliche Voraussetzung besteht jedoch darin, Musik in allen von den Medien verbreiteten stilistischen Fazetten und in sämtlichen beobachtbaren Funktionen einzu beziehen. Insbesondere darf die Frage, ob Musik bewußt wahrgenommen wird oder Wortprogrammen als funktionelle Musik beigelegt ist, kein Kriterium für eine mögliche Begrenzung des Untersuchungshorizonts sein.

## Zur Diskussion über Lebenswelt, Alltag und Alltagskultur

Zwei akademische Disziplinen haben sich in der jüngeren Vergangenheit mit Lebenswelt und Alltagskultur befaßt: Soziologie und Kulturanthropologie. Die dort gewonnenen Einsichten sind auch für den Bereich der Musik von Belang.

In der Soziologie der letzten Jahre sind Lebenswelt und Alltag zu neuen Schlüsselbegriffen geworden, die zum Teil gar einem modischen Trend unterliegen (vgl. Elias, 1978; Bergmann, 1981). Die Diskussion hat dazu beigetragen, die Handhabung des Alltagsbegriffs durch die Gegenüberstellung mit Gegenkonzepten zu präzisieren. Nicht immer jedoch gibt es musikbezogene Entsprechungen.

Aus einer von Elias zur Diskussion gestellten, von Bergmann ergänzten Typensammlung können folgende Begriffsgegensätze wenigstens teilweise musikalisch gewendet und in die Diskussion um die Massenmusik eingebracht werden:

1. »Alltag = Privatleben (Familie, Liebe, Kinder) versus öffentliches oder berufliches Leben.« – Diese Gegenüberstellung läßt sich in musikalischer Hinsicht nicht durchhalten, da Musik beide Bereiche, wenn auch unterschiedlich stark, durchdringt und in beiden Bereichen in vergleichbaren Formen und Funktionen erscheint. Die sozialen Bedeutungen der Musik können freilich zwischen Privatsphäre und beruflichem bzw. öffentlichem Wirkungskreis divergieren, da nicht jede Musik zur psychischen Nische geeignet ist und umgekehrt nur bestimmte Stilrichtungen mit hohem Sozialprestige versehen sind.
2. »Alltag = Sphäre des natürlichen, spontanen, unreflektierten, wahren Erlebens und Denkens versus Sphäre des reflektierten, künstlichen, unspontanen, besonders auch des wissenschaftlichen Erlebens und Denkens.« – Diese ohne Zweifel wertende Gegenüberstellung bestätigt auf der einen Seite unsere Allgemeinvorstellung der Musik, zu der wenig geläufige bis unbekannte Stilrichtungen in Gegensatz stehen; auf der anderen Seite sind Eigenschaften zusammengetragen, die mit der geistigen Existenz des Menschen zu tun haben, die aber offenkundig selten mit dem All-

tag in Verbindung gebracht werden. Dies scheint freilich nicht uneingeschränkt gerechtfertigt. Zudem ist es problematisch zu fixieren, welche Handlungsweise »natürlich«, »spontan«, »wahr« ist – ein sozialer Konsens dürfte hierfür nicht auffindbar sein.

3. »Alltag (Alltagsbewußtsein) = Inbegriff des ideologischen, naiven, undurchdachten und falschen Erlebens und Denkens versus richtiges, echtes, wahres Bewußtsein.« – Diese Antinomie ist aus der Position einer auf Adorno und Marx basierenden Politphilosophie mit dem Begriff der »Warenästhetik« gefaßt worden. Unter heutigen Lebensbedingungen ist jede Art Musik Ware, darüber hinaus aber wird ein Großteil der heute konsumierten Musik von vornherein als Ware produziert mit Blick auf eine gegebene, in den Arbeits- und Lebensbedingungen begründete massenpsychologische Situation. Warenästhetik funktioniert danach im Kreisprozeß massenpsychologischer Bedürfnisse, den entsprechend geformten ästhetischen Gegenständen (beispielsweise Popmusik) und den hierdurch modifizierten Bedürfnissen. Wie noch gezeigt wird, ist diese Erklärung des musikalischen Alltags nicht hinreichend.
4. »Alltag = Welt des »Jedermann«, in der alle Gesellschaftsmitglieder der Handlungskompetenz besitzen versus Bereiche spezifischer Handlungskompetenz.« – Hier ist der Gegensatz von musikalischen Laien, Amateuren, Liebhabern usw. und denjenigen, die in Musikberufen tätig sind, also Musikprofessionellen angesprochen. Diese beiden Pole, zwischen denen Übergangsformen zu beobachten sind, treffen auf Musik in besonderem Maße zu. Musikprofessionelle Tätigkeiten sind hochgradig spezialisiert und setzen langjährige Übung, zum Teil sogar von früher Kindheit an voraus. Dagegen hat, von pathologischen Ausnahmen abgesehen, jedes Mitglied unserer Gesellschaft Anteil an der musikalischen Welt des »Jedermann«, wobei es natürlich unterschiedliche Grade der musikalischen Kompetenz gibt, je nach Interessen und spezifischen Erfahrungen.

Die Punkte 1 bis 3 sind zitiert nach Elias (1978, S. 26), Punkt 4 nach Bergmann (1981, S. 55).

In den angesprochenen Zusammenhang könnte einbezogen werden ein weiterer alltagssoziologischer Ansatz, der darin besteht, »das traditionelle, tagtägliche Gewohnheitshandeln des »kleinen Mannes« zum Gegenstand zu machen. Alltag definiert sich hier im Gegensatz zum Charismatischen und Außergewöhnlichen.« (Kurt Hammerich und Michael Klein nach Bergmann, 1981, S. 55) Nicht jeder Musikberuf kann etwas Charismatisches und Außergewöhnliches für sich in Anspruch nehmen, jedoch einige: Instrumental- und Gesangssolisten sowie Dirigenten und Komponisten. Aber auch für diese wie für die überwältigende Zahl der von Musikberufen lebenden Ensemblemitglieder gibt es viel Routine, harte Arbeit, Alltägliches.

Dennoch leuchtet der alltagssoziologische Ansatz im musikalischen Zusammenhang als lohnendes Untersuchungsgebiet ein: Die musikalische Welt des »Jedermann« innerhalb seines überlieferten, täglichen Gewohnheitshandelns ist ein bislang vernachlässigter Sektor der Gesamtheit unserer Kultur.

Die Betrachtungsweise der Kulturkritik, die unter der Bezeichnung der Warenästhetik geübt worden ist, richtete sich verkürzt auf das Funktionsgefüge der wirtschaftlichen Auswertung der Musik und vernachlässigte den Zusammenhang der musikalischen Konsumgewohnheiten mit dem Alltagshandeln. Zugleich wurden legitime ästhetische Handlungsweisen disqualifiziert. Wegen der Bekanntheit des Ansatzes sei hier die von Treinen (1978) geleistete Kritik ausführlicher mitgeteilt. Er charakterisiert die Position der Warenästhetik wie folgt:

»Als generelles Merkmal für ästhetische Prozesse im Alltag wird angenommen, daß die aus dem Bereich der Hochkultur stammenden symbolisierten Produktionen im Alltag einem Bedeutungswandel unterliegen, die beim breiten Publikum bis hin zur Trivialisierung der zugeschriebenen Bedeutungsgehalte dieser Objekte führe. Kulturelle Bedeutungen und Sinngehalte würden auch nicht annäherungsweise dekodiert, sondern eher mit privatistischen Inhalten und Benutzungsaspekten versehen. Eine Folge der Degradierung von Kunstwerken zur Ware sei darüber hinaus, daß der Prozeß der Tri-

vialisierung auf die Produzenten zurückschläge, die auf Nachfrage hin orientiert seien und nunmehr vorwiegend solche Symbole produzieren würden, die bereits vom Anspruch her keine komplexen Bedeutungen enthielten. Dieser Vorgang ermögliche den Produzenten zugleich eine Erschleichung symbolischer Bedeutungsanmutungen auch für solche Produkte, die einen Nutzwert beanspruchen, deren bedürfnisbefriedigende Wirkung für den Benutzer selbst jedoch nur gering sei...« (Treinen, 1978, S. 301) Der Autor kritisiert (S. 301) seinerseits die Verwendung der Begriffe von Trivialisierung, Kulturkonsum, Kulturindustrie usw., denn damit werde »weniger die Analyse ästhetischer Prozesse im Alltag als vielmehr der Verriß des Alltags und seine ästhetische Verarbeitung durch die im Alltag handelnden Menschen« nahegelegt.

Im Begriff der Alltagskultur sind zwei Konzepte miteinander verschränkt, die wenigstens teilweise zueinander in Widerspruch stehen. Wer von Alltagskultur spricht, akzeptiert, daß im Alltagshandeln kulturelle Elemente enthalten sind und daß Kultur auch außerhalb einer Sondersphäre fortbesteht, die sie historisch eingenommen hat.

Bezeichnenderweise wird eine Ästhetik des Alltags aus Erfahrungen im Bereich des Wohnens entwickelt. »Die Analyse von alltagsästhetischen Prozessen erfordert... die Analyse ästhetischer Aggregate« (Treinen, 1978, S.305). Und die Problematik derartiger Aggregate rührt daher, daß »ästhetische Sichtweisen und Verarbeitungen der unmittelbaren Lebensumwelt im Alltag... auf einer Verzahnung von Zeichen und Bedeutungen (beruhen), die von Intellektuellen als grundlegend heterogen und synkretistisch bewertet wird« (S. 305).

Der Rundfunk liefert unter anderem einen musikalischen »Service« zum Alltag: »in seinem Ausgangspunkt, auf der Ebene seiner technischen und kommunikativen Grundbedingungen kann Rundfunkmusik gar nichts anderes sein als eine Dienstleistung. Die Antenne leitet Klänge ins Haus, so wie der elektrische Draht den Strom und die Rohre Gas und Wasser.« (Gerhartz, 1980, S. 45) Verständlich ist, daß ein verantwortlicher Rundfunkredakteur nach Alternativen zur Servicewelle sucht. Jedoch hieße es den Kopf in den

Sand stecken, wollte man über der ungeheuren Fülle »funktionaler« Musik zur Tagesordnung übergehen und sein Augenmerk ausschließlich den ausgesprochenen Musiksendungen widmen. Zutreffend ist von auch musikalisch ausgestatteten ästhetischen Aggregaten des Alltags zu sprechen. Kurt Blaukopf nennt sie mit Bezug auf Erik Satie »akustische Möblierung unserer Umwelt« (Blaukopf, 1980, S. 23). Er spricht auch von einer »Auslieferung des Menschen an einen medienbestimmten akustischen Alltag« (S. 24), ohne jedoch in Pessimismus zu verfallen.

Unbeachtet ist sowohl bei Gerhartz als auch bei Blaukopf, daß die akustische Möblierung unserer Umwelt individuell und sozial sehr verschieden ausfallen kann entsprechend der unterschiedlichen musikalischen Lebenswelten, die der einzelne sich errichtet. Daher müßte von musikalischer Alltagskultur stets im Plural die Rede sein. Aber wir wissen zu wenig von den inneren Motiven der akustisch-musikalischen Alltagskulturen, die wir uns schaffen.

Mit anthropologischen Einsichten trifft sich die Feststellung einer empirischen Studie des schweizerischen Rundfunks: »Musik soll auch Gefühle der Einsamkeit vertreiben und eine Umwelt schaffen, durch die auch unangenehm empfundene Stille vermieden werden kann« (SRG-Studie, 1979, S. 61). Das Bedürfnis nach Musik ist, wie die Studie ausweist, überwältigend. »Die Musik läßt sich offenbar aus dem heutigen Leben kaum mehr wegdenken« (SRG-Studie, 1979, S. 64). »Für große Teile der Bevölkerung ist die Musik ein ständiger Begleiter. Nur 2 % hören nie Musik, wenn sie zuhause sind« (S. 65). Viele können sich ein Leben ohne Musik überhaupt nicht vorstellen. Ohne an dieser Stelle auf methodische Fragen einzugehen, seien hier zwei Tabellen der Studie mitgeteilt (S. 64 und 63):

**Nr. 28: Das Bedürfnis nach Musik**

	trifft voll und ganz zu	trifft teilweise zu	trifft nicht zu
Ich kann mir ein Leben ohne Musik nicht vorstellen	68	24	8
Musik gehört für mich zum täglichen Leben	57	35	8
Es wird zu viel Musik gehört	6	17	77

Angaben in %

**Nr. 27: Psychische Funktionen des Musikhörens**

	trifft voll und ganz zu	trifft teilweise zu	trifft nicht zu
Musik macht mir großes Vergnügen	79	20	1
Musikhören verschönert langweilige Arbeiten	73	22	5
Musik ist ein schlechter Tröster	5	22	72
Musik entspannt mich	70	26	3
Musik verhilft mir zu einer besseren Stimmung	68	29	3
Musik macht mein Leben abwechslungsreicher	67	28	5
Wenn ich Musik höre, fühle ich mich weniger einsam	53	31	16

Angaben in %

Die Autoren resümieren: »Die Musik scheint für die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung eine Quelle der Freude, des Vergnügens, ein Stimulans und probates Mittel gegen Unlustgefühle zu sein. Ihr Entlastungscharakter wird von weiten Kreisen der Bevölkerung uneingeschränkt bestätigt« (S. 62).

Auf derselben inhaltlichen Linie liegt die Äußerung eines leitenden Angestellten einer Bank, deren Verkaufs- und Arbeitsräume mit Muzak-Musik ausgestattet worden waren. Er führte aus, die Ausstrahlung von Musik sei keine gesondert hervorzuhebende Maßnahme, sie sei lediglich »Bestandteil der Umstellung der Bank nach modernen Kriterien«. (In dem Film *Une si douce musique* des RTSR, der beim IMC-Kongreß, Salzburg, 1983 vorgeführt wurde)

Abschließend sei darauf hingewiesen, daß eine Untersuchung alltagsästhetischer Phänomene notwendig auf Wertfragen stößt, denn Kultur ist »nicht nur etwas Feststellbares, sondern ein Problem, das jede Gesellschaft vor die Frage zwingt, wie sie sein will« (Tenbruck, 1979, S. 418). Die verschiedenen Formen von Alltagskulturen werden stets im Spannungsfeld wechselnder Akzeptanz und Zurückweisung stehen.

### **Methodologische Fragen – zur Notwendigkeit qualitativer Untersuchungsverfahren**

Das neu erwachte Interesse an einer Soziologie des Alltags trifft keineswegs zufällig zusammen mit verstärkten Bemühungen um eine Methodologie qualitativer Sozialforschung (Kleining, 1982). Die Absicht, Fragen der Lebenswelten und Alltagskulturen zu erforschen, zieht die Reflexion qualitativer Methoden aus innerer Notwendigkeit nach sich. Wie Kleining sehr konsequent ausführt, sind nämlich die qualitativen Verfahren unmittelbar aus Alltagstechniken herzuleiten. Zwar sieht Kleining sämtliche sozialwissenschaftlichen Techniken in Zusammenhang mit Alltagsstrategien als ihren Quellen, aber er leitet darüber hinaus auch alle Einzelzüge qualitativen Vorgehens aus den Basistechniken des Alltagsverhaltens ab.

Kleining (1982, S. 231–239) exponiert vier Regeln für qualitative Sozialforschung:

»Regel 1 über das Subjekt, den Forscher: Das Vorverständnis über die zu untersuchende Gegebenheit soll als vorläufig angesehen und mit neuen, kongruenten Informationen überwunden werden.«

»Regel 2 über das Objekt, den Gegenstand: Der Gegenstand ist vorläufig, er ist erst nach erfolgreichem Abschluß des Findungsprozesses ganz bekannt.«

»Regel 3 über das Handeln: Der Gegenstand soll von »allen« Seiten angegangen werden. Regel der maximalen strukturellen Variation der Perspektiven.«

»Regel 4 über das Bewerten: Analyse der Daten auf Gemeinsamkeiten.«

In musikpsychologischen und -soziologischen Zusammenhängen sind qualitative Forschungsverfahren bisher nur ausnahmsweise angewandt worden. So zum Beispiel von Klüppelholz (1980), der in freien Interviews die Genese von Musikvorlieben und Konzertbesuchergewohnheiten untersucht hat, oder von Willis (1978), der im Verfahren der teilnehmenden Beobachtung den Funktionen der Musik im Alltagsleben gesellschaftlicher Teilkulturen nachgegangen ist. Zwar fördern diese Studien neuartige Einsichten zutage, jedoch sind die aufgeführten Regeln qualitativer Sozialforschung nur teilweise befolgt, was den Geltungsbereich der Resultate einschränkt.

Wenn Rauhe (1983) im Feld der Massenmedien als heuristisch sinnvoll die bekannte Frage heranzieht – »welche Musik wird wann, von welchen Personen, in welchen Situationen und in welchen Funktionen, mit welchen Wirkungen gehört?« –, so zielt er damit auf eine Sachstruktur, deren Klärung natürlich wünschenswert ist. Aber er befindet sich damit im Strom derjenigen Forscher, die den Prozeß der Wissensermittlung ausklammern. Qualitatives Vorgehen reflektiert auch den Forschungsprozeß, der bei quantitativen Studien allenfalls in den Vorüberlegungen zum Versuchsdesign berührt wird. Alltagskulturen würden ihr Erscheinungsbild im experimentellen Design wesentlich verändern; die Analyse der Massenmedien im Kontext des Alltags macht es erforderlich, den Forschungsprozeß mit zu reflektieren und in die Interpretation der Ergebnisse einzubeziehen. Die Regel der maximalen strukturellen Variation der Perspektiven zieht eine Vielfalt unterschiedlicher Ansätze nach sich. Die Analyse der unter verschiedenen methodischen und inhaltlichen Gesichtspunkten gewonnenen Daten auf Gemeinsamkeiten führt – anders als

die statistischen Verfahren der Signifikanz- und Reliabilitätsprüfung  
– zu einer Bewertung der Resultate, die auf neuen Wegen so etwas wie eine objektive Erkenntnis ermöglicht.

## **Fragestellungen künftiger Untersuchungen**

Im Verhältnis der Musikmedien zu ihren Nutzern konnte nachgewiesen werden, daß die diesbezügliche Kommunikation sich zutreffend als zwei im wesentlichen voneinander unabhängige Kreisprozesse vorstellen läßt. Es gibt lediglich eine lose Kopplung dieser Kreisprozesse, die bis in die jüngere Vergangenheit deutlich überbewertet worden ist (vgl. Kleinen, 1983, S. 362.)

Der kommunikative Prozeß auf der Nutzer-Seite ist bisher unzureichend untersucht worden. Die Medien tragen in den Alltag fast jedes heute lebenden Menschen ein vielfältiges Musikangebot hinein. Sie liefern wichtige Elemente für sehr verschiedenartige Formen von Alltagskultur. Steigendes Interesse gewinnt die Frage, wie es zur Auswahl und zur subjektiven Bewertung der Angebote kommt.

Folgende Problemkreise seien benannt:

- Wie wirkt sich die Situation des Musikgebrauchs aus?  
(Autofahren, Hausarbeit, Lektüre, Party, Zusammensein mit Freunden, Kino, Konzert etc.) Persönliche Präferenzen werden durch die Hörsituation, also durch situativen und sozialen Kontext zum Teil gravierend modifiziert. Auch innerhalb des persönlichen Präferenzspektrums schälen sich entsprechend der Situation »passende« oder »unpassende« Musiken heraus. Selbst das Faktum, Musik zu hören oder nicht zu hören, variiert in diesem Zusammenhang.
- Was bewirkt das psychische Befinden für Qualität und Quantität des Musikgebrauchs? Bei Stress, Angst, Anspannung bediene ich mich anderer Musik als bei relativ friedlichem, freundlichem, entspanntem Befinden. Speziell lasse ich mich auf Musik mit ausgeprägtem Höranspruch nur bei hierfür vorteilhaften Bedingungen ein. Welchen Höranspruch eine Musik hat, unterliegt individueller Differenzierung.

- Der Präsentationsmodus der je besonderen Musik beeinflusst das musikalische Wahlverhalten auf Seiten der Nutzer. Ich greife zu oder wähle ab, je nachdem wie ein Angebot mich anspricht. Die Medien bedienen sich zum Teil symbolhafter, von Rezipienten-seite unterschiedlich bewerteter »Ansprachen«. Auf Macherseite existieren nur unzureichende, oft klischeehafte Vorstellungen, deren charakteristischer Fehler darin liegt, mehr Gemeinsamkeiten anzunehmen als wirklich gegeben sind.
- Von den Medien wird vielfältiger Gebrauch gemacht, aber nicht jeder partizipiert gleichermaßen an der Vielfalt des Angebots. Damit hängt die Frage zusammen, unter welchen Bedingungen die Medien eigenbestimmt (nicht fremdbestimmt) gehandhabt werden. Umgekehrt wäre abzuklären, unter welchen Bedingungen der manipulierte Mediengebrauch besonders reibungslos funktioniert und die Medienvielfalt auf einige wenige Mainstream-Angebote reduziert wird.
- Speziell interessiert die Frage, wie sich der Besuch von live-Konzerten auf die Medienhandhabung auswirkt. Wie verändern sich Wahrnehmung und Bewertung von Musik, je nachdem, ob sie direkt oder über Medien rezipiert wird?
- Von ähnlichem Interesse ist die Frage, in welcher Form eigene musikalische Aktivitäten auf einem Instrument oder mit der Stimme Umfang und inhaltliche Ausrichtung der Medienhandhabung beeinflussen.
- Innerhalb der sozialen Gruppen, in die jeder einzelne eingebunden ist, existieren zum Teil ausgeprägte Meinungen zu den Medien und zu speziellen Programmen. Sowohl die Gruppe der Gleichaltrigen als auch Eltern und Erzieher, Politiker und Wissenschaftler, Journalisten, Bekannte und Unbekannte äußern täglich, was sie von bestimmten Sendungen, vom Cassettenhören, von Stars, Interpreten, musikalischen Stilrichtungen usw. halten. Wie wirken sich solche Meinungen aus? Wie wird über die musikalischen Medienangebote im sozialen Umfeld kommuniziert? Über die sprachliche Ebene, durch Handlungssymbolik, mit Akzent auf der Musik oder auf dem Kontext, in dem die Musik gebracht wird usw.?

Auch der Musikunterricht an den Schulen rechnet zu diesen Kommunikationsformen, deren Einfluß und Auswirkungen im einzelnen kaum abzuschätzen sind.

- Erzieherische Effekte sind bei Sendungen mit Bildungsanspruch erhofft, treten aber keineswegs immer in der gewünschten Richtung auf. Umgekehrt üben Programme ohne erzieherische Intention dessen ungeachtet gravierende pädagogische Effekte aus. Was wissen wir darüber? Die musikalische Sozialisation beginnt nicht nur mit Kinderlied und musikalischer Früherziehung, sondern ebenso mit Kinderprogrammen im Fernsehen, Hörfunk und auf der Cassette und genauso wirkungsvoll zugleich mit der Musik in den Erwachsenenprogrammen, die die Kinder in ihrem Alltag mit aufnehmen.

Die hier gestellten Fragen eröffnen ein weites Feld der Untersuchung, ohne daß sie überhaupt vollständig und erschöpfend sind. Sie lassen sich zusammenfassen unter der Vorstellung vom Interaktionsfilter, das Aufmerksamkeit, Handlungsweisen, Verstehensprozesse der Nutzer vor den Medien lenkt:

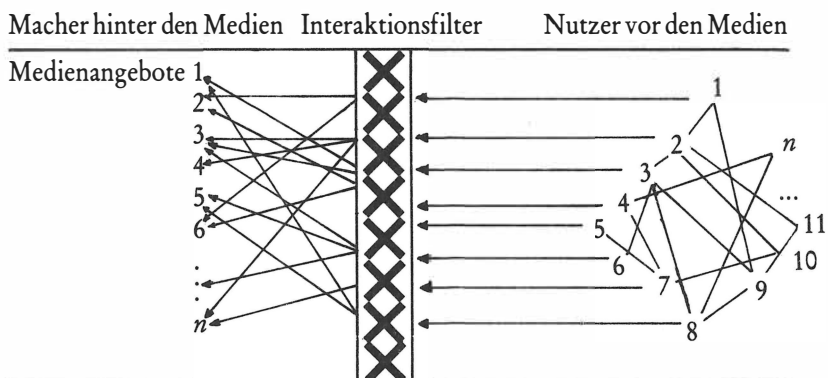


Abb. 2: Mediennutzung in Abhängigkeit der Eigenschaften des Interaktionsfilters (aus: Kleinen 1983, S. 363)

Einige Hypothesen über das Funktionieren des Interaktionsfilters könnten sein:

Im Verhältnis des einzelnen zu den Medien gibt es viel mehr Variation und Divergenzen, als allgemein angenommen wird.

Die Musikwahrnehmung bei funktionaler Musik ist zwar diskontinuierlich, jedoch alles andere als oberflächlich: zumindest partiell findet eine hochgradige Identifikation statt, wird die Musik als symbolhaft für die eigene Existenz empfunden und entsprechend hochwertig erlebt.

Auch klanglich miserable und bruchstückhafte Rezeption läßt subjektiv die Musik in großer Intensität und mit hohem Erlebniswert erfahren (z.B. beim Autofahren). Dies ist möglich wegen der Erinnerung, die sinnliche Erfahrung, auch wenn sie ästhetisch problematisch ist, schlagartig hervorrufen kann.

Eine direkte Kommunikation der Nutzer mit den Medien findet außerordentlich selten statt, sie kann bei quantitativer Betrachtung auch vernachlässigt werden. Die Medienprogramme erscheinen im Bewußtsein der Nutzer losgelöst und verselbständigt von den Bedingungen und Prozessen ihrer Produktion. Als selbstverständliche, erwartete Alltagserfahrungen existieren sie für sich in den Bedeutungen, die ihre Nutzer ihnen geben.

Bei Alltagsnutzung steht offenbar jede gewählte Musik in Zusammenhang mit anderen Gebrauchsgegenständen. Darüber hinaus jedoch sind einzelne je nach Zugehörigkeit zu sozialen Gruppen in der Lage, ästhetischen Objekten neue, positiv bewertete symbolische Funktionen und Bedeutungen zuzuweisen. Die Kreativität dieser affektiv-symbolhaften Neubewertung dürfte größer sein, als vielfach angenommen wird; zudem ist sie größtenteils losgelöst von den ursprünglichen Intentionen der Musik bzw. der Musikprogramme. Richtung und Spielraum der Neubewertung dürften vom musikalischen Bildungsgrad, dem Lebensstil, der musikalischen Biographie usw. des einzelnen abhängig sein.

In welcher Beziehung die musikalischen Innenwelten der Nutzer, umfassender: sogenannte ästhetische Alltagsaggregate zu den Medienangeboten stehen, harrt noch weitgehend der Aufklärung.

Vom Gang und den Ergebnissen der Untersuchungen wird abhängen, ob sich das Konzept der Alltagsästhetik als tragfähig für eine umfassende Theorie der Alltagskulturen erweist. Kaiser (1983) hat zumindest für Jugendliche überzeugend dargetan, daß deren Musikgebrauch und Musikverstehen in wesentlichen Teilmomenten vom Alltagshandeln abweicht. Weshalb sollte es bei anderen Nutzergruppen nicht ähnlich sein?

## Literatur

- K.-E. Behne, 1975 – Musikalische Konzepte – Zur Schicht- und Altersspezifität musikalischer Präferenzen. *Forschung in der Musikerziehung* 1975, 35–61, Mainz.
- , –: 1976 – Zur Struktur und Veränderbarkeit musikalischer Präferenzen. *Zeitschrift für Musikpädagogik* 1, 139–146.
- W. Bergmann, 1981 – Lebenswelt, Lebenswelt des Alltags oder Alltagswelt? Ein grundbegriffliches Problem »alltagstheoretischer« Ansätze. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 33, 50–72.
- K. Blaukopf, 1980 – Akustische Umwelt und Musik des Alltags. In: *Musik im Alltag*, hrsg. von R. Brinkmann, 9–26. Mainz: Schott.
- , –: 1977 – *Massenmedium Schallplatte. Die Stellung des Tonträgers in der Kultursoziologie und Kulturstatistik*. Wiesbaden: Breitkopf & Härtel.
- B. Bernardi (Hrsg.), 1977 – *The Concept and Dynamics of Culture*. The Hague – Paris: Mouton Publishers.
- P. Davison, R. Meyersohn, & E. Shils (Hrsg.), 1978 – *Culture and Mass Culture*. Cambridge: Chadwyck-Healey.
- N. Elias, 1978 – Zum Begriff des Alltags. In: *Materialien zur Soziologie des Alltags*, hrsg. von K. Hammerich und M. Klein, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Sonderheft 20, 22–29. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- L.K. Gerhartz, 1980 – Servicewelle oder Radio aktiv? Thesen und Fragen zur Musik im Rundfunk und ihrer Vermittlung. In: *Musik im Alltag*, hrsg. von R. Brinkmann, 44–55. Mainz: Schott.
- R. Grathoff, 1978 – Alltag und Lebenswelt als Gegenstand der phänomenologischen Sozialtheorie. In: *Materialien zur Soziologie des Alltags*, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Sonderheft 20, 67–85. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- E. Jost, 1982 – Sozialpsychologische Dimensionen des musikalischen Geschmacks. In: *Systematische Musikwissenschaft*, hrsg. von C. Dahlhaus und H. de la Motte-Haber, 245–268. Wiesbaden: Akademische Verlagsgesellschaft/Athenaion.
- H.J. Kaiser, 1983 – Zum Verhältnis von Alltagskultur und jugendlicher Musikkultur. *Musikpädagogische Forschung* 4, 35–55. Laaber.
- G. Kleinen, 1983 – *Massenmusik. Die befragten Macher*. Wolfenbüttel: Möser.
- G. Kleining, 1982 – Umriß zu einer Methodologie qualitativer Sozialforschung. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 34, 224–253.

- W. Klüppelholz, 1980 – Momente musikalischer Sozialisation. *Musikpädagogische Forschung* 1, 146–177. Laaber.
- A.P. Merriam, 1964 – *The Anthropology of Music*. Bloomington, Indiana: Northwestern University Press.
- H. Rauhe, 1983 – Musik als Stimulans und Manipulationsmittel. Vortrag beim 16. Internationalen Kongreß des IMZ *Hören und Sehen, Musik für alle Tage – neue Formen der Präsentation von Musik in den Medien*, Salzburg (Manuskript).
- J. Schülein, 1982 – Zur Konzeptualisierung des Sinnbegriffs. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 34, 649 ff.
- SRG-Studie, 1979 – *Musik und Publikum*, durchgeführt von der Abteilung Forschungsdienst der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (M. Steinmann und E. Weibel), als Manuskript veröffentlicht, Bern.
- A. Swingewood, 1977 – *The Myth of Mass Culture*. London: MacMillan Press.
- F.H. Tenbruck, 1979 – Die Aufgaben der Kultursoziologie. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 31, 399–421.
- H.P. Thurn, 1978 – Grundprobleme eines sozialwissenschaftlichen Konzepts der Alltagskultur. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 30, 48–59.
- H. Treinen, 1978 – Ästhetik im Alltag. In: *Materialien zur Soziologie des Alltags*, Sonderheft 20, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. S. 299–313.
- E. Vermeersch, 1977 – An Analysis of the Concept of Culture. In: *The Concepts and Dynamics of Culture*, hrsg. von Bernardo Bernardi, 9–74. The Hague – Paris: Mouton Publishers.
- M. Weber, (1922) 1968 – *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*. 3. Auflage, Tübingen.
- G. Wehmeyer, 1974 – *Erik Satie*. Regensburg: Bosse.
- P. Willis, (1978) 1981 – »Profane Culture«. *Rocker, Hippies: Subversive Stile der Jugendkultur*. Frankfurt am Main: Syndikat.
- L. Wittgenstein, (1958) 1971 – *Philosophische Untersuchungen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

## Summary

In this item the present results of recent research on music in the mass media are summarized and discussed in an ecological context.