

Zur medialen Konstruktion musikalischer Lebenswelten.

Eine kritische Bestandsaufnahme

Einleitung

Im Herbst vergangenen Jahres tourte die ehemalige Independent-Band R.E.M. durch Deutschland. Rechtzeitig vor der Tour war die neue CD *Up* erschienen. Reportagen zur 'amerikanischen Kultband' flimmerten über die Fernsehkanäle und waren in der regionalen wie überregionalen Presse nachzulesen, auch in den Blättern, in denen normaler Weise keine Rock-/Pop-Berichterstattung angesagt ist. Der Tenor der Besprechungen war, dass R.E.M. mit *Up* ein hervorragendes, für die gegenwärtige Rockmusiksituation stilistisch typisches Album vorgelegt habe. Für alle, die sich in der aktuellen Rock- und Popmusik nicht sonderlich auskennen und sich ihre Informationen in Sachen Rockmusik über die allgemeine Presse und nicht über speziellere Kanäle holen, war die Rockmusikwelt damit wieder einmal ein wenig überschaubarer geworden – dank einer durch die Informationsmedien geschaffenen medialen Konstruktion.

Derartige Formen einer vermeintliche Wirklichkeit konstruierenden medialen Berichterstattung gehören zum Alltagsgeschäft (vgl. Luhmann 1994). Sie beinhalten aber nur einen Aspekt von vielen, die es im Hinblick auf Fragen zur medialen Konstruktion musikalischer Lebenswelten zu bedenken gilt. Im Folgenden möchte ich versuchen, dazu in der gebotenen Kürze einen (kritischen) Denkansatz zu geben. Auch ich werde also konstruieren und verwende dazu das Medium Sprache.

Mediale Konstruktion – was meint das?

Der Begriff Medium hat eine Fülle von Bedeutungen. Lässt man

sprachwissenschaftliche und parapsychologische Facetten außer acht, dann kann man sagen, dass ein Medium – in Anlehnung an die lateinische Bedeutung des Wortes als Mitte und Mittel – ein Gefäß zur Vermittlung von Inhalten ist. Mit dem Medium Musik werden Inhalte und Botschaften konstruiert. Man spricht in diesem Zusammenhang von Komposition, Improvisation, Musikproduktion, Sound. Über die technischen Medien werden die musikalischen Inhalte von einem Sender (Musiker) zu einem Empfänger (Hörer) weitergeleitet und dabei in Abhängigkeit von den Eigenschaften des Übertragungsmediums verändert – im Extremfall derart, dass gemäß den Ausführungen von Marshall McLuhan (McLuhan u. Fiore 1984) das Übertragungsmedium zur Botschaft wird. Das Medium Gehirn schließlich ist ein System, das die Umwandlung von Schall in Nervensignale und in Wahrnehmung vornimmt.

Mit dem Aufkommen der technischen Medien hat sich zwischen Sender und Empfänger eine immer umfangreichere technische Kette zur Übertragung bzw. Weiterleitung von Botschaften geschoben. Dazu gehören Printmedien (Noten, Bücher, Zeitschriften), akustische (Tonträger, Radio), audiovisuelle (Film, Fernsehen, Video) und interaktive Medien (Computer). Alle diese Medien sind in einer Art von Medienverbund – insbesondere seit der Digitalisierung des Informationstransfers – nicht nur für die Nachrichten- und Bildübertragung von großer Bedeutung, sondern auch für die Vermittlung von Musik (im Überblick: Rösing u. Barber-Kersovan 1998). Der musikbezogene Konsum bzw. besser: Aneignungsprozess vollzieht sich heutzutage überwiegend innerhalb einer Medienlandschaft, die von verschiedenen Industriezweigen bedient und über möglichst viele Medienkanäle verbreitet wird.

Dabei muss man unterscheiden zwischen Medien, die lediglich eine weiterleitende Funktion haben (wie Noten, Tonträger, Online-Musikdienste) und Medien, in denen Musik zusammengestellt, kommentiert und bewertet wird (also z. B. in den Printmedien sowie in Radio- und Fernsehprogrammen). Vor allem hier, in den letztgenannten Bereichen, erfolgt ganz offensichtlich mediale Konstruktion im üblichen und derzeit so häufig diskutierten Sinn: Eine Vielzahl von Berichterstattern, Bearbeitern, Kommentatoren, Moderatoren trifft eine Auswahl (dazu Staab 1990), stellt Beziehungen zwischen Musikstücken her und präsentiert Meinungen.

Wie auch immer die Inszenierungen zur Verbreitung von Informationen beschaffen sein mögen – sie basieren auf der Einsicht, dass die gesellschaftliche wie kulturelle Realität zu komplex ist für eine massenmedial adäquate Darstellung. Das gilt unabhängig von der Tatsache, dass die Intentionen der Darstellung höchst unterschiedlicher Art sein können. Ob es um den Versuch geht, ein differenziertes Abbild musikalischen Handelns in realen Lebenswelten zu vermitteln oder eine komprimierte Darstellung dieser Lebenswelten nach übergeordneten Kriterien – so gut wie immer verbergen sich dahinter Intentionen, die meist aus einer Verquickung von Informationsangeboten mit verschiedenen sachfremden Interessenssphären wie z.B. Auflagenhöhe, Zuschauerquote, Meinungsbeeinflussung, Umsatzsteigerung bestehen (s. Merten, Schmidt u. Weischenberg 1994).

Musikalische Lebenswelten

Medien und Lebenswelten stehen in einem direkten Wechselverhältnis. Seit langem schon haben Menschen in Medienwelten gelebt, waren Medien genuin an der Konstruktion von Lebenswelten beteiligt, und haben alle Sozialräume durchdrungen (Baacke u. Kübler 1991, S. 21). Das gilt ohne Frage auch für musikalische Lebensräume. Denn wo immer Musik zu hören ist, ist sie Bestandteil einer kommunikativen Handlung und Ausdruck von Kultur. Affektive, soziale, ökonomische, technologische und räumliche Bedingungen geben musikalischem Handeln eine Zielsetzung. Sie stecken den Rahmen ab für individuelle Wahrnehmungs-, Empfindungs- und Verhaltensstrukturen. Das meint ganz konkret, dass z.B. die verschiedenen Musikstile unseres Jahrhunderts von spezifischen 'Figurationen' abhängen (vgl. Elias 1976): von affektiven Aspekten, wie sie etwa in der Differenz zwischen ästhetischer Verinnerlichung von Kunstmusik und körperbetonter Wahrnehmung tanzbarer Rockmusik zum Ausdruck kommen, von unterschiedlichen, gesellschaftlich beeinflussten Bewertungsnormen und -hierarchien, von den jeweils zur Disposition stehenden materiellen Bedingungen und technologischen Voraussetzungen, schließlich von räumlichen Gegebenheiten und massenmedialen Distributionswegen.

Umfangreiche Untersuchungen über allgemeine und musikalische Lebenswelten verdanken wir kultursoziologischer Forschung. Auf der Grundlage der großangelegten empirischen Arbeit von Pierre Bourdieu (1984) hat zu Beginn der 90er Jahre Gerhard Schulze (1992) drei gängige alltagsästhetische Schemata zur Diskussion gestellt. Sie sind definiert durch die Kategorien Genuss, Distinktion und Lebensphilosophie. Diese alltagsästhetischen Schemata umschreiben auch jeweils spezifische musikalische Lebenswelten und Lebensstile (vgl. zu diesem Begriff: Vollbrecht 1997): das Hochkulturschema (Vorliebe für klassische Musik, Oper und gemäßigte Moderne; im Mittelpunkt stehen geistige Sublimierung und ästhetischer Genuss), das Trivialschema (musikalischer Prototyp sind volkstümliche Musik und Schlager als Kultur der schönen Illusion) und das Spannungsschema (Präferenz für rockmusikalische Stile; zentrales Anliegen ist die Selbstverwirklichung, zu den Feindbildern gehören Spießertum und Langeweile).

Diese Schemata stellen zwar, bezogen auf die gesellschaftliche und musikalische Wirklichkeit der 80er/90er Jahre, eine eher grobe Klassifikation oder – wenn man so will – Konstruktion dar. Sie sind aber immerhin – anders als üblicher Weise bei (massen-)medialen Konstruktionen von (musikbezogener) Realität – durch Empirie und überprüfbare Methoden der Datenauswertung und -interpretation gestützt. Es handelt sich also mehr um Gruppierungsangebote von musikalischen Gegebenheiten aus soziologischer Sicht als um eine primär manipulative, von sachfremden Interessen geleitete Festschreibung dieser Gegebenheiten. Mit anderen Worten: In der (massen-)medialen Auseinandersetzung mit musikalischen Lebenswelten dominiert der Versuch einer Realitätskonstruktion auf fragwürdiger empirischer und interpretatorischer Basis, in der wissenschaftlichen soziologischen Auseinandersetzung ist sie – hoffentlich – theoriegeleitet und empirisch abgesichert.

Es wäre zu eng gesehen, nur dort von einer medialen Konstruktion musikalischer Lebenswelten zu sprechen, wo es um den Versuch ihrer Beschreibung bzw. Festschreibung geht. Mediale Konstruktion greift tiefer; sie umfasst keineswegs allein die Vermittlungsebene. Mediale Konstruktion prägt alle die Bereiche, die auch konstitutiv für musikalische Lebenswelten sind: die Produktionsebene und die Rezeptionsebene. Dazu im Folgenden einige Beispiele.

Beispiele der medialen Konstruktion musikalischer Lebenswelten

Zur musikimmanenten Produktionsebene möchte ich lediglich einige Stichworte anführen, die verdeutlichen sollen, wie sehr hier im Verlauf der letzten Jahrhunderte die Rolle der technischen Medien zugenommen hat. Die Geschichte der westlichen Musik ist von mindestens zwei tiefgreifenden, medial geprägten Umbrüchen gekennzeichnet: (1) dem Übergang von mündlicher Tradierung zu notenschriftlicher Fixierung sowie (2) der Elektrifizierung, die gegen Ende des 19. Jahrhunderts den Musiksektor zu erfassen begonnen hat (Mayer 1989). Elektrifizierung hat die Speicherung von Musik und ihre beliebige Reproduktion überall dort möglich gemacht, wo die apparativen Voraussetzungen gegeben sind. Sie führte zudem zu Produktionstechniken, die Notation in letzter Konsequenz überflüssig erscheinen lassen. Die Umsetzung von vorgestellten Klängen in hörbare Klänge und sichtbare Graphik erfolgt auf direktem Weg über die technischen Hilfsmittel. Das hat, nach Experimenten an der "Grenze des Fruchtländes" in den elektronischen Studios der 60er Jahre, inzwischen den "Step across the border" im digitalen Studio ermöglicht. Das Sampeln oder Synthetisieren von Klängen und Geräuschen, die Verarbeitung, Umgestaltung, Collagierung und das Recyceln bestehender Musikstücke kann direkt am Computerbildschirm erfolgen. Die einzelnen Stadien dieser technikgestützten musikstrukturellen Konstruktion von Musik auf der Produktionsebene hat Kurt Blaukopf (1989) als "musikalische Mediamorphose" in fünf Stufen bereits in den 80er Jahren bündig beschrieben.

Die Distributionsebene wird geprägt von den Vermittlern: von Fachleuten und Experten, Journalisten und Berichterstattern, Produktmanagern und Werbespezialisten. Es liegt mir fern, dieses hochkomplexe System medialer Vermittlungshandlungen hier detailliert darzustellen. Wohl aber möchte ich einige Beispiele nennen.

Eine fundierte Analyse der allseits aus Sendereihen wie *Volkstümliche Hitparade* (ZDF), *Lustige Musikanten* (ZDF), *Heimatmelodie* (RTL) oder *Großes Wunschkonzert* (SAT 1) bekannten volkstümlichen Medienmusik verdanken wir der Projektgruppe V-Musik an der Universität Gießen unter der Leitung von Ekkehard Jost (1996).

Hier münden die Analysen von Setting und Ausstattung, Filmsprache und ihrer Symbolik, von Moderation und Gesamtpräsentation, Texten und Musikstrukturen in eine Typologie medial inszenierter Darbietung, bei der von der Musik bis zur szenischen Gestaltung alles konstruiert ist. 'Echt' scheint allenfalls das physisch anwesende Publikum zu sein, obwohl man selbst hier eine mediale, d.h. fremdbestimmte Ritualisierung seines Verhaltens beobachten kann. Zwischen der Häufigkeit derartiger Programme zu besten Sendezeiten und einem deutlich unter 10 Prozent liegenden Umsatz von Tonträgern dieses Musiktyps (gemessen am Gesamtumsatz aller Musikproduktionen) besteht ein Missverhältnis (s. Rösing u. Barber-Kersovan 1998, S. 371). Dies ist ein wichtiges Indiz dafür, dass hier eine musikalische Lebenswelt in Anlehnung an das von Gerhard Schulze beschriebene Trivialschema medial konstruiert und inszeniert wurde und wird.

Wie die mediale Vermittlung eines sogenannten Megastars im konsequenten Medienmix aussehen kann, hat exemplarisch Thomas Gesenhues (1988, S. 78) am Aktionsplan zur bundesdeutschen Michael-Jackson-Tournee und zur Promotion des Songs *Bad* nachgezeichnet. In den Zeitschriften BUNTE, BRAVO, SPIEGEL, STERN und in der Zeitung BILD AM SONNTAG wurden mehrseitige Berichte gebracht, flankiert von einer intensiven Anzeigenkampagne. Kontinuierliche Kino- und Fernsehwerbung, ausführliche Präsentationen in den Rundfunk- und Fernsehprogrammen, eine bundesweite Tour-Dekoration und eine "Rock'n'Roll-Promotion" haben zudem nachhaltig mit dazu beigetragen, das Bild eines Stars zu konstruieren, welches durch mediale Informationsselektion und kommerziell gesteuerte Promotion- sowie Werbeaktivitäten geprägt ist.

Dass derartige Mechanismen medialer Konstruktion auch im Fall der Medienverweigerung seitens der Musiker Erfolg haben können, lässt sich der Analyse zum Aufstieg der Band NIRVANA von Christoph Jacke (1998) entnehmen. Die mediale Inszenierung und Vermarktung von Wortführern musikalischer Subkulturen wird ausgelöst durch Verhaltensweisen wie Ablehnung, Verweigerung, Protest. Gerade der Umstand, dass Erwartungen nicht eingehalten und Abweichungen von der Norm praktiziert werden, stimuliert journalistische Berichterstattung. In Verbindung mit der Kreation

eines neuen Stilettikets wie dem Grunge aus Seattle kann auf diese Weise aus einem Antistar vom Typ eines Kurt Cobain schnell ein Antistar-Star werden. Der Suizid des Musikers schließlich wirkte wie ein Bestandteil des medialen Konstruktionskonzepts.

Wie groß die Diskrepanz zwischen tatsächlich bestehenden musikalischen Lebenswelten und ihren medialen Etikettierungen sein können, hat Martin Büsser (1997) sehr anschaulich am Beispiel von Punk und Techno verdeutlicht. Auf Grund medialer Berichterstattung scheint Punk mit Chaostagen in Hannover und Techno mit der Love-Parade in Berlin zu korrelieren. Wie Büsser nachweist, hätten diese einseitigen Zuschreibungen auch ganz anders ausfallen können. Die Attribute gut oder schlecht bzw. affirmativ oder subversiv ließen sich – in Bezug auf die realen Gegebenheiten in den beiden vielfältig ausdifferenzierten Szenen – mit ebenso guten bzw. genauer: schlechten Gründen auch umgekehrt vergeben. Fehldeutungen bzw. 'Mißkonstruktionen' durch Außenstehende sind allerdings von den Insidern häufig bewusst intendiert. Allein schon die vielen Musikbegriffe, die z.B. innerhalb der Techno- oder Drum'n'Bass-Szenen gebräuchlich sind, verdanken sich nicht ausschließlich dem legitimen Wunsch nach subkultureller Distinktion. Sie dienen auch der ideologischen Abgrenzung der eigenen Szene vom Mainstream und den dort üblichen Mechanismen einer vermarktungsorientierten Medienberichterstattung (Thornton 1995; Pfeleiderer 1999).

Ob durch mediale Konstruktion auf der Distributionsebene nun allerdings generell Jugend verwaltet und Musikliebhaber gelenkt werden, kann so eindeutig nicht beantwortet werden, wie es die vielen gesellschaftskritischen Ausführungen zur Kulturindustrie glauben machen wollen. Die Wechselwirkungen zwischen Produkt, medialer Distribution und persönlicher Rezeption scheinen doch recht komplex und alles andere als vollkommen zu sein, wie das Beispiel der medialen Kampagne zu *Tubular Bells II* von Mike Oldfield zeigt. Gemessen an dem Aufwand des Werbe- und Promotionfeldzugs war der (Verkaufs-)Erfolg mit 250.000 bundesweit vertriebenen CDs doch eher gering. Vor der Deutschlandtournee Oldfields im Jahr 1992 lud die Firma WARNER COMMUNICATION wichtige Medienvertreter, Händler und Journalisten nach Hamburg ein und stellte die Produktion im Rahmen einer aufwendigen

Show vor. Als Arbeitsgrundlage erhielt jeder Gast ein Promotion-Papier – mit zum Teil nachweislich falschen Angaben. Die Aktion rief ein großes Medienecho mit durchweg positiven Stellungnahmen hervor. Und die meisten Journalisten – für Fachblätter ebenso wie Tageszeitungen – übernahmen ohne weitere Recherchen die Formulierungen des Promotion-Papiers, das nichts weiter war als eine auf Umsatzmaximierung ausgerichtete Konstruktion von Information. Das Publikum aber reagierte dennoch zurückhaltend bis kritisch.

Auf durchaus raffinierte Weise hat die Band NEGATIVLAND Anfang der 90er Jahre massenmediale Konstruktionen zu entlarven versucht. Die Bandmitglieder lancierten Falschmeldungen an die Presse. Diese stieg darauf ein, und die Bandmitglieder erhielten als Folge davon mehrere Anrufe höchst erboster Personen. Die Anrufe wurden mitgeschnitten und zu Musikcollagen verarbeitet, in denen vor allem der aggressive Tonfall in äußerster Verdichtung zu hören ist. Die mediale Konstruktion auf der Distributionsebene erbrachte somit das Rohmaterial für die musikalische Konkretion als mahnendes Beispiel eines massenmedialen Konstruktionsbetruges.

Über die Akzeptanz oder Ablehnung medialer Konstruktionen und Inszenierungen wird somit letztlich auf der Rezeptionsebene entschieden. Hier geht es ständig um Konstruktion, wenn auch nicht um mediale Konstruktion.

Die Rezeptionsebene kann keinesfalls, wie früher angenommen, als Ebene passiven Konsums beschrieben werden. Rezeption stellt einen im wesentlichen aktiven Vorgang dar, eine Aneignungsleistung durch interne Verarbeitung (s. Winter 1995). In der Theorie lassen sich modellhaft zwei Phasen der Wahrnehmung deutlich voneinander unterscheiden: die Umsetzung von Außenreizen über unsere fünf Sinne in Nervensignale und die Verarbeitung dieser Signale im Gehirn. Das Ergebnis ist eine Konstruktion von Wirklichkeit, ausgelöst durch Außenreize.

Entscheidend für die erste Wahrnehmungsphase ist, welche Bedeutung den Außenreizen von einer rezipierenden Person überhaupt zugebilligt wird. Wissen, gespeichert in Form von Erfahrungs-

inventaren, bildet eine wichtige Folie dafür, dass in einer gegebenen Situation eine Bedeutungszuweisung erfolgt und zur Aufmerksamkeitslenkung, also z.B. bei auditiven Reizen zum Hinhören oder aber zum Weghören führt. Personbezogene Erfahrungsinventare gelten als eine entscheidende Instanz dafür, dass aus einer (Über-)Fülle von Außenreizen einige wenige als bedeutsam erkannt und auf neuronaler Ebene weiterverarbeitet werden. Bei dieser Reizelektion der ersten Wahrnehmungsphase geht es um die Herstellung von Prägnanz und Klarheit. Dies geschieht nach den Gesetzen der Sparsamkeit (Bildung von einfachen Kategorien), der Überschaubarkeit (geringe Anzahl von Schlüsselkriterien) und der Generalisierung (Akzentuierung einzelner Faktoren auf Kosten der anderen; s. dazu Motte-Haber 1996, S. 156 ff).

Diese erste Wahrnehmungsphase auf der Rezeptionsebene ist geprägt durch eine Konstruktionsleistung des Individuums. Es handelt sich um Informationsreduktion auf der Basis von sozialisatorisch fundierten Erfahrungsinventaren. Die Konstruktionsmechanismen lassen sich durchaus mit denen auf der Distributionsebene vergleichen, die Ergebnisse aber können völlig andere sein und im Extremfall sogar die Dekonstruktion der massenmedialen Konstruktionsangebote zur Folge haben. In einem Gruppeninterview mit vier Mädchen zwischen 12 und 16 Jahren zur Promotion des Duos LA BOUCHE 1995 im BRAVO-TV hieß es z.B. unmissverständlich: Die machen uns doch nur etwas vor – aber gerade darum bringt es Spaß, weil man sich darüber lustig machen kann (Klein 1995, S. 68 ff).

Die zweite Wahrnehmungsphase ist nachhaltig durch das System Gehirn bestimmt und als hochgradig selbstreferentiell im Sinn der Rezeptionstheorie des Konstruktivismus zu bezeichnen (dazu im Überblick: Roth 1997). Neurophysiologische Forschung hat gezeigt, dass die interne Verarbeitung im Gehirn auf verschiedene Weise erfolgt: konvergent als Zusammenfassung und Mischung von Information (womit die Intermodalität der Wahrnehmung ihre neuronale Begründung erfährt), parallel und zeitsynchron auf getrennten Bahnen und in unterschiedlichen Stationen des Gehirns sowie divergent durch die Aufspaltung von genuiner Information zur Schaffung von neuen Inhalten (Shepherd 1993). Vor allem die auf Divergenz beruhenden Verarbeitungsschritte sind

beeindruckend. Rein quantitativ werden sie – z.B. in Bezug zum auditorischen System – belegt durch die Tatsache, dass den etwa 6000 inneren Haarzellen der cortischen Organe beider Ohren insgesamt über 100 Milliarden zentrale Neuronen in beiden Hemisphären des Kortex zur Weiterverarbeitung gegenüberstehen. Mit anderen Worten: Gerade divergente interne Verarbeitung ermöglicht eine vom System Gehirn selbst geprägte Wahrnehmung und Bewertung aller Phänomene der äußeren Welt. Im Gegensatz zur reduktionistischen Reizselektion der ersten Wahrnehmungsphase erfolgt in dieser zweiten Rezeptionsphase der internen Verarbeitung die Datenaufbereitung und -ergänzung unter Nutzung aller im Gehirn gespeicherten emotionalen, imaginativen, assoziativen und kognitiven Erfahrungen. Man kann diesen Vorgang ohne Übertreibung als kreative Konstruktion bezeichnen. Diese wird sich um so markanter von den medialen Konstruktionsangeboten auf der Distributionsebene unterscheiden, je nachhaltiger und differenzierter die Erfahrungsinventare einer Person durch Lernen und Handeln ausgeformt sind. Dies ist – in aller Kürze sei es gesagt – ein gewichtiger Grund (neben vielen anderen) dafür, dass es gerade auch an allgemeinbildenden Schulen einen guten und aktuelle Musikrichtungen berücksichtigenden Musikunterricht geben muss.

Ausblick

Es ging mir darum zu zeigen, dass Konstruktion im Sinn von Systematisierung, Kategorienbildung, Zusammenfassung eine anthropologische Konstante allen menschlichen Handelns ist. Dennoch unterscheidet sich die Konstruktionsleistung auf der Produktebene des Muskmachens ohne Frage von den auf der Distributionsebene inszenierten Konstruktionsangeboten und von den kreativen Konstruktionsleistungen des Individuums auf der Rezeptionsebene. Zu konstatieren bleibt jedoch, dass das Netz medialer Vermittlungshandlungen der Distributionsebene gerade in den letzten Jahren immer dichter geworden ist. Der Druck auf die Produktions- wie Rezeptionsebene nimmt damit zu. Die Gefahr der Fremdsteuerung selbst subkultureller musikalischer Lebenswelten ist auf diese Weise ebenso größer geworden wie die Gefahr der Rezipientenlenkung. Die Annahme jedoch, dass einzelne Personen oder Per-

sonengruppen Marionetten seien, bewegt von den medialen Konstruktionsangeboten der Unterhaltungs- und Kulturindustrie, ist ihrerseits nicht mehr und nicht weniger als die Konstruktion einer These, die den komplexen Strukturen musikbezogenen Handelns und Verhaltens bis hin zur musikalischen Meinungsbildung (s. dazu Kunz 1997) nicht gerecht zu werden vermag. Konstruktionsleistungen auf der Produktions- wie Rezeptionsebene vollziehen sich – bislang zumindest – im Wechselspiel von massenmedialen Festschreibungsbestrebungen und individuell motiviertem Aufbruch. Folgerichtig hat Ansgar Jerrentrup (1998) unlängst Rockmusik als ein Ausdrucksmedium Jugendlicher unter sozial- und individualpsychologischen Aspekten beschrieben, und Georg Seeßlen (1997) hat den Beharrungstendenzen einer postmodernen Gesellschaft die Dynamik subkultureller jugendlicher Lebenswelten als Systeme für Wechsel und Veränderung gegenüber gestellt. Damit das so bleibt und damit die Dominanz medialer Konstruktion auf der Vermittlungsebene nicht überhand nimmt, ist Ausbildung vonnöten. Durch sie können personbezogene Erfahrungsinventare gefördert und zunehmend differenziert werden. Dabei gilt, im Hinblick auf Musik, dass der Umgang mit ihr auf der Produktebene, unter Einbeziehung aller neuen, elektroakustischen, elektronischen und digitalen technischen Medien, ganz besonders effektiv ist. Wenn dazu auch noch die entsprechende theoretische Reflexion kommt, dann sind selbst Kinder und Jugendliche bereits in der Lage zu entlarven, was mediale Konstruktionen auf der Distributionsebene darstellen:

Interessengeleitete Manipulationsversuche zur Vortäuschung eines schönen Scheins, der um so realitätsferner ist, je mehr er schillert.

Literatur

- Baacke, D. und H.-D. Kübler (1991): Lernen und Erziehung in der Medienumwelt. Konzepte der Medienpädagogik. In: Schmidt, S.J., K. Merten und S. Weischenberg (Hg.): Funkkolleg Medien und Kommunikation, Studienbrief 12. Weinheim-Basel: Beltz.
- Blaukopf, K. (1989): Beethovens Erben in der Mediamorphose. Kultur- und Medienpolitik für die elektronische Ära. Heiden (CH): Niggli.
- Bourdieu, P. (1984): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Büsser, M. (1997): Die verwaltete Jugend. Punk vs. Techno. In: SPoKK (Hg.), Kursbuch JugendKultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim: Bollmann, S. 80-88.
- Elias, N. (1976): Über den Prozeß der Zivilisation. Sozialgenetische und psycho-genetische Untersuchungen. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Gesenhues, T. (1988): Die Bedeutung der Popmusik in den elektronischen Medien als Sozialisationsfaktor. Münster: Fachhochschule (unveröffentlichte Diplomarbeit).
- Jacke, C. (1998): Millionenschwere Medienverweigerer. Die US-Rockband Nirvana. In: Beiträge zur Populärmusikforschung 26. Karben: CODA, S. 7-30.
- Jerrentrup, A. (1998): Populärmusik als Ausdrucksmedium Jugendlicher. In: Baacke, D. (Hg.): Handbuch Jugend und Musik. Opladen: Leske + Budrich, S. 59-92.
- Jost, E. und Projektgruppe U-Musik (1996). Volkstümliche Musik im Fernsehen. In: Beiträge zur Populärmusikforschung 17. Karben: CODA, S. 30-65.
- Klein, A. (1995): Das Musikmagazin "Bravo TV" als Bestandteil der Populärkultur und seine Rezeption bei Jugendlichen. Hamburg: Magisterarbeit (Musikwissenschaftliches Institut der Universität).
- Kunz, A. (1997): Aspekte der Entwicklung des persönlichen Musikgeschmacks. Frankfurt am Main: Lang.
- Luhmann, N. (1994): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp (5. Aufl.).
- Mayer, G. (1989): Zum Verhältnis von politischer und musikalischer Avantgarde. In: Riethmüller, A. (Hg.): Revolution und Musik. Avantgarde von 1200 bis 2000. Kassel: Bärenreiter, S. 28-46.
- McLuhan, M. und Q. Fiore (1984): Das Medium ist Massage. Frankfurt am Main: Ullstein.
- Merten, K., S.J. Schmidt und S. Weischenberg (Hg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Motte-Haber, H. de la (1996): Handbuch der Musikpsychologie. Laaber: Laaber (2. Aufl.).
- Pfleiderer, M. (1999): "Here Comes the Drumz". Zu Entwicklung und musikalischen Merkmalen von Drum'n'Bass. In: Beiträge zur Populärmusikforschung 24. Karben: CODA, S. 27-48.
- Rösing, H. und A. Barber-Kersovan (1998): Musikvermittlung in der modernen Mediengesellschaft. In: Bruhn, H. und H. Rösing (Hg.): Musikwissenschaft. Ein Grundkurs. Reinbek: Rowohlt, S. 364-389.
- Roth, G. (1997): Das Gehirn und seine Wirklichkeit. Kognitive Neurobiologie und ihre philosophischen Konsequenzen. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schulze, G. (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main: Campus.
- Seeßlen, G. (1997): Wisch und weg. Vom Verschwinden und Auferstehen der Jugend in der postmodernen Gesellschaft. In: SPoKK (Hg.): Kursbuch JugendKultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim: Bollmann, S. 382-387.
- Shepherd, G.M. (1993): Neurobiologie. Berlin: Springer.
- Staab, J.F. (1990): Nachrichten-Werttheorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. Freiburg-München: Alber.
- Thornton, S. (1995): Club Cultures. Music, media and subcultural capital. Oxford: Polity Press.
- Vollbrecht, R. (1997): Von Subkulturen zu Lebensstilen. In: SPoKK (Hg.): Kursbuch JugendKultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim: Bollmann, S. 22-31.
- Winter, R. (1995): Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozeß. München: Quintessenz.