

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Projektleitung: Albrecht Lamey
Satz: layouterie.de
Mitarbeit: Andrea Bayer-Zapf
Covergestaltung und Coverfoto: Lisa Schwenk

Druck: AZ Druck und Datentechnik GmbH, Kempten

ISBN 978-3-89639-928-1
ISSN 0946-543X (Forum Musikpädagogik)

© Wißner-Verlag, Augsburg 2014 | www.wissner.com

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede
Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen be-
darf deshalb der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Geleitwort

Wie in vielleicht keinem anderen Schulfach laufen im Musikunterricht die inhaltlichen Erwartungen der Schülerinnen und Schüler und die in Rahmenrichtlinien oder Lehrplänen fixierten Vorgaben derart dramatisch auseinander. Während Musik zu den bevorzugten Freizeitbeschäftigungen von Jugendlichen zählt, rangiert der Musikunterricht nicht selten am unteren Ende der Beliebtheitsliste schulischer Fächer. Das große Interesse, das Schülerinnen und Schüler in ihrem freizeitlichen Umgang mit Musik entwickeln, steht oft quer zur Musik, wie sie im Unterricht thematisiert wird. Dies führt zu Abwehrhaltungen der Schüler, die es Lehrkräften beispielsweise schwer machen, sogenannte „klassische Musik“ zum Gegenstand des Unterrichts zu machen.

Aus fachdidaktischer Sicht wäre es wünschenswert zu erfahren, wodurch sich solche Abwehrhaltungen außer Kraft setzen lassen, wie es gelingen könnte, bei Jugendlichen die Bereitschaft zu schaffen, sich überhaupt auf solche ungewohnte, möglicherweise abgelehnte Musik einzulassen. Wie lässt sich das Interesse von Schülerinnen und Schülern wecken, sich eingehender mit klassischer Musik zu befassen?

Wie Beispiele aus Vergangenheit und Gegenwart zeigen, kann „klassische Musik“ durchaus Interesse wecken bei solchen Menschen, die dieser Musik ansonsten eher ablehnend gegenüberstehen. Dies gelingt auf sehr unterschiedlichen Wegen, z. B. als Begleitung eines Films. Bekannte historische Beispiele sind *Elvira Madigan*, *Jenseits von Afrika*, *Amadeus* jeweils mit Musik von W. A. Mozart oder die Rendezvous der Sinne-Kampagne von Nestlé mit *O Fortuna* aus Carl Orffs *Carmina Burana*, was Sony Music in eine auflagenstarke CD-Edition ummünzen konnte. Der Effekt kann aber auch durch ein Bild hervorgerufen werden, das auf einem CD-Cover zum Kauf oder als Plakat zum Konzertbesuch verleitet, oder durch einen sprachlichen Text, sei er belletristisch oder beispielsweise aus einem Werbekontext. Bei solchen Beobachtungen setzt die vorliegende Studie an. Alexander Köhler geht mit seinem vom Musikalischen Kompetenzzentrum Magdeburg geförderten Forschungsprojekt der Frage nach, ob solche „Appetitanreger“ – Texte, Filmausschnitte, Bilder, Musikausschnitte – auch gezielt Jugendliche im Unterricht ansprechen und Interesse an der zugehörigen klassischen Musik wecken können.

Als Untersuchungsmaterial wählte Alexander Köhler Texte, CD-Cover, Filme bzw. Filmausschnitte sowie Musikbeispiele, die er mehr als 700 Schülern aus siebten, neunten und elften Klassen an Gymnasien und Realschulen Sachsen-Anhalts vorstellte. Die Ergebnisse erlauben einen differenzierten Blick auf die Vorgänge, die dazu führen, dass Schüler Interesse an klassischer Musik entwickeln. Und sie zeigen, dass Schüler sich offenbar auf jeweils sehr eigene Art und Weise für die Musik begeistern lassen. Zu der sich hieraus ergebenden didaktischen Herausforderung kann die vorliegende Studie wesentliche Anregungen bieten.

Halle (Saale), im Herbst 2013

Prof. Dr. Georg Maas

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
1 Einleitung	13
1.1 Klassische Musik im Alltag der Schüler	13
1.1.1 Meinungen und Vorurteile	13
1.1.2 Exkurs 1: Träume, Ideen, Visionen	15
1.1.3 Exkurs 2: Der Gänsehautfaktor – Untersuchung zur emotionalen Wirkung von Musik	16
1.2 Ansatz der Arbeit	18
2 Forschungsstand und Hypothesenbildung	19
2.1 Forschungs- und Erkenntnisstand zum Untersuchungsthema	19
2.1.1 Gefallen und Interesse	19
2.1.2 Cover	21
2.1.2.1 Exkurs 1: Platten und CD-Cover – Ein kurzer Einblick in Strategie und Marketing	22
2.1.2.2 Exkurs 2: Semiotik der CD-Cover	23
2.1.3 Filmausschnitte und Hörbeispiele	25
2.1.3.1 Exkurs 1: Klaus-Ernst Behne „Lieben sie Debussy?“ Untersuchungen zur Wahrnehmung von Musik	26
2.1.3.2 Exkurs 2: Susanne Keuchel „Das Auge hört mit“	29
2.2 Hypothesenbildung	31
2.2.1 Aussage und Funktion der Hypothesen	31
2.2.2 Die Rangfolge der Items hinsichtlich der Interessenserzeugung	31
2.2.2 Formulierung der Hypothesen	32
3 Untersuchungsdesign	35
3.1 Fragebogendesign – Untersuchungsmaterial	35
3.2 Beschreibung der Items	36
3.2.1 Texte	37
3.2.1.1 Textbeispiele der Studie	37
3.2.2 Cover	40
3.2.2.1 Coverbeispiele der Studie	40
3.2.3 Filmausschnitte	43

3.2.3.1	Filmausschnitte der Studie	44
3.2.4	Hörbeispiele	46
3.2.4.1	Hörbeispiele der Studie	47
3.3	Beschreibung der Stichprobe	48
3.3.1	Klassenstufe und Alter	49
3.3.2	Schulform	52
3.3.3	Geschlecht	53
3.3.4	Instrumentalisten	53
4	Auswertung	55
4.1	Charakterisierung der Probanden hinsichtlich musikalischer Einstellungen und Präferenzen	55
4.1.1	Musikgeschmack	55
4.1.2	Lieblingsmusik	56
4.1.3	Meinungen über klassische Musik	58
4.2	Probleme hinsichtlich der Auswertung der Daten	59
4.2.1	Durchführung und methodische Probleme – Potentielle Fehlerquellen	60
4.2.2	Rücklauf und Auswertungsprobleme	60
4.3	Hypothese 1: Zum Zusammenhang von Gefallen und Interesse	61
4.3.1	Einleitung zur Korrelation	61
4.3.2	Exkurs 1: Korrelation der Variablen Gefallen und Interesse	62
4.3.3	Exkurs 2: Das Verfahren der Korrelation in der Untersuchung der Items	63
4.3.4	Die Korrelation der Variablen im Test	63
4.3.5	Ergebnisse der Korrelationsberechnungen in der Untersuchung der einzelnen Items	63
4.3.5.1	Korrelation der Cover	64
4.3.5.2	Korrelation der Hörbeispiele	64
4.3.5.3	Korrelation der Filmausschnitte	65
4.3.6	Korrelationsproblem der Filmausschnitte Nr. 5 und Nr. 6	66
4.3.6.1	Aufbau und Auswahl der Cluster	66
4.3.6.2	Auswertung der Clusterung	69
4.3.7	Zusammenfassung Korrelation	71
4.4	Hypothesen 2 bis 4: Zum Wecken von Interesse	74
4.4.1	Vergleich der vier verwendeten Medienarten	74
4.4.1.1	Vergleich der unterschiedlichen Medienarten in der Gesamtstichprobe	75

4.4.1.2	Vergleich der unterschiedlichen Medienarten in den verschiedenen Klassenstufen	77
4.4.2	Betrachtung der einzelnen Items hinsichtlich des erzeugten Interesses an klassischer Musik	79
4.4.2.1	Die Items der Medienart Text in der Einzelanalyse	79
4.4.2.2	Die Items der Medienart Cover in der Einzelanalyse	85
4.4.2.3	Die Items der Medienart Hörbeispiel in der Einzelanalyse	92
4.4.2.4	Die Items der Medienart Filmausschnitt in der Einzelanalyse	100
4.4.2.5	Zusammenfassung Vergleich der Medienarten	108
4.4.3	Vergleich des erzeugten Interesses der einzelnen Items	109
4.4.3.1	Vergleich der Items in der Gesamtstichprobe	109
4.4.3.2	Vergleich der Items in den verschiedenen Klassenstufen	110
4.4.3.3	Abschließende Betrachtung zum Vergleich von Medienarten und Items	112
4.4.4	Wertebereiche der einzelnen Items	115
4.4.5	Vergleich der auditiven Items mit den entsprechenden visuell unterstützten Items	118
4.4.6	Clusteranalyse	122
4.4.6.1	Clusteranalyse der Items gemäß der unterschiedlichen Medienarten	123
4.4.6.2	Klassifizierung der Probanden nach Klassenstufen in den einzelnen Medienarten	133
4.4.6.3	Zusammenfassung Clusteranalyse	138
5	Resümee	141
5.1	Ergebnisse	141
5.2	Schlussfolgerungen für den Unterricht	146
5.3	Schlussfolgerung und Ausblick für die weitere Forschung	149
6	Anhang	151
6.1	Literaturverzeichnis	151
	Bibliographie	151
	Zeitschriften	152
	Sonstige	152
	Internetquellen	153
6.2	Discographie	153
6.3	Videographie	153