

JIRÍ FUKAČ

FREIZEIT, MASSEN MEDIEN UND ÄSTHETISCHE KULTUR ALS ASPEKTE DER HEUTIGEN MUSIKERZIEHUNG

Sowohl unserer Autopsie als auch zahlreichen soziologischen Untersuchungen läßt sich die evidente Erkenntnis entnehmen, daß die Freizeit immer stärker durch die Konsumtion bzw. Rezeption dessen erfüllt wird, was die Massenmedien anbieten. Mit dieser anwachsenden Tendenz sollte sich verständlicherweise nicht nur die Pädagogik als Wissenschaft, sondern auch die erzieherische Praxis ernsthaft auseinandersetzen, jedoch nicht weniger evident als die erwogene Tendenz scheint die Tatsache zu sein, daß die in der Freizeit sich abspielende Auswirkung der Medien ein Phänomen darstellt, das von Erziehungspraktikern nur schwach und eher indirekt beeinflußt werden kann. Eben die Erfahrungen aus dem musikalischen Gebiet bestätigen dies sehr überzeugend. Bevor wir aber an die Analyse der Wechselwirkung „Massenmedien – Freizeit“ (bzw. an die Frage, ob es da effektivere pädagogische Interventionen überhaupt geben kann) herangehen, versuchen wir, auch das Ästhetische in Betracht zu ziehen, und zwar aus folgenden Gründen:

a) Vom Standpunkt der Ästhetik aus wird die sog. ästhetische Funktion angesichts des wahrnehmenden, reagierenden und wertenden menschlichen Subjekts unter spezifischen Umständen von beliebigen Objekten erfüllt (JÚZL – PROKOP 1989, 219 ff.), sodaß auch alle medialen Freizeitkomponenten mindestens potentiell ästhetisch fungieren können.

b) Diese Medien bringen intentional (manchmal mit einer klaren erzieherisch-bildenden Absicht; HIMMELWEIT 1958; VYMĚTAL – NUSSBERGER 1981) eine Menge von ästhetischen Impulsen dar, ja sie wurden zum wirksamsten Instrument der heutigen Distribution von Kunstprodukten, sodaß ein wesentlicher Teil der ästhetisch orientierten Rezeption eben in der Freizeit dank der medialen Auswirkung zustande kommt.

c) Die massenmediale Verbreitung aller (nicht allein der ästhetisch-künstlerischen) Informationen wird in solch einem Ausmaß spontan oder zielbewußt, naiv oder äußerst artifiziell ästhetisiert, daß die medialen Produktionstypen selbst als Kunstgattungen angesehen werden (vgl. ältere Versuche, bestimmte Gattungen der Literatur, Dramatik und Musik der Rundfunkspezifität

anzupassen, heutzutage die enge Verknüpfung der multimedialen Produktion mit audiovisuellen Medien, letzten Endes dann die „Kunstähnlichkeit“ fast aller Programmtypen im Fernsehen). Das durch die Medien dargebrachte Weltbild gleicht daher einer ästhetisierten, künstlerisch stilisierten und infolgedessen auch ziemlich „künstlichen“ Wiedergabe der Realität.

Es ist also unsere Absicht, so unterschiedliche Entitäten wie Freizeit, Medien, ästhetische Kultur und (Musik-)Pädagogik in ihren vielseitigen und dynamisch sich entwickelnden Wechselwirkungen zu erörtern. Eine terminologische Klärung der entsprechenden, semantisch mehr oder weniger belasteten Begriffswörter soll uns zuerst die Orientierung in diesem komplizierten Netzwerk von Sachverhalten und deren Beziehungen erleichtern.

* * *

Die Termini „Pädagogik“ – „Pädagog“ werden zwar weder fach-, noch umgangssprachlich eindeutig verwendet (FUKAČ – VEREŠ 1988, 9 ff.), hier bedürfen sie allerdings keiner gründlicheren Präzisierung. Die Pädagogik (egal ob die allgemeine, oder eine spezialisierte, wie z. B. die Musikpädagogik) läßt sich einfach als Erforschung erzieherisch-bildender Prozesse verstehen, der Pädagog dann als Subjekt, das solche Prozesse initiiert und zugleich – sozusagen als ihr erster Beobachter – eruieren kann: den beiden Instanzen sollte es auch darum gehen, was mit Kulturwerten (darunter den ästhetischen) in der Freizeit und in den Medien geschieht. Umso wichtiger scheint just von der pädagogischen Sicht her die Klärung der Termini „Freizeit“, „Medien“ und „(ästhetische) Kultur“ zu sein, die nicht einmal in der Fachkommunikation einheitlich gedeutet werden.

Der Terminus „Freizeit“ machte sich in der Wissenschaft erst in jener Situation geltend, wo es auf der Basis der Industriegesellschaft (bzw. später im postindustriellen Entwicklungsstadium) zur wesentlichen Verkürzung des Arbeitstages und zum Heranwachsen der allgemeinen Zugänglichkeit moderner Zivilisationserrungenschaften kam (DUMAZEDIER 1962; TOTI 1966; SELUCKÝ 1966). Das Phänomen selbst existierte jedoch früher. Im 17. und 18. Jahrhundert wurde z. B. der Müßiggang der niederen Schichten kritisch abgelehnt (FOUCAULT 1994, 43 – 52) und 1899 begann der amerikanische Soziologe Thorstein Veblen, die Freizeit der privilegierten „müßigen“ Klasse als historische wie aktuelle Erscheinung zu untersuchen (VEBLEN 1962; musikhistorische Deutungen bei BLAUKOPF 1982, 113 ff.). Heute ist es klar, daß die Freizeit nicht mechanisch mit der außerdienstlichen Zeit zu identifizieren ist (GRAZIA 1964; SOCIOLOGICKÝ SLOVNÍK 1970, 639 – 648), weil sie auch von Menschen verbracht wird, die am Arbeitsprozeß aus verschiedenen Gründen nicht teilnehmen (Jugend, Rentner, die Arbeitslosen, Mitglieder privilegierter Schichten u. ä.). Außerhalb der Arbeitszeit der Werktätigen sind dann zur Freizeit keineswegs die Weilen zu zählen, die für die Befriedigung biologisch-physiologischer Elementarbedürfnisse reserviert werden müssen. Als Freizeit lassen sich daher nur Zeitabschnitte (auch Phasen der außerdienstlichen Zeit) verstehen, in denen die Menschen vermittels der absichtlichen Erholung ihre Kräfte regenerieren, ihre Persönlichkeit aufgrund differenter Selbstrealisie-

rungsakte vervollkommen usw. Auf diese Art und Weise werden also sowohl innerliche Bedürfnisse als auch Bedürfnisse der eigenen Sozialisierung saturiert (freilich handelt es sich dabei um eine Art Sozialisierung, die unabhängig vom Beruf, ja „diesem zum Trotz“ erreicht wird). Den Inhalt der Freizeit machen also nicht solche Verhaltensweisen aus wie die simple Negation jedweder Aktivität oder eine stumpfe Passivität als Kompensation der durch Arbeit verursachten Erschöpfung. Die Deutungen der Freizeit sind umso vielfältiger, je ausdifferenzierter die in ihr zustande kommenden Gestalten der individuellen Selbstrealisierung werden. Außerdem muß man annehmen, daß die Grenzen des Phänomens unscharf und durchlässig sind:

– Zwar soll die Freizeit zu unserer Erholung und Regeneration beitragen, sie kann aber auch entwertet, ja negiert werden, z. B. eben durch Passivität oder Müßiggang.

– In der Freizeit kann man arbeiten, aber es muß sich um solche Tätigkeiten handeln, die den privat intimen Bedürfnissen entspringen, also mehr um das Hobby als um „job“. Auch aufgrund derartiger Leistungen will man zwar erfolgreich sein, nur sind da die Motivationen anders als im Fall des Erfolgs im Beruf. Wird allerdings jemand seine Profession als Hobby auffassen (anders ausgedrückt: wird diese zu seiner Leidenschaft), so verschwindet der Unterschied zwischen seiner Arbeits- und Freizeit. Im Bereich der Kunstaktivitäten läßt sich so das Geschehen im Spannungsfeld „Amateurismus – Professionalität“ erörtern.

– Oft dient die Freizeit der Selbstbildung. Falls aber solche Lernprozesse den Charakter eines intentionalen pädagogischen (z. B. des konsequenten autodidaktischen) Verfahrens gewinnen, handelt es sich um die Vorwegnahme oder Profilierung der professionellen Orientierung und die dazu dienenden Zeitkapazitäten sind nicht mehr als echte Freizeit zu verstehen.

Selbstverständlich wird die Freizeit bei einzelnen Individuen wie Gruppen verschiedenartig quantitativ und qualitativ strukturiert: die maßgebende Rolle spielen da Faktoren wie Geschlecht, Alter, Beruf, Beziehung zum Arbeitsprozeß, Ausbildungsstufe usw., vor allem dann die Kombination aller derartigen Momente.

Was den Terminus „Medium“ angeht, so hängt er etymologisch mit dem lateinischen Adjektiv „medium“ (= Milieu) zusammen, aus dem auch das Zeitwort „mediare“ (= vermitteln) entstanden ist. Als Medium darf also eine Entität angesehen werden, die sich „in der Mitte“ als Vermittlungsfaktor befindet. Das wissenschaftliche Interesse um diese Problematik wurde durch den Werdegang der kommunikationsbezogenen Massenmedien des 20. Jahrhunderts hervorgerufen, wenn wir auch heutzutage wissen, daß analoge Funktionen bereits von der Presse und dem Buchdruck – natürlich nicht so massenhaft – erfüllt wurden. Im allgemeinen lassen sich natürlich die Medien viel breiter auffassen: so hält Marshall McLuhan für sie auch materielle Instrumente und Verkehrsmittel, letzten Endes dann alles, was den Menschen (seinen Geist und Körper) mit seinem Ambiente verbindet und als Extension unserer von der Natur eingeschränk-

ten Existenz auftritt; es kommt dabei zur Wechselwirkung zwischen Subjekt und Umgebung (McLUHAN 1965). Die engere Auffassung der sog. Kommunikationsmedien geht davon aus, daß als Medien differente (vor allem semantische) Mitteilungssysteme oder -akte auftreten (beispielsweise die Sprache als *langue* und *parole*), darüber hinaus dann auch alle Mittel, dank denen die in diesen Systemen encodierten Botschaften übergeben werden (schriftliche Fixierung sprachlicher Äußerungen, Vermittlung geschriebener wie gesprochener Texte durch Presse, Rundfunk und Fernsehen usw.; anstatt der Sprache kann man sich auch andere Äußerungen vorstellen, z. B. Musik, visuelle Gesten oder Aktionen, Kombinationen differenter Mitteilungssysteme u. ä.; CASIMIR 1991, 92). Die dem interpersonellen Kontakt dienenden Medien (und freilich auch Medien solcher Medien, also metamediale Vorgänge) werden immer stärker vergesellschaftet (sozialisiert). Und je komplizierter die Gesellschaftsstruktur ist, umso massenhafter wird die Auswirkung solcher Medien. Mediale Mechanismen und Vorgänge häufen sich immer massiver an (z. B. durch Reproduktionsverfahren, die schon für den Buchdruck und die Verbreitung der bildenden Kunst oder der Kinematographie typisch waren; BENJAMIN 1963). Sie werden auch stark typisiert, standardisiert und technisch perfektioniert, damit ihre Wirkung ganz allgemein wäre: als Beispiele können nicht nur Rundfunk und Fernsehen erwähnt werden, sondern auch die Massen(re)produktion und -distribution von Trägern audieller, visueller und audiovisueller Aufnahmen bzw. Aufzeichnungen (Film, Schallplatte, Kasette), als aktuellste Formen dann das Fax bzw. die der Kommunikation dienende Computer-Vernetzung usw. So wird die Massenkommunikation wirklich global (VYMAZAL 1989; BRZEZINSKI 1993, 57; PÁCL 1993).

Die Wechselwirkung zwischen Massenmedien und deren Benützern verursacht, daß auch die Lebensweise der gesamten Population immer stärker typisiert, standardisiert, technisiert und darüber hinaus auch durchorganisierter wird, und zwar relativ unabhängig von kommunizierten Inhalten. Es erhebt sich also die Frage, ob es sich in diesem Fall wirklich noch um die unmittelbare Kommunikation handelt, oder eher um ihren „künstlichen“ Ersatz. Der Sender (Autor) der Botschaft ist nämlich keineswegs im direkten Kontakt mit der Masse der Empfänger. Zwischen den beiden Polen der Kommunikationskette entsteht kein echter „Dialog“ und vollwertiger Rückkoppelungseffekt: im Gegenteil kommt es dort zu einer früher undenkbaren Anhäufung von zahlreichen Vermittlungsfaktoren, die sogar selbst als Ersatzbotschaften wirken können. Bernd Schwarze charakterisiert – und zwar mit vollem Recht – die technischen Kommunikationsmedien folgendermaßen: „Seit Marshall McLuhan wissen wir, daß sie nicht nur Übermittler, sondern auch selbst Botschaften sind. Die Medien sind Garanten einer jederzeit reproduzierbaren Präsenz des Anderen in unserer Wirklichkeit“ (SCHWARZE 1994, 121). Der Strom der gesendeten Informationen wird zwar immer breiter, kommunikative Verhaltensmuster der Empfänger werden aber relativ eingengter, simpler und typisierter (im Sinne einer Standardisierung), ja entpersönlicht und flach, was den Sender etwa so beeinflusst, daß er mit solchen Auswirkungen rechnet und sogar den Empfänger derartig

manipulieren kann. Die Manipulation kann u. a. darin bestehen, daß „natürliche“ Situationen mittels der technischen Bearbeitung findig vorge-täuscht werden (siehe z. B. Illusionen einer „live“-Aufnahme im Tonstudio usw.; STRUTHERS 1987, 246 ff.). Durch die Wirkung der Massenmedien wird also die Population gewissermaßen aktiviert, zugleich aber zu einer spezifischen Passivität erzogen, indem der Mensch letzten Endes von dem so vermittelten Informationsangebot ganz abhängig wird.

Eine immense semantische Streuung gibt es um den Ausdruck „Kultur“ her-um, wo es mehr als 300 Definitionen bzw. Auffassungen wissenschaftlichen Charakters gibt (SOCIOLOGICKÝ SLOVNÍK 1970, 179 – 183). Prinzipiell sind allerdings für die Kultur schon seit der Antike Erscheinungen zu halten, die von den Menschen erzeugt oder gepflegt („kultiviert“) werden, sodaß Kultur als Gegenpol der Natur auftritt. Oft wird die Kultur auch als Inbegriff von allen Entitäten verstanden, die den gegebenen Populationstyp ausmachen: es geht z. B. um die vorhandenen Verhaltensmuster, das tradierte System materieller wie geistiger Sachverhalte (darunter auch der Medien) u. ä. (manchmal verwechselt man dabei die Begriffswörter „Kultur“ – „Zivilisation“). In den kompliziert strukturierten und kommunikationsoffenen Gesellschaften, für die der Massen-charakter kennzeichnend ist, entsteht dann die auf der Massenkommunikation und den entsprechenden Medien beruhende Massenkultur (KLOSKOWSKA 1967; SOCIOLOGICKÝ SLOVNÍK 1970, 227 f.; GUREVITCH 1990). Wäh-rend die Wissenschaft, besonders die Soziologie, den Kulturbegriff so allgemein auffaßt, neigt unser Sprachgefühl zu einer engeren Deutung: als Kultur wird meistens das geistige Leben, manchmal auch das Ensemble von funktional und axiologisch außergewöhnlichen Sachverhalten bezeichnet, also eher Kunst als Technik oder Wissenschaft, eher das Festliche als das Alltägliche, eher Unter-haltung oder Spiel als Arbeitsprozeß etc. (siehe die Kompetenz der Kulturmini-sterien!). Man verknüpft einfach den Kulturbegriff instinktiv mit der Vorstel-lung „höherer“ oder „subtilerer“ Werte, vor allem der ästhetischen, d. h. mit dem Bewußtsein, daß der wahre Sinn des menschlichen Handelns und Tuns in solchen Tätigkeiten zum Vorschein kommt, die relativ unabhängig von Utilita-rismus und dessen Folgen sind (BUBNER 1989, 143 ff.). Man kann daher be-haupten, daß zur markantesten Schicht der Kultur „erlesene“, als ästhetische Werte auftretende Phänomene werden.

* * *

Im Lichte dieser terminologisch-kritischen Exkursion versuchen wir nun auf die kulturelle Funktion bzw. auch Dysfunktion der in der Freizeit wirkenden Medien einzugehen.

a) Für die Hauptfunktion der Kommunikation sowie auch der Medien (solcher, die dem Kommunizieren dienen, aber auch aller anderen – McLUHAN 1965) ist die Formung bzw. Förderung der menschlichen Identität zu halten. Dank dieser Funktion hat sich der Mensch von der Natur emanzipiert: Kom-munikation und Medien waren also seit jeher ein kulturbildender Faktor und

zugleich ein wichtiger Teil der Kultur selbst, indem sie geschichtlich die Entwicklung der materiellen wie geistigen Produktion aller Individuen und Gesellschaften gewährleisteten. Es ist auch anzunehmen, daß in den hochentwickelten Gesellschaftsorganismen, wo man verschiedene, die Kommunikation zwischen einzelnen Gruppen oder Schichten blockierende Barrieren beseitigt und so das Niveau einer offenen Gesellschaft (z. B. der modernen liberalen Gesellschaft euroamerikanischen Typus) erreicht hat, die Massenkommunikation und darüber hinaus auch die auf Kommunikationsmedien beruhende Massenkultur entsteht.

b) Der Kommunikation und ihren Medien fällt die Schlüsselrolle auch in der Entwicklung der geistigen Kultur zu, wo es zur Konzentration höherer Wertansprüchen kommt. Just in dieser Sphäre wird auch die sonst allgegenwärtige ästhetische Funktion immens intensiviert, die vor allem mit der Überlieferung der in Zeichensystemen der Kunst encodierten Informationen verknüpft ist, bzw. mit Medien als entsprechenden Überlieferungsmechanismen.

c) Funktional wird die Kommunikation samt ihren Medien an unterschiedliche Aktivitäten gebunden: u. a. lassen sich da Polaritäten erwähnen wie individuell – vergesellschaftet, utilitätsbezweckt – „lukrativ entzweckt“, pflichtmäßig – „freiwillig“ usw. Offensichtlich eben auf dem Pol, der durch die mit Führungszeichen versehenen Ausdrücke charakterisierbar ist, bildet sich historisch sowohl die ästhetische Kultur als auch das Freizeit-Phänomen heraus, wobei eben diese Zeitkapazität für die meisten Leute die Hauptdomäne der Rezeption und teilweise auch der Produktion ästhetischer Werte bedeutet. Und weil auf die heranwachsende Freizeit immer stärker die Massenmedien einwirken, werden 1) diese zum Hauptinstrument der Ästhetisierung des Lebens, zur wichtigsten Präsentationsform des Ästhetischen und zur maßgebendsten Repräsentation der ästhetischen Qualität des Daseins, 2) die Freizeitkapazitäten selbst dann zum relevantesten Schauplatz jener Ästhetisierungsvorgänge.

Die Freizeit ist zweifellos für eine Sphäre zu halten, wo sich die Kultur spezifisch „veredelt“ und ästhetisiert (VEBLEN 1962). Erst dank ihrer Entstehung (zuerst hauptsächlich bei den von der Arbeitsbelastung befreiten „höheren“ Schichten) haben sich adäquate Rezeptionszutritte zu den als Kunst fungierenden Gipfelleistungen der ästhetischen Kreativität herausbilden können, zu Produkten also, die von funktional-heteronomen Bindungen losgelöst sind und darüber hinaus scheinen, ihren Zweck in sich selbst zu haben (in der älteren Musikgeschichte sind soziologische Determinierungen der Rezeption anspruchsvoller Produkte durch Freizeitmomente irgendwie terminologisch zum Ausdruck gebracht worden mittels Benennungen wie „ars subtilior“, „musica reservata“, letzten Endes dann auch „Kammermusik“ – hier im Sinne einer vom Kontext der Kirche oder des Theaters emanzipierten Produktions- und Rezeptionsangelegenheit). Nur außerhalb der Arbeit konnte sich auch die menschliche, stark ästhetisch motivierte Neigung zum Spielen emanzipieren (die Kinderaktivitäten sind eben deshalb so spielerisch, weil das Kind in einer spezifischen Freizeitzone lebt). Und lediglich in der Freizeit läßt sich der ewige menschliche Bedarf an Unterhaltung vollkommen befriedigen. Kunst, Spiel und Unterhaltung sind dann

wichtige, ja determinierende Teile jeder historisch entstandenen ästhetischen Kultur, also auch der, die in der Massengesellschaft entsteht. Nichtsdestoweiger eben in der Massengesellschaft beginnt die Beschaffenheit, Funktion, Hierarchie und Wechselbeziehung der erwogenen Entitäten sich grundsätzlich zu ändern.

Einerseits gibt es da große Chancen: der von modernen Medien getragenen Massenkommunikation ist das wachsende Angebot aller Werte zu verdanken (schließlich steht fast alles – auch aus dem Bereich der ästhetischen Produktion – überall und immer jedem potentiellen Interessenten zur Verfügung) und in der Massengesellschaft (bzw. -kultur) wird die Freizeit jedem Individuum in ständig wachsenden Maß gegönnt. Durch die Verquickung der beiden Tendenzen wird verursacht, daß die Massenmedien einen wesentlichen Teil der Freizeit erfüllen, wo sie unser Bedürfnis saturieren, ästhetische Impulse zu rezipieren, sich über Spiel und Unterhaltung zu freuen usw. Auch der Selbstbildung wird da ein großer Raum vorbehalten und noch nie wurde der Weg zur Aneignung ästhetisch-künstlerischer Werte so breit wie im massenmedialen Kontext. Jeder kann diesem universalen Angebot ganz frei und durchaus individuell gerade das entnehmen, wonach er sich sehnt.

Und was geschieht andererseits? Schon die Elementarsituation, wo ich dank den Massenmedien in der individuell verbrachten Freizeit aus dem universalen Angebot bestimmte Werte frei wähle, ist leicht manipulierbar. In der totalitären Gesellschaft, der nicht abzusprechen ist, daß auch ihr der Massencharakter irgendwie eigen sei, wird dies absichtlich und grob praktiziert (eingeschränktes Angebot, Verbot bzw. technische Störung der Wirkung fremder Massenmedien, tendenziöse Ideologisierung des Medial-Dargebrachten), aber auch in der offenen Gesellschaft läßt sich der Rezipient sehr raffiniert manipulieren, beispielsweise eben durch die Uferlosigkeit des Angebots, sodaß die Freiheit der Auswahl zu einer Illusion wird, die man als „toleranten Überfluß“ charakterisieren kann (BRZEZINSKI 1993, 75). Natürlich kann man da Widerstand leisten: unter allen Umständen rein individuell und in der freien Gesellschaft auch politisch öffentlich. Nicht zu beseitigen ist aber das, was durch die „manipulative“ Natur der massenmedialen Kommunikation selbst gegeben wird, d. h. die Folge des gegenseitigen Dysfungierens von Kommunikation, Medien und Kultur. Ich wähle mir also etwas aus dem reichen Angebot, meine Chance, auf dessen Formung einzuwirken, ist aber klein und indirekt; die alternative Auswahl, ja der Umgang mit den technischen Medien selbst aktivieren mich zwar, meine Teilnahme an der Massenkommunikation ist aber nur eine rezeptive; wie reich auch das Angebotene sein mag, gleicht meine Rezeption der passiven Konsumtion, wenn es auf Stereotypen beruht; ich perzipiere (höre zu, sehe, lese usw.) zwar individuell (ja, in Einsamkeit), der Charakter des Angebots zwingt mich aber, auch meine intimsten Weilen massenkulturellen Mustern anzupassen (so wie es in demselben Moment Millionen von Rezipienten beliebiger ästhetischer Standardprodukte tun); das mediale Angebot erfüllt einen großen Teil meiner Freizeit (schon vor Jahrzehnten ging es fast um ein Viertel der nicht verschlafenen

Zeitkapazität, wobei heute nebst der Einwirkung des Rundfunks und Fernsehens noch die Beschäftigung mit der sonstigen medialen Heimelektronik eine immense Rolle spielt; BLAUKOPF – RAUHE 1994, 92), dadurch wird aber meine Chance blockiert, sich anderen Tätigkeiten zu widmen und aktiv zu sein. Im Fernsehen werden Spiele (Sport, Quiz usw.) bzw. Unterhaltungsformen vorgeführt: kaum muß man also selbst spielerisch sein, sich mit jemandem unterhalten usw. Jeder von uns kennt solche Zustände aus der eigenen Erfahrung, die älteren Generationen haben sogar in den 50er und 60er Jahren jene große Umwälzung miterlebt, die durch das Auftachen des Fernsehens als neuer attraktiven Unterhaltungsform hervorgerufen und als Unterbrechung der Kontinuität der Überlieferung von Traditionen und Wertsystemen empfunden wurde (BRZEZINSKI 1993, 113). Soll die geschilderte Situation optimistisch, neutral oder pessimistisch gewertet werden?

* * *

Das Leben geht weiter und mit dem beschriebenen Netzwerk verhält es sich mindestens ambivalent. Die Massenmedien verbreiten die Bildung, zugleich verursachen sie aber just in den fortgeschrittenen Ländern das Anwachsen des sog. Kulturalphabetentums. Die Freizeit als immer wichtigere Komponente des Privatlebens wird durch die Wirkung der Medien sowohl bereichert als auch verarmt und verflacht. Das seit dem 19. Jahrhundert sich vollziehende und bereits durch Medien wie Presse, Rundfunk, Film und Schallplatte beschleunigte Anwachsen der allgemeinen Bildung rief eine immense Politisierung der Massen hervor (BRZEZINSKI 1993, 57 f.), die allerdings sowohl zur Stärkung der Demokratie als auch zur Förderung totalitärer und fundamentalistischer (z. B. nationalistischer) Bewegungen beitrug. Und in der Ära der allmächtigen Radiophonie, später auch des Fernsehens, kommt es sogar dazu, daß die reale Teilnahme am politischen Geschehen spezifisch ersetzt wird: um 1950 wurde dank den Forschern aus der Columbia University (Office of Radio) die narkotisierende Funktion der Massenmedien entdeckt, die verursacht, daß diese Teilnahme mit der bloßen Verfolgung jener massenmedial präsentierten Geschehnisse verwechselt wird (BEK 1993, 79). Anders ausgedrückt: ich verfolge die durch Medien dargebotene Politik in meiner Freizeit, wo die Befriedigung des Bedürfnisses „dabei zu sein“ der Saturation des Bedarfs an Unterhaltung gleicht – dadurch wird aber mein Willen öffentlich zu handeln geschwächt. Und weil im Programm der Medien Sachverhalte wie Politik, Spiel, Unterhaltung und Kunst fast in derselben Ebene präsentiert werden, wobei diese Präsentationsart alle Informationen gewissermaßen ästhetisiert (bzw. selbst als ästhetische Botschaft auftritt – SCHWARZE 1994, 121), kommt uns auch das ernsthafte politische Geschehen genauso vor wie Spiel, Unterhaltung oder Artefakt (siehe Erfahrungen aus der Fernsehübertragung des Kriegs im Persischen Golf!).

Ambivalent verhalten sich die Medien auch gegenüber dem durch Kunst, Spiel und Unterhaltung ausgemachten Kern der ästhetischen Kultur, soweit diese in der Freizeit rezipiert wird. Jedes neue Medium, z. B. Film, technische Tonaufnahme, Rundfunk und Fernsehen, wurde zwar bald nach seiner Entstehung

zugunsten der Präsentation des Kunstschaffens ausgenutzt (oder ermöglichte den Werdegang neuer spezifisch medialer Gattungen der Kunstproduktion), größtenteils begann es aber der unterhaltenden Massenkultur (bzw. Unterhaltungsindustrie) dienen (HALL 1970): die Proportion wird etwa als 1:9 angegeben – freilich zugunsten der Unterhaltungsproduktion (so verhält es sich nicht nur mit dem Angebot von E- und U-Musik, sondern auch mit der Produktion und Distribution der audiovisuellen Produkten vom Typus Videoart und Videoclip). Ähnlich wie im Fall der Politik beginnen wir außerdem auch die primär außerhalb der Medien entstandenen, jedoch mittels dieser präsentierten Kunstwerte überwiegend oder ausschließlich durch „mediale Optik“ anzusehen. Diese Tendenz haben schon die Vertreter der Frankfurter Schule scharf kritisiert: die Massenkultur wurde als Kulturindustrie verstanden, zu deren Aufgabe die betrügerische Manipulierung (bzw. Integration „von oben“) der Konsumenten wird, man sprach über den Fetisch-Charakter des Kulturkonsums und die durch den Einfluß der Medien verursachte Regression der Sinne (man könnte dies auch so erweitern, daß man über den Verlust des inneren Sinns für höhere Werte sprechen würde), schließlich konstatierte man, daß zwar Kunst und Unterhaltung nicht einander ausschließen, jedoch unter den Bedingungen der Massenkultur in einer perversierten Weise schwimmen (HORKHEIMER – ADORNO 1988, 128 f.; BEK 1993, 74 f.). Andere Schulen bzw. Autoren setzen wieder voraus, daß es im Interesse der Medien und ihrer Wirksamkeit ist, nach einer Selektion der präsentierten Kulturprodukte zu streben, sodaß sich dort der sog. „Effekt des axiologisch geringsten (sprich: niedrigsten) gemeinsamen Nenners“ einstellt. Gegenwärtig wird die Lage nicht so pessimistisch beurteilt, indem man konstatiert, daß in der Massenkultur letzten Endes doch günstigere Alternativen der höheren Kulturpräsentation entstehen und daß die Pluralität nicht nur zur kommerziellen Unifikation, sondern auch zur Differenziertheit der Population nach ästhetischen Interesse-Kriterien führt. Für die natürliche Ausdifferenzierung der postindustriellen Gesellschaft sind sogar nicht mehr die traditionellen sozialen Unterschiede am maßgebendsten, sondern die sog. „taste cultures“ (auch „Teilkulturen“) und „culture classes“, die sich ziemlich leicht im Bereich der populären Musik feststellen lassen (LEWIS 1977; BEK 1993, 79 f.). Und wird die soziale Schichtung vor allem durch die Rolle der Individuen im Arbeitsprozeß determiniert, so hängt die Angehörigkeit zu einer „Kulturklasse“ viel eher, ja vor allem von der Verhaltensweise ab, die sich während der Freizeit durch die Konsumtion/Rezeption bestimmter Kulturprodukte herauskristallisiert. Am neuesten werden dann sogar merkliche Vereinheitlichungstendenzen zur Kenntnis genommen: die Identifizierung der Jugend mit bestimmten medialen oder Massenpräsentationen der Popkultur (mit dominanten Rolle der Musik) scheint z. B. die Rolle einer neuen (altneuen?) Weltreligion zu spielen (SCHWARZE 1994). Die Wirkung der Medien sowie auch die Rolle der Freizeit im Leben der heutigen Population läßt sich also sowohl kritisch als auch positiv beurteilen.

In Bezug auf die ästhetische Kultur tauchen da dennoch mehrere Probleme auf. Die Theorie der Postmoderne spricht z. B. vom Problem der sog. „Anästhe-

tik“ (im Sinne des Anästhetischen; WELSCH 1990). Das Ästhetische kann ganz allgemein als jenes Verhältnis gedeutet werden, welches dadurch entsteht, daß die menschlichen Sinne samt der komplexen psychischen Struktur wertend auf Impulse reagieren, die die ganze Realität dem Menschen anbietet. Anästhetisch verhält sich ein Mensch, wenn er eben nicht so reagiert. Normalerweise geraten wir in diese Lage, wenn unser Organismus erschöpft ist, wenn wir psychisch überlastet oder von der (Um-)Welt abgeschnitten sind usw. In der Massenkultur gibt es allerdings einen Überfluß an ästhetischen Impulsen und die Medien selbst treten nicht nur als ästhetisierte Objekte, sondern auch als wirksame ästhetische Ersatzbotschaften auf. Die „Schönheit der Welt“ wird somit durch Medien reproduziert, simuliert, verstärkt und manchmal auch weiter „verschönert“. Unsere ästhetische Erwartung wird infolge dieser Überdosierung gedämpft. Es kann dann leicht passieren, daß z. B. ein Tourist, der eine attraktive Landschaft vielmals dank Medien zu bewundern wußte, im Moment der Konfrontation mit der eigentlichen Realität enttäuscht ist. Aus der Konfrontation „Realität – ihr mediales Anderssein“ ergibt sich also die individuell wie gesellschaftlich vorkommende sensuell-ästhetische Abgestumpftheit. Dies läßt sich übrigens auch als Ergebnis dessen erklären, daß man gegen die Ausbalancierung der neurophysiologischen Vermaschung von einfachen sensorischen und komplexen kognitiven Rezeptionsvorgänge verbrochen hat, und zwar sowohl durchs Angebot überinformativer musikalischer Stimuli (vor allem quantitativ) als auch mittels eines für die typisierte Medienkultur charakteristischen Reizunterangebots (im Sinne von Nichtvorhandensein qualitativ höherer Impulse; näher siehe CASIMIR 1991, 139). Die ästhetische Beziehung zur Welt aufs Neue erreichen heißt dann die abgestumpfte Sensualität neu erwecken, was – wieder dank Medien – durch das wachsende Angebot von neuen, stärkeren und sehr aggressiven Impulsen gewährleistet wird. Das „Hyperästhetische“ stellt sich ein als wachsende Lautstärke der Rock-Musik, visuelle Aggressivität des Videoclips, thematisierte Gewalt in „actions“ usw. Und wenn wir auf diesen neuen Überfluß von Überästhetischen positiv reagieren, ähnelt diese Attitüde in gewisser Hinsicht der Abhängigkeit von Drogen (HASELAUER 1986; RÖSING 1991), denn das Einzige, was unsere ästhetischen Gefühle erwecken kann, die Steigerung der sensuellen Sensation ist. Natürlich kann man auf diese Weise auch massenhafte Vorgänge hervorrufen, einige universale, durch die europäische moderne Kultur unterdrückte oder unterbewußt gewordene Bedürfnisse wirksam befriedigen, ja vereinheitlichende „Weltreligionen“ schaffen. Nur soll man dabei das in Betracht nehmen, was Elias Canetti durch seine Typologien des Masse-Begriffs just hinsichtlich der ästhetischen Kultur (einschließlich der Musik) zu konstatieren wußte: der Mensch reagiert zwar auf die Musik durch die Wahl aktiver Verhaltensweisen, z. B. orgiastisch, sobald aber zum Perzipienten die Masse wird, äußert sich die Macht der Musik vielmehr so, daß die Verhaltensweisen regulierter, in diesem Sinne passiver und der als Symbol auf-tredenden Macht unterworfen werden. Am Beispiel des Theaters läßt sich sogar zeigen, daß je lauter die Aktivität des Apparates ist, umso stiller benehmen sich die Besucher. Die Gestalt des Dirigenten in der Musik fasziniert dann die

Masse so merklich, daß sie sich mit ihm als einer symbolisierten Machtstruktur submissiv identifiziert (CANETTI 1994). Theater und Dirigent sind da sicherlich als Medien anzusehen. Können wir uns überhaupt vorstellen, wie gravierend die Verhaltensweisen der Mitglieder einer Massengesellschaft durch die Funktion der massenmedialen und technisch überperfektionierten Entitäten beeinflusst werden, durch die der Kontakt der Population mit der Musik heutzutage zustande kommt?

* * *

Es fragt sich nun, welche Aufgaben unter den beschriebenen Umständen der pädagogischen (und konkret musikerzieherischen) Aktivität neu hinzukommen können. Die Auswirkungen der Massenkultur beherrschen und gewissermaßen auch vereinheitlichen die Menschheit. Die Beseitigung der vorhandenen Dysfunktionen wäre nur durch die totale Ablehnung des massenkulturellen Phänomens erreichbar, was rein utopisch ist, weil man nicht auf positive Sendungen der massenmedial realisierten menschlichen Kommunikation verzichten kann. Es ist übrigens auffallend, daß man die Vorteile jenes Zustandes zu positiven Zwecken im Arbeitsprozeß und in allen pragmatischen Aktivitätsbereichen auszunützen weiß, während als Sphäre, wo es dysfungiert, vor allem die Freizeit zu halten ist, in der sich individuell kulturelle Bewußtseinsinhalte und Muster des kulturellen Verhaltens profilieren. Wenn man also die Verbesserung der jetzigen und/oder künftigen Lage erreichen will, soll man eben mit einer qualitativ funktionalen Umgestaltung der Freizeitzone beginnen. In den Vereinigten Staaten, wo die Massenkultur am frühesten und markantesten ihr ausgereiftes Paradigma erreicht hat, wird von manchen kritisch denkenden Forschern oder Praktikern (z. B. Politikern, zu denen der erwähnte Brzezinski zu zählen ist) der Nachdruck auf die sog. Ethik der Medien gelegt. Allzu wirksam sind allerdings solche moralistischen Appelle nicht. In der offenen demokratischen Gesellschaft ist es übrigens kaum vorstellbar, den Inhalt der Kultur sowie auch die Formen ihrer Einwirkungen auf die Freizeit der freien Bürger regulativ im Namen politisch-rechtlicher normativer Forderungen „von oben“ zu gestalten. Es lassen sich nur Konzepte entwickeln, die – von der These ausgehend, die Marktwirtschaft sei in Verbindung mit totalitären Tendenzen durchaus denkbar – bestimmte Marktkorrekturen und Optimalisierungen des medialen Angebots durchsetzen möchten (BLAUKOPF – RAUHE 1994, 93 ff.). Letzten Endes ist es aber jedes einzelne menschliche Subjekt selbst, das die Chance hat, seine Freizeit zu optimalisieren, und zwar so, daß es sich selbst „verbessert“. Und die einzig relevante Hilfsleistung kann allen Individuen der pädagogische Vorgang jeder Art anbieten, d. h. die gesellschaftlich legitime Vorbereitung jedes Einzelnen auf die spätere individuelle Aneignung von Kulturwerten. Die Frage ist, wie und wann man solche erzieherischen Einwirkungen geltend machen soll.

Was dieses WIE angeht, so lassen sich folgende Tatsachen erwähnen:

- Die Kommunikationsmedien an sich sind nicht kulturfeindlich. Sogar trugen sie eben im Moment, wo sie den Massencharakter gewannen, wesentlich

zur Verbreitung der „ernsten“ wie der „Unterhaltungs“-Kultur bei und darüber hinaus zum Aufschwung der Kunstproduktion und -rezeption bei (so schon im Fall des Buchdrucks). Für ihre kulturellen Dysfunktionen ist eher die massenhafte Konsumgesellschaft verantwortlich.

- Die Medien dienen und dienen als Instrument der in der Freizeit realisierbaren kulturellen Selbstbildung, ja auch der ästhetischen kunstorientierten Erziehung und wurden hie und da erfolgreich sogar in die schulisch institutionalisierten Unterrichts- und Lernprozesse involviert (Spezialprogramme in Rundfunk und Fernsehen, Anwendung technischer, heute vor allem audiovisueller Medien im Unterricht usw.). Die Medienforscher erwarteten zwar (konkret noch in den 50er Jahren hinsichtlich des damals neuen Fernsehens) von der erzieherischen Funktion der Medien mehr, als sich aus der Praxis ergeben konnte (dazu siehe HIMMELWEIT 1958), es besteht aber kein Grund dafür, die potentiellen Chancen auf diesem Gebiet zu unterschätzen.

Dennoch sind die Massenmedien selbst kaum imstande, die Folgen ihres Dysfunktionsens zu beseitigen, weil die Massengesellschaft ihre Verhaltensmuster hartnäckig reproduziert und von Medien eben das bestellt, was ihr von dort aus stets – und immer reicher – geliefert wird, einschließlich der heute so gewünschten hyperästhetischen Impulse. Der Pädagog kann die Beschaffenheit der Medienwirkung kaum ändern, inhaltlich vielleicht nur so, daß er – ebenfalls hartnäckig – von Medien Programme bestellt, die pädagogisch anwendbar sind. Was aber außerhalb des intentionalen und schulisch institutionalisierten Erziehungsprozesses liegt (vor allem die Einwirkung medialer kultureller Impulse auf die Freizeit), ist von ihm kaum beeinflussbar: just in diesem breiten Terrain verwirklicht sich aber permanent die sog. funktionale Erziehung (FUKAČ – VEREŠ 1988, 72; auch FUKAČ 1992), d. h. die meistens spontan und unterbewußt verlaufende Formung des Subjekts, welches sich dem Charakter der Umgebung anpaßt. Und diese Umgebung ist heute von massenmedialen Impulsen durchdrungen.

Zwar ähnelt die geschilderte Situation einem Teufelkreis, zugleich ahnen wir schon aber, wie die Frage nach jenem WANN zu beantworten wäre. Die Medien „erziehen“ uns ästhetisch, soweit wir sie verfolgen und ihnen ästhetische Anregungen entnehmen, was meistens in der Freizeit geschieht. Heutzutage ist es eben dort überdies mit hyperästhetischen Impulsen zu rechnen, d. h. auch mit den „anästhetisierenden“ Folgen. Soll der Pädagog das sich formende Subjekt überhaupt irgendwie beeinflussen, so muß dies antizipierend geschehen (oder zumindest gestartet werden), d. h. noch vor dem Moment, wo das Subjekt beginnt, sich dem medialen Ambiente selbständig und „definitiv“ anzupassen. Die Erzieher, seien es Lehrer oder Eltern, kommen freilich immer irgendwie spät: durch die Wirkung der Medien werden heute schon ganz kleine Kinder geformt. Bis zu einem gewissen Zeitpunkt (sagen wir zur Phase, wo sich junge Leute der spezifischen teenager-Kultur massiv anpassen) ist es aber nie spät, diese Formung pädagogisch wirksam zu beeinflussen. Die Didaktik der ästhetisch-erzieherischen Unterrichtsgegenstände in Deutschland hat schon seit 1971 den Lehrern empfohlen, an die Existenz und Funktion neuer elektronischen Medien

aktiv heranzugehen. Nicht nur – um über Musikerziehung zu sprechen – elementartheoretische oder historisierende Zutritte, sondern auch Fragen der individuellen kritischen Wertung und aktive Handhabung der vorhandenen technischen Mittel in der Freizeit sollten so früh wie möglich und auf einem soliden Niveau reflektiert werden (als Beweis kann uns die bei Bärenreiter schon 1971 edierte Publikation *Musik aktuell. Informationen, Dokumente, Aufgaben* dienen). Heute sollte man die damaligen Konzepte durch die Problematik ergänzen, die mit der massiven Expansion der Computer-Technik in beliebige Kommunikationsprozesse und ästhetische Aktivitäten (auch die der Jugendlichen) gegeben wird. Jeder Umgang mit den bisherigen, zugunsten der Kunst ausnutzbaren technischen Medien stellte pädagogisch angesehen einen erzieherischen Vorgang dar, dank dem die angeeignete technische Aktivität zum Ausweg rezeptiver ästhetischer Verhaltensweisen wurde. Die Computertechnik (verknüpft mit weiteren Mitteln) bringt allerdings in die Behandlung des Ästhetischen kreativere Momente hinein. Die aktive Verhaltensweise eines jungen Subjekts im Bereich der Auswahl von medial vermittelten ästhetischen Impulsen soll dann auf einer betonten Pluralität von Wahrnehmungsstrategien und kritischen Zutritten zum Angebot beruhen.

Derartige pädagogische Impulse sollen natürlich das sich formende Subjekt in allen relevanten Phasen seiner Ontogenese stimulieren: nur so wird sich eine kritische individuelle Beziehung zum medialen Angebot profilieren können, die dann in der individuellen Handhabung der Freizeit zum Ausdruck kommt. Vielleicht muß nicht betont werden, daß dabei jede Art Paternalismus (im Sinne der Hervorhebung aufgezwungener kultureller Muster) zu vermeiden ist: das Subjekt hat das Recht, sein ästhetisches Verhalten ganz frei zu gestalten. Die Rolle des Pädagogen besteht nur darin, daß er seinen Schülern die Welt des medialen Kulturangebots mit allen ihren Vorteilen und riskanten Momenten zeigt. Künftig wird nämlich sowieso jedes Mitglied der offenen Massengesellschaft ästhetische Impulse sich selber ordnen, und zwar im Einklang mit seiner Angehörigkeit zu dieser oder jener „Kulturklasse“. Pädagogisch trägt man jedoch potentiell dazu bei, daß sich bei dieser Stellungnahme nicht die schlimmsten standardisierten Verhaltensweisen durchsetzen, also weder das Anästhetische, noch die riskante Abhängigkeit vom Hyperästhetischen (FUKAČ – VEREŠ 1988, 110 ff.). Die Chance der Pädagogen, die Massenkommunikation zu verbessern, ist also nicht groß, es geht aber um eine Aufgabe, die nur sie erfüllen können. Bis jetzt haben sie die herantretenden Generationen meistens zugunsten deren Eingliederung in den Arbeitsprozeß und sozialen Kontext vorbereitet. Heute sollte es sich auch um die intentionale pädagogische Vorwegnahme des sinnvollen kulturellen Umgangs mit der individuellen Freizeit handeln.

LITERATUR

- BEK, Mikuláš (1993): Vybrané problémy hudební sociologie. Olomouc, Univerzita Palackého.
- BENJAMIN, Walter (1963): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Frankfurt a. M., Suhrkamp Verlag.
- BLAUKOPF, Kurt (1982): Musik im Wandel der Gesellschaft. Grundzüge der Musiksoziologie. München – Zürich, R. Piper & Co. Verlag.
- BLAUKOPF, Kurt – RAUHE, Hermann (1994): Kulturelle Marktwirtschaft als Antwort auf die Mediamorphose. In: Rauhe, Hermann – Demmer, Christine – Aust, Norbert (Hgg.): Kulturmanagement. Theorie und Praxis einer professionellen Kunst. Berlin – New York, Walter de Gruyter 1994, S. 91 – 100.
- BRZEZINSKI, Zbigniew (1993): Bez kontroly. Chaos v předvečer 21. století. /Tschechische Übersetzung der Schrift „Out of Control. Global Turmoil on the Eve of the 21st Century“./ Praha, Victoria Publishing.
- BUBNER, Rüdiger (1989): Ästhetische Erfahrung. Frankfurt a. M., Suhrkamp Verlag.
- CANETTI, Elias (1994): Masa a moc. /Tschechische Übersetzung der Schrift „Masse und Macht“./ Praha, Arcadia.
- CASIMIR, Torsten (1991): Musikkommunikation und ihre Wirkungen. Eine systematische Kritik. Wiesbaden, Deutscher Universitätsverlag.
- DUMAZEDIER, Joffre (1962): Vers une civilisation du loisir. Paris, Seuil.
- FOUCAULT, Michel (1994): Dějiny šílenství. Hledání historických kořenů pojmu duševní choroby. /Tschechische Übersetzung der Schrift „L'histoire de la folie , l'age classique“./ Praha, Nakladatelství Lidové noviny.
- FUKAČ, Jiří (1992): Ästhetische Musik oder Musik des ästhetischen Ambiente? In: Polyaisthesis. Beiträge zur Integration der Künste 7, Heft 1, S. 12 – 20.
- FUKAČ, Jiří – VEREŠ, Jozef (1988): Hudobná pedagogika. Nitra, Pedagogická fakulta.
- GRAZIA, Sebastian de (1964): Of Time, Work and Leisure. New York, Doubleday Comp.
- GUREVITCH, Michael (Hg.) (1990): Culture, Society and the Media. London – New York, Routledge.
- HALL, Stuart (1970): Leisure, Entertainment and Mass Communications. In: Society and Leisure No 2 (1970), S. 28 – 47.
- HASELAUER, Elisabeth (1986): Berieselungsmusik. Droge und Terror. Wien – Köln – Graz, Hermann Böhlau Nachf.
- HIMMELWEIT, Hilda et al. (1958): Television and the Child. London, Oxford University Press.
- HORKHEIMER, Max – ADORNO, Theodor W. (1988): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Frankfurt a. M., Fischer Taschenbuch Verlag.
- JÜZL, Miloš – PROKOP, Dušan (1989): Úvod do estetiky. Předmět a metody, dějiny, systém estetických kategorií a pojmů. Praha, Panorama.
- KLOSKOWSKA, Antonina (1967): Masová kultura. Kritika a obhajoba. Praha, Svoboda.
- LEWIS, George H. (1977): Taste Cultures and Culture Classes in Mass Society. Shifting Patterns in American Popular Music. In: International Review of the Aesthetics and Sociology of Music, 8, Nr. 1, S. 39 – 48.
- McLUHAN, Marshall (1965): Understanding Media: The Extensions of Man. New York, McGraw-Hill Book Company.
- PÁČL, Pavel (1993): Výzkum hromadných sdělovacích prostředků – třetí etapa. Habilitační skript, Brno, Masarykova univerzita.
- RÖSING, Helmut (Hg.) (1991): Musik als Droge? Mainz, Villa Musica.
- SCHWARZE, Bernd (1994): Popmusik und Gnosis. Aus dem „Gesangbuch“ einer wiederentdeckten Weltreligion. In: Acta Musicologica 66, Nr. 2, S. 113 – 121.
- SELUCKÝ, Radoslav (1966): Člověk a jeho volný čas. Pokus o ekonomickou formulaci problému. Praha, Československý spisovatel.

SOCIOLOGICKÝ SLOVNÍK (1970). Bratislava, Epoque.

STRUTHERS, Stephen (1987): Recording Music. Technology in the Art of Recording. In: WHITE 1987, S. 241 – 258.

TOTI, Gianni (1966): Právo na lenost? (Strach ze svobody). Praha, Mladá fronta.

VEBLEN, Thorstein (1962): The Theory of the Leisure Class. New York. The New American Library.

VYMAZAL, Jiří (1989): Koncepce masové komunikace v sociologii. Praha, Univerzita Karlova.

VYMĚTAL, Jiří – NUSSBERGER, Jaroslav (1981): Prostředky masového vzdělání a kultura. Praha, Novinář.

WELSCH, Wolfgang (1990): Ästhetisches Denken. Stuttgart, Philipp Reclam jun.

WHITE, Avron Levine (Hg.) (1987): Lost in Music. Culture, Style and the Musical Event. London – New York, Routledge & Kegan Paul.

