

## MUSIKALISCHER MAINSTREAM

Aufgaben, Konzepte und Methoden zu seiner Erforschung

*Christofer Jost*



152

**E**s ist unstrittig, dass sich aus der sozialen Wirklichkeit der (populären) Musik ein Ausschnitt herauschälen lässt, in dem Denken und Handeln auf die Herstellung großer Resonanz seitens der Öffentlichkeit konzentriert sind. Der *Mainstream* ließe sich somit als Resultat einer spezifischen Handlungsorientierung unter Kulturschaffenden kennzeichnen. Oft wird der Begriff von Publikum und Presse allerdings abwertend gebraucht; fast durchgängig wird er darum von den Kulturschaffenden selbst gemieden.

Nicht wenige Musiker durchlaufen in ihrer Karriere tatsächlich eine ›*Mainstream*-Werdung‹, die von verschiedenen Seiten aus unterschiedlichen Gründen forciert wird. Dies gilt für die Vertreterinnen und Vertreter des Populären ebenso wie für die Akteure im kunstmusikalischen Bereich. Die Programme von Theatern und Konzerthäusern werden von einer überschaubaren Anzahl von Werken bestimmt, die nur aus einem Grund den Vorzug erhalten: Sie repräsentieren kommerzielle Erfolgsgeschichten, die in der Vergangenheit auch als solche kommuniziert wurden, wodurch sie gegenüber dem Publikum den spezifischen Reiz des unbedingten Erleben-Müssens ausbilden. Eine solche Programmpolitik perpetuiert letztlich eine auf große kollektive Resonanz angelegte Form der Musikpräsentation. Künstler, die dabei über einen längeren Zeitraum eine tragende Rolle einnehmen, erfahren nachgerade zwangsläufig ein hohes Maß an öffentlicher Aufmerksamkeit.

Gleichwohl soll es im Folgenden ausschließlich um die Akteure der populären Musik gehen, weil ihr Einfluss auf die musikalischen Alltagskulturen

– zumindest was die Wirkung in der Breite anbelangt – ungleich stärker ist. Der Begriff der populären Musik steht für die dominanten musikalischen Idiome unserer Zeit. Durch den Fokus auf den populären Bereich erscheint die Vorstellung von einer ›Hauptströmung‹ innerhalb des musikkulturellen Gesamtgefüges überhaupt erst plausibel.

### WARUM MAINSTREAM?

Um zu klären, welcher Erkenntnisgewinn von einer Musikforschung zu erwarten ist, die den Mainstream in das Zentrum ihres Interesses rückt, gilt es zunächst den Blick zurück zu richten. Nach Jahrzehnten der weitgehenden Nicht(be)achtung wird populären Musikformen neuerdings erhöhte Aufmerksamkeit in den Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaften zuteil. Die akademische Praxis reagiert damit auf eine Entwicklung, die sich in der Alltagswirklichkeit schon längst vollzogen hat. Unabhängig von Alter, Geschlecht, Bildungsstand oder sozialem Status – was die meisten Menschen (zumindest in den westlichen Industrienationen) als ›ihre‹ Musik erleben, entspringt in der Regel ästhetischen wie sozialen Wertvorstellungen, die ihren Ausgang in einem kommerzialisierten Umfeld (tertiär-)medialer Unterhaltung nahmen.

Im Zuge der gesamtgesellschaftlichen Aufwertung des Populären gerieten insbesondere die im Anschluss an die jugendkulturellen Aneignungen des Rock'n'Roll entstandenen Musikarten in den Fokus der Betrachtung. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurden auf der Folie von Pop- und Rockmusik soziale und ästhetische Transformationsprozesse in Gang gesetzt, die sich in der Rückschau als eine Art Zeitenwende ausnehmen (vgl. Baacke 1998 und Hecken 2009). Populäre Musik diente nicht mehr allein dem Vergnügen und der Zerstreung, sondern wurde zum existenziellen Ausdrucksmedium von Rezipienten weltweit (vgl. Reckwitz 2006: 452ff.). Die Begegnung mit dieser Musik sensibilisierte die Forschenden für Fragestellungen jenseits werkimmanenter Analyse, nunmehr interessierten die Interaktionsordnungen, Produktionsästhetiken oder Rezeptionshaltungen, in denen sich musikalische Realitäten konstituieren.

Diese Entwicklung schlägt sich aktuell in einer Vielfalt der Perspektivierungen und Konzepte nieder, von Sound und Performance über Gender bis Ethnizität, woran letztlich der hohe Ausdifferenzierungsgrad der Forschungen auf diesem Gebiet ersichtlich wird. Auch die institutionelle Verankerung in Form von wissenschaftlichen Vereinigungen, Forschungszentren und Stellenprofilen schreitet voran, so dass die Forschenden neben der notwendigen Infrastruktur nun über ein gewisses Maß an Selbstbewusstsein verfügen dürften, welches es ihnen ermöglicht, den besonderen Erkenntniswert ihrer Arbeiten herauszustellen – gerade gegenüber jenen, die traditionellen disziplinären Epistemen anhängen.

Ungeachtet der heutigen Akzeptanz von populärer Musik als Untersuchungsgegenstand lässt sich eine Tendenz zum Unausgewogenen jedoch nicht leugnen. So widmet sich die überwiegende Mehrheit der Forschenden musikalischen Spezialdiskursen. Beispielhaft hierfür stehen genrebezogene Arbeiten, etwa zu Heavy Metal und elektronischer Tanzmusik. Jener Bereich, der oft als »Mainstream« bezeichnet wird, kommt hingegen nur am Rande vor. Ein Grund hierfür besteht darin, dass sich die tradierte Dichotomie zwischen Hoch- und Populärkultur (»E- und U-Musik«) auf die populäre Musik selbst übertragen hat (vgl. Railton 2001), und zwar gleichermaßen in Alltag und Forschung. Die frühen Arbeiten der Cultural Studies trugen wesentlich zu dieser Entwicklung bei, indem sie dem kulturindustriellen Mainstream die Subkultur als das »Andere«, als den Raum der Subversion und Emanzipation, gegenüberstellten (vgl. Hall/Jefferson 1976, Hebdige 1979). Die sozialgestalterischen und ästhetisch innovativen Prozesse, d.h. die (vermeintlich) forschungsrelevanten Themen, werden auch heute noch in speziellen Genres bzw. lokalen Szenen vermutet (vgl. Bennett 2000: 52ff.). Vor diesem Hintergrund stellt der Mainstream lediglich eine musikalische Residualkategorie dar. Das bedeutet aber auch: Die gesellschaftliche Relevanz von weitläufig bekannten und beliebten Musikdarbietungen verhält sich diametral zu ihrem Stellenwert in der Forschung.

154

Neben dieser Perspektivverkürzung, die eher ein normatives denn ein theoretisches Dilemma markiert, sind Probleme, die dem Gegenstandsbereich selbst geschuldet sind, nicht zu leugnen: So lassen sich Musikgenres anhand von klanglichen, körperlichen oder bildlichen Darstellungen relativ klar als kulturelle Formationen rekonstruieren, während der Mainstream anscheinend willkürlich Elemente aus diesen Genres in sich aufnimmt. In ihm greifen somit jene Mechanismen der sozialen Distinktion qua Musik, die die sinnkonstituierenden Prozesse in Genres anleiten, nur in abgeschwächter Form. Hinzu kommt, dass der Mainstream in (pop)kulturjournalistischen Diskursen als minderwertige Gegenfolie zu einem nonkonformistischen Idealbild von Popkultur kommuniziert wird (vgl. Hügel 2007: 8ff.). Mainstream, das ist in diesem Fall ein Synonym für »seelenlose Massenware«. Hier zeigt sich, dass der Begriff Verwendung findet als Deutungsschema einer bestimmten Gruppe von Akteuren in der sozialen Praxis »populäre Musik«.

Das alltagssprachliche Verständnis jenseits gruppenspezifischer Vereinnehmungen nimmt sich weniger radikal aus. »Mainstream« ist danach sowohl im anglophonen als auch im deutschen Sprachraum eine gängige Bezeichnung für Strömungen, Diskurse oder Praxen, die in einer Gesellschaft als dominierend wahrgenommen werden. Eine Einschränkung auf ästhetische Phänomene besteht nicht (siehe »politischer Mainstream«, »pädagogischer Mainstream«, »Mainstream-Medien« usw.). Ob mithilfe des Begriffs eine ablehnende Haltung gegenüber bestimmten Phänomenen zum Ausdruck gebracht wird, lässt

sich nur kontextuell erschließen, also unter Bezugnahme auf weitere Elemente des jeweiligen Kommunikats.

Festzustellen ist, dass der Ausdruck bereits in wissenschaftliche Diskurse eingegangen ist, nicht zuletzt in all jene (Sub-)Disziplinen und Forschungszweige, in denen populärkulturelle Phänomene untersucht werden. Hier wird im Wesentlichen die alltagssprachliche Bedeutungsebene übernommen, freilich mit Distanz zur pejorativen Agenda (siehe Wicke/Ziegenrucker 2001: 299). Hügel (2007) formuliert gar ein »Lob des Mainstreams«, das er in den Entwurf einer Unterhaltungstheorie einbettet, die ihrerseits einem strikt phänomenologischen Standpunkt verpflichtet ist, also keinerlei Wertungen nach ethisch-ästhetischen Kriterien enthält.

Zudem existieren einzelne avancierte Konzeptualisierungen, beispielsweise bei Toynbee (2000), der an dem Begriff das Bedürfnis in einer Gesellschaft, eine »universelle« Musik zu implementieren, nachzuvollziehen sucht. »Mainstream« verweist in diesem Sinne auf kulturelle Hegemonien, die das Musikleben in einer bestimmten Epoche prägen (vgl. ebd.). Aus wissens- und kultursoziologischer Perspektive zeigt Jacke (2009: 42) auf, dass sich (Musik-)Kulturen als Programme, verstanden als Formen der Interpretation kollektiven Wissens, konstituieren. Er unterteilt in »Main- und Subprogrammartikel« (ebd.), wobei der »Main«-Bereich die jeweils größte Gruppe eines Teil- oder Hauptprogramms markiert, das sich nicht permanent (und intendiert) in Differenz zu anderen Kulturen setzen muss. Die Akteure in diesem Bereich setzen den Standard durch ständige Bestätigung.

Eher plakativ nehmen sich im Vergleich dazu die reflexiven Annäherungen von Martel (2011) und Huber (2013) aus. Ersterer erkennt im Mainstream lediglich eine Idee, Bewegung oder Strömung, die möglichst viele Menschen erreichen resp. ansprechen soll und die sich in Bezug auf ästhetische Produkte vor allem quantitativ erlauben lässt (anhand von Verkaufszahlen, Einschaltquoten etc.). Huber wiederum stellt das metaphorische Potenzial des Begriffs heraus, indem sie das Bild des Flusses (»stream«) bemüht, der sich über Raum und Zeit hinweg zu einem Hauptstrom entwickelt, sich dabei aus Zuflüssen speist und Nebenarme ausbildet. Der Mainstream sei folglich »a space of cultural production and consumption [...] produced by a range of historically specific practices and processes« (ebd.: 11), woraus letztlich die Notwendigkeit erwächst, als Forscher auch eine materialanalytische Perspektive einzunehmen (was sich aus Martels Ansatz nicht ohne weiteres erschließt).

Eine weitergehende Elaborierung als gegenwartsanalytisches Konzept erfährt der »Mainstream«-Begriff durch die von Holert und Terkessidis (1996) formulierte These des »Mainstreams der Minderheiten«. Demnach ist mit Blick auf die heutige Situation von mehreren »Mainstream«-Konstruktionen auszugehen, die die Wahrnehmungen populärer Musik anleiten. Grundlegend für diese These ist eine musikkulturelle Entwicklung, die sich in den 1990er

Jahren herausgebildet habe. Laut Holert und Terkessidis konnte »die ganze Nation der USA [...] sich plötzlich mit »alternativen« Rebellenkulturen identifizieren [...]. »Underground«-Bands gingen zur Industrie, und diese erwartete zum ersten Mal nicht Glättung, sondern kompromisslose Abweichung« (1996: 6). Der internationale Mainstream-Markt habe in der Folge das Anderssein nicht nur zugelassen, sondern es in einer Weise umarmt, die einer Vereinnahmung gleichkam. Fortan hätten sich anhaltender kommerzieller Erfolg und mediale (Dauer-)Präsenz auf der einen Seite und verschrobenes Erscheinungsbild, provokative Attitüde oder schräger Sound auf der anderen Seite nicht mehr ausgeschlossen.

Die begriffstheoretischen Überlegungen lassen erkennen: Die Chancen und Aufgaben einer am »Mainstream«-Begriff angeführten Musikforschung gründen auf zwei Forderungen: Zum einen impliziert die Rede vom musikalischen Mainstream eine Ausweitung der Untersuchungsperspektive in Fragen der Empirie. Mainstream ist potenziell alles, was vergleichsweise erfolgreich ist, sich über eine Vielzahl von Kanälen vermittelt oder als Mainstream gehandelt wird. Als Forscher wird man folglich mit einem breiten Spektrum von Daten und Artefakten konfrontiert, von den »klassischen« Marktstatistiken über nichtmusikalische Darstellungsformen (Interviews, Rezensionen, Blogs etc.) bis zu den Bewertungsinstrumenten der Social Media (Klicks, Likes/Dislikes, Kommentarfenster).

156

Zum anderen ist ein fokussierter Blick vonnöten. Will man den Begriff nicht allein als Metapher für die Quasi-Natürlichkeit erfolgreicher Musik-Acts verwenden, also die Dialogizität ernst nehmen, die in der Aushandlung des dominant Populären durch Produzierende und Rezipierende begründet ist, verlangt dies, den Blick zu schärfen und auf die Einzelheiten zu richten, die eine musikalische Darbietung jenseits sub-/teilkultureller Empfindungsweisen und Zeichensysteme attraktiv erscheinen lassen. Die Zielsetzung, ein disperses Publikum von außerordentlicher Größe zu erreichen (oder zu formen), hat über die Generationen hinweg zur Ausbildung stetig neuer, nicht nur musikalischer Fertigkeiten geführt, zur gesellschaftlichen Etablierung von Genres der Unterhaltung (vgl. Wicke 2001b: 7ff.). Der musikalische Mainstream eröffnet die Möglichkeit einer analytischen Vermessung der Strukturen und Prozesse, in denen Musik zu einem Wahrnehmungsangebot geformt und als ansprechend rezipiert wird. Mainstreamforschung widmet sich in diesem Sinne der Untersuchung von Inszenierungskulturen, verstanden als kulturelle Praxen, in denen spezifische Engagementregeln, Kontaktmodalitäten und Erlebnisformen diskursiv ausgehandelt werden. Ungeachtet einer forcierten Vermischung kultureller Ordnungen – gemeinhin als Indiz postmoderner Denk- und Handlungsweisen interpretiert – ist die Orientierung an ästhetischen Leitideen ungebrochen. Anzunehmen ist demnach, dass Popularität in relativ geschlossenen Bedeutungs- und Normzusammenhängen ausgehandelt wird.

### WER ODER WAS IST MAINSTREAM?

Der Ausblick auf analytische Tätigkeiten wirft zwangsläufig die Frage nach den Sinneinheiten auf, welche materiell überhaupt greifbar sind. Populärkultur konstituiert sich, wie die meisten modernen Kulturen, in einer überbordenden Fülle von Wahrnehmungsangeboten, sprich: potenziellen Analysematerialien. Wie eingangs erwähnt, scheinen die Grenzen, in denen etwas als Mainstream wahrgenommen werden kann, äußerst weit gesteckt zu sein. Gegenstand einer entsprechenden Zuschreibung können Mediengattungen, einzelne Produkte und Personen sein, ebenso Veranstaltungen, Institutionen und Organisationen. Weitgehend entgrenzt scheint in materialer Hinsicht auch die Sphäre der Kulturschaffenden zu sein. Wenn auch der Begriff selbst keine bzw. keine öffentlich nachvollziehbare Anwendung findet, so lässt sich doch die Handlungsorientierung, auf große Popularitätsgrade hinzuwirken, nicht a priori auf einzelne ästhetische Praxen begrenzen. Die Zielsetzung, ein Star zu werden oder einen Star aufzubauen, und dabei eher integrativ vorzugehen, also ein gemischtes Publikum über eine Vielzahl von Kanälen anzusprechen, dürfte wohl das tägliche Handeln in einigen Bereichen der sogenannten Kreativindustrie bestimmen.

In diesen Überlegungen deutet sich an, dass es nicht das forschersiche Kernanliegen sein kann, allein die in der Öffentlichkeit virulenten Auslegungen des Mainstreams zu taxieren, sie gewissermaßen zum eigentlichen Untersuchungsgegenstand zu erklären. Vielmehr erscheint es angezeigt, einen praxisnahen Ausdruck wie jenen des ›Mainstreams‹ in konzeptualisierter, reformulierter Form in akademische Wissensbestände zu integrieren, um hiervon ausgehend ein Gefühl für die analytischen Anforderungen an aktuelle musikalische Lebenswelten und ihre Gegenstände (zurück) zu gewinnen. Gerade im Fall der Populärmusikforschung war und ist man auf die Nähe zu den Semantiken der sozialen Praxis angewiesen, weil die traditionellen Begrifflichkeiten der Musikwissenschaft (und anderer Disziplinen) in Bezug auf die Erscheinungsformen der populären Musik nur ausschnitthaft Einblicke eröffneten. ›Sound‹ und ›Szene‹ sind zwei Beispiele für eine solche Form der Adaption, die neue Zugänge zum musikalischen Material und dessen sozialer Wirklichkeit ermöglichte (siehe Pfeleiderer 2009, Schulze 2008 sowie Thornton 1995, Peterson/Bennett 2004).

Entscheidend ist die Problematisierung der in der Alltagswelt verankerten Begriffsdeutungen, die im konkreten Fall mit einer Kritik sowohl der pejorativen als auch der verallgemeinernd-nivellierenden Begriffsanteile einhergehen sollte. Mit anderen Worten: ›Gut‹ und ›schlecht‹ mögen brauchbare Bewertungskategorien sein, um das subjektive Musikempfinden auszudrücken, eine adäquate Beschreibung musikalischer Phänomene erwächst aus ihnen nicht. Nicht minder abwegig ist die Vorstellung eines musikalischen Bereichs, der keiner differenzierenden Betrachtung bedarf oder eine solche nicht zulässt (Stichwort: Residualkategorie). Diese Sichtweise hat nichts Geringeres als die Suspendierung des wissenschaftlichen Blicks zur Folge.

In Hinsicht auf die materialen Grundlagen der Betrachtung ist es des Weiteren erforderlich, Analysefelder und -kategorien zu benennen und in systematischer Weise aufeinander zu beziehen. An den bisherigen Ausführungen wurde bereits deutlich, dass sich die Realitäten des Mainstreams nicht allein musikästhetisch, medienökonomisch oder soziokulturell begründen lassen. Insofern erscheint es ratsam, zunächst phänomenale Relevanzen aufzudecken und sie im Sinne einer sozialphänomenologischen Skizze des Pop-Mainstreams zu ordnen. Eine solche Skizze geht von alltagsweltlichen ›Normalfällen‹ der populären Musik aus.

Hierzu zählt sicherlich die musikalische Kurzform Song in ihren unterschiedlichen ›Aggregatzuständen‹ (Notation, Aufzeichnung, Aufführung). Wie Wicke (2001a: 24) anmerkt, wurde durch die Technik der Tonaufzeichnung das Klangereignis einst vom musikalischen Vortrag entkoppelt. Der seiner physischen Herkunft beraubte Klang bedurfte »der Ergänzung in einer Projektion, die seine Wahrnehmung wenigstens im Nachhinein wieder mit seiner Hervorbringung kurzschloss« (ebd.). Entsprechende Vorzüge konnte die Singstimme aufweisen, da diese, mehr noch als das Instrumentalspiel, die personale Komponente des Vortrags zu thematisieren vermag. Mit dem Stimmlichen wurden gleichzeitig die Liedformen aufgewertet, verwiesen diese doch neben der Oper auf den größten Fundus an stimmgebundenen Musikstücken. Die Kurzform entwickelte sich fortan zur zentralen Präsentations- und Sinneinheit der populären Musik – letztlich gründet auch das Albumformat auf einer Zusammenstellung von Songs.

158

Zwar lässt sich konstatieren, dass die Präsentation populärer Musik stets in einer Vielzahl performativer Settings und medialer Formen stattfand. Revue, Variété und Kabarett einerseits sowie Kino und Radio (und in der Folge das Fernsehen) andererseits bildeten musikbezogene Darreichungsformen aus, die je eigenen Organisationslogiken folgten. Die Musikstücke wurden eingebettet in ein dramaturgisches Ganzes, das sich entweder an erzählerischen Prinzipien oder collageartigen Darstellungskonzepten oder einer Kombination von beidem orientieren konnte. Doch mussten die Songs als solche erkennbar bleiben, was nicht zuletzt ökonomischen Interessen geschuldet war, denn es galt, sie mit größtmöglichem Gewinn an den Mann oder an die Frau zu bringen: in Form von Notendruckern oder Tonträgeraufnahmen (vgl. Grosch 2009, Bullerjahn 2009). Auf lange Sicht bestätigten somit die industriellen Mechanismen der medialen (Re-)Produktion die Sonderstellung des Songs. Daneben gab und gibt es Versuche, ein höheres Maß an ästhetischer Komplexität durch ausgedehnte Formgebungen zu erzielen (etwa im Rahmen von Konzeptalben), doch berührte dies bislang nicht die normgebende Kraft der Songform.

Im Zuge sich verfeinernder Verfahren der Tonaufzeichnung wurde der Performanz der Interpreten verstärkt Bedeutung beigemessen (vgl. Wicke 2001a:

27). Die klangliche Realisierung von Songs ist noch heute wesentlich davon bestimmt, die spezifischen Fertigkeiten bzw. Ausdrucksressourcen des/der Interpreten herauszuarbeiten und als die eigentliche Attraktion des Hörerlebnisses zu vermitteln (vgl. Obert 2009). Eine entsprechend poplarmusikalisch sozialisierte Hörerschaft weiß nicht nur darum, dass in den Musikstücken eine spezifische individuelle Note zum Tragen kommt, sie erwartet vielmehr die deutliche Markierung einer solchen Note – in Form von Strophen, Refrains, Hooklines, Grooves u.v.a.m. Es gehört zu den spezifischen Herausforderungen innerhalb des Pop-Mainstreams, in den Standardisierungen des musikalischen Kurzformats erkennbar zu werden bzw. wiedererkennbar zu bleiben.

In diesen Überlegungen klingt an, dass sich die Herstellung von Popularität nicht nur auf die Musikstücke, sondern auch auf die ausführenden Personen bezieht. Populär sind die musikmachenden Personen nicht zuletzt aus dem Grund, dass sie den Hörern als Projektionsflächen und Identifikationsangebote dienen – die personengebundene Wahrnehmung gehört gewissermaßen zu den Grunderfahrungen, die man heutzutage als Hörer oder Zuschauer mit populärer Musik machen kann. Konzepte wie Star-/Fantom oder Image unterstützen diese These, sie verweisen auf die Beziehungskonstellationen zwischen Künstlern und Publikum und verorten die Betrachtung pop(ular)musikalischer Phänomene im Identitären, also in den personalen Geschichten des Auslassens, Auswählens und Wiederholens von Elementen der Darstellung.

Hinzu kommt, dass – so Engh (2006) – die Entscheidungsträger in der Musikindustrie populäre Musik als globalen Musikmarkt begreifen, in dem es Künstler als Marken zu etablieren gilt. Demzufolge hat sich das Kerngeschäft der Plattenfirmen über die Jahrzehnte hinweg nicht verändert: Es gilt vielversprechende Musikkünstler aufzuspüren und sie langfristig zu Popstars aufzubauen (vgl. Engh 2008: 293). Dabei wird von einem wirkungsbezogenen Markenverständnis aus Sicht des Rezipienten ausgegangen (im Gegensatz zur Marke als Schutzrecht, als markiertes Produkt oder Eigenschaftsbündel) (vgl. Engh 2006: 13). Den besonderen Fall der Musikmarke definiert Engh (2008: 294) »als ein in der Psyche des Konsumenten verankertes, unverwechselbares Vorstellungsbild von einem Musikangebot [...], das über einen längeren Zeitraum in ähnlicher Form angeboten wird« (ebd.: 294). Hierbei wird von einer konstitutiven Crossmedialität der populären Musik ausgegangen, wonach die Kommunikation der Musikmarken in einem koordinierten Zusammenspiel unterschiedlicher Medienprodukte zu erfolgen hat. Nach dieser Auffassung sind die Artefakte und Darbietungen der Popmusik nicht allein speziellen Musikgenres zuzuordnen, sie leben vielmehr von audiovisuellen Assoziationen, die auf Grundlage tertiärmedialer Angebote entstehen (vgl. Engh 2006: 17; siehe außerdem Borgstedt 2008: 36ff.).

Aus (sozial)phänomenologischer Perspektive interessiert ferner, welche Angebote dem Publikum tatsächlich gemacht werden und welche Art des kreativen

Handelns ihnen zugrunde liegt. In der Regel treffen die Pop-Künstler bzw. ihre Stellvertreter, die Medienprodukte, ohne Inanspruchnahme von etwas Vorgängigem, also einer Sinnstruktur, die in der Gesellschaft als bestimmtes Wissenselement existiert (beispielsweise als Erzählung oder als Werk eines verstorbenen Komponisten), auf das Publikum. Vorgängig sind einzig die eigene Medienbiografie und die mitunter diffusen kulturellen Sinnzuschreibungen an populäre Musik.

Popmusikalische Darbietungen lassen sich aus diesem Grund – in Abgrenzung zu lyrischen, epischen und dramatischen – als artistische Kunstformen begreifen. Wie Schmidt (2013: 367) in Rekurs auf Rapp (1973) herausarbeitet, rekuriert das Konzept der Artistik auf eine Abnahme der Stoffbezogenheit im Verhältnis von Künstler und Kunstobjekt sowie auf eine Zunahme der Publikumsbezogenheit im Verhältnis von Künstler und Zuhörer/Zuschauer. Artistisches Handeln folgt demnach einer Grundeinstellung der Ansprache an bzw. des Einredens auf ein Publikum, wobei es sich spezifischer Ausdrucksressourcen bedient, die auf die Bedürfnisse ebendieses Publikums zugeschnitten sind. Ungleich dem fiktional-erzählerischen Darstellungsprinzip setzt Artistik nicht auf die emotionalen Verwicklungen von Figuren innerhalb eines in Szene gesetzten Geschehens (also auf eine ›vermittelte‹ Rhetorik), sondern auf die Qualität, also die unmittelbare Überzeugungskraft einer Darbietung. Im Fall der populären Musik hat die Verortung im Artistischen über die Generationen hinweg zu einer Ausweitung des (selbst-)darstellerischen Repertoires geführt.

160

Sicherlich: Die Erzeugung von Musik bedarf nach wie vor eines musikalischen Gedankens, der wiederum einen tonal-strukturellen Kern aufweisen muss. Es kam jedoch eine Reihe von Kreationsmomenten hinzu, die nicht rein tonaler Natur sind, die aber das materielle In-Erscheinung-Treten von Musikern grundlegend prägen können: Klangmanipulationen an Verstärkern oder Gitarren, akrobatische Tanzchoreografien, prägnante Gesten, schauspielerische Einlagen etc. Das Besondere eines Künstlers erschließt sich in der Folge nicht allein durch seine kompositorischen oder instrumentalen sowie vokalen Fähigkeiten, sondern vielmehr durch die Art und Weise, wie sie oder er in medialen Settings agiert. Das klingende Endprodukt erzählt stets eine Geschichte des medialen In-Szene-Setzens individuell herausgebildeter Aktivitätspräferenzen.

Das ›Mediale‹ bezieht sich somit gleicherweise auf die Eigenschaften des materiell Vorhandenen sowie auf dessen organisiertes Zustandekommen. Letztgenannter Aspekt macht deutlich, dass die Frage, wie moderne Musik- und Medienkulturen sich materiell konstituieren, vor dem Hintergrund ihrer strukturellen Determiniertheit zu beantworten ist. Hiernach ist davon auszugehen, dass, bevor die erste Entscheidung im kreativen Entstehungsprozess getroffen wird, ein Spektrum der wählbaren Möglichkeiten vorgegeben ist. Die Wahrnehmungsangebote, die in der Öffentlichkeit mit einem Solo-Künstler

oder einer Band in Verbindung gebracht werden, sind das Resultat eines komplexen Produktionsvorgangs, an dem eine Reihe von Personen mit spezialisierten Arbeitsgebieten beteiligt ist (beispielsweise Produzenten, Tontechniker und Bühnendesigner). Gemeinhin bleibt dieser Apparat unsichtbar – allenfalls erlangen einzelne Personen (vor allem Musikproduzenten) ein gewisses Maß an Popularität -, sein Einfluss auf die personalen Artistiken ist jedoch manifest. Solche Produktionsapparate sind Indikatoren der Institutionalisierung von Musikproduktion und -präsentation. Die Erzeugung, Aufzeichnung und Bearbeitung von musikalischem Klang sowie sein Vertrieb, seine Weiterverarbeitung in medialen Formaten und seine Anerkennung durch das Publikum vollziehen sich in konventionalisierten Sphären des Darbietens und Erlebens (siehe Wicke 2001a sowie Frith 1996: 75ff.).

Die Frage nach dem Zustandekommen von populärer Musik als ansprechendem Wahrnehmungsangebot lässt sich im Folgenden in eine Frage der medialen Rahmung musikalischer Artistik ummünzen. Das Kommunikationsumfeld Internet bildet hinsichtlich dieser Frage keine Ausnahme. Zwar haben in jüngerer Vergangenheit die Foren der Social Media zu einer Enttypisierung und Originalisierung popmusikalischer Präsentationsformen beigetragen, doch ist davon auszugehen, dass das Wirken der dort vertretenen Akteure neue Regelmäßigkeiten und Typisierungen hervorbringen wird. Beobachten lässt sich dies derzeit anhand des Berufsbildes des Community Managers, an welches die Vermarktung von verkaufsträchtigen Erzeugnissen unterschiedlichster Art – vom Videospiel über den Musikstar bis zur Fernsehserie – in den sozialen Netzwerken geknüpft ist (diverse Hochschulen und Akademien bewerben bereits ihre Medien- und Marketing-Studiengänge mit diesem Ausbildungsprofil). Festzustellen sind demnach Professionalisierungstendenzen, die über kurz oder lang in eine Standardisierung von Kommunikationsangeboten und -abläufen münden werden.

Die Frage der medialen Rahmung tangiert schließlich auch jene Kanäle, in denen die musikalische Darbietung nicht als solche, sondern in überschriebener bzw. beschriebener Form wiedergegeben wird. Hiermit ist nicht zuletzt der Bereich der journalistischen Medien sowie der Bildungsmedien angesprochen. Popularität hängt bis zu einem gewissen Maß davon ab, ob und in welcher Form der kommerzielle Erfolg und die (angenommene) öffentliche Anerkennung eines Künstlers kommunikativ weiterverarbeitet werden.

Institutionalisierungen sind jedoch nicht das alleinige Resultat einseitig durchgesetzter Gestaltungsansprüche, vielmehr gründen sie auf langwierigen Sanktionierungsprozessen, in die unterschiedliche gesellschaftliche Kräfte involviert sind. Als Abnehmer der Kulturprodukte nehmen immer auch die Rezipienten eine gestaltende Rolle ein, obgleich ihre Einflussnahme eine indirekte ist (sie erfolgt über Erwerb/Nichterwerb, Zustimmung/Ablehnung, Empfehlung/Nichtempfehlung etc.). >Ist das schon Mainstream?<, dürfte eine häufig

artikulierte Frage von Fans sein, die besorgt sind, dass ihnen ›ihre‹ Musik abhandengekommen ist, sie in gewisser Weise eine Transformation durchlaufen hat. Entweder werden Kommunikationskanäle in Anspruch genommen, die weniger exklusiv erscheinen, oder aber die Gestaltungsmittel haben sich geändert – Künstler und Musik wirken nun auf eigentümliche Weise ›geglättet‹. Womöglich wird beides zugleich beobachtet.

Kommunikativ realisiert sich Mainstream nicht selten in Form einer Distinktionsstrategie: Erlebtes wird auf der Basis ästhetischer Kriterien (wertend) eingeordnet und dient der sozialen Selbstverortung. Das diffuse ›Gebilde‹ Mainstream wird somit als Gegenfolie zur eigenen musikalischen Lebenswelt explizit gemacht. Allerdings belegen Rezeptionsstudien, dass auch Selbstverortungen im Mainstream möglich sind, jedoch offenbaren sich diese in der Regel anhand von Stellvertreterkonstruktionen: »Ich hör' alles, alles, was in ist«, »Ich hör' alles, kommt auf meine Stimmung an«, »Was jetzt populär ist« (Schmidt/Neumann-Braun 2003: 259f.) Keinen exklusiven Musikgeschmack zu haben ist demnach ebenso Anzeichen einer musikalischen Identitätsbildung wie der umgekehrte Fall.

Der musikalische Mainstream lässt sich in der Folge als eine Sinnstruktur begreifen, die Menschen in Bezug auf musikalische Phänomene in Anschlag bringen und deren Verinnerlichung bestimmte Umgangsweisen mit Musik (von der Herstellung über die Vermittlung bis zum Gebrauch) wahrscheinlicher macht. Diese Sinnstruktur ist keineswegs unveränderbar, sondern wird in den intersubjektiv geteilten Erfahrungen mit Musik fortgeschrieben. In diesem Sinne trifft auf den Mainstream zu, was der Soziologe und Interaktionstheoretiker Erving Goffman entlang seines Rahmen-Konzepts theoretisch und methodologisch erfasst hat. Nach Goffman ist es möglich (und in vielerlei Hinsicht sinnvoll), soziales Handeln anhand sogenannter Rahmen zu rekonstruieren (vgl. Goffman 1977): kulturbedingte Ordnungsschemata, die Menschen aufrufen, um die Ereignisse, mit denen sie es zu tun haben, zu deuten.

Rahmen werden im Zuge der eigenen Sozialisation mehr oder weniger bewusst angeeignet und bewirken nicht zuletzt eine Reduktion der einer Situation inhärenten Bedeutungspotenziale. Das Gespür für die jeweilige Situation bzw. das jeweilige Ereignis entwickeln Menschen auf der Grundlage von Rahmenhinweisen, welche vorstellbar sind als eine Verdichtung von Eindrücken zu einem Orientierungsmuster. Für das Verständnis des Goffman'schen Ansatzes ist wesentlich, dass ein Rahmen im Hinblick auf die ihm innewohnende Analyseperspektive nicht absolut gesetzt wird. In der Wahrnehmung und Deutung eines Ereignisses oder einer Situation spielen in der Regel mehrere Rahmen eine Rolle – gerade deren Überlagerung bzw. Schichtung gilt es aufzudecken. Bestimmen lassen sich dabei dominante und weniger dominante Rahmen. Die Rahmung stellt in diesem Verstehensgerüst die kontextabhängige Materialisierung des Rahmens dar.

Beim Mainstream lassen sich folgende Rahmungen unterscheiden: der Medienproduktrahmen (Fernsehen, Radio, Tonträger, Datei, Stream etc.), der Um- bzw. Überschreibungsrahmen (v.a. Print) sowie der Aufführungsrahmen (live). Ferner sind z.B. Paratexte wie Promotion-Maßnahmen (Pressekonferenz, Werbebanner, Anzeigen) oder Fanaktivitäten (Blogs, Fansites) zu unterscheiden, welche eine Fülle von symbolisch strukturierten Ereignissen bereitstellen, die – abweichend von ihrer eigentlichen kommunikativen Funktion – als Indiz für die Mainstreamhaftigkeit eines Künstlers gedeutet werden können. Insgesamt gilt für eine Rahmenanalyse, dass das Augenmerk auf die Struktur der Ereignisse selbst sowie auf deren Wahrnehmung und anschließende Ausdeutung durch Akteure gerichtet wird.

### WIE UNTERSUCHT MAN MAINSTREAM?

Die Untersuchung des Pop-Mainstreams ist Bestandteil der Populärmusikforschung und orientiert sich insofern an einem Spektrum bereits erprobter methodischer Zugänge. Das zentrale, verbindende Element zwischen den verschiedenen Ansätzen besteht im Prinzip des disziplinübergreifenden Forschens. Dieses stellt eine Antwort auf die sich schon früh abzeichnende Aufspaltung der Populärmusikforschung in einen kultur-/sozialwissenschaftlichen und einen musikwissenschaftlichen Teilbereich dar. Seit geraumer Zeit ist die Sensibilität für das Zwischen-allem-Stühlen-Sitzen gestiegen; entsprechend drängen die forscherschen Aktivitäten verstärkt darauf, die disziplinär bedingten Erkenntnisgrenzen zu überwinden. Transdisziplinäre Forschung erscheint hierfür im besonderen Maße geeignet, denn sie verlangt nach einem Wandel der Kompetenzprofile in den Einzelwissenschaften selbst. Wie Mittelstraß (1998: 45) herausstellt, vermag transdisziplinäre Forschung die »transdisziplinären Erwartung[e]n der Lebenswelt« selbst zu erfüllen. Letztlich geht es somit um ein »Passend-Machen« (ebd.: 46) der sich fortwährend verändernden Bedürfnisse der Lebenswelt mit den Möglichkeiten der wissenschaftlichen Reflexion. Inter- und Multidisziplinarität nehmen sich vor diesem Hintergrund lediglich als kognitive »Reparaturveranstaltung[en]« (ebd.: 34) aus.

Was die Frage der konkreten methodischen Umsetzung eines Analysevorhabens anbelangt, ist sicherlich Obert (2012: 16) zu folgen, der die Angemessenheit einer Methode allgemein an die Ergebnisse koppelt, die die Methoden-anwendung zeitigt: »Sofern anschlussfähige, diskursive, neuartige, produktiv weiter zu nutzende Einsichten in den Gegenstand das Resultat sind, ist jede noch so nah- oder abseitige Methode nicht nur angebracht, sondern auch wünschenswert«. Die Analyse wird hierdurch zu einem Dialog zwischen Gegenstand und Forscher, der immer nur ein vorläufiges Ende finden kann. Darum lässt sich nicht die eine angemessene Forschungsmethode zum (Pop-)Mainstream apostrophieren, vielmehr ist von einem Möglichkeitshorizont der Methoden auszugehen, in dem das eine Verfahren gemessen an der jeweiligen

Fragestellung sinnvoller erscheint als das andere. Eine (minimale) Übereinstimmung sollten die einzelnen Untersuchungen dahingehend erzielen, dass sie in irgendeiner Form kulturelle Wissensbestände und Erlebniskontexte thematisieren, ebenso Medialitäten resp. Materialitäten und Prozesse der Vergemeinschaftung (siehe hierzu aktuell von Appen et al. 2014). Es hat sich gezeigt, dass das Eigensinnige und Komplexe der populären Musik nicht allein auf Grundlage vermeintlich im musikalischen (Kunst-)Werk enthaltener Sinnbezüge offengelegt werden kann. Ergiebiger erscheint es, von einer medial bedingten Materialisierung musikalischer Konzepte auszugehen, die in unterschiedliche Rezeptionskontexte eintritt und in diesen eine gleichermaßen individuelle wie kollektiv geteilte Wirklichkeit bedeutungsvollen Erlebens herbeizuführen vermag.

In besonderer Weise relevant für die >Mainstream<-Forschung sind Einblicke in die Erfahrungswelten der Produktverantwortlichen. Nach außen hin meiden diese – wie zu Beginn erwähnt – den Begriff, scheinen jedoch die Sinnstruktur verinnerlicht zu haben, die dieser impliziert. In der Folge entsteht eine eigentümliche Diskrepanz zwischen den kulturellen Strukturen, die sie mitverantworten, und der sprachlichen Rahmung derselbigen. Eine probate Fragestellung besteht darin, Bezug auf die Motivationen, Zwänge, Handlungsrelevanzen etc. zu nehmen, die in diesem Erfahrungsraum virulent sind. Methodisch lässt sich dies – wie im Fall von Martel (2011) – in Form von Interviews umsetzen. Dass dabei verschiedene Produktionsbereiche (Film, Musik, Presse) in den Blick genommen werden, um etwaige Unterschiede und Gemeinsamkeiten sowie, darauf aufbauend, die >inneren< Mechanismen des Mainstreams herauszuarbeiten, liegt auf der Hand. Bei Martel können auf diese Weise zwei Kernmotive benannt werden: Gewinnmaximierung und globale Handelsstrategien. Angesichts des betriebenen Aufwands – nach Auskunft des Autors wurden 1250 Interviews mit Personen aus 30 Ländern geführt – erscheint dieses Ergebnis jedoch etwas dürftig. Eine Alternative bestünde darin, die diversen Akteure innerhalb eines bestimmten Produktionsapparats (beispielsweise einer Fernsehsendung) zu befragen. Hierdurch ließe sich aufweisen, wie im koordinierten Zusammenspiel verschiedener >Experten< (Aufnahmeleitung, Kamera, Ton, Requisite, Licht etc.) planmäßig Eindrücke erzeugt werden, wodurch nicht zuletzt die Brücke zum Goffman'schen Rahmen-Postulat, welches ein immanentes Interesse an den eingesetzten Gestaltungsmitteln artikuliert, geschlagen wäre (zur Bedeutung von Produktionsanalysen in der Medienforschung siehe allgemein Caldwell 2013).

Wird der Blick auf Rezeptionsphänomene gerichtet, so impliziert dies, die Praxen der Zuschreibung von Erlebtem als *Mainstream* zu untersuchen. Der unlängst erschienene Sammelband »Redefining *Mainstream Popular Music*« (Baker et al. 2013) vereint diverse Studien zu diesem Themenfeld. Beispielhaft seien hier zwei Beiträge vorgestellt: Auf Interviewbasis untersucht Strong (2013),

welche Sinnzuschreibungen die globale Verbreitung eines alternativkulturellen Musikgenres (Grunge) in einem regionalen Kontext (Australien) zeitigt. Die Mainstream-Werdung des Grunge schuf hiernach die Voraussetzung dafür, dass der Wertehorizont, den die entsprechenden musikalischen Darbietungen vermitteln, einem breiteren (weil globalen) Publikum zugänglich gemacht werden konnten. Es zeigt sich, dass durch den Popularitätsschub die identitätsbildenden Potenziale des Musikgenres keineswegs verringert wurden. Die Befragten erlebten die Musik trotz ihres Mainstream-Status als authentischen Ausdruck ihrer persönlichen Lebenswirklichkeit. Ausgehend von einer ethnografischen Studie analysiert Hannerz (2013), wie der Mainstream von den Akteuren der ›anderen‹ Sphäre, der Subkultur (hier: Punks), konstruiert wird. Hannerz kommt zu dem Schluss, dass der Mainstream zum einen als das dem Punk Äußerliche betrachtet wird (Schule, Arbeit, Lehrer, Vorgesetzte, Massenmedien etc.). Zum anderen wird der Mainstream im Punk selbst verortet, und zwar auf der Folie all jener, die die Symbole des Punks als bloße Oberfläche benutzen und damit ›entweihen‹. Das Punk-Sein selbst verlangt demnach nach einer permanenten Redefinition seiner Insignien. Der Mainstream dient hierbei als Mittel der Selbstlegitimierung bzw. -erhöhung: Durch die Unterstellung von Lebensbereichen, in denen das Handeln auf die Herstellung von Uniformität und Konformität festgelegt ist, erscheint die eigene Lebensführung als Ausdruck wahrer Individualität.

Quantitative Erhebungen zu den aktuellen Auslegungen des Mainstreams, die auf robusten Datenpaketen basieren, liegen bislang nicht vor, wären aber gerade zum Zweck der empirischen Fundierung eines reformulierten, forschungsadäquaten Begriffsverständnisses von Belang. Vorstellbar und wünschenswert wäre zudem eine Auswertung der in journalistischen Texten transportierten Begriffsauslegungen anhand einer Medieninhaltsanalyse (siehe hierzu Ringlstetter et al. 2007 zum Thema Prominenz). Hierbei wäre offenzulegen, welche ästhetischen und kulturellen Wertgefüge entlang des ›Mainstream‹-Begriffs bzw. der Annahme eines musikkulturellen Mainstreams kondensieren.

Eingedenk des Konzepts der medialen Rahmung lässt sich der Mainstream ebenfalls medienbiografisch untersuchen. Umsetzen lässt sich dies anhand von (vergleichenden) Falluntersuchungen, in denen mehr oder weniger detailliert der Werdegang eines Künstlers oder einer Band in der Vielfalt der medialen Erscheinungsformen rekonstruiert wird. Das bedeutet: Potenziell analysiert werden Disko- und Videografien sowie Tourneen, Fernsehauftritte, Radio-Airplay, Interviews, Rezensionen, Fansites/Blogs, YouTube-Clips (inkl. Kommentare) u.v.m. Hintergrund dieser Vorgehensweise ist es, die Eindrucksproduktion, die von einer prominenten musikmachenden Person ausgeht, möglichst umfassend einzufangen und sie mit den kommunikativen Weiterverarbeitungen in der Öffentlichkeit (Presse, Fans) abzugleichen. Dadurch können vor allem Transitionsphänomene identifiziert werden.

Im Einzelnen heißt das: Entlang bestimmter Zeiträume und Ereignisse werden die Handlungslogiken und Deutungsschemata aufgewiesen, die sich im Zusammenspiel der Künstleraktivitäten einerseits und ihrer Rezeption andererseits ausbilden (siehe hierzu die Imageanalysen in Borgstedt 2008). In der Folge lässt sich aufzeigen, welche Themen und Darstellungsformen mit welchen Ausprägungen von Popularität einhergehen. Dass der ›Mainstream‹-Begriff im Kern auf eine spezielle Form der Sinnzuschreibung rekurriert, wird durch einen solchen Ansatz bestätigt. Gleichzeitig aber wird deutlich gemacht, dass es stets konkreter Ereignisse bedarf, damit sich eine bestimmte Sichtweise auf einen Künstler in der Öffentlichkeit durchsetzt. Eine derartige Verschränkung der Perspektiven und Untersuchungsgegenstände bildet aktuell noch die Ausnahme, deshalb besitzt sie Innovationspotenzial.

Vergleichbare Studien zu weithin sichtbaren Starphänomenen widmen sich bislang vor allem den artistischen Manifestationen populärer Musikkultur (Tonaufnahmen, Videoclips, Songtexte etc.). Hier erweist sich die Persistenz disziplinärer – nicht zuletzt musikwissenschaftlicher – Grundüberzeugungen als problematisch. Davon ausgenommen ist zunächst der Umstand, dass Popularität als ein Rezeptionseffekt ausgewiesen wird, der sich prinzipiell musikalisch begründen lässt – Popmusiker sind eben zuallererst, wie Musiker allgemein, Agenten des musikalischen Erlebens. Kritikwürdig wird es jedoch, wenn, wie im Fall von Hawkins/Niblock (2008), auf der einen Seite der Stellenwert kultureller Ordnungen für den Rezeptions- und Aneignungsvorgang betont wird (vgl. ebd.: 6), auf der anderen Seite aber die damit berührte Wirklichkeitssphäre, nämlich jene der Fans, empirisch nicht erfasst und die daraus resultierende methodische Leerstelle nicht problematisiert wird. So drängt sich der Verdacht auf, dass die Forschung zu Mainstreamphänomenen letztlich als Erforschung von Musikprodukten verhandelt wird.

Der in der Musikwissenschaft seit jeher intensiv praktizierte Ansatz der Werkanalyse wäre hiernach lediglich den medienstrukturellen Umbrüchen des 20. Jahrhunderts angepasst, sein epistemologischer Fluchtpunkt, dem zufolge Aussagen über die Musik durch ein Verstehen ihrer inneren Zusammenhänge zu generieren sind, indes bestätigt worden. Den anhaltenden Diskussionen um eine Vermittlung zwischen den disziplinären Zugängen hätte man sich dadurch nonchalant entzogen (siehe hierzu auch die anlysezentrierten Beiträge in dem 2008 erschienenen Band »PopMusicology«: die Notwendigkeit kultur-/sozialwissenschaftlicher Betrachtungsweisen wird durchweg erkannt, die Analysen selbst beziehen sich jedoch fast ausschließlich auf Produkt- bzw. ›Werk‹-Eigenschaften).

Ein ähnliches Problem tritt bei Studien zu Musikstars mit medien(kultur)-wissenschaftlichem Forschungsschwerpunkt zu Tage. Materielle Grundlage der Betrachtung sind hier nicht selten Videoclips. Analysiert werden die visuellen Darstellungsweisen, zumeist in ihrem Zusammenwirken mit den Songtexten.

Eine häufig anzutreffende Vorgehensweise besteht darin, beide Komponenten (bewegtes Bild und Text) dem Prozess der Imagebildung zuzuordnen und diesen wiederum auf der Folie kultureller Sinnfiguren und sozialer Orientierungsmuster (z.B. geschlechtlich-sexueller) zu analysieren und zu interpretieren (siehe hierzu Railton/Watson 2011 sowie Weiß 2007). Dieses Vorgehen ist nicht rundweg abzulehnen, da mit dem Begriff der populären Musik bekanntlich eine vitale kulturelle Praxis gekennzeichnet wird, in der Rollenbilder, Lebensmodelle, soziale Normen u.v.m. diskursiv ausgehandelt werden. Bedenklich wird diese Vorgehensweise in dem Moment, in dem aufgrund eines eng gefassten theoretischen und methodischen Rahmens die Musikebene marginalisiert wird, was letztlich dazu dient, das Ausbleiben ihrer Analyse legitim erscheinen zu lassen. Dies ist z.B. der Fall in der semiotischen Untersuchung von Madonna-Videos bei Decker (2005). Nach Auffassung des Autors besteht die primäre Funktion der Musik darin, »Gefühle zu vermitteln« (ebd.: 42). Für Gefühle gilt jedoch, dass sie gerade nicht als Zeichen von oder für etwas fungieren – folgerichtig können sie bzw. das, was sie hervorruft (nämlich die Musik), auch keine Berücksichtigung in einer semiotischen Analyse finden. Ein solcher Ansatz beschwört eine Eigenrealität des bewegten Bildes und der textlichen Botschaft herauf und verliert in fahrlässiger Weise die Komplexität des musikkulturellen Gesamtgefüges aus dem Blick. Dies betrifft sowohl Musik als immaterielles, zeitindifferentes Ordnungssystem als auch die musikalische Gegenwart in ihren mannigfachen Stilen, Produktionsästhetiken und crossmedialen Verflechtungen. Welche sprachlichen und optischen Spezifika einem Künstler zuzuordnen sind, kann also immer nur einen Teilaspekt der Analyse markieren. Zu fragen wäre vielmehr danach, wie es einem Musiker gelingt, sein artistisches Selbstkonzept in der kulturellen Vielgestaltigkeit der Klänge, Bilder, Performances und Images einerseits und der Publikumerwartungen andererseits erfolgreich zu positionieren, und zwar stets von Neuem.

### FAZIT

In pluralistisch-demokratischen Gesellschaften entspricht es durchaus der Norm, dass Menschen ein Gespür für dominante kulturelle Erscheinungen entwickeln oder in ihrem Tun auf die Entstehung ebensolcher hinwirken. Es ist gewissermaßen ›common sense‹, dass Interessen und Ziele immer auch kollektiv artikuliert werden und dabei tatsächliche oder gefühlte Mehrheiten den Ton vorgeben. Insofern stellt ›Mainstream‹ eine legitime Kategorie zur Beobachtung der Kollektivbildungen in diesen Gesellschaften dar. Der Prozess der Kollektivbildung lässt sich als eine Geschichte der Popularisierung von Ideen, Äußerungen oder (Selbst-)Darstellungen begreifen. In diesem Sinne widmet sich die ›Mainstream‹-Forschung der analytischen Erschließung von sozialen Erfahrungsräumen, in denen Popularität ausgehandelt wird.

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemerausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

Popularität kann dabei immer nur relational bestimmt werden, setzt demnach eine umfassende Beschreibung der in Abgleich zueinander gebrachten kulturellen Phänomene voraus. Für den Mainstream gilt darum, dass er vergleichsweise inkludierend wirkt, eine vergleichsweise breite Öffentlichkeit anspricht

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemбераusgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

und vergleichsweise leicht verständliche Darbietungen umfasst. Letzteres schließt ästhetische Extreme nicht aus, weil in Unterhaltungskulturen (aber nicht nur in diesen) ein prinzipielles Interesse am Neuen und Unverbrauchten besteht. Entscheidend ist die Gesamtrahmung: Bewegt sich ein Künstler

ausschließlich in ästhetischen Welten, die in einer Gesellschaft als radikal empfunden werden, dürfte er nur jene Teile des Publikums ansprechen, denen diese Form des künstlerischen Ausdrucks verständlich ist. Auf lange Sicht würde solch ein Werk bloß in jene Medien gelangen, die auf die Vermittlung derartiger Angebote spezialisiert sind. Daraus resultiert ein spezifisches Erscheinungsbild in der Öffentlichkeit, welches ein bestimmtes Spektrum von Kommentierungen und Bewertungen wahrscheinlicher macht.

Durch das Konzept des Mainstreams wird die Populärmusikforschung für zwei Aspekte sensibilisiert, die bislang randständig behandelt wurden: Zum einen erscheint es lohnenswert, die Sphäre der Produzierenden stärker in den Blick zu nehmen. Sicherlich: Die Werk-Betrachtung bedarf einer solchen Perspektive nicht – die Darbietungen sind in der Welt und führen ein Eigenleben, welches sich ohne Wissen um die Motivationen der Darbietenden rekonstruieren lässt. Allerdings dient Forschung immer auch der Aufklärung über bzw. dem Aufdecken von Mechanismen, in denen sich Kulturen materiell konstituieren. Zu fragen wäre demnach: Wie kommt zustande, was von vergleichsweise vielen Menschen gemocht wird? Verschiedene Produktionssphären müsste man bei einer Antwort berücksichtigen, etwa das Tonstudio, das Fernsehstudio oder die Tournee-Bühne. Einblicke in die Produktionsprozesse ließen sich in Form von teilnehmenden Beobachtungen oder Experteninterviews eröffnen. Nicht jeder Kulturschaffende wird sich in die Karten schauen lassen, jedoch sollte dies die Forschenden nicht davon abhalten, diese Aufgabe in Angriff zu nehmen.

170

Zum anderen sind die Hervorbringungen in populären Musikkulturen als komplexe, multimodal angelegte Rhetoriken zu verstehen. Populäre Musik ist im Kern ein Spiel um die Gunst des Publikums. Um dieses von sich einzunehmen, werden auf unterschiedlichen Ebenen mehr oder weniger überzeugende Gestaltungsmittel eingesetzt. Mit dieser Feststellung soll keineswegs die in den frühen Arbeiten der Cultural Studies bevorzugte neomarxistische Vorstellung von einem unmündigen Massenpublikum wiederbelebt werden. Rhetorik kann stets auch ins Leere laufen, inhäriert also eine dialogische Struktur. Am Beispiel von »Mainstream«-Phänomenen lässt sich vielmehr hinterfragen, unter welchen Bedingungen sich vergleichsweise viele Menschen in wohlwollender Weise auf eine musikalische Darbietung einlassen. Die Analyse gilt demnach »Erfolgsrhetoriken«, an denen sich die Bedürfnis- und Erlebnisstrukturen in einer Gesellschaft nachzeichnen lassen. Zu bedenken ist, dass bestimmte Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen Medien und Kunstsparten übergreifend wirkmächtig werden. An das Erscheinungsbild von Pop-Künstlern werden mitunter Anforderungen gestellt, die auf die Hervorbringungen in nichtmusikalischen Handlungsfeldern zurückgehen. Dies verlangt wiederum, allen beobachtbaren Elementen prinzipiell die gleiche Gültigkeit zuzusprechen. Musikalischer Klang kann als Bedingung der Sinnzuschreibung im Pop-Mainstream angesehen werden. Der Nachweis, dass das Erleben im Mainstream

primär ein musikalisch-ästhetisches ist, ist dadurch nicht erbracht. Allein aus den immanenten Logiken der Praxis heraus erscheint (er)klärbar, welcher Stellenwert dem klangästhetischen Empfinden beigemessen werden kann.

Hierdurch wird deutlich: Die analytische Erschließung des Pop-Mainstreams lässt sich insgesamt als ein praxeologisches Forschungsprojekt im Schnittfeld von Musik-, Medien- und Kultur-/Sozialwissenschaft begreifen. Auf theoretisch-methodologischer Ebene bestünde eine zentrale Herausforderung darin, das Goffman'sche Rahmen-Konzept, das von situierten Praxen ausgeht und folglich den mikro- bzw. mesosozialen Blick bedingt, mit der Analyse sozial- resp. marktstruktureller Gegebenheiten zu versöhnen. Ungeachtet dessen lässt sich festhalten, dass durch das praxeologische Paradigma die Dualität von Darstellung und Herstellung ins Zentrum analytischer Operationen gerückt wird – womit gleichzeitig ein entscheidender Unterschied zu bisherigen Ansätzen in der Populärmusikforschung benannt ist.

Der >Mainstream<-Begriff verlangt, mehr noch als andere theoretische Zugänge zur populären Musik, nach einer Integration produkt- und rezeptionsanalytischer Verfahren. Die Rede vom Mainstream bezieht sich auf die >Erfolgsrhetoriken< selbst sowie auf die soziokulturellen Bedingungen ihres Gelingens. Indem man sich als Forscher der Dualität von Darstellung und Herstellung in der kulturellen (Re-)Produktion vergewissert, wird der Blick für das handlungsförmige Zustandekommen musikbezogener Erfahrungsräume (Aufnehmen, Aufführen, Zuschauen, Berichten etc.) sowie deren Ineinandergreifen geschärft. Erkenntnisleitend ist in der Folge die Annahme, dass durch eine musikalische Darbietung (oder eine Reihe von Darbietungen) eine soziale Konstellation – zu verstehen als Entität von Akteuren und ihren in symbolisch vermittelten Interaktionen konstituierten Beziehungen – gleichsam hergestellt wird. Die >hergestellte< Konstellation bildet ihrerseits den Nährboden für nachfolgende Darbietungen, die wiederum die Entstehung spezifischer Konstellationen begünstigen usw. Das Wirken von Pop-Künstlern kann demnach als ein >Hineinwachsen< in kollektive Sinnwelten begriffen werden. Es ist Aufgabe zukünftiger Forschung, auf breiter empirischer Basis offenzulegen, wie sich dieses >Hineinwachsen< im Falle des Mainstreams gestaltet. ♦

## L I T E R A T U R

- APPEN, RALF VON ET AL. (HG.)** (2014): Populäre Musik. Geschichte – Kontexte – Forschungsperspektiven, Laaber. ♦ **BAACKE, DIETER** (1998): Neue Ströme der Weltwahrnehmung und kulturelle Ordnung, in: ders. (Hg.): Handbuch Jugend und Musik, Opladen, S. 29-57. ♦ **BAKER, SARAH ET AL. (HG.)** (2013): Redefining Mainstream Popular Music, New York. ♦ **BENNETT, ANDY** (2000): Popular Music and Youth Culture. Music, Identity and Place, New York. ♦ **BIELEFELDT, CHRISTIAN ET AL. (HG.)** (2008): PopMusicology. Perspektiven der Popmusikwissenschaft, Bielefeld. ♦ **BORGSTEDT, SILKE** (2008): Der Musik-Star. Vergleichende Imageanalysen von Alfred Brendel, Stefanie Hertel und Robbie Williams, Bielefeld. ♦ **BULLERJAHN, CLAUDIA** (2009): Der Song als durchgehend bedeutender Bestandteil der Filmmusikgeschichte, in: Christof

- Jost et al. (Hg.): Die Bedeutung populärer Musik in audiovisuellen Formaten, Baden-Baden, S. 103-125. • **CALDWELL, JOHN T.** (2013): Zehn Thesen zur Produktionsforschung, in: *montage AV* 22:1, S. 33-47. • **DECKER, JAN-OLIVER** (2005): Madonna: Where's that Girl? Starimage und Erotik im medialen Raum, Kiel. • **ENGH, MARCEL** (2006): Popstars als Marke. Identitätsorientiertes Markenmanagement für die musikin-dustrielle Künstlerentwicklung und -vermarktung, Wiesbaden. • **ENGH, MARCEL** (2008): Artist & Repertoire (A&R). Eine markentheoretische Betrachtung, in: Gerhard Gensch et al. (Hg.): Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion. Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft, Wiesbaden, S. 293-310. • **FRITH, SIMON** (1996): *Performing Rites. On the Value of Popular Music*, Cambridge, MA. • **GOFFMAN, ERVING** (1977): *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*, Frankfurt/M. • **GROSCH, NILS** (2009): Populäres Musiktheater als dramaturgische Koordination populärer Musik, in: Christofer Jost et al. (Hg.): Die Bedeutung populärer Musik in audiovisuellen Formaten, Baden-Baden, S. 85-101. • **HALL, STUART/JEFFERSON, TONY** (1976): *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*, London. • **HANNERZ, ERIK** (2013): The Positioning of the Mainstream in Punk, in: Sarah Baker et al. (Hg.): *Redefining Mainstream Popular Music*, New York, S. 50-60. • **HAWKINS, STAN/NIBLOCK, SARAH** (2011): Prince: The Making of a Pop Music Phenomenon, Farnham. • **HEBDIGE, DICK** (1979): *Subculture: the meaning of style*, London. • **HECKEN, THOMAS** (2009): *Pop. Geschichte eines Konzepts 1955-2009*, Bielefeld. • **HOLERT, TOM/TERKESSIDIS, MARK** (1996): Einführung in den Mainstream der Minderheiten, in: Dies. (Hg.): *Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft*, Berlin, S. 5-19. • **HUBER, ALISON** (2013): *Mainstream as Metaphor: Imagining Dominant Culture*, New York. • **HÜGEL, HANS-OTTO** (2007): *Lob des Mainstream. Zu Begriff und Geschichte von Unterhaltung und Populärer Kultur*, Köln. • **JACKE, CHRISTOPH** (2009): *Einführung in Populäre Musik und Medien*, Berlin. • **MARTEL, FRÉDÉRIC** (2011): *Mainstream. Wie funktioniert, was allen gefällt*, München. • **MITTELSTRASS, JÜRGEN** (1998): *Die Häuser des Wissens. Wissenschaftstheoretische Schriften*, Frankfurt/M. • **OBERT, SIMON** (2009): *In-szenierte Dokumentation – dokumentierte Inszenierung. Politische Agitation und die Rolling Stones in Jean-Luc Godards experimentellem Film One Plus One*, in: Christofer Jost et al. (Hg.): Die Bedeutung populärer Musik in audiovisuellen Formaten, Baden-Baden, S. 127-143. • **OBERT, SIMON** (2012): *Komplexitäten und Reduktionen. Zu einigen Prämissen der Popmusikanalyse*, in: Dietrich Helms und Thomas Phleps (Hg.): *Black Box Pop. Analysen populärer Musik*, Bielefeld, S. 9-21. • **PETERSON, RICHARD A./BENNETT, ANDY** (2004): *Introducing Music Scenes*, in: Andy Bennett und Richard A. Peterson (Hg.): *Music Scenes. Local, Translocal, and Virtual*, Nashville, S. 1-15. • **PFLEIDERER, MARTIN** (2009): *Sound und Rhythmus in populärer Musik. Analysemethoden, Darstellungsmöglichkeiten, Interpretationsansätze*, in: Christofer Jost et al. (Hg.): Die Bedeutung populärer Musik in audiovisuellen Formaten, Baden-Baden, S. 175-195. • **RAILTON, DIANE** (2001): *The Gendered Carnival of Pop*, in: *Popular Music* 20:3, S. 321-331. • **RAILTON, DIANE/WATSON, PAUL** (2011): *Music Video and the Politics of Representation*, Edinburgh. • **RAPP, URI** (1973): *Handeln und Zuschauen. Untersuchungen über den theatersoziologischen Aspekt in der menschlichen Interaktion*, Darmstadt. • **RECKWITZ, ANDREAS** (2006): *Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne*, Weilerswist. • **RINGLSTETTER, MAX ET AL.** (2007): *Der Einsatz von Prominenz in der Medienbranche: eine Analyse des Zeitschriftensektors*, in: Thomas Schierl (Hg.): *Prominenz in den Medien. Zur Genese und Verwertung von Prominenten in Sport, Wirtschaft und Kultur*, Köln, S. 122-141. • **SCHMIDT, AXEL** (2013): *Handlung, Inszenierung, Performance. Zur interaktionstheoretischen Konzeptualisierung musikalischer Artistik*, in: *Musiktheorie* 28, S. 351-368. **SCHMIDT, AXEL/NEUMANN-BRAUN, KLAUS** (2003): *Keine Musik ohne Szene? Ethnografie der Musikrezeption Jugendlicher*, in: Klaus Neumann-Braun et al. (Hg.): *Popvisionen. Links in die Zukunft*, Frankfurt/M., S. 246-272. • **SCHULZE, HOLGER (HG.)** (2008): *Sound Studies: Traditionen – Methoden – Desiderate: Eine Einführung*, Bielefeld. • **STRONG, CATHERINE** (2013): *The Contradictions of the Mainstream: Australian Views of Grunge and Commercial Success*, in: Sarah Baker et al. (Hg.): *Redefining Mainstream Popular Music*, New York, S. 75-85. • **THORNTON, SARAH** (1995): *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge. • **TOYNBEE, JASON** (2000): *Making Popular Music. Musicians, Creativity and Institutions*, London. • **WEISS, MATTHIAS** (2007): *Madonna revidiert. Rekursivität im Videoclip*, Berlin. • **WICKE, PETER** (2001a): *Sound-Technologien und Körper-Metamorphosen. Das Populäre in der Musik des 20. Jahrhunderts*, in: Ders. (Hg.): *Rock- und Popmusik*, Laaber, S. 11-60. • **WICKE, PETER** (2001b): *Von Mozart zu Madonna. Eine Kulturgeschichte der Popmusik*, Frankfurt/M. • **WICKE, PETER** (2003): *Popmusik in der Analyse*, in: *Acta Musicologica* 75, S. 107-126. • **WICKE, PETER/ZIEGENRÜCKER, KAI-ERIK UND WIELAND** (2001): *Handbuch der populären Musik*. 4. Aufl., Mainz.