

FUNKTIONELLE MUSIK

(Musikgebrauch im täglichen Leben von Helmut Rösing)

1. Von der Live- zur Übertragungsmusik

- Ende 19. Jahrhundert: Beginn der technisch vermittelten Übertragungsmusik → Musik wird mehr denn je allgegenwärtig
- akustische Umwelt unterliegt einem ständigen Wandel, abhängig von Gesellschaft und Technik (Murray Schafer [1977] hat dies anschaulich dargestellt)
Bsp.: in Frühkulturen, MA, Renaissance: Klanglandschaft größtenteils von Natur- und Menschenlauten bestimmt i.U.z: heute: geräuscdurchsetzte Klanglandschaft eingeleitet durch die Industrialisierung (Low-Fi-Klanglandschaft)

in Musik: vergleichbare Entwicklung: live aufgeführte Umgangs- bzw. Gebrauchsmusik (volkstüml. Musik, Militärmusik, höfisch. U-musik, Sakralmusik)
→ Säkularisierung + Aufkommen des Bürgertums: Darbietungsmusik (Vokal- u. Instrumentalmusik für die Aufführung im Konzertsaal) tritt hinzu
→ heute: Übertragungsmusik läuft beiden Musikarten den Rang ab
- Definition „Übertragungsmusik“: im Vergleich zu früheren Musikarten tritt zu Urheber (=Komponist) + Mittler (=Interpret) eine weitere Instanz hinzu: die Technische Übertragungskette zwischen Musik und Hörer.
- Geschichte der Übertragungsmusik:
Ab den 50ern: Musik wird anfangs zaghaft, dann ,mit dem Aufkommen von Synthesizer und Musikcomputer, vermehrt synthetisch produziert (Pop und Rock; funktionelle Musik)
→ Musik dieser Art verliert des Status eines Ausnahmezustandes (z.B.: im bürgerlichen Konzert), sie erlangt eine Ubiquität
- Eigenes Musizieren / Konzertbesuch können einigen Stunden des Tages etwas Besonderes verleihen.
im Vergleich dazu Übertragungsmusik: - weit mehr ins tägl. Leben integriert
- zwangsläufig bzw. auf Abruf jederzeit als Hintergrundmusik verfügbar

2. Übertragungsmusik im Alltagssetting: Funktionen und Wirkungen:

- Übertragungsmusik ist bevorzugt an folgenden Orten / Situationen anzutreffen:
 - zu Hause bei der Verrichtung von meist weniger geschätzten Arbeiten (Putzen, Aufgaben-machen...), beim Essen
 - auf Reisen (Auto, Schiff...)
 - beim Warten (Arzt, Telefon, ...)
 - beim Einkaufen
 - am Arbeitsplatz, Gaststätten,...
- Helmut Rösing: „Jede Musik, die erklingt, hat Funktionen und erfüllt Funktionen. Diese haben sich mit dem Wandel der in soziale Lebensräume fest integrierten Live-Musik zur Übertragungsmusik nachhaltig geändert (→ Zweckbestimmung von Musik)“

- Drei Arten von Funktionen: - die von den Urhebern (Komponist, Musiker, Produzent) avisierten Funktionen
 - die von den für die Musikübertragung Verantwortlichen (Programmgestalter, Kaufhausleiter, Arbeitgeber, Wirt..) avisierten Funktionen
 - die Funktionen, die der Rezipient von Übertragungsmusik ihr entnimmt
 - Ergebnisse einer Untersuchung des Österreichischen Rundfunks zur situations- und stimmungsabhängigen Funktionalisierung von Übertragungsmusik aus dem Radio aus dem Jahre 1986:
 - Musik zum Entspannen (58%)
 - Musik zum Einschlafen (19%)
 - Musik zum Muntermachen am Morgen (49%)
 - Musik gegen Müdigkeit beim Autofahren (22%)
 - Musik während der Arbeit (46%)
 - Musik gegen das Gefühl von Einsamkeit (14%)
- gezielte Verwendung von Musik, die sich im Laufe der Zeit festigt und zur Gewohnheit wird.
- Annahme, dass die Nutzung und Funktionalisierung von Musik im individuell-psychischen Bereich sehr weit streut.

3. Sonderfall Funktionelle Musik

- Speziell für die Darbietung in Kontexten des tägl. Lebens konzipiert (Supermarkt, Büro, Wartesäle, Gasthaus...)
- Zurückgreifen auf vertraute Musik mit einfachen Strukturen
- Die Rezeption von Funktioneller Musik verlangt keinerlei Konzentration
- Musik, die laut „Spezialisten für psychologische Anwendung programmierter Musik“ im Hintergrund zu bleiben hat und deshalb angeblich viel bewirken soll: „Harmonie, emotionale Wärme, Wohlbefinden, Motivation“ (zit. N. Werbefrospekt 1993 der Muzak-Tochter „Funktionelle Musik“)
- Konzept zur Funktionellen Musik vom Komponisten **Erik Satie** (Beginn 20. Jahrhundert; hat heute noch Gültigkeit):
 - Begriff „Musique d’Ameublement“ = eine Musik, die Teil der Geräusche der Umgebung ist, die sie einkalkuliert. Ihr einziger Zweck ist, eine Schwingung zu erzeugen.
 - Bsp.: Klavierstück „Vexations“ (1924): einfache Melodie, Art Endlosmusik
- Die von Brian Eno geschaffene „ambient music“ (1975) ist eine Weiterentwicklung des Raumklangkonzepts von Satie.
- Funktionelle Musik von Firmen wie Muzak, 3 M, Reditune:
 - als komplette Programmfolgen produziert
 - zunehmend über Satellit ausgestrahlt
 - statt origineller meditativer Musik (Satie, Eno) synthetisch produzierte Musik, die sich an musikalischen Mainstream-Klischees orientiert.
 - großer Bekanntheitsgrad der Melodien soll positive Zuwendung zur Musik bewirken

- Anonymität soll zu starke Aufmerksamkeitszuwendung verhindern
- Hauptziel: Steigerung von Leistung, Produktion und Umsatz d.h. Maximierung von Arbeitskraft und Verführung zum Konsum.
- soll im Hintergrund sein → Atmosphäre schaffen (Musik als akustisches Ornament mit Gestaltungsfunktion)
 - störende Geräusche übertönen (Musik zur Lärmabsorption)
 - Abgespannte aktivieren und Gestresste beruhigen (Musik zur Verhaltenskonditionierung)
 - Nachdenken (beim Kauf) verhindern (affektive Funktion von Musik)
- Seit Aufkommen der privaten Rundfunksender: Grenzen zwischen der in unterschiedlichen Kontexten erklingenden Musik der Radioprogramme und der Funktionellen Musik verwischt.
- Übertragungsmusik wird zur Funktionellen Musik im weiteren Sinn, wenn sie nicht um ihrer selbst willen, sondern zur Erreichung von musikfremden Zwecken und Zielen eingesetzt wird.

4. Empirische Befunde

- Musik am Arbeitsplatz
(Susanne Kunz (1991) hat die Ergebnisse zu Funktionen und Wirkungen von Musik am Arbeitsplatz überschaubar zusammengestellt)
 - Empirische Evidenz in Bezug auf Leistungssteigerung / Verringerung von „abweichendem Verhalten“ (=Unfallhäufigkeit, Fehlzeiten...) am Arbeitsplatz ist eher dürftig.
Grund: viele Faktoren spielen bei der Musikrezeption eine Rolle (Art der Tätigkeit, Arbeitsbedingungen, Stil und Dauer der Musik, Stimmungslage des Arbeitenden...)
 - Musik zu Alltagsphänomen geworden → durchgehend akzeptiert
 - Stimulierende Wirkung und „Magneteffekt“ (Harrer & Harrer, 1985) der Musik → positive Auswirkung auf Qualität und Quantität der Leistung bei monotonen Tätigkeiten und Nachtschichten möglich
 - Anspruchsvolle, komplexe Tätigkeiten → Musik wirkt eher störend
 - Beispiel Hausaufgaben (Rosenstiel): + Musik bei mental anspruchsvollen Aufgaben → Ablenkungsreiz mit leistungsminderndem Effekt
+ Musik bei Routinearbeiten schadet nicht
- Musik im Kaufhaus
 - es handelt sich um professionelle Hintergrundmusik
 - geringe Lautstärke (3 dB über dem Geräuschpegel)
 - unaufdringliche instrumentale Verschmelzungsklänge
 - man erhofft sich durch Musik eine bessere Atmosphäre, Umsatzsteigerung und Optimierung der Kommunikation zwischen Personal und Kundschaft

- den eben genannten Annahmen liegt folgende, in der Werbepsychologie gängige These zugrunde: „kaum wahrgenommene Musik hat eine unterschwellig-emotionale Wirkung.“
- Zusammenfassung von Studien zur Wirkung von Funktioneller Musik in Geschäften bei Rudolph (1993): Ergebnis: Befunde sind in Bezug auf Stimmung, Umsatz, Verweildauer, Wahrnehmung und Beurteilung inhomogen
- Musik kann in Bezug auf das Käuferverhalten keine primäre Erklärungskraft liefern. Grund: + es wirken viele weitere Verhaltensvariablen auf Kunden ein
+ Zeitspanne, in der Musik auf Kunden einwirkt meist zu kurz
- Umfrageergebnisse bestätigen: + Hintergrundmusik meist nicht als störend empfunden
+ Hintergrundmusik trägt zu positiver Atmosphäre bei

- Musik in der Werbung

- Musik ist in Radio-, Film- und Fernsehwerbung ein wichtiges Gestaltungsmittel
- Sie soll: + Aufmerksamkeit auf den Spot lenken (Aktivierung des Rezipienten)
+ Textaussage / Bildabfolge gliedern → Verarbeitung der sprachl. und visuellen Reize erleichtern
+ gute Anpassung der Werbung an das Programmfeld in Radio und Fernsehen ermöglichen
+ zur Erhöhung der Lern- und Gedächtnisleistung beitragen (Verankerung von Produkt und Markennamen durch Kennmotive, Jingles, Werbesongs...)
- + emotionale Gestaltung des Produktimages durch Verwendung von stereotypischen musikal. Ausdrucksmodellen (Rösing, 1975) begünstigen
- + musikbezogene Klischeevorstellungen (Musikstile, Instrumentencharakteristik) begünstigen
- These von der totalen Manipulation der Verbraucher mittels Musik durch Studien widerlegt
- Art des Involvements des Rezipienten wichtig:
+ hohes kognitives Involvement → Musik behindert die Informationsverarbeitung
+ schwaches kognitives Involvement → Musik hat positiven Einfluss auf die Informationsverarbeitung (Park & Young, 1986)
- Vinh (1994) verweist auf die Bedeutung der Variablen Lebensalter (kognitive Inhalte für ältere Menschen wichtiger) und Überraschung (ungewohnte Kombination eines Produkts mit Musik prägt man sich besser ein)

- Musik beim Autofahren

- rund 80 % der Auto fahrenden Deutschen hören Musik beim Fahren, davon 50 % so gut wie immer (Motte-Haber & Rötter, 1990)
- Motive zum Musikhören sind mannigfach
- Welche Funktionen der Musik beim Fahren zugeordnet wird, entscheidet wesentlich der Autofahrer selbst. Die Wirkung wird durch Musikwahl, Lautstärke, Klang...festgelegt.

- Experimente am Fahrsimulator (Motte-Haber & Rötter, 1990): Ergebnis: mit Musik fährt man nicht unbedingt sicherer:
 - + mit Musik übersieht man mehr rote Ampeln
 - + in kritischen Situationen nahm die Unfallhäufigkeit beim Fahren mit Musik um bis zu 15 % zu
 - + Teilweise besserer Reaktionszeiten beim Fahren mit Musik wurden durch erhöhtes Tempo aufgehoben
 - Laut einer Studie aus den USA (Turner, Fernaderndez & Nelson, 1996): hört man Musik bei mittlerer Lautstärke (= 70 dB [A]), verbessert sich die Reaktionszeit
 - Lautstark gehörte englischsprachige Popmusik erhöht die durchschnittliche Fehlerquote um das Sechsfache.
- Musik und Telefon
 - auch beim Telefonieren hat sich Musik mittlerweile etablieren können: Anrufbeantworter, Telefonwarteschleife
 - beim Anrufbeantworter: meist persönlich gestaltete akustische Visitenkarte mit musikalischer Untermalung von Sprache
 - bei der Telefonwarteschleife:
 - + Musik von meist größeren Unternehmen, im Sinne einer effektiveren Öffentlichkeitsarbeit verwendet.
 - + erklingende Musik gibt Sicherheit noch in der Leitung zu sein
 - + Selbstoffenbarung des Unternehmens (Mozarts „Kleine Nachtmusik“ → Seriosität und Traditionsverbundenheit wird vermittelt)
 - + positive Beziehung zwischen Anrufer und Unternehmen durch Musik herstellen (flotte Popmusik → komplikationslose Bedienung)
 - + Kommunikationsbereitschaft des Anrufers trotz Wartezeit aufrecht erhalten

5. Theorie musikalischer Wirkungsforschung

- Vielzahl von Variablen, die die Wirkung von Musik beeinflussen können → Ambivalenz der empirisch- experimentellen Befunde zur Wirkungsüberprüfung von Funktioneller Musik
- „Prozess der Musikrezeption = musikalische Kommunikationshandlung in einem Netzwerk von Variablen“ (Rösing).
Die Variablen sind: + das musikalische Produkt
 - + rezipierende Person
 - + konkrete Situation, in der rezipiert wird
 Wie stark diese einzelnen Variablen einen bestimmten Rezeptionsvorgang beeinflussen ist nicht kalkulierbar und schon gar nicht generalisierbar (Taylor, 1996). (Bringt ruhige Musik oder aber eher schnelle, aggressive Musik psychische Entspannung? – nicht mit Sicherheit geklärt.)
- Es gibt bestimmte musikstrukturelle Merkmale, die ein Stück lebendig / traurig... erscheinen lassen. Dies bedeutet aber nicht, dass Musik mit einem bestimmten Ausdrucksgehalt eine analoge Gestimmtheit des Hörers zur Folge muss. → Funktionelle Musik, auf interindividuelle Verhaltenskonditionierung angelegt, zum Scheitern verurteilt.

6. Ausblick

- Musikwiedergabe ist heutzutage an jedem beliebigen Ort möglich; es sind kaum noch Grenzen gesetzt → + individuelle Musiknutzung wird der eigenen Bedürfnislage immer souveräner angepasst. (Bsp.: Radioprogramm)
 - + musikalische Geschmacks- und Meinungsbildung droht laut Rösing zunehmend in die Abhängigkeit kommerzieller Interessen zu geraten. Grund: Gesellschaft, in der musikalische Ausbildung nicht zum Grundbestand der Erziehung gehört
 - + ungehemmter Konsum von Musik führt zur ihrer Entwertung → man hört nebenbei → Verbraucher lässt sich musikbezogene Bedürfnisse nicht ohne Grenzen fremdbestimmt aufzwingen