

Zur Faszination der Gebrauchsmusik

Das Bild, das die meisten Komponisten vom Hörer haben, ist ein utopisches, und es wird von Tag zu Tag utopischer. Wenn die Besucherzahl der Konzerte Neuer Musik immer größer wird, heißt das nicht, dass Neue Musik endlich verstanden wird und dass sie somit ihren Sinn mehr und mehr erfüllt. Das Gros der "Volkskonzert"-Besucher unterscheidet sich von dem der "Musik der Zeit"-Abonnenten nur dadurch, dass die einen im schwarzen Anzug mit Krawatte kommen und die anderen darauf keinen Wert legen. Beifall und Pausengespräche sind die gleichen. Der Anteil der Hörer, die nicht nur aus Neugier sondern aus ehrlichem Interesse Konzerte Neuer Musik besuchen, ist verschwindend gering. Ihre Rolle gleicht der einer Randpartei, deren spezifisches politisches Denken nie relevant wird.

Sollen wir Komponisten angesichts dieser Tatsache die Tradition der Neuen Musik fortsetzen und weiterhin für Konzertinstitutionen und deren "Aha"-Rezipienten schreiben?

Eine Musik, die sich nur gegen eine überkommene Schreibweise richtet, ändert gar nichts, wenn sie im Ghetto der ars-nova-Konzerte festgehalten wird, ihre ökonomischen Bedingungen und somit ihre musikalische Umwelt nicht durchleuchtet und miteinander bezieht. Sie ändert ebenfalls nichts, sie schafft vielmehr noch größere Distanz zum Hörer. Es ist wichtiger, die Musik unserer Umwelt zu analysieren und ihren Stellenwert in der Gesellschaft aufzuzeigen.

Diese Musik, allgemein als Gebrauchs- oder treffender Verbrauchs- oder Gebrauchsmusik bezeichnet, ist heute zum Handlanger unseres Wirtschaftssystems geworden. Sie wird eingesetzt, um in Kaufhäusern den Konsum zu steigern, um in Fabriken den Arbeitenden das Gefühl einer gewissen Entspannung und Anregung zu geben, was wiederum der Produktionssteigerung dient. Gebrauchsmusik wird schließlich sehr entscheidend in der Werbung zur Verstärkung der suggestiven Wirkung von Text und Bild benutzt.

Das wichtigste Phänomen der Gebrauchsmusik ist die Faszination, die sie auf den unbewussten Hörer ausstrahlt. Der Grad der Wirkung auf das Unterbewusstsein entscheidet über die Reaktion, die immer motorischer d.h. auch affirmativer Gestalt sein wird. Jeder kennt das Mitklopfen bei rhythmisch prägnanter Musik. Man bezeichnet diese Art der Reaktion als reflektorische Muskelreaktion. Weitere Beispiele solch zwingender Reaktionen sind das Räuspern der Opernbesucher, wenn ein Sänger mit gepresster oder halsiger Stimme singt, das Nachgähnen und das grundlose Mitlachen. Diese physiopsychologischen Vorgänge werden in der Werbung in verstärktem Maße eingesetzt. Hier, wo diese Symptome zielgerichtet eingesetzt sind, nämlich den Angesprochenen zum Kauf einer Ware zu bewe-

gen, richten sie sich gegen den Menschen und werden gefährlich.

Musik verstärkt nun die Absicht der Werbepsychologen und wirkt je nach Konstellation der Klänge anregend oder entspannend. Beide Pole sind wichtig, ja unerlässlich für die Effektivität eines Werbespots. Grundsätzlich richtet sich die Art der verwendeten Musik nach dem anzupreisenden Gegenstand. Der synchrone Verlauf von Musik und Bild garantiert ein Höchstmaß an Suggestivkraft. Die Assoziation zu Marschmusik und stiefelknallenden Paraden bietet sich an. Hier wie dort herrscht zwingende Eintracht zwischen Musik und Bild.

Ein wichtiger weiterer Punkt der Ausstrahlungskraft dieser Musik ist Aufnahme, Mischung und Versatz mit Effekten wie Hall, Echo, Präsenz, Höhen- oder Tiefenfilterung. Alles Kniffe, die helfen, die beschriebene reflektorische Muskelreaktion zu provozieren. Dieser sensomotorische Vorgang, den die Brillanz dieser Musik hier auslöst, öffnet das Unterbewusstsein des Hörers. Durch Kopplung dieser Musik mit Information suggestiven Charakters gelingt es, den Hörer zum Konsumenten und, wenn man weiter geht, zum gefügigen und untertänigen Menschen zu machen. Von dieser Tatsache weiß die Kirche und wissen alle Staatsformen. Orgelklänge können Menschen ebenso beeinflussen, ja hypnotisieren, wie zündende Marschmusik.

"Die Nähe zur Hypnose wird noch größer durch die Tatsache, dass die Faszination leicht in motorische Folgsamkeit übergeht. So wird man, eventuell automatisch, den Bewegungen des faszinierenden Gegenstandes folgen. Handelt es sich um einen Menschen, der (oder an dem etwas) faszinierte, und liegt diese Folgsamkeit in dessen Absicht, so ist ein Unterschied zur Hypnose oder Suggestion nicht mehr feststellbar. Der Erwachsene verhält sich in der faszinierten Folgsamkeit nicht viel anders als das Neugeborene, das der Kerzenflamme folgt; das Ich ist ausgeschaltet, auf seine Wahrnehmungsfunktionen eingeschränkt; der faszinierende Gegenstand hat sozusagen direkten Zugang zum motorischen Apparat, den sonst das Ich beherrscht." (Siegfried Bernfeld)

Hier zeigen sich nun deutlich Parallelen zwischen den motorischen Reaktionen auf Klangereignisse und dem affirmativen Verhalten der Menschen in unserer Gesellschaft. Es ist bekannt, dass sich der Mensch durch Bewusstwerden und Distanz diesem bejahend gläubigen Verhalten entziehen kann. Es ist aber erstaunlich, wie unkritisch sich Menschen, die man allgemein zur kritischen Intelligenz zählt, gegenüber Gebrauchsmusik verhalten. Diese Menschen sind hier ebenso Opfer der Faszination wie ihre sogenannten unkritischen Mitbürger. Man kann die Gefährlichkeit dieser Musik nicht abschaffen, außer man verleugnet die Physiologie der Klänge und deren Wirkung auf die Psyche des

Menschen. Man kann sie aber entschärfen, indem man seine Reaktionen kontrolliert. Wenn man den Stimulanzcharakter dieser Klänge erkannt hat, kann die motorische Reaktion zu kognitivem und schließlich kreativem Verhalten führen. Man käme zu einem ähnlichen Verhalten gegenüber Klängen, wie das Kleinkind gegenüber seiner akustischen Umwelt: Es imitiert zunächst Klänge, es lernt assoziieren, es wird sich über den imitierten Vorgang bewusst, es betrachtet ihn schließlich distanziert. Dieser Lernprozess sollte bei Hörern provoziert werden, die der Gebrauchsmusik genauso naiv gegenüberstehen wie das Kleinkind seiner unbekanntem Umwelt.

Stumpf setzt für dieses Verhalten den Begriff "Nachschaffendes, funktionelles Hören". J.P. Moses schreibt dazu: "Das Nachschaffende Hören kommt von den Wurzeln der Faszination, aber es ist aufwärts zum Niveau des Bewusstseins und des Bewusstgemachten entwickelt."

Diesen Übergang von Faszination zu habituellem Verhalten beschreibt Bernfeld folgendermaßen:

"Man erlebt dies als ein 'Zusichkommen', es ist, als wenn man erwachte oder der faszinierende Gegenstand zurück in den realen Zusammenhang spränge. Er unterscheidet sich hernach nicht mehr von anderen Gegenständen. Das Ich gewinnt seine Gegenwartsorientierung, seine Vergangenheitskontinuität, seine Zielstrebigkeit, seine Einheitlichkeit und Prägnanz und die Verfügung über den motorischen Apparat wieder zurück. Nun können die libidinösen Strebungen auf den Gegenstand gerichtet werden, Bemächtigungswünsche oder aber Gleichgültigkeit."

Diese wechselseitige Beziehung zwischen spontanem Reagieren und Bewusstmachen der

Reaktion, oder anders ausgedrückt, zwischen Genuss und kritischer Distanz, entspräche genau der Einstellung des idealen Hörers zur Musik. Aber sind die Besucher von Konzerten Neuer Musik, die Lokalpatrioten, Snobs, Stadträte, Kritiker oder selbst Komponisten, die idealen Hörer, bei denen Musik mehr auslöst als ein registrierendes "Aha"?

Wir müssen den idealen Hörer vielmehr unter den Menschen suchen, die nicht dem Spezialistenkreis Neuer Musik angehören. Wir können die musikalische Sprache dieser Menschen und somit auch ihr Verhältnis zur Umwelt nur sensibilisieren, wenn wir Stücke schreiben, die mit der Sprache der Gebrauchsmusik arbeiten, und sie so benützen, dass das Negative daran transparent wird, und zugleich neue Zusammenhänge des Musikalischen Geschaffen werden. Dieses Suchen nach neuen musikalischen Zusammenhängen mit fertigen Mustern wird Aspekte zu Gebieten öffnen, die wir noch nicht absehen können, die aber bestimmt mehr bewirken als die stagnierende Musiksprache unserer Konzerte Neuer Musik. Das Arbeiten mit den spezifischen Möglichkeiten und Verbreitungsmechanismen des Rundfunks ist ein Weg dahin.

Literatur: Siegfried Bernfeld,
über Faszination, Imago, 14,
1928

J.P. Moses, Die Stimme der Neu-
rose, G. Thieme, Stuttgart