

## Hartung, Anja/Reißmann, Wolfgang/Schorb, Bernd (2009). Musik und Gefühl. Eine Untersuchung zur gefühlsbezogenen Aneignung von Musik im Kindes- und Jugendalter unter besonderer Berücksichtigung des Hörfunks. Berlin: Vistas. 252 S., 15 €

Beitrag aus Heft »2009/03: Wie gut ist Medienpädagogik?«

Kein anderer ‚content‘ der Medien dürfte für Jugendliche wichtiger, attraktiver und auch wirksamer sein als Musik. Dennoch ist dieser Komplex bislang in der Medien(rezeptions)forschung recht stiefmütterlich behandelt, jedenfalls kaum hinreichend analysiert worden. Allenfalls das pauschale Theorem des „Mood Managements“ des amerikanischen Psychologen Dolf Zillmann, das meist zudem in eine nicht weniger allgemeine Theorie der Unterhaltung eingebettet ist, wird dafür angeführt, trifft indes Entwicklungsstadien, Bedürfnisse, Mentalitäten, Umgangsweisen und nicht zuletzt Gruppenbeziehungen von Jugendlichen kaum. Daher ist es sehr zu begrüßen, dass in der medienpädagogischen Abteilung der Universität Leipzig unter Leitung von Bernd Schorb schon seit längerer Zeit über die Bedeutung von Musik und Musikmedien für Jugendliche gearbeitet und nun im Auftrag der Sächsischen Landesmedienanstalt diese qualitative Studie zum emotionalen Erleben bei und durch Musik vorgelegt wird.

Den Reiz der Studie macht zum einen aus, dass sie sehr grundsätzlich vorgeht und erst einmal die Gefühlswelten von Jugendlichen insbesondere an der Schwelle zwischen Kindheit und Jugend theoretisch und deskriptiv auslotet, mithin weit über übliche Rezeptionsstudien hinaus geht. Aus diesem strukturierten Durchgang gewinnt die Studie kategoriale Einordnungen für das ‚Gefühlsmanagement‘ von Jugendlichen mit Musik, konkreter: wie Jugendliche ihre Gefühle mit Musik aktivieren, entspannen, wie sie sich mit ihr trösten, ausdrücken, fliehen, schwelgen, schwärmen, genießen und in welchen Situationen sie welche Genres, Stile und Interpreten wählen. Diese Einsichten gewinnt die Studie zum anderen durch einen überlegten Einsatz verschiedener qualitativer Methoden: nämlich – im Kern – durch eine an jugendliche Umgangsweisen angepasste Tagebuchehebung, kombiniert mit Einzelinterviews am Anfang und Ende der Erhebung, sowie durch Methoden der aktiven Medienarbeit, nämlich durch die Erstellung eines Musikratgebers und die Konzeption von jugendspezifischen Radios in einer Radiowerkstatt. Natürlich lassen sich mit solchen Vorgehensweisen keine quantitativen, repräsentativen Daten gewinnen, doch wieder einmal bestätigt sich, dass mit klug eingesetzten qualitativen Methoden ungleich intensivere, dichtere und originellere Erkenntnisse gewonnen werden können als mit groben Surveys.

Diese können hier nicht im Detail aufgeführt werden. Insgesamt zeigen sie, dass je älter, je gebildeter Jugendliche sind, umso differenzierter ihr Musikgeschmack ausfällt, den zumal die kommerziellen Radios mit ihrem eingespurten Mainstream-Gedudel nur begrenzt bedienen können, und dass sie deshalb zunehmend auf Internet und Speichermedien ausweichen. Das Radio mutiert deshalb zum Einstiegsmedium für die Jüngeren, die ihre Geschmacksrichtungen oder Stilvorlieben noch nicht gefunden haben, zum alltäglichen Nebenbei-Klangteppich bei alltäglichen Verrichtungen, besonders wenn sie in der Familie wie bei Frühstück und Morgentoilette, Autofahrten und anderen gemeinsamen Situationen stattfinden, sowie zum leicht zugänglichen, stets verfügbaren, unspezifischen Hintergrundgeräusch beim Relaxen und Chillen. Bietet es zudem noch einschlägige, vorwiegend musik- und szenenbezogene Informationen, wie es etwa das etwas außergewöhnliche Jugendradio MDR Sputnik

infolge einer schon berühmten Tradition tut, kann es etwa in den Abendstunden erklärte Liebhaber für solche Extravaganzen anlocken, aber nennenswerte Quoten lassen sich mit ihnen nicht erreichen. Ansonsten werden die Jugendwellen noch als (Mit-)Veranstalter von Open-Air-Konzerten, -festen und -partys wahrgenommen, womit sie dem vorherrschenden Trend des Musikmarktes folgen. Aber generell werden sich die Radiomacher künftig mehr überlegen müssen als bisher, wenn sie nicht eines Tages in breit aufgestellten Musik-Plattformen aufgehen und ihre Programmspezifika verlieren wollen (wie eine Podiumsdiskussion anlässlich der Vorstellung der Studie in Leipzig ergeben hat). Dazu liefert diese Untersuchung eine Fülle differenzierter Einsichten, im Schlussteil auch etliche Ratschläge und Folgerungen – nicht zuletzt für die Forschung, auf dass dieses wichtige Thema nicht weiterhin ein Schattendasein wie bisher fristet.