

Kunst und Kommunikation

Schriften zur Kunstsoziologie und Massenkommunikation
Herausgegeben von Dr. jur. Alphons Silbermann F.I.A.L.
Sidney-Köln

Band 1

Dr. jur. Alphons Silbermann

Musik, Rundfunk und Hörer

Die soziologischen Aspekte der Musik am Rundfunk



Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Französische Originalausgabe
La musique, la radio et l'auditeur. Étude sociologique
© Springer Fachmedien Wiesbaden 1954
Ursprünglich erschienen bei Presses Universitaires de France. Paris 1954.

Das Buch wurde vom Institut de France preisgekrönt
1. deutsche Auflage 1959

ISBN 978-3-663-00798-2 ISBN 978-3-663-02711-9 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-663-02711-9

Alle Rechte für die deutsche Ausgabe
Westdeutscher Verlag · Köln und Opladen

Gesamtherstellung: Dr. Friedrich Middelhaue GmbH · Opladen

Gisèle Brelet in verehrungsvoller Freundschaft zugeeignet

Vorwort

Gegenüber der eintönigen Litanei der kulturkritischen Argumente, die jedes Mal ertönen, sowie in der Öffentlichkeit von den Problemen der Massenkommunikation wie Presse, Film, Rundfunk und Fernsehen gesprochen wird, wirkt es wie eine wahre Wohltat, wenn sich endlich ein Forscher diesen Fragen in unbefangener Weise zu nähern sucht, wie das *Alphons Silbermann* im vorliegenden Buche unternimmt. Eine solche Einstellung wird im übrigen um so positiver zu beurteilen sein, wenn der zentrale Gegenstand, um den es dabei geht, ausgerechnet der von „*Kunst und Kommunikation*“ ist, wie der programmatische Titel der Reihe heißt, die mit diesem Bande eingeleitet wird. Denn die erwähnten kulturkritischen Ergüsse pflegen sich allemal dann zu einem lauten Klagegeheul zu erheben, sowie nicht nur allgemein von den Mitteln der Massenkommunikation, ihrer Stellung und Funktion in der modernen Gesellschaft gesprochen, sondern das viel speziellere Problem ihrer Beziehung zur sogenannten „Kultur“ ins Auge gefaßt wird, wo doch vermeintlich allgemeine Übereinstimmung darüber zu herrschen scheint, daß sämtliche Mittel der Massenkommunikation ausschließlich der minderen Sphäre der „Zivilisation“ angehören. Gemeinhin folgt unmittelbar die Stereotype von der „Vermasung“, der die Kultur dabei unterworfen werden soll, womit dann im allgemeinen die Diskussion geschlossen wird, nachdem man bestenfalls noch ein paar Beispiele für den vermeintlichen Niedergang der Kultur angeführt hat, der durch den „Massenkonsum“ von Kulturgütern eingeleitet wird.

Die Einstellung der Soziologie ist grundsätzlich verschieden von dieser affektiven und von mancherlei klaren, aber noch mehr unklaren Vorurteilen durchzogenen Pseudotheorie, die im Grunde eine konkrete Erforschung der tatsächlich bestehenden Verhältnisse vollkommen verhindert. Schon lange ist nämlich diese Kulturkritik zu einer deklamatorischen, zu nichts verpflichtenden Phrase erstarrt, worüber weder die ständigen Beteuerungen ihres guten Willens, noch der erstrebten „Tiefe“ hinüberweghelfen. Das emphatische Gestammel nach Tiefe wird dadurch nicht bedeutungsreicher, daß man es wie von einer Gebetmühle immer wieder mechanisch herunterleiert. Bei realistischer Betrachtung der Lage, wie sie die Soziologie zu üben gewohnt ist, hat sich gewiß erwiesen, daß durch den heutigen Massenkonsum an Kulturgütern zahllose gewichtige Probleme angerührt werden;

gleichzeitig ist es aber nur zu einfach festzustellen, daß wir diesen echten Schwierigkeiten mit primärer Kulturkritik nicht beikommen können, weil sie in der Oberflächenebene eines mehr oder weniger privaten Affekts stecken bleibt. Wahre Kulturkritik kann erst dann beginnen, nachdem die Situation in ihrem sachlichen Gehalt erkannt worden ist. Die Meinung, man könne diesen sachlichen Gehalt aus der Kritik herausdestillieren, heißt im Grunde, den Pflug vor den Ochsen spannen.

Es liegt auf der Hand, daß der kulturkritische Affekt eine akute Zuspitzung erfahren muß, sowie es um den Massenkonsum von Musik am Radio geht. Das gilt insbesondere für Deutschland, wo man gemeinhin ergriffen die Augen zu schließen pflegt, sowie von Musik die Rede geht. Um so mehr bewundern wir den Mut von *Silbermann*, daß er sich die Sache keineswegs vereinfacht hat, sondern gelassen dem Drachen in den Schlund greift; denn nur da kann man eine exemplarische Analyse erwarten, so man sich an die Extremsituationen wagt. Damit wird ein Unternehmen fortgesetzt und wird hoffentlich zu den gleichen fruchtbaren Diskussionen Anlaß geben, wie es *Silbermann* mit dem von ihm hervorragend vorbereiteten und mit sachlicher Energie geleiteten internationalen Kongreß über „*Die soziologischen Aspekte der Musik am Radio*“ anbahnte, der vom 27. bis 30. Oktober 1954 in Paris stattfand und zahlreiche Initiativen auf diesem so heiklen Gebiete auslöste, das er heute auch in Deutschland zu diskutieren unternimmt. Wir können ein solches Beginnen nur begrüßen und hoffen, daß die weiteren Bände der Reihe „*Kunst und Kommunikation*“ endlich dazu beitragen werden, die so sehr benötigten Grundlagen für eine realistische Kultursoziologie zu legen.

René König

Inhalt

I. Aufgabe und Arbeitsplan	11
II. Vom Sinn und Unsinn der Musikstatistik	27
III. Vom Hörerverhalten und der Stille	39
IV. Konzept und Rahmen einer Kultursoziologie	52
V. Der Rundfunk ist eine „sozio-kulturelle Institution“	68
VI. Von den Funktionen der sozio-kulturellen Institution	81
1. Sammelfunktion. Musik am Rundfunk als Divertissements- und Amüsementsagens	86
2. Funktionen gegenüber den „Musikern“	91
a) Der Rundfunk ist Mäzen	91
b) Der Rundfunk ist Komponist	93
c) Der Rundfunk ist musikalischer Erzieher	95
d) Der Rundfunk ist Interpret	97
e) Der Rundfunk ist Musikologe	99
f) Der Rundfunk ist Impresario	99
g) Der Rundfunk ist Programmgestalter	101
h) Der Rundfunk ist Tontechniker	102
3. Funktion der musikalischen Penetration	104
4. Funktionen gegenüber Musik und Gesellschaft	109
a) Organisierte Kultur	109
b) Geschmackskontrolle	116
c) Funktionarismus	123
d) Direkte und erhoffte musikalische Erziehung	127
VII. Die Distanz und ihre Überbrückung	139
VIII. Kulturelle Homogenität	162
IX. Die Sonoritätsgruppen	166
X. Die Kulturtablelle	175
Literaturverzeichnis	201