

Günter Kleinen (Bremen)

Volks- und Popmusik in den modernen Kommunikationsmedien

Zwei kondensierte Aussagen seien an den Anfang gesetzt. Sie werden im weiteren Verlauf erläutert und argumentativ entfaltet:

- Die Medien sind mit einer musikalischen Färbung der Programmschienen auf dem Holzweg. Zwar kleben sie den Wellen dadurch das Etikett einer "channel identity" auf, die der Hörer möglicherweise nachvollziehen kann; zugleich aber erhöhen die Sender die ohnehin schon existierende Distanz zum Publikum. Das läßt sich an den Ergebnissen der von den Sendern selbst initiierten Medienforschung unmittelbar ablesen.
- Das Styling der Sendeschienen mit Hilfe musikalischer Farben ist ein weiterer Schritt in die Informationsgesellschaft. Für sie soll vor dem Hintergrund einer Analyse des gesellschaftlichen Zustands die zukünftige Entwicklung reflektiert werden, die den Stellenwert von Kunst und Kultur im Zusammenhang von Arbeits- und Freizeitwelten neu bestimmt.

1. Volks- und Popmusik in den Medien

Volksmusik, besser: volkstümliche Musik symbolisiert in der Handhabung durch die Sender "Musik für alte Leute" und Pop "Musik für junge Leute". Abartige Varianten sprechen bei einer Welle mit volkstümlicher Musik von "Radio senil", bei einem Programmblock mit Rockmusik von Musik "für junge Ohren". Ein weiteres Beispiel für funkhausinternen, das Hörerpublikum verachtenden Zynismus ist die scherzhaft gemeinte Kennzeichnung der vier Programmschienen als "Radio servil" (Service-Welle), "Radio habil" (Kulturprogramm), "Radio senil" (Seniorenfunk) und "Radio debil" (Konkurrenz zum Kommerzfunk).

Wenn es nach den Sendern ginge, reichten drei oder vier musikalische "Farben" für eine Differenzierung der Zielgruppen aus. Die Musikfarben orientieren sich danach an "jüngerer", "mittlerer" und "älterer" Geschmacksrichtung (siehe Manfred Jenke in: Musik in den Medien 1986, 56 f.).

Eine derartige Simplifizierung der Hörergruppen trägt senderinternen Anforderungen Rechnung - sie reicht aus für organisatorische Maßnahmen im Produktions- und Sendeablauf. Im Betrieb der Sender ruft dies die geringsten Reibungsverluste hervor. Wie in vielen anderen Punkten ist auch hier festzustellen, daß die Sender ihre Adressaten und deren Bedürfnisse

aus den Augen verloren haben. Der anscheinend unaufhaltsame Trend zur musikalischen Einfärbung der "Schienen" ist unter dem Kriterium einer kommunikativen Beziehung der Sender zu ihren Zielgruppen problematisch - als ob es mit der geringen Zahl von drei oder vier Zielgruppen getan wäre. Zielgruppen wie Hör- und Gebrauchssituationen führen zu einem erheblich differenzierteren Bild.

Die Medienforschung der demoskopischen Institute (im Auftrag der Werbeagenturen der Sender) und der Forschungsstellen der Sender selbst führt in ihren Resultaten die Problematik der Einfärbung drastisch vor Augen, obwohl die Sender die Resultate im Sinne ihrer vorgefaßten Meinungen anders interpretieren. Einen Beleg für die Trennung von Wellen für Hörer unter 30 Jahren und für solche im Alter von über 50 Jahren kann man beispielsweise den Daten einer Infratest-Studie aus dem Jahr 1985 entnehmen. Danach hören die 14-29jährigen besonders gern aktuelle englisch-sprachige Schlager, Disco-Musik und Rockmusik, während die 50jährigen und ältere Befragte deutsche Evergreens, volkstümliche Musik, Blasmusik, Operettenmelodien und Wiener Walzer bevorzugen (vgl. die Zusammenstellung in: Musik in den Medien 1986, 183).

Der methodischen Schwäche von Erhebungen auf rein verbalem Niveau gehen Untersuchungen des WDR und SDR auf den Grund. Tendenziell kommen sie aber auch auf der Basis klingender Musikvorführungen zum selben Ergebnis einer altersmäßigen Differenzierung der musikalischen Vorlieben (vgl. Musik in den Medien 1986, 168). Die Hörsituation der Untersuchung von Josef Eckhardt (WDR) aus den Jahren 1983/84 freilich ist außerordentlich artifizuell, da 61 Musikbeispiele, die 34 musikalische Richtungen repräsentieren sollen, in insgesamt 44 Minuten vorgespielt und beurteilt werden mußten. Ein derartiges konzentriertes Hören und Urteilen läßt sich nicht auf Alltagssituationen übertragen. - Renate Ehlers (SDR) vergleicht die Urteile auf begrifflicher und klanglicher Ebene miteinander. Im großen und ganzen stimmen die Bewertungen überein, jedoch gibt es einige auffällige Differenzen (siehe die Abbildungen in: Musik in den Medien 1986, 167). Im Fall der volkstümlichen Musik (Kategorie: "Volksmusik") liegt die größte Differenz auf der Skala kitschig - echt: Der Begriff schneidet erheblich besser ab als die zugehörigen klingenden Beispiele. Während die Kategorie "Pop, fremdsprachige Schlager" beim Vergleich der abstrakten Kategorie mit den Beispieltiteln vom 6. auf den 1. bzw. 2. Rangplatz aufsteigt, sinkt die Kategorie "Volksmusik" vom 3. auf den 9. Rang (siehe

Musik in den Medien 1986, 152). Hieran ist ein sich gegenwärtig vollziehender Wertewandel ablesbar.

Den empirischen Nachweis der Existenz von wenigen Musikfarben im Urteil der Konsumenten versucht Eckhardt dadurch zu liefern, daß er die Musikbewertungen statistisch weiterverarbeitet: Durch Korrelationsrechnung und Faktorenrechnung wird eine Typologie der Musikinteressen erstellt, die an und für sich mit den Musikfarben identisch sein müßten. Betrachtet man freilich das Resultat, so stimmt in hohem Grad nachdenklich, welche verschiedenartigen Musikbeispiele bzw. -richtungen auf den einzelnen Faktoren versammelt sind. Mit hohen Ladungswerten umfaßt die Dimension 1: Volkstümliche Musik, Klassische Operette/Wiener Walzer, Konzertante Musik, Deutsches Volkslied, Oper, Blasmusik, Chor und Orchester, Romantisches Lied, Barock vokal, Klassisch-romantische Sinfonik, Barocke Instrumentalmusik, Deutsch Folk und Tanzmusik. Als Nebenladungen schließen sich an: Klassisch romantische Kammermusik, Mittelalter und Renaissancemusik. Ein ähnlich buntes Potpourri kennzeichnet die Dimensionen 2 und 3. Damit ist zu fragen, wozu eine derartige "Typologie" überhaupt nützen kann. Bei nüchterner Betrachtungsweise ist sie für die Bestimmung musikalischer Senderfarben absolut unbrauchbar. Sie widerlegt das Konzept der Musikfarben nachhaltig und hebt die Notwendigkeit einer Programmgestaltung unter anderen Gesichtspunkten hervor. - Im übrigen arbeitet das Konzept der musikalischen Senderfärbung der Ersetzung von Programmgestaltern durch Computer zu.

Immerhin weisen musikpsychologische Untersuchungen (z.B. von Klaus-Ernst Behne 1986) nach, daß eine erstaunliche Bereitschaft besteht, anderes als das Gewohnte zu hören. Als Gegenmodell zur stromlinienförmigen Einfärbung der Schienen bietet sich daher ein moderater Wechsel, ein Ausloten musikalischer Toleranzen und Randinteressen an, insbesondere durch den Einsatz persönlich glaubwürdiger Vermittler in mehr musikstilistischen Bereichen als bisher, so daß Brücken geschlagen werden, wo derzeit lediglich vorhandene Vorurteilsstrukturen zementiert werden. Allerdings sind der Toleranz und Akzeptanz gegenüber wenig gewohnten Musikrichtungen deutliche Grenzen gezogen. Niemand setzt sich gern und freiwillig musikalischen Wechselbädern aus. Denn die Grenzen der Toleranz und Akzeptanz gegenüber den diversen Musikrichtungen sind lebensgeschichtlich begründet.

2. Zur Fortentwicklung kultureller Bedürfnisse unter den heutigen gesellschaftlichen Bedingungen

Moderne Kommunikationsmedien machen Musik ganz allgemein und in allen quantitativ dominierenden Stilrichtungen zum Bestandteil unserer Umwelt. Herbert Kandler (RIAS): "Musik ist Umwelt ... Im Verlauf der letzten 60 Jahre ist Musik zur Lebenskulisse der Menschen der modernen Gesellschaft geworden." Er kritisiert daran, daß bei der Musik "als permanenter Umwelt" der "Rang des Besonderen verloren geht" (Kandler 1986, 69 u. 74). - Jüngst hat Rudolf zur Lippe im Zusammenhang seiner Überlegungen zur Kunsttherapie auf eine provokativ gemeinte Differenz der Begriffe Umwelt und Schöpfung hingewiesen. Umwelt assoziiert Verschmutzung, Deformation, zivilisatorische Schäden usw., Schöpfung weist auf den Zusammenhang zum Universellen hin, wo Mensch und Natur noch in Einklang zueinander stünden.

Angesichts der modernen Kommunikationsmedien ist ein vorindustrieller Naturzustand - musikalisch konkretisiert in so unterschiedliche Erscheinungsformen wie Obertonsingen, meditative Musik, therapeutische Musik, Volksmusik - allenfalls als Flucht aus der Wirklichkeit vorstellbar. Im dialektischen Verhältnis zwischen Musikmedien und Mensch enthält diese Wirklichkeit stark fiktive Elemente. Ein Ausklinken aus Anforderungen der modernen Lebenswirklichkeit wird zwar durch Musik ermöglicht, es verschafft aber nur kurze Atempausen. Denn selbst in die entferntesten, privaten und persönlichen Winkel oder psychische Nischen dringt die Musik via ständig weiter perfektionierte elektronische und elektroakustische Technik ein. Die problematische Dialektik zwischen Mensch und Medien besteht im Wechsel zwischen Schaffung und Befriedigung psychischer Defizite, aber auch zwischen Fiktion und Wirklichkeit.

In den Genres Pop- und Volksmusik ist das Verhältnis von Fiktion und Wirklichkeit neu zu bedenken. Volksmusik in den Präsentationsformen, man könnte auch sagen: Deformationsformen der modernen Kommunikationsmedien ist getragen von der Fiktion einer im großen und ganzen glücklichen Welt unter den vorindustriellen Lebensumständen. Bekanntlich ist Volksmusik im Sinne der Volksmusikforschung dadurch charakterisierbar, daß sie stets einen engen Gruppen- und Regionalbezug aufweist. Per definitionem ist sie daher eine Minoritätenmusik. Bei den Medien kann daher nur volkstümliche Musik gemeint sein. - Popmusik dagegen vermittelt gegenwärtige Lebenssituationen und -bedingungen, liefert fiktive Antworten auf reale Zustände -,

dies freilich nur für diejenigen, deren sozial und vom Lebensalter her geprägte Musiksprache die Rockmusik ist.

Moderne Kommunikationsmedien deformieren Kunstmusik, deformieren Jazz und Rockmusik, deformieren Volksmusik - und wirken zugleich an ihrer Verbreitung mit; für die modernen Formen sind sie Existenzbedingung. Sie definieren Kunst und Kultur. Sie setzen die Standards unserer Wahrnehmung und Bewertung. Wieviel Deformation, wieviel Definition lassen wir uns gefallen?

Die Frage der Authentizität, je nach Standort mehr oder weniger stark für Volksmusik, für Jazz oder für Rockmusik reklamiert, ist für jedes Genre irrelevant geworden. Stets ist von einem dialektischen, widersprüchlichen Verhältnis auszugehen. Wenn es so etwas wie Authentizität gibt, kann diese nur innerhalb der individuellen Musikerfahrung aufgespürt werden. Die modernen Kommunikationsmedien ignorieren Kunst und Kultur, verhindern die sensible, emphatisch einfühlende Rezeption von Kunst und Kultur durch die von ihnen nahegelegten Rezeptionsweisen (Hör- und Konsumgewohnheiten). Hierbei schließe ich Jazz, Rock- und Liedermachermusik ausdrücklich ein. Die modernen Kommunikationsmedien verschließen die Ohren, statt sie zu öffnen.

Wer der Frage nach dem Verhältnis und den Verschiebungen zwischen Volks- und Rockmusik nachgeht, stößt unvermeidlich auf das Problem gesellschaftlich-ästhetischer Wertungen und des gegenwärtig zu beobachtenden Wertewandels. Die Umwälzungen der gegenwärtigen Informationsgesellschaft haben die Struktur sozialer Wertungen grundsätzlich umgestoßen. Im Kontext der Akzeptanzkrise der technisch-industriellen Zivilisation gewinnen postmaterielle, nichtindustrielle Wertvorstellungen und Lebensstile die Oberhand gegenüber traditionellen industriegesellschaftlichen Orientierungen. Die Unverbindlichkeit musikalischer Wertungen ist im gesamtgesellschaftlichen Kontext einer entstrukturierten "Collage"-Gesellschaft zu interpretieren (Hasso von Reum 1984). Eine verbindliche, allgemein akzeptierte Wertehierarchie hat sich aufgelöst. "Daß es vielen Aspekten der Kultur an 'objektiven' Bedeutungen fehlt, erlaubt es jedem einzelnen, zwischen Kultur-element und sich selbst ein unmittelbares, zum Teil nicht kommunizierbares Band zu knüpfen" (Touraine 1972, 220).

Soziale Schichtung wird heute weniger durch Eigentum und Geld als durch Erziehung und Führungsrolle, "also durch kulturelle Merkmale" definiert (Alain Touraine 1972, 214). Freizeit bedeutet eine Zone sozial nicht geregelter Verhaltensweisen. In ihr hat sich eine Sozialstruktur der Frei-

zeit entwickelt: "Jene, die auf einer niedrigen beruflichen, wirtschaftlichen und sozialen Stufe stehen, leben abgekapselt in Primär-, Verwandtschafts- oder Arbeitsgruppen und sehen gleichzeitig die umfassendere Gesellschaft als ein Schauspiel ... aktive Freizeitbeschäftigungen hingegen entwickeln sich in dem Maß, in dem sich die Stufe der sozialen Mitbestimmung hebt ... in dem Maße, in dem der Lebensstandard höher wird, nimmt der Teil des Budgets unverhältnismäßig zu, der für elektive, personalisierte und von den elementaren Bedürfnissen des Lebensunterhalts befreite Tätigkeiten verwendet werden kann" (ebenda, 216 f.).

Touraine kritisiert die Rückkehr zu aktiven Freizeitbeschäftigungen als eine Illusion. Freizeit existiere in der "Befreiung von sozial anerkannten oder auferlegten Regeln und Verhaltensmodellen" (S. 221). Technizität spiele eine wichtige Rolle, "indem sie die Natur des Kontakts zwischen dem Individuum und einer großen Zahl von Kulturwerten" verändere (S. 219). Angesichts der allgemeinen Problematik gegenwärtiger gesellschaftlicher Entwicklungen, wie Touraine sie beschrieben hat, fällt es schwer, Auswege aus der Umweltverschmutzung durch Musik aufzuzeigen. Musik bleibt eine Marginalie, vielleicht als Therapeutikum zur Behandlung von Symptomen gesellschaftlicher Defekte geeignet. Auffallend ist, daß unter den Wirkungsfunktionen, die in der WDR-Studie festgestellt werden (vgl. Musik in den Medien 1986, 160 u. 163), entscheidende psychische Funktionen fehlen: die Funktionen der Freude und der Selbstverwirklichung. Sie fehlen, weil sie, wie ich meine, den Einflußmöglichkeiten der modernen Kommunikationsmedien verschlossen sind. Die Kategorie der Freude ist natürlich in mehreren Funktionen enthalten. Mehr noch als sie ist die Kategorie der Selbstverwirklichung an eigenes, aktives Musizieren und Singen gebunden. Medien können darauf nur indirekt insofern Bezug nehmen, als sie in diese Richtung stimulierend wirken können. Insgesamt jedoch dürfte einsichtig sein: Nur die Einheit von Machen und Hören kann die widerspruchsvolle Beziehung zu den modernen Kommunikationsmedien wirklich bessern. Dies gilt für Volksmusik wie für Rockmusik.

Psychische Funktionen

(Lebensweltstudie)

Wirkungsfunktionen

(Eckhardt)

- | | | |
|-------------------------|------|----------------------|
| 1. Background | --> | Funktionalität |
| 2. Entspannung | ---> | Stimmungskontrolle |
| 3. Sozialkontakt | --> | Kontaktförderung |
| | ---> | parasozialer Kontakt |
| 4. Selbstverwirklichung | --> | ?? |
| 5. Freude | ---> | ? |
| 6. Belästigung | ---> | Distanz |

Mediale Musik darf nicht Musik im Sinn von Umwelt (-verschmutzung und -zerstörung) bedeuten. Der Terminus Schöpfung will sagen, daß der Mensch als Teil des Universellen das Gleichgewicht zwischen Natur und Kultur nicht aus der Ordnung bringen darf. Ein Umkippen der Balance zwischen Natur und Kultur ruft Beschädigungen und Leiden an der Gesellschaft hervor. Ist ein verantwortlicher Umgang mit der Massenmusik nur privatistisch zu erzielen oder darf nicht wenigstens erwartet werden, daß es hierüber innerhalb einzelner sozialer Gruppen Konsens gibt? Wenn Pierre Bourdieu die gesellschaftliche Wirksamkeit von Bildung ähnlich hoch ansetzt wie die des ökonomischen Kapitals und ersterem einen wachsenden Stellenwert beimißt, so liegen die Konsequenzen für die Förderung von Kunst, Kultur und Wissenschaft auf der Hand. Volks- und Popmusik dürfen in diesen Überlegungen nicht gegeneinander ausgespielt werden; in dem zugehörigen persönlichen und sozialen Kontext gewinnt jedes musikalische Genre eine wachsende Bedeutung. Allgemeine Gültigkeit, wie sie beispielsweise in der Frage: ob Pop die Volksmusik von morgen sei, mitschwingt, dürfte unter den heutigen gesellschaftlichen Bedingungen keine Musikrichtung beanspruchen können. Ein zentrales Problem liegt in der wachsenden sozialen und kulturellen Entfremdung und den möglichen gesellschaftlich-produktiven Reaktionen darauf. Nach meiner Einschätzung lassen sie sich nur im überschaubaren Bereich persönlicher Einflußnahme entwickeln. In ihm läßt sich sehr wohl die stimulierende Wirkung und das Informationspotential der Medien nutzen.

LITERATUR

- Pierre Bourdieu: Die feinen Unterschiede. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1982
- Musik in den Medien. Programmgestaltung im Spannungsfeld von Dramaturgie, Industrie und Publikum, hrsg. von Wolfgang Hoffmann-Riem und Will Teichert. Baden-Baden: Nomos 1986
- Hasso von Reum: Dimensionen des Wertewandels. Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung "das parlament", 23.6.1984, 3-13
- Alain Touraine: Die postindustrielle Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1972