

Vogels, Benjamin (2016): Soziale Medien in der Lehre der Musiktheorie. ZGMTH 13/2, 311–328. <https://doi.org/10.31751/921>

© 2016 Benjamin Vogels



Dieser Text erscheint im Open Access und ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

This is an open access article licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

eingereicht / submitted: 01/01/2017

angenommen / accepted: 01/03/2017

veröffentlicht / first published: 30/06/2017

zuletzt geändert / last updated: 10/05/2018

Soziale Medien in der Lehre der Musiktheorie

Benjamin Vogels

ABSTRACT: Der Aufenthalt in elektronischen sozialen Netzwerken (*Social Media*) ist heute für viele ein selbstverständlicher Bestandteil der Alltagskommunikation. Auch der akademischen Lehre, etwa dem Unterricht im Fach Musiktheorie, bieten sich zunehmend Möglichkeiten zur Nutzung »sozialer Medien« im Sinne von E-Learning-Plattformen. Mit dieser Entwicklung verbunden sind Chancen und Risiken, die im folgenden Beitrag u. a. aus didaktischer, unterrichtspragmatischer und rechtlicher Perspektive in den Blick genommen werden.

For many people, social media have become a normal element of their everyday communication. Not surprisingly, this is also true for university life. This, in turn, raises the question how and to what extent academic music theory teaching can benefit from using social media as an e-learning platform. Chances and risks connected with this development are considered in this article, most significantly issues such as the theory and practice of teaching and legal complexities.

Bereits im Jahr 1983 formulierte der amerikanische Medienwissenschaftler Richard E. Clark seine »grocery truck«¹-Analogie für den Einsatz von Medien im Bildungsbereich. Diese Analogie besagt, dass der Einsatz von Medien als Träger des Lehrstoffs grundsätzlich keine objektiv messbare Verbesserung der Lernleistung hervorbringt, ebenso wenig, wie die Art des Lieferwagens als Transportmittel Verbesserung der Qualität oder des Nährwerts von Lebensmitteln bewirkt. Der Begriff des Mediums ist dabei zunächst nicht näher definiert und kann dabei etwas so Einfaches bezeichnen wie eine Tafel oder ein Buch, aber auch einen Overhead-Projektor oder einen Beamer. Hier nun geht es um soziale Medien, wie sie im zweiten Abschnitt dieses Aufsatzes näher beschrieben werden. Ohne bereits an dieser Stelle auf die unterschiedlichen Medien eingehen zu wollen, lassen sich soziale Medien von denen, die Clark im Sinn hatte und kannte, durch ihre Performativität unterscheiden. Das Agieren in sozialen Netzwerken besteht zu einem großen Teil aus Kollaboration², die eigene Teilnahme ist gleichzeitig auch eine Auseinandersetzung mit den Beiträgen der übrigen Mitglieder.

Diese zu Beginn zitierte Metapher Clarks stammt aus einer Zeit, in der der Gedanke an soziale Netzwerke als Zusammenschluss von Heimcomputern in einem weltumspannenden Netzwerk höchstwahrscheinlich noch undenkbar war. Dessen ungeachtet ist die Skepsis bezüglich einer Verbesserung der Lehre allein aufgrund der eingesetzten Medien – sei es der Fernseher oder die E-Learning-Plattform – damals wie heute angebracht,

1 Clark 1983, 445.

2 Vgl. Ebersbach/Glaser/Heigl 2011, 34.

und wird, wie ich zeigen werde, auch mit Berufung auf Clark geäußert. Dennoch werden (soziale) Medien im Unterricht eingesetzt, und ein pauschaler Verzicht kann kaum überzeugen, da eine zeitgemäße Lehre unter völligem Verzicht auf ebenso zeitgemäße Medien noch unsinniger erscheint.

Dieser Beitrag, der sich als kritische Auseinandersetzung mit sozialen Medien in der Lehre der Musiktheorie versteht, geht daher davon aus, dass der Erfolg dieser Lehre zum weitaus größten Teil von der pädagogischen Kompetenz der verantwortlichen Lehrperson abhängt. Wenn diese Lehrperson (soziale) Medien in ihrem Unterricht einsetzt bzw. einsetzen will, so nehme ich an, dass einer grundsätzlich qualifizierten Lehre ein pädagogischer, medialer und sozialer Aspekt hinzugefügt werden soll, der das Lehrkonzept unterstützt und verändert, es aber nicht fundiert. Anders ausgedrückt: Soziale Medien werden, in Übereinstimmung mit Clark, den Unterricht höchstwahrscheinlich nicht allein dadurch verbessern, dass Lehrinhalte in soziale Medien ausgelagert werden. Sie werden ihn aber in einer Weise verändern können, die die Lehre ausrichtet an den Formen, in denen ihre Inhalte vorliegen, und an Konzepten, die ihre Zielgruppe vertritt.

Viele Aspekte der Nutzung sozialer Medien in der Lehre der Musiktheorie unterscheiden sich zunächst nicht wesentlich von denen anderer Studienfächer. Dies betrifft zunächst die Definition dessen, was überhaupt als soziales Medium verstanden wird, sowie ihre rechtliche Problematik im Rahmen der universitären Nutzung. Diese Punkte werden in den nächsten beiden Abschnitten im Mittelpunkt stehen; insbesondere der rechtlichen Problematik wird viel Raum gegeben, da diese meines Erachtens ein Risiko bildet, welches allzu oft auf die leichte Schulter genommen wird.³ Fast immer geht es darum, Studierende aktiv in sozialen Netzwerken zusammenzubringen und einen Teil der Lehre dorthin zu verlagern (wie es im E-Learning der Fall ist). Der Gedanke, dass soziale Medien auch passiv genutzt werden könnten, gleichsam von einem externen Beobachtungsposten aus, kommt nur selten zur Sprache. Doch erspart gerade dieser Nutzungsmodus, der musiktheoretisch relevante Kommentare bei *YouTube*, *Facebook* und *Twitter* lediglich auswertet, viel Kopfzerbrechen über Datenschutz und Privatsphäre im Internet.

Im deutschsprachigen Raum existieren nur wenige Publikationen zum Thema ›Soziale Medien in der Lehre‹. Am interessantesten ist vermutlich der Sammelband *Lehrbuch für Lernen und Lehren mit Technologien*, der von Martin Ebner bereits in der zweiten Auflage (2013) herausgegeben wurde. Im Gegensatz dazu wird das Thema in den USA schon lange erforscht. Neben quantitativen Studien, die an großen Universitäten durchgeführt wurden, existiert mit der von Charles Wankel herausgegebenen bereits 14-bändigen Reihe *Cutting Edge Technologies in Higher Education* eine Sammlung von Publikationen, die sich u. a. anhand von Einzeldarstellungen dem Thema widmet. Kunst-hochschulen oder gar musiktheoretische Lehrveranstaltungen spielen hier zwar keine Rolle, da sich aber viele der dort geschilderten Erfahrungen ohne Weiteres übertragen lassen, ist dieser Mangel zu verschmerzen. Ein größeres Problem ist die durchaus unterschiedliche Lehrhaltung zwischen den USA und dem deutschsprachigen Bereich, worauf ich an geeigneter Stelle hinweisen werde.

3 Vgl. Leistert 2013, 41 f.

Was sind soziale Medien?

Es existiert eine Fülle unterschiedlichster Medien zur Unterstützung des Unterrichts. Hier nun stehen soziale Medien (*Social Media*) im Vordergrund, die untrennbar mit dem Internet verbunden sind. Jedes dieser Medien hat seine spezifischen Charakteristika, die es für eine bestimmte Lernsituation geeignet oder ungeeignet macht, ohne dass eine generelle Aussage über sie möglich wäre. Ob ein Medium überhaupt ›social‹ ist, kann anhand zweier Kriterien entschieden werden: Zum einen muss es sich um ein Web 2.0-fähiges Medium handeln. Web 2.0 ist, auch wenn es die Bezeichnung nahelegt, keine Versionsnummer im Sinne eines Update von Web 1.0, sondern eine Sammelbezeichnung für ideologische und technologische Eigenschaften.⁴ Die wichtigste Eigenschaft des Web 2.0 ist die Möglichkeit der Zusammenarbeit mehrerer Benutzer*innen an einem Projekt – *Wikipedia* ist hierfür ein gutes Beispiel. Zum anderen muss die Möglichkeit gegeben sein, dass Benutzer*innen selber Inhalte erstellen (›user generated content‹), die öffentlich zugänglich sind und geteilt werden können. Die OECD, die diese Definition im Jahr 2007 formulierte, fügte noch hinzu, dass die entsprechenden Inhalte nicht in finanzieller oder professioneller Absicht erstellt worden sein dürfen.⁵ Angesichts eines hochgradig professionell agierenden *Social Media*-Marketings von Unternehmen und dem damit verbundenen Berufsbild des *Social Media*-Managers kann hiervon allerdings keine Rede mehr sein.

Ist ein Medium als ›social‹ identifiziert, so ist es möglich, etwas über den Gehalt (›richness‹) dieses Mediums zu sagen und über seine soziale Präsenz (›social presence‹). Das Kriterium der sozialen Präsenz gibt Auskunft über die Art, wie das Medium mit seinen Nutzer*innen in Kontakt tritt (akustisch, optisch, physisch usw.), während der Gehalt die Qualität der sozialen Kommunikation meint (locker, eng, uneindeutig, eindeutig usw.).⁶ Verbunden mit dem Ausmaß der Informationen, die der Nutzer und die Nutzerin der Medien über sich preisgibt, zeigt sich, dass beispielsweise *Wikipedia* unter den *Social Media*-Angeboten hier relativ weit unten rangiert.⁷ Es qualifiziert sich als ›social‹ durch die Möglichkeit der Kooperation zwischen Nutzer*innen, die eigene Inhalte ohne finanzielle Absicht erstellen. Gleichzeitig ist der Kontakt mit den Benutzern und Benutzerinnen der *Wikipedia* hauptsächlich durch Text vermittelt, die Kommunikation findet auf einer sehr abstrakten Ebene auf den Diskussionsseiten statt. Die Preisgabe eigener Daten ist weitgehend unnötig. Am anderen Ende der Skala befinden sich Online-Welten wie *World of Warcraft* mit ihrem hohen Interaktionsgrad. *Facebook* und *Twitter* situieren sich im Mittelfeld.⁸ Diese weitgehend technische Definition wird ergänzt um eine auf sozialen Faktoren basierende Beschreibung, die danach boyd und Nicole Ellison 2007 vorgeschlagen haben. Die beiden Forscherinnen bezeichnen Netzwerke dann als ›sozial‹, wenn sie die Konstruktion von persönlichen Profilen ermöglichen, den Benutzer*innen

4 Vgl. Kaplan/Haenlein 2010, 61.

5 Vgl. Organisation for Economic Co-operation and Development 2007, 8.

6 Vgl. Kaplan/Haenlein 2010, 61.

7 Vgl. ebd., 62.

8 Vgl. ebd., 61 f.

die Erstellung einer Liste von Kommunikationspartner*innen ermöglichen und diese auch anderen zugänglich machen.⁹ Diese Definition rückt einmal mehr die Kollaboration in den Vordergrund sowie die Bedeutung der Identität der User. Die genannten Eigenschaften – die technischen sowie die sozialen – sind bei Überlegungen zu einem Unterrichtskonzept unter Einbeziehung sozialer Medien hilfreich, wenn es sich nicht um die bloße Auslagerung von Lehr- und Lerninhalten handeln soll.

Bei der Arbeit mit Forschungsliteratur zu diesem Thema ist ihr Alter häufig ein entscheidender Faktor. Die bloße Erwähnung von *World of Warcraft* und *Second Life*, die um 2010 ihre Blütezeit hatten, zeigt bereits ihre kurze Halbwertszeit, ganz zu schweigen von *MySpace* als ernstzunehmendem *Facebook*-Konkurrenten. Der Rat von Andreas Kaplan und Michael Haenlein, im Umgang mit sozialen Medien ›unprofessionell‹ zu sein, um höhere Authentizität zu schaffen¹⁰, erscheint aufgrund des bereits erwähnten aggressiven *Social Media*-Marketings nicht nur rührend museal, sondern zeigt auch ein völlig anderes Verständnis der Medien als heute, nur sechs Jahre später. Denn in Zeiten der Suchmaschinenoptimierung (SEO) von Websites spielen Blogs u.ä. eine wichtige Rolle um Relevanz und Vertrauenswürdigkeit zu erreichen, was wiederum eine bessere Position in den Suchmaschinenergebnissen bedeutet. Unprofessionalität zur Erzielung von Authentizität, sei es fachlich oder technisch, kann daher keineswegs empfohlen werden, wengleich SEO bei der Nutzung als Lehrmedium nur eine untergeordnete Rolle spielen dürfte.

Das Wissen über die Beschaffenheit eines *Social Media*-Angebots ist hilfreich bei der Einschätzung, ob es für den Einsatz im Unterricht geeignet und zulässig ist. Zwar beschäftigt sich, wie bereits erwähnt, eine sehr große Anzahl hauptsächlich US-amerikanischer Analysen mit den verschiedensten Szenarien des Einsatzes von *Social Media* im Unterricht, die Einbeziehung universitärer rechtlicher und auch ethischer Rahmenbedingungen ist allerdings der Einzelfall. Betrachtet man *Social Media* in der universitären Lehre vom juristischen und ethischen Standpunkt, so ergeben sich gravierende Einwände hinsichtlich des Datenschutzes und der rechtlichen Verbindlichkeit der dort übermittelten Informationen. Man muss kein Jurist sein, um dies beurteilen zu können – ein Blick in die Datenschutzvereinbarung, die jede/r Universitätsmitarbeiter*in bei Dienstantritt unterschreibt, genügt hier völlig. Die Entscheidung, ob die Universität oder ihre Mitarbeiter*innen für Online-Aktivitäten haftbar zu machen sind und welche Informationen wie und wo gespeichert werden dürfen, ist allerdings von außerordentlicher Komplexität und für den Laien kaum zu bewältigen.

Rechtliche Aspekte

Das universitäre Pendant zu *Social Media*-Websites sind sicherlich E-Learning-Plattformen wie das weit verbreitete *Moodle* oder auch die *Detmold Music Tools*. Durch die Möglichkeit der Zusammenarbeit handelt es sich um eine Web 2.0-Anwendung, die ihren Nutzer*innen erlaubt, selber Inhalte zu erstellen. Im Gegensatz zu *Facebook*

9 Vgl. boyd/Ellison 2007, 211.

10 Vgl. Kaplan/Haenlein 2010, 66 f.

oder *Google Plus* gibt es aber gewöhnlich keine Funktion, um Inhalte mit anderen Nutzer*innen zu teilen oder sie im Sinne eines ›Gefällt mir‹ zu bewerten. Der Aspekt der Kollaboration ist hier geleitet vom Lernprozess bzw. dem pädagogischen Konzept der Lehrperson, es ist auch weder notwendig noch üblich, ein Profil zu erstellen. Im Gegensatz dazu tendieren außeruniversitäre soziale Netzwerke zur Kollaboration, die auf den Interessen (Profilen) der User beruht und eine völlig andere, im Unterschied zum E-Learning potenziell chaotische Richtung, einschlagen kann. Der wichtigste rechtliche Unterschied scheint mir zu sein, dass es sich, abgesehen von den zuvor genannten Kriterien, grundsätzlich um eine Plattform handelt, deren (auch technische) Verwaltung im Verantwortungsbereich der Universität oder der von ihr beauftragten Einrichtungen liegt. Dadurch sind ihre Nutzer und Nutzerinnen an Bedingungen gebunden, die direkt mit dem Auftrag des Betreibers in Verbindung stehen – üblicherweise ein Bildungsauftrag. Alles, was sich auf der E-Learning-Plattform abspielt, unterliegt der Kontrolle ihres Betreibers und kann durch diesen ggf. geahndet werden.

Damit gibt es einen grundlegenden Unterschied zu Plattformen, die von Dritten bereitgestellt werden – beispielsweise *Facebook*. Es spielt keine Rolle, ob die Nutzungsbedingungen transparent sind oder nicht: Entscheidet sich eine Lehrperson für *Facebook* als Kommunikationsplattform oder auch als Ersatz für die E-Learning-Plattform, so involviert sie einen Dritten, dessen Interesse weder ein Bildungsauftrag ist (und sein muss) noch der eine in diesem Sinne rechtlich belangbare Einrichtung ist.¹¹ Dies ist ein wichtiger Aspekt von Medienkompetenz. Denn während die E-Learning-Plattform von der Universität, zu der die Beteiligten in einem rechtlich verbindlichen Verhältnis stehen, administriert wird, ist *Facebook* ein aus Sicht der Universität unbeteiligter Dritter. Aus datenschutzrechtlicher Sicht ist dies hochproblematisch, da die Kommunikation zwischen Studierenden und Lehrenden außerhalb des universitär geschützten Raums stattfindet, noch dazu bei einem Anbieter, dessen Umgang mit Daten ganz anderen Interessen unterliegt, und der seinen Dienst darüber hinaus ohne Weiteres einstellen oder zumindest unterbrechen könnte.¹²

Gleiches gilt übrigens für E-Mails, die über einen privaten Mailanbieter wie *GMX* oder *Gmail* verschickt werden. Während der Versand und der Empfang von E-Mails über den universitätseigenen Mailserver auch dort dokumentiert wird und der Inhalt von E-Mails ggf. ermittelbar ist, ist dies bei externen Anbietern schwieriger, wenn nicht unmöglich. Gerade die Garantie, dass jemand unter einer bestimmten E-Mail-Adresse erreichbar ist, schafft Vertrauen und Verbindlichkeit, was bei potenziell verwaisten *GMX*- oder *Gmail*-Accounts schwierig werden dürfte. Darüber hinaus platziert *Gmail* Werbung anhand der Inhalte in E-Mails, was letztlich auf eine Verletzung des Datenschutzes seitens der Lehrperson hinauslaufen könnte, sollte er oder sie *Gmail* benutzen. Das bedeutet nicht, dass *Gmail* völlig ungeeignet wäre. Die *New York University* (wie auch andere Universitäten) beispielsweise nutzt *Gmail* im Rahmen von *Google Apps* für ihre Kommunikation.

11 Vgl. Leaver/Kent 2014, 61.

12 Die Nutzungsbedingungen von *Facebook* behalten sich die Rechte an der Unterbrechung des Dienstes ausdrücklich vor (vgl. Facebook, <https://www.facebook.com/legal/terms> [30.6.2017], Klausel 15/3).

Allerdings liegt in diesem Fall ein Vertrag zugrunde, der zwischen den Beteiligten ausgehandelt wurde. Die Universität beansprucht hier wieder Verbindlichkeit gegenüber ihren Studierenden, die im Zweifelsfall einklagbar ist. Dennoch ist dieser Anwendungsfall nicht ohne Tücken, da *Google* offenbar auch die E-Mails seiner kommerziellen Lösung auf ihre (im eigenen Interesse verwertbaren) Inhalte hin untersucht.¹³ Die Schwierigkeit dieser Materie wird besonders eindrucksvoll von Ulrich Möncke am Beispiel von *Microsofts* cloudbasierter Bürosoftware *Office 365* gezeigt.¹⁴ Dies ist zwar kein Grund für Horrorvisionen von Orwell'schem Ausmaß, aber auch kein Einwand, der ohne Weiteres entkräftet oder übergangen werden könnte.

Wenn man die Datenschutzrichtlinien der Universitäten ernst nimmt, dann erscheint die Nutzung bestimmter sozialer Netzwerke allein schon deswegen heikel, weil es sich um die aktive Speicherung von Daten (u. U. im außereuropäischen Ausland) handelt, die möglicherweise unter den Schutz des (Bundes)-Datenschutzgesetzes fallen. Doch nicht nur der Datenschutz schiebt einen Riegel vor. Soziale Netzwerke werden hauptsächlich privat genutzt. Wenn nun Mitteilungen des oder der Dozierenden jederzeit in der Timeline, dem Feed oder dem Stream eines sozialen Netzwerkes erscheinen können, so ist die Frage, ob es sich hierbei nicht um ein unzulässiges oder zumindest fragwürdiges Eindringen in die Privatsphäre handelt, angebracht. Selbstverständlich sollen Studierende ausreichend üben und sich mit den Studieninhalten befassen. Allerdings ist es ebenso wichtig, Freiräume zu schaffen, die nicht vom Studium durchdrungen sind. Die ständige Erreichbarkeit über ein soziales Netzwerk, das sowohl privat wie auch im Studium genutzt wird, könnte Studierende wie auch Dozierende Zwängen aussetzen, die als Eindringen in die Privatsphäre empfunden werden.¹⁵ Entscheidend ist hier, dass es sich bei sozialen Netzwerken in aller Regel um ›push‹-Konzepte handelt, Daten müssen also nicht explizit angefordert werden wie eine E-Mail (›pull‹), sondern werden automatisch ohne Zutun des Benutzers und der Benutzerin aktualisiert. Letztlich ist dies natürlich eine Frage der Selbstdisziplin.

Die E-Learning-Plattform stellt sich, zumindest aus dieser Sicht, als die bessere bzw. sicherere Alternative dar. Sie steht in einem eindeutigen rechtlichen Verhältnis zu den Beteiligten und vermischt sich aufgrund ihrer geringen sozialen Präsenz nicht mit ihren privaten Angelegenheiten. So schwerwiegend die genannten Einwände sein mögen, sie schließen soziale Medien keinesfalls aus der Lehre aus. Im Folgenden werde ich auf konkrete Beispiele in der Lehre der Musiktheorie eingehen, die die zuvor genannten Einwände berücksichtigen.

Pädagogische Möglichkeiten von *Social Media*

Bevor soziale Medien im Unterricht zum Einsatz kommen, müssen einige grundsätzliche Punkte geklärt werden. Reynol Junco formuliert drei Fragen:

13 Vgl. Herold 2014.

14 Vgl. Möncke 2015.

15 Vgl. Holland/Judge 2013, 15 f.

1. »Are the goals of the course congruent with social media?«
2. »Is the instructor's style congruent with the use of social media?«
3. »Is the subject matter appropriate to discuss on social media?«¹⁶

Die zweite Frage ist möglicherweise am einfachsten zu beantworten. Bereits am Anfang wies ich darauf hin, dass durch die Nutzung von Medien als Träger des Lehrstoffs keine Verbesserung des Unterrichts zu erwarten ist, wenn Lehrstoff lediglich ausgelagert wird. Daraus ist aber keinesfalls abzuleiten, dass soziale Medien im Unterricht grundsätzlich wirkungslos bleiben. Eine wichtige Rolle spielt hier das grundsätzliche Unterrichtskonzept und die individuelle Persönlichkeit der Lehrperson. Beides kann den Einsatz sozialer Medien begünstigen oder erschweren. Daher ist es wichtig, zunächst Klarheit darüber zu gewinnen, welcher Teil des Unterrichts verändert werden soll, und ob dies durch den Einsatz sozialer Medien in gewinnbringender Weise geschehen kann. Eine Veränderung kann auch darin bestehen, Abläufe zu vereinfachen oder zu beschleunigen (z. B. die Abgabe von Hausaufgaben), bestimmte Verhaltensweisen zu fördern (z. B. kritisches Denken) oder zu unterbinden, oder ganz allgemein einen neuen Zugang zu einem Unterrichtsgegenstand zu finden. Ist also, aus welchem Grund auch immer, Veränderungsbedarf gegeben, so kann über die dritte Frage nachgedacht werden. Stilübungen, wie sie in der Musiktheorie gang und gäbe sind, lassen sich über soziale Netzwerke wahrscheinlich nicht so leicht abwickeln. Analysen von Kompositionen, Zusammenfassungen von Fachartikeln und Ähnliches hingegen, insbesondere in Form von Essays, lassen sich auf *Facebook* ohne Weiteres posten und mit den Kommiliton*innen diskutieren. Hier geschieht dann die Produktion des so genannten ›user generated content‹ (UGC), eines der zentralen Bestandteile des Web 2.0. Bis zu diesem Punkt handelt es sich lediglich um die Auslagerung von Lehrinhalten. Sobald jedoch eine Diskussion über einen bestimmten Gegenstand des UGC entsteht, bekommt der soziale Aspekt Bedeutung. Die Diskussion schließt alle Mitglieder des Netzwerks ein (bei *Facebook* wird man sich vermutlich auf eine Gruppe beschränken) und kann jederzeit mit Material von außerhalb des Netzwerks ergänzt werden (z. B. durch die Einbindung externer Multimedia-Inhalte). Die Breite des Fachs Musiktheorie bietet einige Anknüpfungspunkte, wobei die erfolgversprechendsten wohl tatsächlich im Bereich der Analyse zu finden sind, da hier der intensive Austausch mit Kolleg*innen besonders fruchtbar und sinnvoll ist. Dies natürlich nur dann, wenn man überhaupt eine Diskussion über Analysen will – womit Frage 1 angeschnitten wäre. Lehrbeauftragten im Fach Musiktheorie beispielsweise steht, gemessen an der Vergütung, häufig nur wenig Zeit zur Auseinandersetzung mit studentischen Hausarbeiten, die zum Beispiel über *Facebook* (oder auch die E-Learning-Plattform) eingereicht werden, zur Verfügung. Die Lektüre, Korrektur und Beantwortung analytischer Posts mag daher nicht für jede/n Lehrbeauftragte/n zu bewältigen sein.

Im Gegensatz dazu ist der Bereich der Gehörbildung und aller Aktivitäten, die sich am Instrument abspielen, weniger für die Auslagerung in soziale Netzwerke geeignet. Zwar gibt es Online-Kurse zum Erlernen von Instrumenten in großer Zahl. Janice

16 Junco 2014, 174.

Waldron schildert die Erfahrungen der Musikvermittlung u. a. via *YouTube* anhand eines auf Unterricht ausgerichteten Anbieters für irische Musik sowie eines Forums für Banjo-Spieler. Im Verlauf ihrer Untersuchungen stellen sich große Veränderungen hinsichtlich des Unterrichtskonzepts heraus.¹⁷ Dies ließe sich fraglos auch im Hochschulunterricht beobachten. Allerdings erscheint es mir zweifelhaft, ob sich Auslagerung des Instrumentalunterrichts und der Gehörbildung mit dem Ziel der Kollaboration auf ein soziales Netzwerk übertragen lässt. Zum einen handelt es sich bei den von Waldron erforschten Gruppen um Amateurmusiker*innen – Musik kann hier ohne Notenkenntnisse erlernt werden. Ohne diese Methodik in Frage stellen zu wollen, spiegelt dies nicht das Niveau und die Herangehensweise einer Musikhochschule wider. Darüber hinaus ist gerade Gehörbildung ausdrücklich nicht-kollaborativ. Es steht vielmehr die Leistung der oder des Einzelnen im Vordergrund. Gemeinsames Lernen dieser Disziplin ist sinnvoll, ist aber üblicherweise kein Bestandteil des Unterrichts. Übungsmaterial kann selbstverständlich angeboten werden. Eine Kollaboration bei der Bewältigung der Aufgabe widerspricht jedoch dem immanenten Sinn von Gehörbildung.

Ebenso wie der Datenschutz den Einsatz sozialer Netzwerke erschwert, ist es problematisch, Studierende und Lehrende zum Beitritt zu einem solchen Netzwerk zu verpflichten, beispielsweise um eine Lehrveranstaltung erfolgreich abschließen zu können.¹⁸ Dennoch sind einige Funktionen auch nutzbar, ohne dass man sich dauerhaft anmelden müsste. Ein Beispiel insbesondere für den Musiktheorieunterricht sind Videoplattformen, von denen *YouTube* nur die bekannteste ist. Die Verfügbarkeit eines unerschöpflichen Vorrats an Musik ist dabei gar nicht entscheidend, auch hat diese passive Art der Verwendung keinen sozialen Aspekt und könnte problemlos durch die *Naxos Music Library* oder *Spotify* ersetzt werden. Die Auswahl unter teilweise Dutzenden verschiedener Einspielungen rückt das soziale Element etwas mehr in den Mittelpunkt und gibt – synchron und diachron – Gelegenheit zum Vergleich verschiedener Musizierästhetiken. Wirklich interessant hingegen ist die Auseinandersetzung mit Metadaten und Nutzerkommentaren, die den eigentlichen Gehalt einer solchen Plattform ausmachen. Nie zuvor war es möglich, so einfach Zugriff auf die Haltungen und Meinungen hunderter oder sogar tausender Hörer*innen zu einer bestimmten Komposition oder einer Künstlerin zu erhalten. Nicht nur Videoplattformen, auch *Facebook* sowie Blogs und Mikroblogs (wie *Twitter*) erlauben den Zugang zu einigen Seiten ohne individuellen Zugang. Ein Unterrichtskonzept, das sich diese Eigenschaft zu eigen macht, nutzt soziale Medien, ohne gleichzeitig Teil von ihnen zu sein, vergleichbar einem Experiment, wo es eine klare Unterscheidung zwischen Probanden, an denen geforscht wird, und den durchführenden Forscher*innen gibt. Performativität entfalten die Netzwerke in diesem Fall aber kaum.

Einen Schritt weiter geht ein Konzept, bei dem nur die Lehrperson Mitglied des entsprechenden Netzwerks ist. Die Mitgliedschaft bei *YouTube* oder *Soundcloud* erlaubt das Hochladen von Video- und Audio-Dateien zur späteren Nutzung durch die Studierenden, ohne dass diese selbst Mitglieder sein müssen. Die Zusammenstellung einer Playlist mit Kompositionen, die im Unterricht besprochen werden, wäre möglich. Denk-

17 Vgl. Waldron 2013, 264–266.

18 Siehe Anm. 15.

bar sind auch Übungsbeispiele zur Gehörbildung oder auch Videos, die die Ausführung von Übungskadenzen am Klavier zeigen (»blended learning«). Hier stellt sich natürlich die Frage, ob diese Inhalte nicht gleich (und besser) auf die E-Learning-Plattform hochgeladen werden sollten. Ein Gegenargument wäre, dass soziale Netzwerke häufig einfacher zugänglich sind und über ein responsives Design (die Möglichkeit, auf PC, Smartphone und Tablet angezeigt werden zu können) verfügen, die Hemmschwelle zur Nutzung somit mutmaßlich niedriger ist. Andererseits könnte dies auch als Freibrief verstanden werden, die E-Learning-Plattform, deren Interfaces nicht nach kommerziellen Gesichtspunkten gestaltet sind, als Lernmittel niederen Ranges zu betrachten, was sicher nicht wünschenswert ist. Kollaboration findet jedoch in einen wie im anderen Fall noch nicht statt.

Im Gegensatz zu vielen anderen Studienfächern ist Musik ein Fach, welches sich zum Teil in der Öffentlichkeit (in Form von Auftritten) abspielt. Ganz besonders trifft dies natürlich auf Studierende des Konzertfachs zu, die in Musiktheorie (als Nebenfach) unterrichtet werden und in öffentlichen Vorspielstunden ihr Repertoire vorstellen; aber auch auf jene, die Musiktheorie als Hauptfach studieren, um später pädagogisch oder forschend tätig zu sein. In beiden Fällen ist der Gang an die Öffentlichkeit im künstlerischen Berufsleben nahezu unverzichtbar, und soziale Medien bieten dazu die ideale Plattform. *YouTube* ist eine unerschöpfliche Fundgrube von Aufnahmen jeden Niveaus, auch will kaum ein Künstler und eine Künstlerin auf eine *Facebook*-Page oder ein *Google Plus*-Profil, geschweige denn eine eigene Website verzichten. Dies ist eine Entwicklung, die absolut positiv beurteilt werden sollte, da sie das Bewusstsein für das Selbstmarketing, welches für Musiker*innen unverzichtbar ist, stärkt. Dennoch sollte der Gang an die Öffentlichkeit keinesfalls unüberlegt erfolgen. Ein Shitstorm ist weder auf prominente Künstler*innen beschränkt noch rationalen Argumenten zugänglich. Ein extremes Negativbeispiel ist Rebecca Blacks albern-kindischer Song *Friday*, der über 85 Millionen Mal geklickt wurde (Stand November 2015) und dabei 1,7 Millionen Negativreaktionen, aber nur eine knappe halbe Million Zustimmungen hervorrief.¹⁹ Öffentliche Kommentare wie »this song sucks so bad I'm puking because of her ugly face«²⁰ will wohl jede Lehrperson ihren Studierenden ersparen. In der Musikwissenschaft existiert, in viel kleinerem Maßstab, aber ebenso gravierend, ein ähnlicher Fall. Es handelt sich hierbei um Michael Lorenz' Rezension des Projekts *W.A. Mozart und sein Wiener Umfeld*, welches 2006 an der Universität Wien durchgeführt und von der Stadt Wien finanziert wurde. Lorenz weist den Projektbeteiligten auf seiner Website grobe Fehler nach, die die Karrieren der Betroffenen empfindlich beeinträchtigen, wenn nicht zerstören könnten. Als Grund nennt er, unter anderem, ein unzureichendes Betreuungsverhältnis zwischen der durchführenden Studentin und dem betreuenden Professor.²¹ Anlässe für diesen Vorwurf sollten natürlich, wenn man soziale Netzwerke in der Musiktheorie nutzen will, unbedingt vermieden werden, was aufgrund der Eigenschaften der Medien vermutlich niemals ganz gelingen wird. Das erwähnte Projekt machte selber keinerlei Nutzen von sozialen

19 Black 2011.

20 Nutzerkommentar auf der Website Black 2011.

21 Vgl. Lorenz 2013.

Medien, was es natürlich keinesfalls gegen eine Rezension gerade dort feilt. Die Lehre hieraus wäre eine gesteigerte Sensibilität für Medienkompetenz. Doch während man sich beim klassischen wissenschaftlichen Publizieren über die zu erwartende Leserschaft der einschlägigen Magazine halbwegs im Klaren sein kann, ist dies in sozialen Netzwerken unmöglich. Ein *Tweet* oder *Blogpost* kann eine ausgesprochen disparate Öffentlichkeit erreichen, die in völlig unerwarteter Weise auf die Veröffentlichung reagiert. Da dies für den Urheber oder die Urheberin unvorhersehbar ist, sich die Öffentlichkeit für sie als opake Menge darstellt, in der die verschiedensten Interessen nivelliert werden, spricht man auch von einem ›context collapse‹.²² Daher ist es wichtig zu wissen, wann man sich überhaupt im öffentlichen Raum bewegt, denn hierüber existieren durchaus unterschiedliche Ansichten. Fundierte Medienkompetenz ist bei allen Beteiligten daher unerlässlich.

Musiktheorie als Nebenfach spielt sich so gut wie ausschließlich im Klassenraum ab, während Hauptfach-Studierende schon einmal als Sprecher*innen auf Konferenzen anzutreffen sind. Während Letzteres ganz klar in der (Fach)-Öffentlichkeit stattfindet, geschieht Ersteres nahezu unter hermetischer Abriegelung. Wieder ist grundsätzlich anzunehmen, dass alles, was außerhalb universitätsinterner IT-Systeme passiert, öffentlich ist. Das Posten von Blog-Beiträgen mit musiktheoretischen Inhalten oder das Verfassen bzw. Ergänzen von *Wikipedia*-Seiten wie auch die Diskussion auf *Quora* ist ein ideales Betätigungsfeld, welches gleichwohl nur mit Zustimmung der Studierenden genutzt werden sollte.²³ Nicht jeder und jede Studierende ist gewillt oder geeignet, in dieser Phase der Karriere zu publizieren. Gleiches gilt für die Beteiligung an Diskussionsgruppen in Netzwerken wie *LinkedIn*, *XING* und *Facebook*. Gelegentlich liest man von Bewerbungsgesprächen, in deren Verlauf dem Kandidaten Jugend- und Freizeitsünden in Form von Bildern oder Forenbeiträgen unter die Nase gehalten werden. Jens Crueger weist zwar nach, dass die Ursache dieses Phänomens keinesfalls auf Seiten der Urheber*innen zu suchen ist, sondern darin besteht, dass die Normen der Arbeitswelt auf eigentlich unzulässige Weise auf das Privatleben übertragen werden.²⁴ Sucht ein Studierender oder eine Studierende der Musiktheorie aber später Beschäftigung in einem gänzlich anderen Bereich, so könnten ihm oder ihr diese Blog-Einträge später – aus welchem Grund auch immer – dennoch zum Verhängnis werden. Diesem zwar unwahrscheinlichen aber nicht auszuschließenden Szenario kann mit der Verwendung von Pseudonymen begegnet werden. Letztlich ist die Medienkompetenz der Beteiligten hier erneut die Richtschnur für die beste Vorgehensweise. Die Lehrperson steht hier in der Verantwortung, die entsprechende Medienkompetenz zu vermitteln, keinesfalls aber soziale Netzwerke grundsätzlich zu verteufeln. Ein Anfang können ›safety guidelines‹ für Studierende sein, wie sie die *University of Kent* auf ihrer Website veröffentlicht hat.²⁵

Für eine Lehrperson bedeutet das Veröffentlichen von *Blogposts*, das Twittern oder aber auch der Kontakt mit Studierenden über ein soziales Netzwerk stets den Gang an die Öffentlichkeit. Von Seiten der Universität wird dies, soweit es nicht im Rahmen einer

22 Vgl. Marwick/boyd 2011, 122.

23 Vgl. Hofhues 2010, 405 f.

24 Vgl. Crueger 2013, 23 f.

25 Vgl. Kent University, <https://www.kent.ac.uk/socialmedia/safety/> (30.6.2017).

Tätigkeit als Wissenschaftler*in, sondern als Botschafter*in des Arbeitgebers passiert, üblicherweise durch eine Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt. Verbindliche Regeln für die Außendarstellung der Universität durch ihre lehrenden Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen existieren selten. Im Gegensatz dazu sind allerdings Fälle bekannt, in denen Professor*innen sich aufgrund ihrer Postings Disziplinarverfahren stellen mussten.²⁶ Abhilfe könnten hier Richtlinien schaffen, die Regeln für das Verhalten von Lehrenden in sozialen Netzwerken aufstellen, sollten diese im Auftrag ihres Dienstgebers oder im Rahmen des Unterrichts posten. Die Sporthochschule Köln gibt eine entsprechende Handreichung an ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen heraus;²⁷ für Musikhochschulen und -universitäten ist mir dergleichen nicht bekannt. Fraglich ist allerdings noch, ob dies eventuell mit der verbrieften Freiheit der Lehre kollidiert.²⁸

Brisanter ist die Lage, wenn Lehrende und Studierende über ein soziales Netzwerk miteinander verbunden sind. Abgesehen von der grundsätzlichen Frage, ob dies geschehen sollte, können durch unbedachte Postings für alle Beteiligten unangenehme Situationen entstehen. Hier kommt besonders zum Tragen, dass Musiktheorie als eines der ganz wenigen Fächer an einer Musikuniversität in zweierlei Modi unterrichtet wird, nämlich als Gruppenunterricht im Nebenfach und als Einzelunterricht im Hauptfach. Während unangemessene Postings im Gruppenunterricht im Schutze der relativen Anonymität, abhängig von der Gruppengröße, untergehen dürften, kann im Einzelunterricht nicht so ohne Weiteres darüber hinweggegangen werden. Dabei muss das fragliche Posting nicht einmal den Studiengegenstand berühren, auch bei massiven privaten Problemen, von denen der Dozent oder die Dozentin unwillentlich Kenntnis erlangt, mag er oder sie sich moralisch zum Eingreifen verpflichtet sehen. Ebenso gut kann der Dozent oder die Dozentin eine/n Studierende/n in eine unangenehme Lage durch missverständliche Postings bringen. Eine denkbare Lösung wäre es, sich gar nicht erst mit den Studierenden über ein soziales Netzwerk zu verbinden. Wenn aber alle Beteiligten bereits einen Zugang zu beispielsweise *Facebook* besitzen, so ist der Zugang zu Informationen des jeweils anderen denkbar einfach. Die Frage ist nun nur noch, ob dies auch gewünscht ist. Eine Untersuchung aus dem Jahr 2014 (unter Berufung auf eine Umfrage von 2009) kam zu dem Ergebnis, dass Studierende es eher nicht schätzen, wenn ihnen ihre Lehrer und Lehrerinnen auf *Facebook* begegnen. Soziale Netzwerke werden als privater Raum angesehen, die Anwesenheit von Lehrpersonen entsprechend als Verletzung der Privatsphäre betrachtet.²⁹ Die gleiche Untersuchung stellt auch fest, dass im akademischen Sinn fruchtbare *Facebook*-Beziehungen besonders dann entstehen, wenn sie von Studierenden angeregt werden, während der umgekehrte Fall als unauthentisch (»fake«) abgelehnt wird.³⁰ Hieraus lassen sich verschiedene Schlüsse und Handlungsempfehlungen ziehen. Wenn eine

26 Vgl. Pomerantz/Hank/Sugimoto 2015, 1.

27 Vgl. Deutsche Sporthochschule Köln, https://www.dshs-koeln.de/fileadmin/redaktion/Hochschule/Kommunikation_und_Marketing/Broschueren_etc/Social_Media_Guidelines_DSHS.pdf (30.6.2017).

28 Vgl. Pomerantz/Hank/Sugimoto 2015, 14 f.

29 Vgl. Donlan 2014, 574.

30 Vgl. ebd., 575.

Facebook-Verbindung nur als ›Zugeständnis‹ der Studierenden funktioniert, scheidet sie als pädagogisches Werkzeug – unter Vorbehalt – für Musiktheorie als Nebenfach aus, denn sie kann dann nicht mehr verpflichtend eingesetzt werden. Das Management der Kommunikation mit den Studierenden über mehrere verschiedene Plattformen ist meines Erachtens, insbesondere für prekär beschäftigte Lehrbeauftragte, untragbar. Je kleiner jedoch die Gruppen werden, bis hin zum Einzelunterricht im Hauptfach, desto sinnvoller wird es, die Einladung von Studierenden anzunehmen. Lora Helvie-Mason berichtet in einem Essay von einer Studentin, deren offenbar extreme Schüchternheit sie daran hinderte, sowohl aktiv am Unterricht teilzunehmen als auch selbstständig das persönliche Gespräch mit ihr zu suchen. Diese Studentin kontaktierte sie über *Facebook*, jedoch niemals per Mail, Telefon oder Vier-Augen-Gespräch.³¹ Offenbar war dies die einzige Möglichkeit für sie, Hilfe zu suchen. Natürlich ist dieses Szenario stark von der US-amerikanischen Vorstellung der Universität als Dienstleistungsunternehmen geprägt, welches auf Seiten der Studierenden mit erheblichen Studiengebühren bezahlt wird, während Dozierende auf eine wohlwollende Evaluierung für Tenure track-Positionen angewiesen sind. Das Interesse, Studierende positiv zu motivieren, ist somit in viel höherem Maße gegeben als etwa in Deutschland und Österreich.

Das umgekehrte Beispiel wäre die Voraussetzung formaler Bedingungen für die Aufnahme von Kommunikation zwischen Dozierenden und Studierenden. Dies ist besonders bei der E-Mail der Fall, deren verhältnismäßig lockere Form sich nicht über Jahrhunderte entwickelte wie die des Briefs. Wenn zwei Kommunikationspartner zum ersten Mal E-Mails austauschen, müssen daher erst die Regeln dieser Kommunikation festgelegt werden, wobei nicht selten auf die bewährte Form des Briefes zurückgegriffen wird.³² Für soziale Netzwerke existieren kaum Regeln, allenfalls eine ›Netiquette‹, die allerdings von Netzwerk zu Netzwerk unterschiedlich, wenig verbindlich und unmaßgeblich für das hierarchische Verhältnis der Kommunikationsteilnehmer*innen sein kann. Denn gerade hier kann die Übertragung von Umgangsformen der Briefform wie der höflichen formalen Anrede, womöglich noch mit akademischen Titeln, aus dem Bereich der professionellen Kommunikation zu unerwünschten Nebeneffekten führen. Als ›creepy treehouse‹ bezeichnet man es, wenn Kommunikation über ein soziales Netzwerk durch Lehrkräfte erzwungen wird, ganz besonders dann, wenn ihr Sinn nicht völlig klar ist. Auf diese Weise treten Akteure in einem Bereich miteinander in sozialen Kontakt, den sie ohne dies niemals teilen würden.³³ Schon die Anwesenheit von Lehrpersonen auf *Facebook*, ohne dass es zu einer Kontaktaufnahme kommt, kann unter Umständen den Eindruck der Überwachung erwecken und das soziale Netzwerk somit wenig brauchbar für die Lehre machen.

Dessen ungeachtet wird *Facebook* von Studierenden häufig und gern für die Lehre verwendet, allerdings selten im Sinne der Lehrveranstaltung. Untersuchungen haben ergeben, dass der Hauptzweck, für den Studierende im akademischen Bereich *Facebook* nutzen wollen, in der Organisation der Lehre besteht, beispielsweise für Termin- und

31 Vgl. Helvie-Mason 2011, 71.

32 Vgl. Hoffmann/Keller/Pfeiffer 2011, 10.

33 Vgl. Jones 2010.

Raumänderungen.³⁴ In einem hochgradig von Einzelunterricht geprägten Umfeld wie dem der Musikuniversität erscheint dies sogar sinnvoll, gerade wenn die Termine mehrerer Studierender organisiert werden müssen. Über die soziale Funktion des Netzwerks lassen sich diese Dinge einfach lösen. Allerdings genügt es nicht, ein ›digital native‹ zu sein, um automatisch einen Nutzen aus einem sozialen Netzwerk zu ziehen, oder sich auch nur souverän in ihm zu bewegen.³⁵ Mehr noch, es zeigte sich in einer groß angelegten Studie, dass die unbedarfte Verwendung von *Facebook* ohne konkreten Lernauftrag (also parallel zum Studium) einen Rückgang der Studienleistung zur Folge haben kann. Um diesem Problem zu begegnen ist, wie so oft, Medienkompetenz nötig. Das Bewusstsein, dass *Facebook* eben auch ein Werkzeug richtungsloser Unterhaltung sein kann, muss geschärft und Disziplin im Umgang geübt und gefordert werden. *Facebook* steht hierbei stellvertretend für jede Art von sozialem Netzwerk, wie auch für alle anderen Ablenkungen (auch bekannt als ›rabbit holes‹), die über den Computer stattfinden.³⁶ Der Grund hierfür liegt möglicherweise darin, dass *Facebook* von Grund auf als kommerzielle Plattform konzipiert ist. Während E-Learning-Plattformen nicht selten den spröden Charme eines Telekollegs aus den 1970er-Jahren versprühen, ist das Design von *Facebook* darauf ausgerichtet, Werbekunden zu gewinnen und sie mit seinen Mitgliedern zu verbinden. Um dieses Ziel zu erreichen, werden verschiedene Mechanismen eingesetzt, von denen der ›Like-Button (›Gefällt mir‹) nur der bekannteste ist. Durch ihn wird es sehr einfach, seine Zustimmung zu einem bestimmten Sachverhalt zu äußern, während eine ablehnende oder auch nur kritische Haltung die Eingabe eines Textes erfordert. Selbst die Signalisierung von Zustimmung oder zumindest Kenntnisnahme wird durch die bloße Feststellung von ›Gefällt mir‹ oder auch das Posten eines der neuerdings verfügbaren Emojis zu einer äußerst oberflächlichen Angelegenheit, und ist daher im akademisch-wissenschaftlichen Kontext, der stattdessen einen komplexen Diskurs erfordert, eigentlich untragbar.³⁷ Tatsächlich scheint es mir aber viel eher eine Frage der Zielsetzung einer bestimmten Aufgabe zu sein, ob *Facebook* gewinnbringend eingesetzt werden kann. Die Aufgabe, einige analytische Ansätze für eine bestimmte Komposition zu posten und sie mit den Kolleg*innen zu diskutieren, kann mit einem simplen ›Gefällt mir‹-Klick kaum als erledigt betrachtet werden. Eine Medienpädagogik, die sowohl Lehrende wie Schülerinnen, Schüler und Studierende auf den Umgang mit sozialen Netzwerken vorbereitet und Kollaboration in den Vordergrund stellt, ist hier sehr wünschenswert.

Um dem Problem unerwünschter Öffentlichkeit entgegenzuwirken, ist es möglich, auf *Facebook* ›Gruppen‹ (bei *Google Plus* ›Kreise‹) zu bilden, die unterschiedliche Privatsphären-Einstellungen haben können. Von einer geheimen Gruppe, deren Postings nur von den Mitgliedern gelesen werden können, bis zu öffentlichen Gruppen, deren Postings auch in den Timelines von unbeteiligten Dritten erscheinen (können), reichen hier die Einstellungsmöglichkeiten. Die geheime Gruppe wird hier die Einstellung der Wahl sein, schon um eine Vermischung mit universitätsfremden Inhalten zu vermeiden. Inner-

34 Vgl. Donlan 2014, 582.

35 Vgl. Kirschner/Karpinski 2010, 1238.

36 Vgl. ebd., 1244.

37 Vgl. ebd.

halb dieser Gruppe können die Mitglieder miteinander kommunizieren, ohne dass sie sich wechselseitig als Kontakt bestätigen und somit Zugriff auf private Informationen des jeweils anderen haben müssen. Dabei sollte aber stets bedacht werden, dass Gespräche zwischen Dozierenden und Studierenden via *Facebook* den rechtlichen Stellenwert einer privaten Unterhaltung haben, die Universität als maßgebliche Instanz für die rechtlichen Rahmenbedingungen pädagogischer Kommunikation somit ausgeschlossen bleibt.

Neben der Gründung einer eigenen Gruppe ist es ebenfalls möglich, einer bestehenden Gruppe beizutreten. Unter anderem *Facebook*, *Google Plus* und *LinkedIn* bieten die Möglichkeit, sich an Gruppendiskussionen zu musiktheoretischen Themen zu beteiligen. Die *Facebook*-Gruppe *Music Theory* beispielsweise verzeichnet derzeit mehr als 5.500 Mitglieder.³⁸ Die Auseinandersetzung mit den Inhalten dieser Gruppe braucht nicht aktiv, also in Form eigener Beiträge, zu passieren, sondern kann sich zunächst auf das Nachlesen der Diskussionen beschränken. Wenngleich sehr viele der Diskussionen auf einem äußerst niedrigen fachlichen Niveau angesiedelt sind, ist es doch denkbar, anhand der Antworten auf scheinbar triviale Fragen eigene pädagogische Konzepte zu entwickeln, wie sie jede/r lehrend tätige Musiktheoretiker*in schließlich einmal brauchen wird. Des Weiteren ist es denkbar, fehlerhafte, unvollständige und unverständliche Antworten zu erkennen und innerhalb des Unterrichts zu korrigieren, oder auch die Analyseterminologie anderer Länder oder von Laien zu untersuchen. *LinkedIn* bietet eine vergleichbare Funktion. Bei beiden Plattformen ist allerdings, sollte man sich zu einer aktiven Teilnahme entscheiden, daran zu denken, dass andere Kommentator*innen häufig wenig zimperlich in ihrer Wortwahl sind.

Selbstmarketing

Aktivitäten im Internet hinterlassen Spuren, die auch noch Jahre später zu verfolgen sind. »Das Internet vergisst nicht« ist eine häufig gehörte und gelesene Warnung. Der sinnvolle Umgang mit der Warnung kann natürlich nicht in einem vollständigen Verzicht auf die Nutzung des Internets liegen, sondern vielmehr in Medienkompetenz. In diesem Zusammenhang bedeutet dies, ein Profil in den entsprechenden sozialen Netzwerken aufzubauen, welches das eigene künstlerische oder pädagogische Konzept widerspiegelt. Dies beginnt bereits während der Ausbildung.

Jeder angehende Musiker und jede Musikerin – gleich ob Instrumentalist*in, Komponist*in, Dirigent*in oder Musiktheoretiker*in – steht spätestens am Ende des Studiums vor der Herausforderung, potenzielle Arbeitgeber auf sich aufmerksam zu machen. Wenngleich dies bei Instrumentalist*innen immer noch hauptsächlich über Bewerbungen zu Orchestervorspielen stattfindet, so ist das Marketing für Kammermusikensembles, Solist*innen und Komponist*innen durch die Einrichtung einer *Facebook*-Seite denkbar einfach geworden. Selbstverständlich steht diese Möglichkeit auch Musiktheoretiker*innen offen. Natürlich verläuft die Besetzung einer Mittel- oder Oberbauposition nach wie vor anhand einer Lehrprobe, allerdings trägt die professionelle Präsenz in einem sozialen Netzwerk zu einer größeren Bekanntheit der eigenen »Marke« ebenso bei wie Veröffent-

38 Vgl. Facebook, <https://www.facebook.com/groups/musictheory/> (30.6.2017).

lichungen und Vorträge. Die ›Marke‹, die auch als ›Profil‹ bezeichnet werden könnte, unterliegt nicht ausschließlich dem Willen ihrer Inhaber*in. Wie auch bei der pädagogischen Nutzung ist das Profil zu einem Teil Ergebnis von Kollaboration. Besucher*innen können sich zu Konzerten äußern, Leser*innen zu Publikationen usw. Im Unterschied zu einem *Facebook*-Profil richtet sich eine Seite an die gesamte Öffentlichkeit. Eine Seite kann mit ›Gefällt mir‹ markiert werden, neue Postings der Inhaber*in erscheinen dann in der Timeline des Followers. Seiten sind fest mit dem Profil ihrer Inhaber*in verbunden, Besucher*innen haben auf dieses jedoch keinen Zugriff, es ist außerdem nicht möglich, lediglich eine Seite ohne persönliches Profil zu erstellen. Die gelegentlich zu lesende Empfehlung, ein privates und ein öffentliches Profil anzulegen und zu pflegen kann hingegen nicht unterstützt werden. Gemäß den Nutzungsbestimmungen von *Facebook* ist es einer Person bei sonstiger Löschung nur erlaubt, ein einziges Profil anzulegen.³⁹

Eine solche Seite dient zunächst nicht nur Studierenden als Anlaufstelle, sondern prinzipiell allen an der betreffenden Person Interessierten. Postings über die Veröffentlichung von Fachaufsätzen mit Links zu *academia.edu* und *ResearchGate*, Ankündigungen von Vorträgen, Konzertkritiken und dergleichen lassen sich hier öffentlichkeitswirksam, aber immer mit dem Gedanken, dass Fremde kommentieren können, positionieren. Neben diesen eher auf Publicity abzielenden Aktivitäten bietet sich aber, diesmal mit den Studierenden als Zielgruppe, das Posten von Übungsressourcen aus dem Internet wie beispielsweise *StringQuest*⁴⁰ an. Da Links relativ schnell im Grundrauschen der Timeline der Follower wieder verschwinden, ist es sinnvoll, derartige Quellen bei *Pinterest* zu sammeln und, wieder im Sinne von Kollaboration, ergänzen zu lassen. Bei *Pinterest* handelt es sich um ein Netzwerk, bei dem Internetseiten gesammelt (›gepinnt‹) und auf Pinnwänden organisiert werden können. Andere Mitglieder dieses Netzwerks können einander folgen und so ihrerseits Ressourcen beisteuern. Im Grunde handelt es sich bei *Pinterest* um nichts anderes als um eine grafisch aufwändigere Umsetzung von Linksammlungen (›social bookmarking‹) wie *digg.com* oder *delicious.com*. Doch gerade die grafische Aufmachung bzw. Konzeption und Leistungsfähigkeit, das die Organisation in Rubriken wie ›Musikpädagogik‹, ›Interessante Artikel‹, ›Komponisten‹ usw. ermöglicht, macht den Reiz von *Pinterest* aus, es für die Sammlung musiktheoretischer Ressourcen des Internets zu nutzen, die dann später gesammelt (z. B. als Pinnwand) auf der eigenen *Facebook*-Seite geteilt werden.

Resümee

Es ist fraglich, ob soziale Medien – insbesondere *Facebook* – einen unverzichtbaren Beitrag zur Lehre der Musiktheorie leisten können, solange die kollaborativen Eigenschaften unberücksichtigt bleiben. Viele der geschilderten Szenarien ließen sich auch via E-Learning realisieren, und zwar ohne sich rechtlich auf dünnes Eis zu begeben. Viele der erwähnten Medien bieten sich als Kommunikationsplattform an, wenn es darum geht, eine Diskussion unter vielen Teilnehmern und Teilnehmerinnen zu ermöglichen.

39 Vgl. Facebook, <https://www.facebook.com/legal/terms> (30.6.2017), Klausel 4/2.

40 Crane o.J., <http://www.stringquest.com> (30.6.2017).

Das Argument hierfür lautet, dass die Nutzung von *Facebook* und *Twitter* weit verbreitet ist und die Zugangshürden somit niedrig sind. Gleichzeitig nimmt der oder die Lehrende damit in Kauf, dass die Grenze zwischen privater und dienstlicher Nutzung, zwischen Freizeit und Studium, ebenso wie die Hierarchie zwischen Studierenden und Dozierenden verschwimmt, und zwar bei allen Kommunikationsteilnehmer*innen. Dieses Verschwimmen der Grenzen sprengt Clarks eingangs erwähnte Metapher vom »grocery truck« dahingehend, dass die Orte des Lernens und Lehrens nicht mehr diskret sind (Vorlesungssaal, Übezimmer, heimischer Schreibtisch, Bibliothek), sondern ineinanderfließen. Das ist keineswegs pauschal negativ zu beurteilen. Das Medium ist hier nicht mehr nur, wie bei Clark, Mittel des Transports von Wissen, es ermöglicht auch die Erarbeitung von Wissen durch Kollaboration. Es ist daher darüber nachzudenken, wie diese neuen Möglichkeiten so eingesetzt werden können, dass durch Kollaboration (das *Soziale* in sozialen Medien) bestimmte Aspekte des Unterrichts, in denen Wissen erarbeitet wird, verbessert werden können. Ob Studierende und Lehrende dieser Herausforderung gewachsen sind, muss sich noch herausstellen; eine Heranführung an die Lehre mit sozialen Medien, wie sie bereits gefordert wurde⁴¹, wäre zumindest wünschenswert.

Dessen ungeachtet ist der Verzicht auf den Einsatz von konventionellen Medien (Audio, Video usw.) über soziale Medien wohl heute bereits undenkbar. Die Musiktheorie, vor allem als Hauptfach, kann hier aus dem Vollen schöpfen, indem sie vorhandene Angebote in das Unterrichtskonzept integriert, entweder zur Ergänzung oder zur kritischen Auseinandersetzung.

Die Möglichkeit der Selbstdarstellung in einem sozialen Netzwerk mag nicht jedermanns Sache sein, in Zeiten befristeter Verträge und prekärer Dienstverhältnisse wird es jedoch immer schwieriger, als Lehrende*r der Musiktheorie ein eigenständiges Profil mit vertretbarem Aufwand aufzubauen. Soziale Netzwerke (und zwar nicht nur *Facebook*) ermöglichen dies unabhängig von der jeweiligen Hochschule oder Universität, und zwar mit einer Reichweite und einem Publikum, wie sie mit Publizieren und Vorträgen allein nicht zu erzielen wären.

Literaturverzeichnis

- Black, Rebecca (2011), »Friday«. <https://youtu.be/kfVsfOSBJY0> (30.6.2017)
- boyd, danah m. / Nicole B. Ellison (2007), »Social Network Sites. Definition, History, and Scholarship«, *Journal of Computer-Mediated Communication* 13/1, 210–230. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full> (30.6.2017)
- Clark, Richard E. (1983), »Reconsidering Research on Learning from Media«, *Review of Educational Research* 53/4, 445–459.
- Crane, Adam (o.J.), *String Quest. Virtual Curriculum*. <http://www.stringquest.com> (30.6.2017)

41 Vgl. Al-Dehleai/Tasir 2015, 25.

- Crueger, Jens (2013), »Privatheit und Öffentlichkeit im digitalen Raum. Konflikt um die Reichweite sozialer Normen«, *Aus Politik und Zeitgeschichte* 63/15–16, 20–24. http://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/APuZ_2013-15-16_online.pdf (30.6.2017)
- Deutsche Sporthochschule Köln, »Social Media Guidelines«. https://www.dshs-koeln.de/fileadmin/redaktion/Hochschule/Kommunikation_und_Marketing/Broschueren_etc/Social_Media_Guidelines_DSHS.pdf (30.6.2017)
- Donlan, Leah (2014), »Exploring the Views of Students on the Use of Facebook in University Teaching and Learning«, *Journal of Further and Higher Education* 38/4, 572–588.
- Ebersbach, Anja / Markus Glaser / Richard Heigl (2011), *Social Web*, 2. Auflage, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Facebook, »Nutzungsbedingungen«. <https://www.facebook.com/legal/terms> (30.6.2017)
- Facebook, »Music Theory«, Öffentliche Gruppe. <https://www.facebook.com/groups/musictheory/> (30.6.2017)
- Helvie-Mason, Lora (2011), »Facebook, ›Friending,‹ and Faculty-Student Communication«, in: *Teaching Arts and Science with the New Social Media*, hg. von Charles Wankel, Bingley: Emerald Group Publishing, 61–87.
- Herold, Benjamin (2014), »Google Under Fire for Data-Mining Student Email Messages«, *Education Week* 33/26, 1, 19, 22–23. <http://www.edweek.org/ew/articles/2014/03/13/26google.h33.html> (30.6.2017)
- Hoffmann, Nicole / Katrin Keller / Anke Pfeiffer (2011), »Hallöchen Herr Professor! Überlegungen zur Normierungsproblematik in der E-Mail-Kommunikation am Beispiel des Hochschulkontextes«, *MedienPädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*. <http://dx.doi.org/10.21240/mpaed/00/2011.05.27.X> (30.6.2017)
- Hofhues, Sandra (2010), »Die Rolle von Öffentlichkeit im Lehr-Lernprozess«, in: *Digitale Medien für Lehre und Forschung*, hg. von Schewa Mandel, Manuel Rutishauser und Eva Seiler Schiedt, Münster: Waxmann, 405–414.
- Holland, Charlotte / Miriam Judge (2013), »Future Learning Spaces. The Potential and Practice of Learning 2.0 in Higher Education«, in: *Social Media and the New Academic Environment. Pedagogical Challenges*, hg. von Bogdan Pătruț, Monica Pătruț und Camelia Cmeciu, Hershey (PA): Information Science Reference, 1–25.
- Jones, Jason B. (2010), »The Creepy Treehouse Problem«, *The Chronicles of Higher Education*. <http://chronicle.com/blogs/profhacker/the-creepy-treehouse-problem/23027> (30.6.2017)
- Junco, Reynol (2014), *Engaging Students through Social Media. Evidence-Based Practices for Use in Student Affairs*, San Francisco (CA): Jossey-Bass.
- Kaplan, Andreas M. / Michael Haenlein (2010), »Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media«, *Business Horizons* 53/1, 59–68. <https://de.slideshare.net/escpexchange/kaplan-haenlein-users-of-the-world-unite-the-challenges-and-opportunities-of-social-media> (30.6.2017)
- Kent University, »Safety Guidelines for Students«. <https://www.kent.ac.uk/socialmedia/safety/> (30.6.2017)

- Kirschner, Paul A. / Aryn C. Karpinsky (2010), »Facebook® and Academic Performance«, *Computers in Human Behavior* 26/6, 1237–1245. <https://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwiE5bbQjuHUAhXEXRQKHf6DAW4QFggnMAA&url=https%3A%2F%2Fpdfs.semanticscholar.org%2F0572%2F4cb844a1ca04bd3c555e38accab84e11c4b.pdf&usg=AFQjCNGhCFbtX2OSvMil7nqha243fGa2eQ&cad=rja> (30.6.2017)
- Leaver, Tama / Mike Kent (2014), »Introduction. Facebook in Education. Lessons Learnt«, *Digital Culture & Education* 6/1, 60–65.
- Leistert, Oliver (2013), »Der Beitrag der Social Media zur Partizipation«, *Forschungsjournal Soziale Bewegungen* 26/2, 39–48. <http://forschungsjournal.de/node/2030> (30.6.2017)
- Lorenz, Michael (2013), *Das Forschungsprojekt »W. A. Mozart und sein Wiener Umfeld«. Mozartforschung in Wien am Beginn des 21. Jahrhunderts.* http://members.aon.at/michaelorenz/mozarts_umfeld (30.6.2017)
- Marwick, Alice E. / danah m. boyd (2011), »I Tweet Honestly, I Tweet Passionately. Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience«, *New Media & Society* 13/1, 114–133. <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444810365313> (30.6.2017)
- Möncke, Ulrich (2015), »Cloudbasierte Werkzeuge in der Hochschullehre«, *Datenschutz und Datensicherheit* 39/9, 617–621.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2007), »Participative Web. User-created Content«. <http://www.oecd.org/sti/38393115.pdf> (30.6.2017)
- Pomerantz, Jeffrey / Carolyn Hank / Cassidy R. Sugimoto (2015), »The State of Social Media Policies in Higher Education«, *PLoS ONE* 10/5, e0127485. <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0127485> (30.6.2017)
- Waldron, Janice (2013), »User-generated Content, YouTube and Participatory Culture on the Web. Music Learning and Teaching in Two Contrasting Online Communities«, *Music Education Research* 15/3, 257–274.