

Authentizität des Ausdrucks – Intensität des Eindrucks. Zur Bedeutung des Emotionalen in der populären Musik

Ralf von Appen

Zusammenfassung

Vorliegender Beitrag untersucht individuelle Bewertungen populärer Musik, speziell die Bedeutung der Zuschreibung emotionaler Qualitäten für das Erleben und Bewerten der Musik. Um verbreitete Bewertungsmuster zunächst zu dokumentieren, wird eine Stichprobe von über 1.000 Kundenrezensionen der Amazon-Websites zu zehn besonders erfolgreichen Pop- und Rock-CDs inhaltsanalytisch auf zugrunde liegende Bewertungsmuster durchleuchtet. Quantitative Verfahren stützen und erweitern die Resultate. Dabei ergibt sich, dass emotionale Qualitäten in einem großen Teil der Besprechungen ein zentrales Argument darstellen. Diese Qualitäten lassen sich in die Cluster „Gefühl“ (mit den Subkategorien „gefühlvoll, persönlicher Ausdruck, Tiefe“, „Entspannung“ und „Schönheit“) sowie „Energie“ (mit den Subkategorien „motorische Aktivierung, kraftvoll, rockt“ und „macht Spaß, Party, verbessert die Stimmung“) differenzieren. Der Beitrag führt aus, was die Laien-Rezendenten mit den jeweiligen Kategorien verbinden und welche Qualitäten im konkreten Fall zu positiven Bewertungen führen. Abschließend werden die ermittelten Werthaltungen zu anderen historischen Ästhetiken in Beziehung gesetzt und vor dem Hintergrund gegenwärtiger philosophisch-ästhetischer Theorie gedeutet.

Summary

This paper explores individual evaluations of popular music, especially the relevance of emotional qualities with regard to the experience and evaluation of music. To elucidate common patterns of evaluation more than 1.000 customer reviews retrieved from the websites of the international online trader Amazon are examined with regard to different dimensions of judgement by means of qualitative content analysis. The reviews concern ten especially successful pop and rock records. Quantitative methods support and extend the results. One outcome is that emotional qualities are of central importance for the concluding evaluation in many customer reviews. Two very different clusters of criteria emerge: first, „feeling“ (containing the sub-categories „full of feeling, personal expression, intensity“, „relaxation“,

and „beauty“), and second, „energy“ (containing the sub-categories „physical activation, powerful, rocks“ as well as „fun, party, positive mood“). The paper depicts the lay-reviewers' views on these categories and shows which of the attributed qualities lead to positive evaluations in concrete examples. Concluding, the results are brought in relation to other historic aesthetics and are interpreted with reference to current philosophical-aesthetic theory.

1 Einleitung

„Fühlen heißt, in etwas involviert zu sein“, so Agnes Heller (1980, S. 19). Emotionen – der umfassendere Begriff, der physiologische, motorische und kognitive Aspekte beinhaltet, – bzw. Gefühle – die Bezeichnung für die Komponente des subjektiven Erlebens und Bewertens einer Emotion – lassen uns die persönliche Relevanz von Wahrnehmungssituationen und -objekten spüren, zeigen also, inwiefern das Wahrgenommene uns betrifft (s. Kleinginna & Kleinginna, 1981, S. 355). „Emotion“ (von lat. *movere* = bewegen, erregen) hängt dabei nicht nur etymologisch eng mit „Motivation“ zusammen: Aus soziobiologischer und ethologischer Sicht stellen die in phylogenetisch alten Teilen des Gehirns lokalisierten Emotionen eine evolutionär adaptive Lust-/Unlust-Bewertung dar, die von entscheidender Bedeutung für unsere Handlungsmotivationen ist, sodass man sie als „interne Repräsentationen von Motivierungen“ interpretieren kann (Schneider & Dittrich, 1990, S. 46; vgl. Hesse, 2003, S. 86 ff.).

Noch stärker als den anderen Künsten wird der Musik gemeinhin die Macht zugesprochen, den Menschen emotional ergreifen, ihn also intensiv in die Situation involvieren zu können. Vielfach wird davon ausgegangen, dass sich ihr evolutionärer Nutzen in diesen emotionalen und den damit verbundenen motivationalen sowie sozialen Aspekten begründet, dass Musik also dem Überleben und dem reproduktiven Erfolg dienlich war (Peretz, 2001, S. 115; Panksepp & Bernatzky, 2002; Spitzer, 2003, S. 361 ff.; Cross, 2003). Verglichen mit solch essenziellen Funktionen scheint Musik in unserem gegenwärtigen Alltag auf den ersten Blick doch eher ein angenehmer Luxus und nicht überlebensnotwendig zu sein. Dennoch ist der authentische emotionale Ausdruck – bzw. aus Rezipientensicht: der intensive Eindruck von Emotionalität – in der Produktion, Rezeption und Bewertung gegenwärtiger populärer Musik offenbar von entscheidender Bedeutung: „Du hast die drei Sachen gebracht, die man bringen muss, wenn man singt: Gefühl, Gefühl, Gefühl, hammermäßig!“, so bspw. kürzlich der Kommentar eines TV-Juroren zum Vortrag eines Superstar-Aspiranten während einer Casting-Show. „Musik muss in die Seele fahren, alles andere ist unwichtig“, äußert sich entsprechend der Sänger Joe Cocker (in Fuchs-Gamböck, 2000, S. 191).

Die Fragen, welchen Wert die Musik nun für den heutigen Menschen hat und welche Rolle die emotionale Komponente dabei spielt, stellen den Hintergrund der folgenden explorativen Studie dar, die auf den Websites des Online-Händlers Amazon veröffentlichte Kundenrezensionen inhaltsanalytisch dar-

aufhin untersucht, wie häufig emotionale Aspekte bei der Begründung von Werturteilen angeführt werden und welche emotionalen Qualitäten in konkreten Fällen zu hoher Wertschätzung führen. Sie ist Teil einer umfassenderen Arbeit (Appen, 2007), die den individuellen Wert der Musik für den Menschen auf der Basis solcher Analysen von Kundenrezensionen und, um die empirischen Ergebnisse in einem größeren Zusammenhang zu deuten, in Anknüpfung an die gegenwärtige philosophische Ästhetik zu verstehen versucht.

Das Feld der populären Musik wird dabei vor allem gewählt, weil jede Musikrezeptionsforschung, die zu verallgemeinerbaren und gesellschaftlich relevanten Ergebnissen gelangen möchte, ihren Ausgang bei der Musik mit der größten Verbreitung nehmen sollte. Von den Disziplinen Musikästhetik, Populärmusikforschung und Musikpsychologie wurden Fragen nach der subjektiv-individuellen ästhetischen Bewertung populärer Musik bislang jedoch weitgehend vernachlässigt. Während die institutionalisierte Musikästhetik das Populäre meidet und die soziologisch geprägte Populärmusikforschung um ästhetische Fragen aus ideologischen Gründen einen Bogen macht (s. dazu Appen, 2007, S. 16–21), beginnt die US-amerikanische Psychologie allerdings seit kurzem, die Rezeption populärer Musik als aufschlussreichen Gegenstand persönlichkeits- und emotionspsychologischer Fragestellungen wahrzunehmen (vgl. bspw. McCown et al., 1997; Gerra et al., 1998; Rentfrow & Gosling, 2003; Nater et al., 2005), ohne dabei jedoch konkrete Bewertungen konkreter Musikstücke zu thematisieren. Arbeiten zum Musikhören im Alltag, einem Thema, dem in jüngster Zeit großes Interesse entgegengebracht wird, widmen sich in erster Linie den zahlreichen Funktionalisierungen von Musik. Das selbstzweckhafte sinnliche Interesse an Musik spielt dort keine nennenswerte Rolle (vgl. North & Hargreaves, 1997; Hargreaves & North, 1999; DeNora, 2000; Sloboda & O’Neill, 2001; Hesmondhalgh, 2002; Vorderer & Schramm, 2004; North, Hargreaves & Hargreaves, 2004). Dabei schließt sich beides nicht aus, sind doch viele Funktionalisierungen ohne eine Aufmerksamkeit für das sinnliche Erscheinen gar nicht möglich (s. Faltin, 1977, S. 101). Eine spezielle Musikpsychologie der populären Musik, die Besonderheiten der Rezeption populärer Musikformen bewusst in den Fokus nimmt, die Ergebnisse der Populärmusikforschung zur Kenntnis nimmt und von ihr zur Kenntnis genommen wird, gibt es bislang leider nicht¹.

2 Methode

Um nun die Erwartungen und Ideale, die Menschen an populäre Musik herantragen und die diese offenbar auch zu erfüllen vermag, unter besonderer Berücksichtigung der emotionalen Qualitäten zu dokumentieren, zu systematisieren und möglichst tiefgehend zu analysieren, sollen Werturteile hin-

1 Zum Teil vielversprechende, aber leider nicht weiterverfolgte Ansätze finden sich allerdings bei Jost (1976), Clemens (1986), Russell (1986, 1987), Niketta (1991) und Hafen (1992).

sichtlich der ihnen zugrunde liegenden Kriterien mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Mayring (1993, 1995, 2001; s. auch Mayring & Hurst, 2005) untersucht werden.

2.1 Beschreibung des Quellenmaterials

Um dem Anspruch gerecht zu werden, „das kundenorientierteste Unternehmen der Welt zu sein“ (Selbstdarstellung, s. Amazon o. J.), und in dem Wissen, dass das Vertrauen in die Empfehlungen von Gleichgesinnten größer ist als das in professionelle Werbung, bietet Amazon jedem Besucher seiner Websites die Möglichkeit, zu allen angebotenen Produkten sogenannte Kundenrezensionen zu verfassen und diese ohne redaktionelle Bearbeitung auf der Seite mit den jeweiligen Produktinformationen zu veröffentlichen. Als Stichprobe dienen insgesamt 1.163 solcher Kundenrezensionen der Websites Amazon.de, Amazon.co.uk und Amazon.com zu zehn durch theoretical sampling ausgewählten CDs (s. 2.2). Der Vorteil solcher Kundenrezensionen als Quellen liegt zunächst darin, dass hier ein sehr breit gefächertes Publikum vom Laien bis zum Experten untersucht werden kann, ohne dass eine der Gruppen die Stichprobe dominieren würde. Die Menge der Texte ist unerschöpflich, sodass auch quantitative Methoden sinnvoll eingesetzt werden können. Ein zusätzlicher Gewinn für die Auswertung besteht darin, dass die Rezensenten ihre Wertungen freiwillig und in einer selbst bestimmten Form und Länge abgeben. Die Texte sind somit in der Regel reflektierter und differenzierter als spontan oder in Eile erhobene Aussagen per Fragebogen oder Interview, da die Möglichkeit besteht, an den Texten sprachlich zu feilen und sie zu überarbeiten, bevor sie übermittelt werden. Im Vergleich mit professionellen Rezensionen aus Musikmagazinen oder den Feuilletons der Tageszeitungen hat sich zudem gezeigt, dass Amazon-Kundenrezensionen sprachlich viel einfacher und effektiver zu analysieren sind. Der Amazon-Kritiker will sich selten als bedächtig und kritisch präsentieren, vielmehr geht es ihm darum, der Welt seine euphorische Begeisterung mitzuteilen oder Gleichgesinnte vor einem Fehlkauf zu bewahren. In den Kundenrezensionen finden sich pro Absatz meist drei oder vier eindeutige, auf den Punkt gebrachte Wertkriterien, während man für eine vergleichbare Ausbeute die halbseitige Rezension einer überregionalen Tageszeitung bearbeiten müsste. Gegenüber dem Fragebogen oder dem Interview ergibt sich zuletzt der Vorteil, dass die Informanten sich völlig frei und unbeeinflusst vom Untersuchenden äußern können – für explorative Studien ein entscheidender Vorzug. Dabei erhöht die Anonymität die Wahrscheinlichkeit, dass sich die Hörer offen und ehrlich äußern, statt sich zu sehr an sozial erwünschten Mustern zu orientieren.

Als Problem dieses Quellenmaterials könnte es allerdings angesehen werden, dass das Verfassen einer Kundenbewertung nicht unbedingt das Musikhören in alltäglichen Situationen widerspiegelt. Dies muss zugestanden werden, wenngleich die Amazon-Rezensenten in ihren Texten durchaus

z. B. Rezensionen

z. B. Nordsee

z. B. Lesben
Dolke und
die auch -
sperre z.

auch vom alltäglichen Einsatz der Musik, etwa zur Entspannung oder auf Partys, berichten. Doch ist das Problem kaum zu lösen: Mit Erhebungsmethoden, die sich stattdessen auf das alltägliche Hören etwa während der Hausarbeit oder auf dem Weg zur Arbeit konzentrieren, gewinnt man zwar die Erkenntnis, dass Musik ihre Hörer die Strapazen des Bügelns oder Spülens vergessen lässt, über die Auswahl und Bewertung der eigentlichen Musik jedoch erfährt man wenig, da sie bei solchen Tätigkeiten meist eben nicht im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit steht (vgl. z. B. North, Hargreaves & Hargreaves, 2004, Sloboda & O’Neill, 2001, DeNora, 2000). Weiterhin besteht die Gefahr, dass die Rezensenten nicht wirklich frei in ihrem Urteil sind, sondern sich von bereits veröffentlichten Texten positiv oder negativ beeinflussen lassen. Dies lässt sich nicht umgehen, zudem spiegelt es die soziale Wirklichkeit wider, in der Werturteile ebenfalls nicht unabhängig von den Meinungen anderer gefällt werden (vgl. Salganik et al., 2006).

Daneben muss angemerkt werden, dass das Geschlechterverhältnis der Amazon-Rezensenten nicht dem der CD-kaufenden Gesamtpopulation entspricht. Während letzteres nämlich annähernd ausgeglichen ist, kaufen beim Online-Händler zu 60 % Männer (GfK, 2006). Bestimmt man das Geschlechterverhältnis der vorliegenden Stichprobe durch Auszählen der 415 Fälle, in denen die Rezensenten ihren Namen angeben, ergibt sich eine noch deutlichere Verschiebung zugunsten der männlichen Rezensenten (76 %), die dem höheren Anteil der Männer unter den Lesern der verbreitetsten Musikmagazine entspricht (bspw. Rolling Stone: 74 %, Musikexpress: 70 %, s. AS Young Mediahouse, 2005). Offenbar ist die Motivation der Frauen geringer, Zeit darauf zu verwenden, Musikmagazine zu lesen und ihre Meinung in Form von Kundenrezensionen zu veröffentlichen. Über die Ursachen lässt sich hier nur spekulieren: Vielleicht definieren sie sich generell weniger über ihren Musikgeschmack als Männer, vielleicht hat ein Teil von ihnen weniger freie Zeit. Hinzu kommt, dass Frauen seltener das Internet nutzen (TNS Emnid, 2003). Weiterhin ist festzuhalten, dass unter den Amazon-Käufern die 20 bis 39-Jährigen überrepräsentiert sind (GfK, 2006).

2.2 Auswahl der bewerteten Alben

Eine Alben-Stichprobe zu konstruieren, die sowohl das breite stilistische Angebot gegenwärtiger populärer Musik als auch die quantitative Dominanz der Bestseller und zudem noch die unterschiedlichen Ansichten der bis zu 1.000 bei Amazon zu findenden Kundenrezensenten pro Album abbildet, wäre äußerst aufwendig. Um einen möglichst großen Informationsgewinn mit verallgemeinerbarer Gültigkeit bei weitaus geringerem Aufwand zu erzielen, empfiehlt sich stattdessen das aus der Grounded Theory stammende „theoretical sampling“ – der Versuch, das weite Feld der Veröffentlichungen und Bewertungen so umfassend wie möglich durch die wohlüberlegte Auswahl einiger prototypischer, dabei aber weitestgehend unterschiedlicher

Einzelfälle abzustecken (vgl. Wiedemann, 1995, S. 441 f.). Dementsprechend wurde eine Gesamtanzahl von etwa 1.000 Rezensionen angestrebt, die sich aus jeweils 100 Besprechungen zu zehn verschiedenen Alben zusammensetzen sollte. Die Beschränkung auf zehn Alben ist für eine explorative Studie ausreichend differenziert. Sie hat den Vorteil, dass sich für jede untersuchte CD ein klares Profil angeben lässt und sich große Schnittmengen mit den anderen Alben der Stichprobe vermeiden lassen. Trotz der verhältnismäßig geringen Anzahl an Alben erscheint die Forderung nach theoretischer Sättigung im Nachhinein erfüllt, da sich die Menge der gefundenen Kriterien von Album zu Album kaum unterscheidet und hohe Varianzen vor allem in der jeweiligen Gewichtung der Kriterien auftreten. Somit hätten auch weitere Fallbeispiele keine neuen Wertungskriterien, sondern höchstens neue Varianzen erbracht. Die Auswahl der zehn Fallbeispiele (s. Tabelle 1) erfolgte nach folgenden Gesichtspunkten:

- 1) Um nicht den Kanon der Musikwissenschaftler und -journalisten zu untersuchen, sondern die Präferenzen des Tonträger kaufenden Publikums ernst zu nehmen, sollte zumindest die Hälfte der Stichprobe den vordersten Rängen der von Media Control, Billboard oder der British Phonographic Industry (BPI) erhobenen, auf Verkaufszahlen basierenden Jahres-Charts entnommen werden. Je populärer die Alben der Stichprobe sind, desto eher lassen sich die Analyse-Ergebnisse schließlich verallgemeinern.
- 2) Eine Beschränkung auf solche Bestseller erscheint hingegen nicht sinnvoll. Wie begleitende Studien zeigen konnten, gibt es zwischen den größten Verkaufserfolgen und den bei Fans und Journalisten in „Besten-Listen“ am höchsten angesehenen Alben keine Schnittmenge: was sich gut verkauft, hat keine Aussicht, bei den gestrengen Kritikern und Listenschreibern als Meilenstein angesehen zu werden (Appen & Doehring, 2006). Neben der durch Verkaufszahlen erhobenen Beliebtheit gibt es also eine davon unabhängige zweite Form der Popularität, die sich in dem Konsens widerspiegelt, mit dem sich die Magazin-Autoren und -Leser regelmäßig auf die „Alben des Jahres“ verständigen. Auch von den Favoriten dieser Population sollten sich fünf in der Stichprobe befinden, schon, um auch die offenbar grundsätzlich anderen Werthaltungen der „Insider“ zu beleuchten. Mit der durch das theoretical sampling bestehenden Möglichkeit der komparativen Analyse kann so gezielt untersucht werden, ob und inwiefern sich die Bewertung von Bestsellern und Listen-Favoriten aus Sicht der Amazon-Rezensenten unterscheidet. Ausgewählt wurden die Kritikerfavoriten anhand der Websites www.metacritic.com und www.robertchristgau.com/xg/pnj/index.php [25. 6. 2006], auf denen jeweils zahlreiche Kritikerbewertungen zu Meta-Listen zusammengefasst werden.
- 3) Es sollten aktuelle Veröffentlichungen untersucht werden, zumal mit zehn Alben keine historische Entwicklung dokumentiert werden kann. Da die Beschränkung auf nur ein Jahr die Stichprobe anfällig für vorüber-

Tab. 1:
Daten zu den Alben der Stichprobe

		Jahr	Land	Jahres-Charts			Verkaufszahlen in Mio.			Meta-Critic Position	Pazz & Jop-Position
				BRD	UK	USA	BRD	UK	USA		
Robbie Williams	<i>Escapology</i>	2002	UK	33/4*	1		0.8	1.8		>30	
Eminem	<i>The Eminem Show</i>	2002	USA	7	8	1	0.4	1.2	8.0	>30	8
H. Grönemeyer	<i>Mensch</i>	2002	D	1			2.1				
Anastacia	<i>Anastacia</i>	2004	USA	1	6		1.0	1.2			
Norah Jones	<i>Feels Like Home</i>	2004	USA	2	8	5	0.6	0.9	4.0	>30	
The Strokes	<i>Is This It?</i>	2001	USA	391				0.3	0.5	2	2
Bob Dylan	<i>Love & Theft</i>	2001	USA	164					0.5	1	1
Queens of the Stone Age	<i>Songs For The Deaf</i>	2002	USA	214				0.1	0.5	2	11
The Streets	<i>Original Pirate Material</i>	2002	UK					0.3		3	4
Franz Ferdinand	<i>Franz Ferdinand</i>	2004	UK	115	20	111	0.1	1.2	1.0	17	4

Anmerkung: Leere Felder bedeuten: In der Spalte Jahres-Charts BRD: nicht unter den Top 1.000, UK: nicht unter den Top 50, USA: für 2001 > Top 100, danach > Top 200; In der Spalte Verkaufszahlen BRD: <0.1; UK: <0.06; USA: <0.5; In der Spalte Meta-Critic: nicht aufgeführt; in der Spalte Pazz & Jop: nicht in den Top 40 vertreten. Quellen: Spalte 5: www.musikmarkt.de; Spalte 6: www.bpi.co.uk; Spalte 7: für das Jahr 2001 <http://allcharts.org/music/years/usa-albums-2001.htm>, für die folgenden Jahre: www.billboard.de; Spalte 8: www.ifpi.de/wirtschaft/gpsuche.htm; Spalte 9: www.bpi.co.uk; Spalte 10: www.riaa.com; Spalte 11: www.metacritic.com; Spalte 12: <http://www.robertchristgau.com/xg/pnj/index.php>, letzter Zugriff auf alle Internetquellen: 25.06.2006.

* = *Escapology* erreichte in den deutschen Jahrescharts von 2002 Platz 33, im Jahr 2003 dann den vierten Platz.

gehende modische Trends macht, wurden Alben aus den Jahren 2001 bis 2004 ausgewählt, um eine Momentaufnahme der Gegenwart zu bieten.

- 4) Weder der Nationalität der Musiker noch der Herkunft der Rezensenten sollten von vornherein Grenzen gesetzt werden, da der Pop-Markt stark globalisiert ist. Andererseits sollte die Stichprobenauswahl der starken Dominanz des US-amerikanischen und britischen Angebots Rechnung tragen. Die Untersuchung sollte nicht nur auf Deutschland zugeschnitten sein, sondern allgemein die westliche populäre Kultur betreffen. Zumindest ein deutschsprachiges Album sollte aber zu Vergleichszwecken in die Stichprobe aufgenommen werden.

2.3 Auswahl der Kundenrezensionen

Auch die Auswahl der Kundenrezensionen erfolgte nach dem Prinzip des theoretical sampling. Geleitet wurde sie von allgemeinen Hypothesen zur Relevanz des Erscheinungsdatums der Kundenrezensionen und zur Nationalität ihrer Verfasser, die allerdings nur für die übergeordnete Untersuchung, nicht für die vorliegende Studie von Belang sind, sodass die genaue Auswahl hier nicht erläutert zu werden braucht (s. Appen, 2007, S. 67–70). Einen Überblick über die verwendeten Kundenrezensionen bietet Tabelle 2.

Tab. 2:
Die Rezensionen der Stichprobe im Überblick

	DE	UK	US
<i>Is This It</i>	–	–	50 frühe, 50 späte
<i>Franz Ferdinand</i>	63	50 frühe, 50 späte	–
<i>Original Pirate Material</i>	–	50	50
<i>Songs For The Deaf</i>	50	–	50
<i>Love And Theft</i>	–	–	100
<i>Feels Like Home</i>	100	–	–
<i>Escapology</i>	100	–	–
<i>Anastacia</i>	100	–	–
<i>Mensch</i>	100	–	–
<i>The Eminem Show</i>	100	–	100

2.4 Das Kategoriensystem

Da es sich nicht um eine Hypothesen überprüfende, sondern um eine rein explorative Studie handelt, wurde gemäß Mayrings Ablaufmodell mithilfe der Inhaltsanalyse-Software MaxQDA ein Kategoriensystem induktiv aus dem Material heraus entwickelt (s. Mayring, 2001; Mayring & Hurst, 2005). In insgesamt drei Durchgängen, die jeweils im Abstand mehrerer Wochen durchgeführt wurden, wurde zur Reliabilitätsprüfung und um möglichst offen für die Unterschiede zwischen den Alben zu bleiben für jedes Album ein eigenes ausdifferenziertes und hierarchisch gegliedertes Kategoriensystem geschaffen. Erst anschließend wurden die Systeme zu einem einheitlichen zusammengeführt (s. Tabelle 3), wonach ein letztes Mal sämtliche Zuordnungen der insgesamt 2.622 wertenden Aussagen überprüft wurden. Zur Benennung der Subkategorien wurden aus den Besprechungen die treffendsten und die am häufigsten genannten Adjektive herangezogen, durch Abstraktion wurden die Oberkategorien zusammenfassend benannt.

Ein Problem könnte darin gesehen werden, dass die drei Kategorien „Qualitäten der Songtexte“, „Qualitäten der Komposition“ und „Qualitäten der Interpretation“ sich auf einzelne Aspekte des Materials beziehen, die Trennung also eher der Frage „Was wird beurteilt?“ folgt, während die übrigen Kategorien die Frage „Wonach wird hier geurteilt?“ betreffen. Es könnte sich der Verdacht aufdrängen, die Kriterien stünden auf verschiedenen hierarchischen Ebenen und die ersten drei Kategorien seien möglicherweise überflüssig: erschöpfen sich die Aussagen zu Songtexten, Kompositionen und Interpretationen nicht in Beurteilungen der Authentizität, der Emotionalität, Originalität etc.? Dem ist nicht so: Zwar sind Überschneidungen denkbar, doch versammeln sich unter den vereinheitlichten Kategorienbezeichnungen allerlei eigenständige Kriterien, auf die nicht verzichtet werden kann: etwa die Intelligenz oder die scharfe Beobachtungsgabe, die aus einem Songtext spricht, die Eingängigkeit einer Melodie, die kompositorische Komplexität, die „gute“ Stimme, das präzise Zusammenspiel einer Band, Virtuosität usf. Der Unterschied der beiden Kategoriengruppen liegt nicht in den verschiedenen Hierarchieebenen, sondern im Bezugspunkt der Beobachtung: textliche, kompositorische und interpretatorische Qualitäten sind konkrete Kategorien, die restlichen dagegen globale, in denen nicht einzelne strukturelle Aspekte, sondern die CD als Ganze bewertet wird.

Die Validität der Kategorienbildung lässt sich durch Vergleiche mit anderen Studien, die sich mit der Bewertung von Musik befassen, abschätzen. Dabei ergibt sich, dass die von McLeod (2002), Diaz-Bone (2002) und Scherfer (1996) aufgeführten Kriterien zur Bewertung populärer Musik und selbst die von Dahlhaus (1967, 1973), Kneif (1971) und Gieseler (1988) genannten Wertkriterien traditioneller Kunstmusik in dem hier entworfenen Kategoriensystem enthalten sind und dass keine relevanten Wertmaßstäbe

Tab. 3:
Das Kategoriensystem

Oberbegriffe Qualitäten der Songtexte	Subkategorien (jeweils in positiver und negativer Ausprägung erfasst)
Qualitäten der Kompositionen	Gute Kompositionen (unspezifisch) Konstanz, keine Ausfälle, jeder Song ein Hit Gute Melodien, Eingängigkeit, süchtig machend, zum Mitsingen anregend Kann sehr oft gehört werden, langlebig Komplexität, Anspruch
Qualitäten der Interpretation	Stimme und Gesang (bzw. Rap) Qualitäten des Instrumentalspiels Instrumentation, Produktion, Sound, Arrangement
Menschliche Qualitäten	Authentizität, Ehrlichkeit Sympathie, Charakterstärke, Haltung, Persönlichkeit, Mut
Emotionale Qualitäten	Gefühlvoll, persönlicher Ausdruck, Tiefe Entspannung Schönheit Motorische Aktivierung, kraftvoll, rockt Macht Spaß, Party, verbessert die Stimmung
„das Interessante“	Vielfalt, Abwechslungsreichtum, gute Mischung Originalität, Eigenständigkeit, passt nicht in Schubladen Neuheit, Experiment, Weiterentwicklung, Fortschritt Nie langweilig/langweilig
Sonstiges	Homogenität, Humor, Erotik, Talent, Kreativität, Leichtigkeit, Einfachheit, Zeitgemäßheit, optische Präsentation, schräg, zu glatt ...

übersehen worden sind. Zur weiteren Reliabilitätsprüfung wären für die Zukunft noch Tests der Intercoder-Reliabilität durch andere Kodierer wünschenswert.

2.5 Quantitative Verfahren

Nachdem die wertenden Aussagen auf die ihnen zugrunde liegenden Kriterien hin interpretiert und den entsprechenden Kategorien zugeordnet waren, konnten quantitative Verfahren die Auswertung stützen und erweitern. Es wurde berechnet, ob sich die verschiedenen Substichproben eines Albums signifikant voneinander unterscheiden, in welchen Kategorien die Beurteilung zweier Alben differiert, ob sich Abweichungen zwischen den Kritiker- und den Publikumsfavoriten nachweisen lassen oder ob die Häufigkeitsverteilungen zweier Wertungskriterien miteinander korrelieren. Ebenso wichtig war die Bestimmung des quantitativen Verhältnisses der Kriterien zueinander: Welche Rolle spielen bspw. emotionale Qualitäten im Vergleich zur Bewertung von Songtexten? Ist die Rangfolge der Kriterien bei allen Alben gleich oder gibt es auffällige Unterschiede? Dabei darf die Aussagekraft solcher Zahlen nicht zu hoch eingeschätzt werden, da sich bei der Berechnung von Korrelationen zwischen zwei Kriterien die Stichprobengröße auf die Anzahl der Alben reduziert – und bei $n=10$ sind die meisten errechneten Korrelationskoeffizienten nicht groß genug, um als signifikant anerkannt zu werden. In diesen Fällen hat aber zumindest die Richtung der Korrelation einige Aussagekraft.

Da es sich bei den ermittelten Häufigkeiten nicht um verhältnisskalierte Daten handelt und sie zudem nicht normalverteilt sind, wurde für die Korrelationsberechnungen der Rangkorrelationskoeffizient Kendalls Tau (τ) verwendet, womit einerseits ein Informationsverlust bezüglich der tatsächlichen Distanzen zwischen den Rohwerten einhergeht, andererseits aber Ausreißer relativiert werden. Für den statistischen Vergleich zweier Teilpopulationen, etwa zwischen den Rezensenten der Kritikerfavoriten und jenen der Verkaufserfolge, wurden Chi-Quadrat-Tests durchgeführt. Eine Schwierigkeit bei diesen Berechnungen ist die Tatsache, dass die Rezensionen der Verkaufserfolge pro Text signifikant weniger wertende Aussagen enthalten als die Besprechungen der Kritikerfavoriten ($\chi^2=7,10$; $p=0,007$). Während sich in den 100 Kritiken zu *Songs For The Deaf* insgesamt 378 kategorisierbare Wertaussagen identifizieren ließen, werteten die Rezensenten von *Escapology* in 100 Besprechungen nur 237-mal. Vermutlich haben die Amazon-Rezensenten der Kritikerfavoriten als Leser der Musikmagazine und Intensivkäufer ein umfangreicheres Kriterien-Arsenal und eine größere Vertrautheit im Umgang mit wertenden Formulierungen. Auf diesen Unterschied wurde bei allen Chi-Quadrat- und allen Korrelationsberechnungen Rücksicht genommen, indem die jeweilige Zahl der Nennungen an der Summe aller Wertungen pro Album relativiert wurde. Andernfalls hätte dieser Bias sämtliche Ergebnisse zugunsten der Kritikererfolge und der von ihnen häufiger angesprochenen Kriterien verzerrt.

Zur eindeutigen Identifikation wurden sämtliche Rezensionen mit einem Zitations-Kürzel versehen, das sich aus Interpretenamen (z. B. Jones oder Queens), der Kennzeichnung der Substichprobe (DE, UK oder US) sowie der laufenden Nummer zusammensetzt².

3 Ergebnisse

Emotionale Qualitäten finden sich in 44 % der untersuchten Rezensionen angesprochen, 17 % aller wertenden Aussagen beziehen sich auf diese Kategorie. Übertroffen wird der Anteil nur von der Kategorie „Kompositorische

Tab. 4:

Prozentualer Anteil (gerundet) der einzelnen Kriterien an der Gesamtsumme aller wertenden Aussagen der Bestseller-Rezensenten (n=1229) und der Kritikerfavoriten-Rezensenten (n=1393)

	Kritikerfavoriten	Bestseller	Gesamtstichprobe
Qualitäten der Songtexte	11	11	11
Kompositorische Qualitäten	23	20	22
Interpretatorische Qualitäten	13	11	12
Authentizität etc.	5**	8	7
Emotionale Qualitäten	14**	20	17
Originalität	10**	6	8
Neuheit	5	4	5
Vielfalt	5*	8	6
Langeweile	2*	3	2
Sonstiges	9**	6	8

Anmerkung: * = Unterschied zwischen Kritikerfavoriten und Bestsellern signifikant auf dem 5%-Niveau, bzw. ** = auf dem 1%-Niveau

- 2 Dabei geht aus der Nummer stets hervor, als wievielte Rezension zu einem Album der betreffende Text publiziert wurde. Anhand des Kürzels „Strokes US 833“ kann der Leser die Quelle also selbst identifizieren und einsehen, indem er unter www.amazon.com die Kundenrezensionen zu *Is This It* abrufen und die angebotene Sortierfunktion nutzt, um „älteste zuerst“ anzuzeigen. Die vergebene Nummer stimmt dann mit der chronologischen Amazon-Zählung überein. Auf diese Weise erübrigt sich ein Quellenverzeichnis, zumal den Rezensionen keine eindeutigen Adressen zugewiesen sind. Es ist nicht auszuschließen, dass Amazon Rezensionen wieder entfernt, wodurch sich eine neue Zählung ergibt. Für diesen Fall liegen alle Quellen in der hier verwendeten Nummerierung beim Autor in gespeicherter Form vor.

Qualitäten“ (58 % bzw. 22 %), welcher allerdings zahlreiche undifferenzierte Aussagen wie „tolle Songs“ oder „super Melodien“ zugerechnet werden mussten, während die Beschreibungen der emotionalen Gehalte und Wirkungen meist recht ausführlich und detailreich ausfallen. Tabelle 4 gibt einen Überblick über das quantitative Verhältnis der einzelnen Kategorien zueinander.

Innerhalb der Stichprobe gibt es bzgl. der Zuschreibung emotionaler Qualitäten deutliche Unterschiede zu beobachten: Zunächst fällt auf, dass Aspekte des Emotionalen häufiger in den Besprechungen der Bestseller erwähnt werden als in den Rezensionen der Kritikerfavoriten ($\chi^2=8,03$; $p=0,005$). Die Rezensenten der Alben *Feels Like Home*, *Mensch*, *Anastacia* und *Songs For The Deaf* sprechen emotionale Aspekte zu jeweils 58 % und damit überdurchschnittlich häufig an; im Falle Norah Jones' betreffen sogar mehr als ein Fünftel aller wertenden Kommentare den Bereich des Emotionalen. Vergleichsweise selten treffen dagegen Hörer der Rapper Eminem (32 %) und The Streets (25 %) Aussagen zu emotionalen Gesichtspunkten (vgl. Tabelle 5).

Tab. 5:
Die Verteilung der Aussagen über emotionale Qualitäten

	Anteil Kritiken, in denen „Emotionale Qualitäten“ angesprochen werden	Anteil der Kategorie an der Gesamtsumme aller Wertungen
<i>Feels Like Home</i>	58	21
<i>Mensch</i>	58	20
<i>Anastacia</i>	58	17
<i>Songs For The Deaf</i>	58	15
<i>Love And Theft</i>	44	13
<i>Escapology</i>	38	16
<i>Franz Ferdinand</i>	37	15
<i>Is This It</i>	36	10
<i>The Eminem Show</i>	32	10
<i>Original Pirate Material</i>	25	7

Anmerkung: Alle Angaben in Prozent (gerundet).

Ein Blick auf die Inhalte dieser Beurteilungen zeigt allerdings sofort, dass die Zahlen ein verzerrtes Bild liefern und allein wenig aufschlussreich sind. Sie bedürfen der qualitativen Differenzierung, wie sich besonders am Beispiel von *Feels Like Home* und *Songs For The Deaf* zeigt: Während die emo-

tionale Anmutung des Norah Jones-Albums als angenehm sanft, ruhig, melancholisch oder gefühlvoll beschrieben wird, lobt man die Songs der Queens of the Stone Age für den dynamischen, kraftvollen, mitunter aggressiven Eindruck, den sie vermitteln. Dementsprechend müssen innerhalb der emotionalen Qualitäten inhaltlich zwei Kriterien-Cluster unterschieden werden:

1. Der Strang, für den *Songs For The Deaf* prototypisch steht, ist mit dem Label „Energie“ treffend bezeichnet. Er umfasst die beiden Subkategorien „Motorische Aktivierung, kraftvoll, rockt“ sowie „Macht Spaß, Party, verbessert die Stimmung“ und betrifft positiv bewertete, eher nach außen gerichtete Emotionen, die mit höherer allgemeiner Aktivierung („arousal“) verbunden sind.
2. Die drei Unterkategorien „Gefühlvoll, persönlicher Ausdruck, Tiefe“, „Schönheit“ und „Entspannung“ bilden gemeinsam den anderen Kriterien-Bereich, der durch *Mensch* und *Feels Like Home* optimal repräsentiert wird. Ihn kann man zur Not mit „Gefühl“ verkürzend überschreiben, wenngleich diese Bezeichnung problematisch ist, da auch der erste Cluster mit Spaß und Ausgelassenheit Gefühle betrifft³. Das Label folgt dem in den Rezensionen untersuchten verengten Sprachgebrauch, dem zufolge mit „Gefühl“ fast ausschließlich die für diesen Cluster typischen nach innen gerichteten Emotionen mit geringem motorischen Aktivierungsniveau bezeichnet werden, die allerdings mit erhöhtem psychischen Arousal einhergehen können.

Die Rangreihen der übergeordneten Kategorien „Gefühl“ und „Energie“ korrelieren negativ miteinander ($\tau = -0,36$; nicht signifikant)⁴. Noch prägnanter zeigt sich die Differenzierung der beiden Cluster in der hierarchischen Clusteranalyse (vgl. Abbildung 1).

Der mit „Gefühl“ also nur notdürftig bezeichnete Cluster wird in der Gesamtstichprobe ebenso wie der Cluster „Energie“ in 25 % aller Rezensionen angesprochen. Dabei gibt es eine hochsignifikante Differenz zwischen den Alben, die von Kritikern hoch geschätzt worden sind, und jenen, die sehr hohe Verkaufszahlen erzielt haben: Während die Hörer der Verkaufserfolge „Gefühl“ zu 34 % thematisieren, bewertet die andere Gruppe sie in nur 15 % der Rezensionen ($\chi^2 = 54,99$; $p < 0,001$). Beim Cluster „Energie“ (Kritiker: 28 %; Verkauf: 22 %) ist der Unterschied nicht signifikant.

3 Damit folge ich nicht der häufig genutzten zweidimensionalen Kategorisierung der Emotionen entlang der Achsen angenehm/unangenehm sowie aktivierend/deaktivierend, wie sie z. B. Hesse (2003, S. 85 f.) vorstellt. Von unangenehmen Gefühlen wird in der Stichprobe nämlich nicht berichtet.

4 Für diese Berechnung wurden wie in allen Korrelationsberechnungen nur die jeweils positiv wertenden Kommentare gezählt. Noch viel deutlicher wäre die Korrelation ausgefallen, hätte man beim Kodieren keine Mehrfachnennungen zugelassen. Diese Maßnahme hätte allerdings der Bewertungsrealität grob widersprochen, schließlich werden bspw. *Escapology* und *Love And Theft* in beiden Bereichen etwa gleich häufig positiv bewertet.

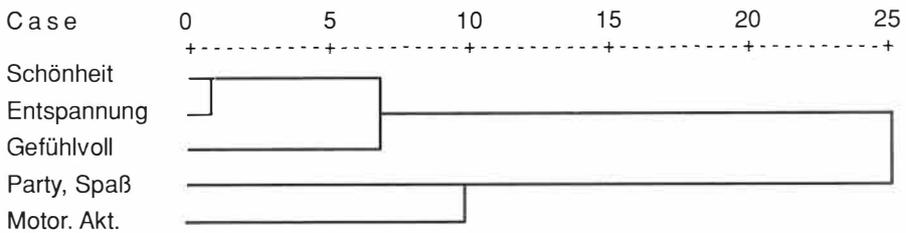


Abb. 1:
Ergebnis der hierarchischen Clusteranalyse
(single linkage, quadrierte Euklidische Distanzen)

3.1 Beschreibung des Clusters „Gefühl“

3.1.1 „Gefühlvoll, persönlicher Ausdruck, Tiefe“

Zentral für die emotionalen Qualitäten, insbesondere für die des „Gefühl“-Clusters, ist die Idee des emotionalen Ausdrucks durch Musik, die uns heute selbstverständlich scheint, in der Geschichte der Musikästhetik aber in sehr unterschiedlichen Formen und mit wechselndem Einfluss auftritt (vgl. Dahlhaus, 1967, S. 28 ff.; Cook & Dibben, 2001; Saxer, 2004). Viele Hörer erwarten von Musikern den „authentischen“ Ausdruck ihres Gefühlslebens, auch zahlreiche Musiker äußern sich emphatisch im Sinne einer solchen Ausdrucksästhetik (z.B. „Das ist die einzige Aufgabe, die Musik für mich hat: mein komplettes Innenleben nach außen zu stülpen“, Henry Rollins in Fuchs-Gamböck, 2000, S. 20; weitere Zitate s. Appen, 2007, S. 127).

Das Gros der untersuchten Hörer will Musik nicht distanziert verfolgen, sondern involviert werden und eine möglichst starke emotionale Beziehung zu ihr haben. Komposition, Interpretation und Songtext sollen im Zusammenspiel eine Wirkung auf den Hörer haben, ihn berühren, ergreifen und bewegen, besser noch „in den Magen“ oder „unter die Haut gehen“, ja ihm sogar „das Herz brechen“:

„But the album, for all its enthusiasm and punky energy, lacks any kind of vivid or heart-breaking emotion, and all truly wonderful and classic albums need this ingredient“ (Strokes US 50).

„Der Song ‚Feel‘ als erste Single-Auskopplung geht unter die Haut und war für mich nicht der einzige Auslöser, um diese CD zu kaufen“ (Williams DE 182).

„The delivery of his lines is truly dramatic. Sometimes drifting, sometimes barking but always effective and very emotive. Not emotive in the lost-love-Celine Dion-type-way, but managing to convey desperation, euphoria, anger etc. so clearly that he takes you with him. [...] You cannot help but feel involved“ (Streets UK 22).

Immer wieder wird das Bild körperlicher Einwirkung in den untersuchten Musikkritiken benutzt, um diesen stets angenehm empfundenen Effekt zu schildern, wobei man das außergewöhnliche, selten erlebte emotionale Er-

lebnis von Intensität und Tiefe besonders hoch schätzt. Im lateinischen Begriff „Affekt“ (lat. *afficere* = einwirken), den auch die Emotionspsychologie nutzt, um kurze, aber heftige, unkontrollierte emotionale Erregungsprozesse zu bezeichnen, ist diese Vorstellung, es würde etwas auf den Menschen „einwirken“, das er passiv zu „erleiden“ habe, bereits angelegt⁵.

Auch bei der Beschreibung des affektiven Betroffenseins nutzen die Rezensenten Bilder der körperlichen Einwirkung, welche sie häufig sogar mit Begriffen aus dem Bereich der Gewalt beschreiben, ohne sie dabei aber negativ zu empfinden. Sie fühlen sich dann „überwältigt“, „gefangen“ oder „gefesselt“ (z. B. Jones DE 121). Zeichen eines solchen körperlich spürbaren Erlebnisses höchster Intensität sind bereits die Phänomene „Gänsehaut“, das Gefühl eines kalten Schauers auf dem Rücken und das Weinen:

„Anastacia betont mit ihrer kräftigen Stimme ihre Gefühle so dermaßen, dass ich Gänsehaut bekomme“ (Anastacia DE 83).

„Auch nach 100-fachem Hören begeistert Norah Jones noch immer, und in den richtigen Stunden läuft es einem kalt den Rücken hinunter“ (Jones DE 128).

„Beim letzten Lied muss ich jedes Mal heulen, so tief gehen Text und Melodie. Von ihm haben wir noch viel zu erwarten“ (Williams DE 205).

„„Heavy On My Heart“: jawohl, der beste Song, den sie je geschrieben und gesungen hat; so persönlich, so überzeugend und gefühlvoll dargeboten, dass man Tränen in den Augen hat, auch nach dem zehnten Anhören“ (Anastacia DE 72).

Der „chill“, das Gefühl des kalten Schauers, steht im Zusammenhang mit einer allgemeinen Aktivierung des sympathischen Teils des autonomen Nervensystems. Er ist verbunden mit einer Aktivierung von Hirnstrukturen des limbischen Systems – jenes Hirnbereiches, in dem Emotionen, Motivationen und Selbstbelohnung lokalisiert sind und der z. B. auch bei anderen euphorisierenden Stimuli wie sexueller Erregung, Genuss von Schokolade oder Kokaineinnahme aktiv ist – und reduziert zugleich die Aktivität der mit negativen Emotionen und Angst verbundenen Hirnzentren (Blood & Zatorre, 2001; Altenmüller & Kopiez, 2005, S. 174; Spitzer, 2003, S. 395 ff.; Hesse, 2003, S. 22 ff.). Musikhören kann also das körpereigene Belohnungssystem stimulieren und zur Ausschüttung von Dopamin und Opioiden führen, sodass es nicht verwundert, wenn die beschriebenen physiologischen Reaktionen beim Musikhören als äußerst angenehm und erstrebenswert empfunden werden. Wie im Drama, im Film oder der Literatur führt emotionales Involviertsein also zu sehr positiven Beurteilungen, wobei die Musik (neben dem

⁵ „Afficere“ geht auf das griechische *πάθος* (*Páthos* = Leidenschaft) zurück, vgl. Lanz (1971). In der Psychologie ist der Begriffsgebrauch nicht einheitlich. Die oben angedeutete Differenzierung von Emotion und Affekt hat sich vor allem im deutschsprachigen Raum durchgesetzt, sie findet sich bspw. bei Hesse (2003, S. 88) oder auch in der Rechtsprechung. Im Englischen tendiert man hingegen dazu, „affect“ als den allgemeineren Begriff anzusehen, der Emotionen, Stimmungen und andere wertbehafteten Haltungen umfasst, vgl. z. B. Sloboda und Juslin (2005, S. 771).

Film, der seine Wirkung ja in der Regel durch Musik verstärkt) offenbar diejenige Kunst ist, bei der die intensivsten emotionalen Erlebnisse möglich sind⁶.

3.1.2 Entspannung

Doch so angenehm sie auch erscheinen – intensive emotionale Erlebnisse können nicht auf Dauer erstrebenswert sein. Der Körper wird durch chronische Erregung geschwächt, niemand will beim Musikhören jedes Mal betroffen sein und weinen müssen. Und so ist es nicht nur das intensive Empfinden konkreter, einigermaßen einfach zu benennender (Grund-)Gefühle, das an der Musik reizt. Auf dieselbe Weise wie Emotionen werden beim Musikhören auch Atmosphären oder Stimmungen („moods“) sinnlich erlebt, die weit weniger erregen und diffuser, subtiler, noch weniger in Worte zu fassen sind. Musik führt dann nicht zu intensiven Emotionen, die den Alltag transzendieren, und steht häufig auch nicht im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit, sondern wird zur Stimmung verbessernden Begleitung anderer Haupttätigkeiten gewählt, zur positiven Färbung des gegenwärtigen Erlebens. Die mit der Musik verbundenen Emotionen haben dann quasi keinen Figur- sondern Hintergrundcharakter. Während intensive Gefühle unweigerlich mit Anspannung und Erregung verbunden sind, ist das Verspüren von Atmosphären eher der Entspannung dienlich, zumindest solange die Atmosphäre (wie im Großteil der untersuchten Kritiken) als angenehm empfunden wird. Die Anmutung der Musik hilft dann, das Empfinden so zu verfärben, wie dies auch eine stimmungsvolle Beleuchtung oder eine Raumdekoration leisten kann. Man sieht die Welt „in anderen Farben“ oder „taucht ab in eine neue Welt“, wobei das Gefühlvolle, das sinnlich-ästhetische Moment der Musik gern als Kontrast oder Ausgleich zur von Rationalität und Funktionalität bestimmten Welt des Alltags und insbesondere der Arbeit herausgestellt wird. Nach den Anstrengungen und Zwängen des Tages hilft die Musik offenbar vielen, sich von unangenehmen Lasten befreit zu fühlen, womit dann positive Wertungen begründet werden:

„Bei diesem Lied kann man sich so richtig fallen lassen und der schönen runden und weichen Musik lauschen“ (Grönemeyer DE 254).

„Die Songs kreieren wieder eine wunderbare Atmosphäre. Sanfte, ruhige und leichte Klänge schickt Norah auf die Reise durch unsere Seele“ (Jones DE 1).

⁶ In einer Untersuchung von Goldstein aus dem Jahr 1980 berichteten mit 96% die meisten Befragten, sie hätten bei Musik schon einmal einen „Schauer“ erlebt. Auf den nächsten Rängen folgen „Szenen in Film, Theater, Ballett oder einem Buch“ (92%), „Natur- bzw. Kunstschönheit“ (87%) und „Körperlicher Kontakt mit anderen Menschen“ (78%); zitiert nach Behne (1995, S. 336). Vgl. auch das „Strong Experiences with Music“-Projekt von Gabrielsson (2001).

„Die Musik lädt wieder einmal zum Träumen ein und zum Abschalten. Ihre Stimme ist einfach super. Man kann die Seele wieder mal so richtig baumeln lassen. Ich höre diese CD gerne, wenn ich vom Alltag abschalten möchte“ (Jones DE 120).

„Listening to this album is like sitting on river boat, sipping a cold glass of lemonade, and drifting down a surreal river of regret in the evening sun. Everything has a gentle, nostalgic, and earthy overtone“ (Dylan US 94).

Musikhören kann die Herzschlagfrequenz, den Blutdruck, die Muskelspannung, den Energieverbrauch und den Stresshormonspiegel senken, den Atemrhythmus harmonisieren sowie motorisches Arousal, Angst und Schmerzen mindern (Spintge, 1993, S. 399). Es liegt nahe zu vermuten, dass dies vor allem oder gar ausschließlich durch trophotrope, also langsame Musik mit geringer Reizintensität und geringer Dynamik gelingt. Dass in den Besprechungen auch den keineswegs ruhigen Alben von Robbie Williams und Queens of the Stone Age beruhigende Wirkung attestiert wird, bestätigt jedoch, dass der Entspannungseffekt auch von Merkmalen der Situation und der Persönlichkeit abhängt. So zeigte Gembris (1985, S. 193 ff.) in einem empirisch bestätigten Modell, dass man in Zuständen hoher Aktivierung (z. B. Stress) für langsame Musik unzugänglich sein kann. Hier muss das negativ empfundene Arousal zunächst durch schnelle, energetische Musik abgebaut werden („After a hard day, it’s a godsend to sit down and listen to Lanegan belt it out“, Queens US 162).⁷

Trotz dieser Relativierungen gibt es offenbar strukturelle Parameter, die bei vielen Hörern im Allgemeinen eine entspannende Wirkung befördern. In der untersuchten Stichprobe kommt dem Entspannungsbedürfnis insbesondere das Album *Feels Like Home* von Norah Jones entgegen, dessen entspannenden Charakter 31 % der Jones-Rezensenten positiv herausstellen (s. Tabelle 6). Auf den Rängen 2 und 3 folgen mit sehr großem Abstand *Escapology* (nur 6 %) und *Original Pirate Material* (4 %), wohingegen die Möglichkeit der Entspannung in den Kritiken zu *Anastacia* und *Mensch* (je 1 %) sowie *Is This It*, *Franz Ferdinand*, *Love And Theft* (alle 0 %) (fast) nicht erwähnt wird. Somit sind auch die negativen Ergebnisse sehr aussagekräftig: Während die Alben der Strokes, Anastacia und Franz Ferdinand als sehr energetisch eingeschätzt werden, was der Entspannungsfunktion offensichtlich doch für viele in den meisten Situationen im Weg steht, sind die Veröffentlichungen von Grönemeyer und Dylan diejenigen, bei denen die Subkategorie „Gefühlvoll, persönlicher Ausdruck, Tiefe“ am häufigsten erwähnt wird. Gerade die bei diesen Alben als besonders intensiv (also erregend) empfundenen Gefühle verhindern grundsätzlich den Zustand der Ausgeglichenheit. Bei Norah Jones dagegen wird die Kategorie „gefühlvoll, persönlicher Ausdruck, Tiefe“ auffallend selten angesprochen (Rang 8). Entspannend wirkt Musik innerhalb der untersuchten Stichprobe also vor allem

⁷ Den Einfluss von Persönlichkeitsfaktoren auf den stimmungsmulierenden Umgang mit Musik untersuchen die Studien von Gerra et al. (1998), Nater et al. (2005), Schramm (2005) sowie von Georgi et al. (2006, 2009).

dann, wenn sie zum einen nicht besonders kraftvoll und energetisch wirkt und zum anderen keine intensiven Gefühle auslöst.

Tab. 6:
Die Subkategorien des „Gefühl“-Clusters im Überblick

	„Gefühl“		
	Gefühlvoll ...	Entspannung	Schönheit
<i>Mensch</i>	41	1	16
<i>Love And Theft</i>	20	0	8
<i>Escapology</i>	18	6	12
<i>Anastacia</i>	18	1	13
<i>Feels Like Home</i>	15	31	27
<i>Original Pirate Material</i>	15	4	0
<i>The Eminem Show</i>	12	2	4
<i>Songs For The Deaf</i>	7	2	10
<i>Is This It</i>	6	0	2
<i>Franz Ferdinand</i>	1	0	2
∅	15	5	9

Anmerkung: Alle Angaben in Prozent (gerundet), es sind nur die positiv wertenden Aussagen gezählt worden.

Weiterhin verzichtet Jones' Musik generell auf Extreme, es geschieht kaum etwas Unerwartetes. In den Kategorien „Originalität“, „Neuheit“ und „Abwechslungsreichtum“ sind die Anteile negativer Einschätzungen mit jeweils 50 % sehr hoch, was dazu führt, dass *Feels Like Home* mit großem Abstand die meisten Nennungen in der Kategorie „Langeweile“ verzeichnet⁸.

Zudem fällt auf, dass Jones' Album neben einem neunten Rang in der Subkategorie „motorischer Mitvollzug, kraftvoll, aktivierend, rockt“ und einem zehnten Rang bei „Macht Spaß, Party, verbessert die Stimmung“

⁸ 19 % der Rezensenten empfinden das Album als langweilig. Die anderen beiden verhältnismäßig entspannenden Alben *Escapology* und *Original Pirate Material* nehmen auch in der Kategorie Langeweile obere Ränge (2 bzw. 4) ein. Langeweile und Entspannung korrelieren signifikant miteinander ($\tau = .55^*$).

auch nur sehr wenige Nennungen in den Kategorien „Kompositorische Qualitäten“ (Rang 10), und „Qualitäten der Songtexte“ (Rang 10) verbuchen kann. Für viele Hörer scheint also Jones' Musik beim Hören nicht im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit zu stehen:

„Der Gesang entführt einen in eine Welt der Farben und Schönheit. Der Text ist fast nebensächlich. Sehr empfehlenswert“ (Jones DE 115).

„Schön zum Träumen. Irgendwie gelingt es mir bei dieser CD gar nicht so recht mich genau auf die Lieder zu konzentrieren, sodass ich sagen könnte, das Lied Nummer ... is' besonders schön, es ist einfach so, dass man nach den ersten Liedern schon total in die wundervolle Musik eintaucht. Man wird einfach von der rauhen Stimme der Miss Jones und den wunderbaren Klängen der Musik zum Träumen verleitet“ (Jones DE 40).

„Im stressigen Alltag oder abends beim Schmökern in einem Buch ganz angenehm. Also die CD ‚duddelt‘ bei mir abends fast immer ...“ (Jones DE 117).

In Situationen mit Entspannungsbedürfnis achten viele Hörer offenbar nicht auf Originalität, Innovation, Abwechslungsreichtum und Ausdruckstärke. Wer Ruhe sucht und Norah Jones zur Entspannung hört, dem geht es nicht um Komplexität, kritische Inhalte oder „Wahrheit“, kurzum: er entsagt allen hochkulturellen Kunstidealen der Moderne, wie wir sie bspw. in Adornos Hörertypologie dokumentiert finden (Adorno, 1962). Da Adornos Ästhetik z. T. auch heute noch akademische Kunstvorstellungen prägt, wird Musik, wie sie die Norah Jones-Hörer lieben, in der Musikwissenschaft jenseits der Musikpsychologie und -soziologie ignoriert. Sie scheint austauschbar, wird häufig nicht zum Selbstzweck gehört und verspricht kaum kulturelles Kapital. Dementsprechend wird man die Kategorie der Entspannung auch in keiner professionellen Musikkritik (sei es aus dem Bereich der populären oder der sogenannten „Ernstern“ Musik) finden, was sicher dazu führt, dass es auch in der untersuchten Stichprobe jenseits der „geständigen“ fünf Prozent eine hohe „Dunkelziffer“ getarnter Entspannungshörer gibt, die verinnerlicht haben, dass sich ein derart subjekt-orientiertes Hören nicht gehöre und in einer Musikkritik nichts zu suchen habe. Dabei belegen mehrere Studien, dass die Entspannungsfunktion für viele Menschen eine Hauptmotivation darstellt, Musik zu hören (Behne, 1986; Kleinen, 1986; Lehmann, 1994, S. 160 u. 165).

Dass man Jones übrigens mit einigem Gewinn auch analytisch hören kann, zeigt Arndt (2006). Dagegen belegen die Amazon-Verkaufscharts aus dem Bereich Klassik, dass sich die „Ernstern“ Musik von Beethoven, Mozart oder Grieg hervorragend auf Zusammenstellungen mit Titeln wie *Leichte Klassik – Meditation (Klassische Musik zur Ruhe)* oder *Träumerei (Klassische Musik zur Entspannung)* verkaufen lässt⁹.

⁹ Beide CDs befanden sich am 26. 1. 2006 auf Rang 14 der Amazon-„Hot 25 Klassik-Charts“. Beim amerikanischen Anbieter Amazon.com verkaufte sich dagegen *Baby Einstein: Lullaby Classics* mit zu Wiegenliedern umarrangierten Werken von Bach, Beethoven, Debussy u. a. besonders gut (am 17. 2. 2006 auf Platz 3).

3.1.3 Schönheit

Der Kategorie Schönheit, der zentralen Idee antiker und klassizistischer Ästhetik, kommt in der Stichprobe keine große Bedeutung für die Bewertung der Alben zu. Sie wird in nur 9 % der Kritiken erwähnt, das entspricht einem Anteil von knapp 3 % an der Gesamtanzahl aller wertenden Aussagen. Dabei sind es vor allem die Rezensenten der Verkaufserfolge, die das Adjektiv „schön“ zur Beschreibung von Musik nutzen. 72-mal wird es in Kritiken von Chart-Erfolgen erwähnt, nur 22-mal in den Bewertungen der Kritiker-Erfolge ($\chi^2 = 34,57$; $p < 0,001$). Besonders häufig, in 27 von 100 Kritiken, findet es sich auf *Feels Like Home* bezogen (s. Tabelle 6), auf den weiteren Rängen folgen *Mensch* (16 %), *Anastacia* (13 %) und *Escapology* (12 %). Die Rezensenten der Strokes, Franz Ferdinand (je 2 %) und The Streets (0 %) beschreiben die Musik fast nie als schön.

Dass Schönheit hier zu den emotionalen Qualitäten gezählt wird, kann im ersten Moment Zweifel hervorrufen: gilt Schönheit bei Kant doch als zweckmäßig Geformtes ohne Zweck, an dem der Mensch ein Wohlgefallen empfindet, welches von *keinem* persönlichen Interesse motiviert ist, wohingegen das Emotionale als immer mit einer persönlichen Relevanzbewertung einhergehend definiert ist. Doch ist dieser Einwand für die Rezensenten der Stichprobe belanglos – es wird nicht verwundern, dass sie sich nicht an einen philosophischen Begriffsgebrauch halten. Leider halten sie sich auch nicht an irgendeine andere Terminologie: sie scheinen den Begriff weitgehend heterogen und willkürlich zu benutzen:

„Sing For The Moment“: mitreißend und einfach schön“ (Eminem DE 91).

„Fazit: ein schönes Album, gesungen von einer schönen Stimme“ (Jones DE 27).

„Diese CD ist für mich seit langem wieder eine schöne laute Rock-CD, wie ich sie mag. Es gibt schöne unterschiedliche Songs“ (Queens DE 9).

Qualitativ ist hier kaum etwas zu analysieren, zu beliebig wird der Begriff gebraucht. Es ist aus den Zitaten und auch aus ihrem Kontext nicht ersichtlich, welche Eigenschaften des Objektes für die Attribution von Schönheit entscheidend sein könnten. Falls die Rezensenten mit „schön“ etwas Einheitliches zu beschreiben versuchen, so gelingt es ihnen nicht, in Worte zu fassen, was ihnen da gefällt. Die Zuschreibung von Schönheit wird nicht begründet, nicht selten retten sich die Kritiker in die Phrase „das ist einfach schön“. Somit scheint Schönheit für sie etwas zu sein, das sie vielmehr fühlen als verstehen oder erklären können (vgl. G. Th. Fechner, für den all das schön ist, „woran sich die Eigenschaft findet, unmittelbar, nicht erst durch Ueberlegung oder durch seine Folgen, Gefallen zu erwecken“, zit. n. Bösel, 2003, S. 269). Dies liefert einen Hinweis darauf, dass mit „schön“ in der Stichprobe nicht in erster Linie das Objekt, sondern der subjektive Zustand während der Rezeption – das Gefühl – beschrieben wird. Weitere Zitate stützen diese Vermutung:

„Norah Jones macht wunderbar sanfte, schöne und einfühlsame Musik. Diese Musik kann man wirklich genießen, denn sie ist schön“ (Jones DE 89).

„Es ist ein einfühlsames Album, auf das man sich aber einlassen muss. Ein kurzes Hinhören genügt nicht, die Schönheit dieser Musik zu entdecken. Norah Jones gelingt es, den Hörer zu verzaubern“ (Jones DE 109).

„Wunderschöne Ballade, die zum Träumen anregt und trotzdem mehr hoffnungsvoll, denn traurig klingt“ (Williams DE 214).

Auffällig ist hier die Nähe zur Kategorie „gefühlvoll, persönlicher Ausdruck, Tiefe“: schöne Musik wird als „einfühlsam“ und „bewegend“ beschrieben, sie verbreitet eine Atmosphäre, die zum „Träumen“ einlädt. So sind gleich zehn der dreizehn Nennungen des Begriffs „(wunder-)schön“ in *Anastacia*-Kritiken auf „gefühlvolle“ Rockballaden bezogen. Auch die Rangkorrelationen (Schönheit/Gefühlvoll, persönlicher Ausdruck, Tiefe: $\tau=0,51^*$; Schönheit/Entspannung: $\tau=0,32$; n. s.) stützen die Beobachtung, dass Schönheit im positiven Zusammenhang mit den beiden anderen Subkategorien des „Gefühl“-Clusters steht, während „Schönheit“ mit „Macht Spaß, Party, verbessert die Stimmung“ negativ korreliert ($\tau=-0,29$; n. s.).

„Schön“ ist für viele Rezensenten also ein Platzhalter für verschiedene Lust bereitende Gefühle und damit genau das, was Kant mit dem Begriff des Angenehmen (persönlich Vorteilhaften) vom Schönen abzugrenzen versucht hat. Doch aus den wenigen Beschreibungen, die die Kommentatoren für das in ihren Ohren „Schöne“ liefern, zeigt sich durchaus auch eine gewisse Nähe zum klassizistischen Schönheitsideal, für das die Idee des Vollendeten, Ausgeglichenen wesentlich ist: So begründet sich für viele Hörer das angenehme Gefühl durch eine Musik, die die Extreme meidet, ohne „Ecken und Kanten“ ist und nicht irritiert. Wie in der Natur vielfach als schön gilt, was wie ein Sonnenuntergang oder ein Regenbogen ausgeglichen und von sanften Nuancen geprägt ist, ist der Begriff des Schönen auch bei den Hörern der Stichprobe an das Harmonische und im Gleichgewicht Ruhende gebunden („Diese wunderbare ruhige Mischung aus Folk, Country und ein wenig Jazz zusammen mit der dazu harmonisierenden Stimme ist einzigartig und wunderschön!“; Jones DE 141), während das Aufregende, Verstörende und Überwältigende als erhaben und das von der Norm abweichende als charakteristisch bezeichnet wird. So ist Norah Jones’ als sanft, zart und beruhigend beschriebene Stimme die einzige, die mehrfach als schön bezeichnet wird, während die Rezensenten die raue Stimme Anastacias und das schroffe Organ Bob Dylans als charakteristisch, eigenwillig und ausdrucksstark loben.

Dass in der untersuchten Stichprobe die Zuschreibung von Schönheit negativ mit der Zuschreibung von Originalität ($\tau=-0,38$) und Innovation ($\tau=-0,29$) korreliert, kann weiterhin als Hinweis darauf gedeutet werden, dass das Unerwartete und Ausgefallene zwar als interessant, nicht aber als schön empfunden wird. Vor diesem Hintergrund ist verständlich, dass der

Begriff des Schönen auch negativ gebraucht werden kann: „Dann die Ernüchterung – der Rest der CD bietet nur schöne, watteweiche Durchschnittsware“ (Jones DE 91).

3.2 Beschreibung des Clusters „Energie“

Aussagen zum zweiten Cluster innerhalb der emotionalen Qualitäten, dem Cluster „Energie“, finden sich ebenso häufig in den Rezensionen wie die Kriterien des „Gefühl“-Clusters, nämlich in 25 % aller Fälle. Gemeinsam ist beiden die Bedeutung des „Involvements“, die Macht der Musik, das Bewusstsein und den Körper zu beeinflussen. Statt um Schönheit, Entspannung und den persönlichen Ausdruck *innerer* Bewegtheit geht es hier aber um Aktivierung, um das sinnliche Erleben von Kraft, Härte, Geschwindigkeit, Spaß, Ausgelassenheit und um die Motivation zu *äußerer* Bewegung.

Den Ansprüchen derjenigen, die Wert auf solch eine energetisierende Musik legen, entsprechen die Alben von Queens of the Stone Age und Anasta-

Tab. 7:
Die Subkategorien des „Energie“-Clusters im Überblick

	„Energie“	
	Motorische Aktivierung ...	macht Spaß ...
<i>Songs For The Deaf</i>	46	7
<i>Anastacia</i>	39	7
<i>Franz Ferdinand</i>	25	13
<i>Is This It</i>	21	13
<i>Escapology</i>	18	8
<i>Love And Theft</i>	14	12
<i>The Eminem Show</i>	16	6
<i>Mensch</i>	5	5
<i>Feels Like Home</i>	4	4
<i>Original Pirate Material</i>	2	5
∅	19	8

Anmerkung: Alle Angaben in Prozent (gerundet), es sind nur die positiv wertenden Aussagen gezählt worden.

cia eindeutig am besten (s. Tabelle 7). Es folgen die Veröffentlichungen von Franz Ferdinand und The Strokes, denen deutlich weniger Kraft und motorische Aktivierung, dafür aber häufiger der Charakter von Spaß und Partystimmung zugesprochen wird. Die Aufnahmen von Grönemeyer, Jones und The Streets können in keiner der beiden Subkategorien des Clusters „Energie“ hohe Wertungen verbuchen: „Nur langweiliges Gehauche ohne Druck in der Lunge – das Richtige zum Einschlafen – Gute Nacht!“ (Jones DE 136).

3.2.1 „Motorische Aktivierung, kraftvoll, rockt“

Gebunden ist die energetisierende Wirkung an den Eindruck von hoher Lautstärke, hoher Dynamik, gehobenem Tempo und einem zum motorischen Mitvollzug anregenden Rhythmus. Häufig findet sich entsprechendes Lob in der Phrase „das rockt“ ausgedrückt, mit der die aufgezählten prototypischen Eigenschaften der Rockmusik in einem Verb zusammengefasst werden:

„Die Tracks zünden, man wippt mit düsterem Grinsen unter den Kopfhörern [...]. Das Ding rockt wie Sau. Kaufen, jetzt“ (Queens DE 5).

„Eminem rockt auch in seinem dritten Album wieder kräftig ab“ (Eminem DE 62).

„Monsoon‘ und ‚Cursed‘ sind ja absolut geil und ein Hochgenuss mit Kopfhörern bei voller Power“ (Williams DE 43).

Wie auch aus den Aussagen zur Kategorie „Gefühlvoll, persönlicher Ausdruck, Tiefe“ spricht aus den Kommentaren der Kategorie „Motorische Aktivierung, kraftvoll, rockt“ das Bedürfnis, berührt und bewegt zu werden. Allerdings ist die Bewegung nun nicht mehr metaphorisch im Sinne innerer Bewegtheit, sondern durchaus wörtlich zu verstehen. Man schreibt der Musik die Macht zu, so stark auf den Körper einzuwirken, dass man sich gegen den Drang, den Rhythmus motorisch mitzuvollziehen, nicht wehren kann. Die Beschreibung, die Musik gehe „ins Mark“ oder „in die Beine“ gibt der Vorstellung Ausdruck, das Großhirn sei an dieser Reaktion nicht beteiligt. Die Rezensenten erleben kraftvolle Musik, als wirke sie subkortikal und damit unkontrollierbar auf sie ein:

„Ein super Rocksong (der rockigste auf dem Album), bei dem man nicht stillsitzen kann“ (Anastacia DE 23).

„With [...] riffs that go straight from your ears to your feet who can challenge Franz Ferdinand as the best British band of this century?“ (Franz Ferdinand UK 18).

„If you don’t get the urge to nod your head somewhere in the middle of the album, something is seriously wrong with you“ (Strokes US 847).

„I think it’s safe to say this is an amazing album! [...] now if you’ll excuse me I have to go pop it in and jump on the furniture“ (Strokes US 817).

Von der motorischen Aktivierung ist es nicht weit zum Tanzen, trotzdem differenzieren die Rezensenten deutlich zwischen beiden Formen des rhyth-

mischen Mitvollzugs. Als zum Tanzen geeignete Musik wird in der Stichprobe nämlich fast ausschließlich das Franz Ferdinand-Album angesehen.

Dass das emotionale Empfinden von Musik durch die gezielte Manipulation des körperlichen Aktivierungszustands beeinflusst werden kann, hat Dibben (2004) in einem originellen Labor-Experiment bestätigen können. Dazu ließ sie eine Versuchsgruppe fünf Minuten Sport treiben und sich direkt danach den Puls messen, um ihnen Rückmeldung über ihren erhöhten Aktivierungszustand zu geben. Beim unmittelbar anschließenden Musikhören beurteilten die Teilnehmenden die Musik im Vergleich zu einer Kontrollgruppe als emotional intensiver. Dibben folgert daraus: „These results suggest that arousal influences the intensity of emotion experienced with music and therefore that people use their body state as information about the emotion felt while listening to music“ (Dibben, 2004, S. 79). Abgesehen von der Tatsache, dass stark energetisierende Musik allein bereits zu zahlreichen physiologischen und neuroendokrinen Veränderungen führt (Gerra et al., 1998), ist analog zu Dibbens Experiment davon auszugehen, dass auch körperliche Erregung durch Tanzen oder anderen motorischen Mitvollzug zu intensiviertem Musik-Erleben führt (vgl. Hafen, 1992, S. 165: „Eigenaktivität im Rockkonzert steigert hochsignifikant die persönliche Gemütsverfassung und zwar in eindeutig positive Richtung“).

Analog zu den Aussagen der Kategorie „Gefühlvoll, persönlicher Ausdruck, Tiefe“ schätzen die Rezensenten also auch bei dieser Form der Emotion das intensive Erlebnis besonders. Noch stärker als dort beschreiben sie es in positiv gewerteten Bildern körperlicher Gewalt, allen voran die Queens of the Stone Age-Hörer (deren Statements hier durch Ausschnitte aus professionellen Rezensionen ergänzt werden, die in einer Vorstudie gesammelt wurden):

„Raw in your face, well played rock music“ (Queens US 147).

„It hits you in the face like a sonic missile. [...] like a kind of corkscrew drilling into your brain“ (Ward 2002).

„Die Songs reichen von erdigem Punk [...], der einem durch die Gehörgänge fetzt, bis hin zu unmelodischen Zerstörungsmonstern wie ‚Six Shooter‘, einem brachialen Song, bei dem alle Dämme brechen und der den reinen Wahnsinn von QOTSA darstellt. Die Gitarren werden alenthalben nach vorne geprügelt, Verschnaufmöglichkeiten gibt es nur wenige“ (Queens DE 16).

„Gleichzeitig tobt über die volle 60 Minuten-Distanz ein akkordgewordener Amoklauf. [...] Der Song beginnt mit rüden Stakkato-Drums, die den engelsgleichen Gesang Hommes in bekannter Weise kontrastieren, bis im Refrain ein Trommelfeuer losbricht, das am ehesten mit einer Horde wilder und ausgehungertes Stiere zu vergleichen ist, die den Hörer zu Tode trampeln“ (Schuh o.J.).

3.2.2 „Macht Spaß, Party, verbessert die Stimmung“

Die zweite Subkategorie des „Energie“-Clusters wird in etwa 8 % der Rezensionen angesprochen, an der Gesamtsumme aller wertenden Aussagen hat sie einen Anteil von knapp 3 %. Auf den oberen Rängen liegen dabei die Alben *Franz Ferdinand*, *Is This It* und *Escapology* (s. Tabelle 7).

Von einer Party erwartet man gemeinhin eine gelöste, positive Stimmung mit erhöhter psychischer (und physischer) Aktivierung. Der Musik kommt dabei die zentrale Rolle zu: Sie soll anregen, eine „lockere“ Atmosphäre schaffen und die Distanz zwischen Menschen überbrücken, indem sie zum gemeinsamen Tanzen oder Singen animiert und die Gäste so offener und ausgelassener stimmt. Niemand rät dabei zu *Feels Like Home* oder *Mensch*; Musik, die mit einer gelungenen Party assoziiert wird, ist dynamisch und kraftvoll, sie spart negativ besetzte Gefühle aus und betont die positiven:

„Vier Jungs aus Glasgow lassen es krachen. Sie [...] machen völlig mitreißende Party-Musik“ (Franz Ferdinand DE 13).

„Es bringt richtig Stimmung. Ich würde es jedem empfehlen, bei dem die Party oder die Stimmung zu Hause total in der Hose gelandet ist“ (Anastacia DE 85).

Die beiden Rangreihen der Subkategorien „Motorische Aktivierung, kraftvoll, rockt“ und „Macht Spaß, Party, verbessert die Stimmung“ korrelieren erwartungsgemäß positiv miteinander ($\tau=0,42$), während sich negative Korrelationen mit den Kategorien „Entspannung“ ($\tau=-0,55^*$), „Schönheit“ ($\tau=-0,29$) und „Gefühlvoll, persönlicher Ausdruck, Tiefe“ ($\tau=-0,24$) ergeben. Besonders groß ist die Korrelation der Kategorie mit der Rangreihe „Kompositorische Qualitäten“ ($\tau=0,73^*$). Dies mag auf den ersten Blick verwundern, klärt sich aber, wenn man bedenkt, dass gute Kompositionen sich für die Rezensenten der Stichprobe vor allem durch eingängige, „süchtig machende“ und zum Mitsingen anstiftende Melodien auszeichnen („Monsoon“ – Zum Mitsingen einfach genial! Bester Song, um die Party so richtig in Stimmung zu bringen! Was zum Schunkeln und zum Hüpfen!“, Williams DE 206). Die Zuschreibung von Authentizität scheint für den Spaß-Aspekt geradezu hinderlich zu sein ($\tau=-0,60^*$), was zumindest angesichts typischer Spaß- und Party-Musik wie Karnevalsschlagern, Sommer-Hits u. dgl. plausibel erscheint, bei denen niemand nach der Authentizität der Musiker fragt. Die Ernsthaftigkeit des musikalischen und text-inhaltlichen Anliegens, welche die Rezensenten u. a. in den Alben von Eminem und Grönemeyer sehen, disqualifiziert diese Musik offenbar, wenn es darum geht, die Stimmung zu heben und ausgelassen zu feiern. Eine negative Korrelation zwischen der Bewertung der Songtexte und dem Spaß-Kriterium lässt sich allerdings nicht feststellen.

Innerhalb der untersuchten Subkategorie sind von diesem Spaß- und Party-Aspekt seltener getroffene Aussagen zu unterscheiden, die sich auf Situationen beziehen, in denen man allein ist. Auch in diesem Fall wird Musik zur Stimmungsverbesserung eingesetzt, jedoch sind die Kriterien für „gute Laune-Musik“ etwas anders gewichtet, sodass für die individuelle Optimierung der Gestimmtheit auch Norah Jones den angemessenen Soundtrack liefern kann. Motorische Aktivierung ist dann kein entscheidendes Kriterium, eingängige Melodien werden indes weiterhin bevorzugt. Wie in der Party-Situation möchte man sich zur Verbesserung der Stimmung nicht mit Problemen auseinandersetzen, der authentische Ausdruck „tiefer“ Gefühle ist also auch hier nicht förderlich:

„The lyrics and vibe on most songs is so positive, creative and fun, this album puts me in a good mood always“ (Streets US 38).

„No, they don't fill me with some deep emotion or inspire me to achieve greater things, but they do make me feel good, very good“ (Strokes US 812).

4 Diskussion

Es dürfte deutlich geworden sein, dass die hier dokumentierten Werthaltungen nichts mit jener Affekte „malenden“ Naturnachahmung in der Musik vor etwa 1750 gemein hat, der es um eine distanzierte, realistische Darstellung emotionaler Zustände durch konventionalisierte, gleichsam rhetorische, musikalische Formeln ging (etwa bei Mattheson 1739). Auffällige Parallelen zeigen sich vielmehr zur Musikästhetik von Autoren wie J. J. Quantz (1752), C. Ph. E. Bach (1753) oder Chr. F. D. Schubart (1806), deren Ideal des individuellen subjektiven Ausdrucks keine geringen Gemeinsamkeiten mit der vorwiegend literarischen Bewegung des Sturm und Drang aufweist (vgl. Finscher, 1998). Für sie war wie auch für das Gros der Produzenten und Rezipienten populärer Musik entscheidend, dass hinter der Musik ein Subjekt erkennbar ist, das emotionale Zustände nicht mit kühlem Kopf portraitiert, sondern sie so zum Ausdruck bringt, als entfließen sie seinem Innersten:

„Indem ein Musickus nicht anders rühren kan, er sey dann selbst gerührt; so muß er nothwendig sich selbst in alle Affecten setzen können, welche er bey seinen Zuhörern erregen will; er giebt ihnen seine Empfindungen zu verstehen und bewegt sie solchergestalt am besten zur Mit-Empfindung“ (Bach 1753, Erster Teil, S. 122).

Ausdruck meint hier nicht mehr kunstvolle Nachahmung, sondern das Sich-Selbst-Mitteilen des Komponisten oder Interpreten, wobei die Personalunion beider – bei Bachs freien Phantasien ebenso wie bei den selbst komponierenden Popstars – als Indiz für besonders spontanen und unmittelbaren Ausdruck angesehen wird. Während Dahlhaus (1967, S. 36) allerdings Wert darauf legt, zwischen der biografischen Wirklichkeit, „der empirischen Privatperson“ und dem lyrischen oder „intelligiblen“ Ich der Komposition zu differenzieren, sind solche Feinheiten den Rezipienten populärer Musik gleichgültig. Für sie soll emotionaler Ausdruck unbedingt „authentisch“, also durch die Biographie belegbar sei, wie sich in den Rezensionen zu *Mensch*, *Anastacia*, *Original Pirate Material*, *The Eminem Show* oder *Escapology* zeigt. Die Authentizität des Ausdrucks gilt hier als Voraussetzung für das zweite Qualitätsmerkmal, die Intensität des Eindrucks.

Dem „führenden Hören“ kommt in weiten Teilen der Stichprobe das Primat vor allen anderen Formen der Rezeption zu. An Realismus und Tiefe des Ausdrucks werden daher vielfach auch die Qualitäten der Songtexte, der Komposition und der Interpretation bemessen. Auf Komplexität oder interpretatorische Virtuosität achten die Rezensenten kaum, wenn sie nicht im Dienste des Emotionalen steht – eine Werthaltung, die sich schon in J. G. Sulzers *Allgemeiner Theorie der schönen Künste* (1771–1774) findet:

„Überhaupt also wirkt die Musik auf den Menschen nicht, insofern er denkt, oder Vorstellungskräfte hat, sondern insofern er empfindet. Also ist jedes Tonstück, das nicht Empfindungen erweckt, kein Werk der echten Musik. Und wenn die Töne noch so künstlich aufeinander folgten, die Harmonie noch so mühsam überlegt, und nach den schwersten Regeln richtig wäre, so ist das Stück, das uns nichts von den erwähnten Empfindungen ins Herze legt, nichts werth“ (Sulzer 1793, S. 425).

Damit steht die Ästhetik der großen Pop-Erfolge der Werthaltung des späteren 18. und beginnenden 19. Jahrhundert weitaus näher als dem Musikdenken vieler Komponisten des 20. Jahrhunderts, die ausgehend von Hanslicks Formästhetik dem emotionalen Gehalt viel weniger Bedeutung zumaßen, wie an Äußerungen Strawinskys, Debussys, Saties, Cages, Lachenmanns oder Xenakis' leicht zu zeigen wäre (vgl. Saxer, 2004).

All dies gilt insbesondere für die Rezensenten der Verkaufserfolge, bei denen sich, wie eingangs erwähnt, Aussagen, die dem „Gefühl“-Cluster zuzuordnen sind, signifikant häufiger finden als in den Besprechungen der Kritikerfavoriten. Die Ursachen für diesen Unterschied sind auf drei verschiedenen Ebenen zu vermuten:

Sie können erstens in der besprochenen Musik selbst liegen; in diesem Fall gelänge es nur den Beststellern, nicht aber den Kritikerfavoriten, jene Emotionen besonders überzeugend und intensiv zum Ausdruck zu bringen, welche die Mehrheit der Hörerinnen und Hörer als relevant für ihr eigenes Leben betrachten. Zweitens kann der Unterschied mit geschlechtlichen Differenzen begründet werden: Unter den Rezensenten der Kritikererfolge finden sich hochsignifikant mehr Männer als Frauen ($\chi^2=21,7$; $p<0,001$), so wie auch der Beruf des Musikkritikers überwiegend von Männern ausgeübt wird (vgl. McLeod, 2002). Dass die überwiegend männlichen Rezensenten der Kritikerfavoriten das „Gefühlvolle“ eher selten ansprechen und stattdessen viel Wert auf Kraft und Energie in der Musik legen, wird zum Teil mit entsprechenden weit verbreiteten sozialen Rollenklischees zu erklären sein. Zudem gibt es Studien, in denen gar über biologische Ursachen für solche geschlechtlichen Differenzen nachgedacht wird (vgl. McCown et al. (1997), die nachweisen, dass Musik mit kräftigen Bässen generell von Männern bevorzugt wird, und als mögliche Erklärung dafür den kleineren Gehörgang der Frauen anführen). Drittens mögen die unterschiedlichen Werthaltungen in der Rolle des professionellen Kritikers begründet sein: So ist wahrscheinlich, dass die Laien-Rezensenten der Kritikerfavoriten von den Besprechungen professioneller Autoren beeinflusst werden, welche es sich in der Regel zur Aufgabe machen, Musik möglichst objektiv zu beurteilen, sich also auf Merkmale des gegebenen Materials zu konzentrieren, statt von der Wirkung der Musik auf die eigene Person zu berichten. Dementsprechend thematisieren die Rezensenten von Bob Dylan, Franz Ferdinand, Queens of the Stone Age, The Strokes und The Streets kompositorische und interpretatorische Qualitäten häufiger als die Hörer der Verkaufserfolge, wenngleich diese Unterschiede nur auf einem 7 %- bzw. 11 %-Niveau signifikant sind ($\chi^2=3,37$; $p=0,066$ bzw. $\chi^2=2,54$; $p=0,108$). Möglicherweise befinden sich unter Ersteren auch mehr Hobby-Musiker,

die eher auf die kompositorische und die handwerkliche Faktur achten, als Menschen, die kein Instrument spielen.

Abschließend möchte ich den Versuch unternehmen, die aufgezeigte hohe Bedeutung des Emotionalen mithilfe der ästhetischen Theorie des Frankfurter Philosophen Martin Seel zu deuten. Seel (1991, 2000) schlägt vor, zwischen drei verschiedenen Dimensionen des Ästhetischen zu unterscheiden: Als ästhetische Kontemplation bezeichnet er eine Wahrnehmung, der es nicht um das rationale Verständnis des Wahrgenommenen geht, sondern um sein „bloßes Erscheinen“, um die reine Sinnlichkeit, wie wir sie bspw. erfahren, wenn wir uns in der (synästhetischen) Betrachtung eines tosenden Meeres verlieren. Zu solch einer kontemplativen Wahrnehmung bietet Musik einen hervorragenden Anlass. Die sinnliche Attraktivität ihrer Melodien, Rhythmen, Klangfarben und Geräusche verführt dazu, den gewöhnlichen Gebrauch der Sinne als Instrumente des zweckorientierten Erkennens und Handelns für den Moment zurückzustellen, um stattdessen die Aufmerksamkeit auf die sonst als irrelevant ausgeblendete Fülle der Gegenwart zu richten. Diese vollzugsorientierte, selbstzweckhafte Wahrnehmungsform lässt den Augenblick aus der Kontinuität der vergehenden Zeit hervortreten und befriedigt so das Bedürfnis nach Präsenzerlebnissen (Gumbrecht, 2003), nach Involviertsein in den Moment. Dieses Involvement erreicht Musik einerseits durch Interessantheit, also durch originelle, vielfältige oder neuartige sinnliche Reize und Strukturen, andererseits aber durch ihre emotionale Wirkung auf Körper und Psyche. Wer fühlt, ist in den Moment involviert, sei es durch „gefühlvolle“, „entspannende“ und „schöne“ Musik oder durch „motorisch aktivierende“ sowie „Party“-Musik. Wer den kalten Schauer auf seinem Rücken spürt oder sich im Taumel einer mitreißenden Musik zum exzessiven Tanzen gezwungen sieht, der ist eins mit der Gegenwart, der erlebt den Augenblick.

Davon differenziert Seel die korrespondierende Wahrnehmung. Ihr geht es nicht um das „bloße“, sondern um das „atmosphärische“ Erscheinen, um die Korrespondenz von Wahrnehmungssituation und momentanen oder allgemeinen Wünschen und Idealen. Korrespondiv schön ist demnach einerseits, was unserer aktuellen Stimmung Ausdruck verleiht bzw. sie intensiviert (etwa die „richtige“ Musik zum gemütlichen Essen), und andererseits, was zum Ausdruck bringt, wie wir uns selbst sehen oder was wir für ein gutes Leben halten (z. B. klar strukturierte, fröhliche oder dynamische, wilde Musik). Atmosphärisch korrespondierende Objekte und Situationen schaffen einen Raum, in dem wir uns wohlfühlen, und sie helfen sowohl in konkreten Situationen als auch generell, uns in diesem gestalteten Raum selbst zu sehen und zu erkennen. Damit leistet sie einen Beitrag zur Befriedigung der basalen menschlichen Bedürfnisse nach Geborgenheit, Orientierung und Selbsterkenntnis (vgl. auch Gembris, 2005, S. 313). Das Wahrnehmen der jeweiligen Atmosphäre ist dabei eindeutig eine Sache des Fühlens (s. Abschnitt 3.1.2), der subjektiven emotionalen Bewertung des Involvements in der jeweiligen Situation, sodass die hohe Bedeutung des Emotionalen sich auch aus dieser zweiten Dimension der ästhetischen Wahrnehmung erklärt.

Die dritte Dimension des Ästhetischen nennt Seel Imagination. Ihr geht es um das „artistische Erscheinen“, um das Wahrnehmen eines Objektes als Kunst. Von anderen Objekten heben sich Kunstwerke dabei dadurch ab, dass sie als Zeichen intendiert sind – als Zeichen, deren Gehalt sich nicht in Begriffen festhalten lässt, sondern der in seinem ganzen Reichtum nur dann erfahrbar wird, wenn nicht bloß auf den Inhalt, sondern zugleich auf die Verfahren der Präsentation geachtet wird. Eine solche Aufmerksamkeit für das artistisch gestaltete Erscheinen ermöglicht die involvierende Begegnung mit fremden Erfahrungen in einer sinnlichen Fülle und Intensität, wie sie außerhalb der Kunst nicht möglich ist. Gelungene Kunst lässt uns erfahren, wie es sich anfühlt, in der Situation der Madame Bovary oder Romeos zu sein, wie Grönemeyer einsam und traurig in Bochum oder wie The Strokes jung und cool in New York zu sein. Sie ermöglicht uns Emotionen, die wir in der realen Welt vielleicht niemals erleben können und stößt so zu einer Auseinandersetzung mit eigenen und fremden Erfahrungswelten an. Und darin liegt nicht zuletzt der Reiz, der die Hörer fasziniert den Musikern der untersuchten Stichprobe zuhören lässt.

Zusammenfassend geht diese Bestimmung also davon aus, dass der Reiz der Musik in ihrer Fähigkeit liegt, die menschlichen Grundbedürfnisse nach Präsenzerlebnissen, atmosphärisch aufgeladener Gestaltung des Lebensumfeldes und imaginierender Weltbegegnung zu erfüllen. An jeder dieser drei Dimensionen ist das Fühlen, das emotionale Involviertsein in die Wahrnehmungssituation, entscheidend beteiligt – womit sich seine hohe Relevanz für Urteile über aktuelle populäre Musik verstehen lässt.

Literatur

- Adorno, T.W. (1962). Typen musikalischen Verhaltens. In T. W. Adorno, *Einführung in die Musiksoziologie* (S. 14–34). Reinbeck: rororo.
- Altenmüller, E. & Kopiez, R. (2005). Schauer und Tränen: zur Neurobiologie der durch Musik ausgelösten Emotionen. In C. Bullerjahn, H. Gembris & A. C. Lehmann (Hrsg.), *Musik: gehört, gesehen und erlebt. Festschrift Klaus-Ernst Behne zum 65. Geburtstag* (S. 159–179). Hannover: Institut für Musikpädagogische Forschung.
- Amazon (o.J.). Amazon. Ein Unternehmen erobert das Internet. In Jobs@Amazon, <http://www.amazon.de/exec/obidos/tg/browse/-/1196700/028-8101795-3106911> [31. 8. 2006].
- Appen, R. von (2007). *Der Wert der Musik. Zur Ästhetik des Populären*. (texte zur populären musik, Bd. 4). Bielefeld: Transcript.
- Appen, R. von & Doehring, A. (2006). Nevermind The Beatles, here's Exile 61 & Nico: „The top 100 records of all time“ – a canon of pop and rock albums from a sociological and an aesthetic perspective. *Popular Music*, 25 (1), 21–39.
- Arndt, J. (2006). Nostalgische Schnittmuster im Jazz von Cassandra Wilson, Diana Krall und Norah Jones. In D. Helms & Th. Phleps (Hrsg.), *Cut and paste. Schnittmuster populärer Musik der Gegenwart*. (Beiträge zur Populärmusikforschung, Bd. 34, S. 31–45). Bielefeld: Transcript.
- AS Young Mediahouse (2005). *Objektprofil Musik*, Verfügbar unter: http://www.asymh.de/downloads/Objektprofil_Musik.pdf [27. 2. 2006].

- Bach, C. Ph. E. (1753). *Versuch über die wahre Art, das Clavier zu spielen*. Faksimile-Nachdruck der 1. Auflage. Hg. v. L. Hoffmann-Erbrecht. Wiesbaden: Breitkopf & Härtel 1986.
- Behne, K.-E. (1986). *Hörertypologien. Zur Psychologie des jugendlichen Musikgeschmacks*. Regensburg: Bosse.
- Behne, K.-E. (1995). Wirkungen von Musik. In S. Helms, R. Schneider & R. Weber (Hrsg.), *Kompendium der Musikpädagogik* (S. 333–348). Kassel: Gustav Bosse.
- Blood, A. J. & Zatorre, R. J. (2001). Intensely pleasurable responses to music correlate with activity in brain regions implicated in reward and emotion. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 98 (20), 11818–11823.
- Bösel, R. M. (2003). Ästhetisches Empfinden: neuropsychologische Zugänge. In J. Küpper & Chr. Menke (Hrsg.), *Dimensionen ästhetischer Erfahrung* (S. 264–283). Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Clemens, M. (1986). „Warum so laut?“ Über die Wahrnehmung körperlicher Ereignisse beim Hören von Rockmusik. In Arbeitskreis Musikpädagogische Forschung/H. J. Kaiser (Hrsg.), *Unterrichtsforschung* (Musikpädagogische Forschung, Bd. 7, S. 285–307) Laaber: Laaber.
- Cook, N. & Dibben, N. (2001). Musicological approaches to emotion. In P. Juslin & J. Sloboda (Eds.), *Music and Emotion: Theory and Research* (pp. 45–70). Oxford: Oxford University Press.
- Cross, I. (2003). Music and Biocultural Evolution. In M. Clayton, T. Herbert & R. Middleton (Eds.), *The Cultural Study of Music. A Critical Introduction* (pp. 19–30). New York: Routledge.
- Dahlhaus, C. (1967). *Musikästhetik*. Köln: Gerig.
- Dahlhaus, C. (1973). Über musikalische Werturteile. In W. Krützfeld (Hrsg.), *Die Wertproblematik in der Musikdidaktik* (S. 9–18). Ratingen: Henn.
- DeNora, T. (2000). *Music in Everyday Life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Diaz-Bone, R. (2002). *Kulturwelt, Diskurs und Lebensstil. Eine diskurstheoretische Erweiterung der bourdieuschen Distinktionstheorie* (Forschung Soziologie, Bd. 164). Opladen: Leske + Budrich.
- Dibben, N. (2004). The Role of Peripheral Feedback in Emotional Experience with Music. *Music Perception*, 22, 79–115.
- Faltin, P. (1977). Ästhetik heute. Skizzen zum Gegenstand einer umstrittenen Wissenschaft. *Melos/Neue Zeitschrift für Musik*, 2, 99–103.
- Finscher, L. (1998). Sturm und Drang. In L. Finscher (Hrsg.) *Die Musik in Geschichte und Gegenwart* (Bd. 8, 2. Aufl., Sp. 2018–2022). Kassel: Bärenreiter & Metzler.
- Fuchs-Gamböck, M. (2000). *Gedd' it?! 66 Rock 'n' Roll-Interviews aus 10 Jahren*. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf.
- Gabrielsson, A. (2001). Emotions in Strong Experiences with Music. In P. Juslin & J. Sloboda (Eds.), *Music and Emotion: Theory and Research* (pp. 431–449). Oxford: Oxford University Press.
- Gembris, H. (1985). *Musikhören und Entspannung. Theoretische und experimentelle Untersuchungen über den Zusammenhang zwischen situativen Bedingungen und Effekten des Musikhörens* (Beiträge zur Systematischen Musikwissenschaft, Bd. 8). Hamburg: Verlag der Musikalienhandlung Karl Dieter Wagner.
- Gembris, H. (2005). Musikalische Präferenzen. In R. Oerter & Th. Stoffer (Hrsg.), *Spezielle Musikpsychologie* (Enzyklopädie der Psychologie, Serie Musikpsychologie, Bd. 2, S. 279–342). Göttingen: Hogrefe.
- Gerra, G., Zaimovic, A., Franchini, D., Palladino, M., Giucastro, G., Reali, N., Maestri, D., Caccavari, R., Delsignore, R. & Brambilla, F. (1998). Neuroendocrine re-

- sponses of healthy volunteers to »techno-music«: relationships with personality traits and emotional state. *International Journal of Psychophysiology*, 28, 99–111.
- GfK [Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung] (2006). GfK-Individualpanel BRD Jahr 01-12/2005 Käuferaltersgruppen – Tabellen Audio + Video. [Für den Autor zusammengestellte Aufstellung durch die GfK erhobener Daten, durch Christoph Freier per E-Mail vom 07.03.2006 zur Verfügung gestellt.]
- Gieseler, W. (1988). Das Problem musikbezogener Wertung. In H. Danuser, H. de la Motte-Haber, S. Leopold & N. Miller (Hrsg.), *Das musikalische Kunstwerk. Geschichte, Ästhetik, Theorie. Festschrift für Carl Dahlhaus zum 60. Geburtstag* (S. 91–100). Laaber: Laaber.
- Gumbrecht, H. U. (2003). Epiphanien. In J. Küpper & Chr. Menke (Hrsg.), *Dimensionen ästhetischer Erfahrung* (S. 203–222). Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Hafen, R. (1992). *Hedonismus und Rockmusik. Eine empirische Studie zum Live-Erlebnis Jugendlicher*. Paderborn: Univ. Diss.
- Hargreaves, D. J. & North, A. C. (1999). The Functions of Music in Everyday Life: Redefining the Social in Music Psychology. *Psychology of Music*, 27, 71–83.
- Heller, A. (1981). *Theorie der Gefühle*. Hamburg: VSA.
- Hesmondhalgh, D. (2002). Popular music audiences and everyday life. In D. Hesmondhalgh & K. Negus (Eds.), *Popular Music Studies* (pp. 117–130). London: Arnold.
- Hesse, H.-P. (2003). *Musik und Emotion. Wissenschaftliche Grundlagen des musikalischen Erlebens*. Wien: Springer.
- Jost, E. (1976). *Sozialpsychologische Faktoren der Popmusik-Rezeption*. Mainz: Schott.
- Juslin, P. N. & Sloboda, J. A. (Eds.) (2001). *Music and Emotion. Theory and Research*. Oxford: Oxford University Press.
- Kleinen, G. (1986). Funktionen der Musik und implizite ästhetische Theorien der Hörer. In K.-E. Behne, G. Kleinen & H. de la Motte-Haber (Hrsg.), *Jahrbuch der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie* (Bd. 3, S. 73–90). Wilhelmshaven: Noetzel.
- Kleinginna, P. R. & Kleinginna, A. M. (1981). A categorized list of emotion definitions, with a suggestion for a consensual definition. *Motivation and Emotion*, 5, 345–371.
- Kneif, T. (1971). Musikästhetik. In C. Dahlhaus (Hrsg.) *Einführung in die systematische Musikwissenschaft* (S. 133–169). Laaber: Laaber.
- Lanz, J. (1971). Affekt. In Joachim Ritter (Hrsg.), *Historisches Wörterbuch der Philosophie* (Bd. 1, Sp. 89–100). Darmstadt: Wiss. Buchgesellschaft.
- Lehmann, A. C. (1994). *Habituelle und situative Rezeptionsweisen beim Musikhören. Eine einstellungstheoretische Untersuchung* (Schriften zur Musikpsychologie und Musikästhetik Bd. 6). Frankfurt/M.: Lang.
- Mattheson, J. (1739). *Der vollkommene Capellmeister*. Hamburg: Herold.
- Mayring, P. (1993). *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken* (2. Aufl.). Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Mayring, P. (1995). Qualitative Inhaltsanalyse. In U. Flick et al. (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen* (2. Aufl., S. 209–213). Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Mayring, P. (2001). Kombination und Integration qualitativer und quantitativer Analyse. *Forum Qualitative Sozialforschung*, 2: 1, Verfügbar unter: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/1-01/1-01mayring-d.html> [01.03.2006].
- Mayring, P. & Hurst, A. (2005). Qualitative Inhaltsanalyse. In L. Mikos & C. Wegener (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch* (S. 436–444). Konstanz: UVK.
- McCown, W., Keiser, R., Mulhearn, S. & Williamson, D. (1997). The Role of Personality and Gender in Preference for Exaggerated Bass in Music. *Personality and Individual Differences*, 23, 543–547.

- McLeod, K. (2002). Between Rock and a Hard Place. Gender and Rock Criticism. In S. Jones (Ed.), *Pop music and the press* (pp. 93–113). Philadelphia: Temple University Press.
- Nater, U. M., Krebs, M. & Ehlert, U. (2005). Sensation Seeking, Music Preference, and Psychophysiological Reactivity to Music. *Musicae Scientiae*, IX, 239–254.
- Niketta, R. (1991). Was ist prototypische Rockmusik? Zum Zusammenhang zwischen Prototypikalität, Komplexität und ästhetischem Urteil. In K.-E. Behne, G. Kleinen & H. de la Motte-Haber (Hrsg.), *Jahrbuch der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie* (Bd. 7, S. 35–60). Wilhelmshaven: Noetzel.
- North, A. C. & Hargreaves, D. J. (1997). Experimental aesthetics and everyday music listening. In D. J. Hargreaves & A. North (Eds.), *The Social Psychology of Music* (pp. 84–103). Oxford: Oxford University Press.
- North, A. C., Hargreaves, D. J. & Hargreaves, J. J. (2004). Uses of Music in Everyday Life. *Music Perception*, 22, 41–77.
- Panksepp, J. & Bernatzky, G. (2002). Emotional Sounds and the Brain: the Neuro-Affective Foundations of Musical Appreciation. *Behavioural Processes*, 60, 133–155.
- Peretz, I. (2001). Listen to the Brain: A Biological Perspective on Musical Emotions. In P. Juslin & J. Sloboda (Eds.), *Music and Emotion: Theory and Research* (pp. 105–134). Oxford: Oxford University Press.
- Quantz, J. J. (1752). *Versuch einer Anweisung die Flöte traversière zu spielen*. Berlin: Voss.
- Rentfrow, P. J. & Gosling, S. D. (2003). The Do Re Mi's of Everyday Life: The Structure and Personality Correlates of Music Preferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84 (6), 1236–1256.
- Russell, P. A. (1986). Experimental Aesthetics of Popular Music Recordings: Pleasingness, Familiarity and Chart Performance. *Psychology of Music*, 14 (1), 33–43.
- Russell, P. A. (1987). Effects of Repetition on the Familiarity and Likeability of Popular Music Recordings. *Psychology of Music*, 15 (2), 187–197.
- Salganik, M. J., Dodds, P. S. & Watts, D. J. (2006). Experimental Study of Inequality and Unpredictability in an Artificial Cultural Market. *Science*, 311, 854–856.
- Saxer, M. (2004). Die Entdeckung der „inneren Stimme“ und die expressive Kultur. In H. de la Motte-Haber (Hrsg.) *Musikästhetik* (Handbuch der Systematischen Musikwissenschaft, Bd. 1, S. 300–329). Laaber: Laaber.
- Scherfer, K. (1996). „... alles was groovt!“ Wertungsargumentationen bei der Selektion von Popmusik in den Medien (Arbeitshefte Bildschirmmedien, Nr. 62). Siegen: Universität-GH.
- Schneider, K. & Dittrich, W. (1990). Evolution und Funktion von Emotionen. In K. R. Scherer (Hrsg.), *Psychologie der Emotion* (Enzyklopädie der Psychologie, Serie Motivation und Emotion, Bd. 3, S. 41–114). Göttingen: Hogrefe.
- Schramm, H. (2005). *Mood Management durch Musik. Die alltägliche Nutzung von Musik zur Regulierung von Stimmungen*. Köln: Herbert v. Halem.
- Schubart, Chr. F. D. (1806). *Ideen zu einer Ästhetik der Tonkunst*. Wien: J. v. Degen.
- Schuh, M. (o. J.): Queens of the Stone Age. Songs For The Deaf [Rezension]. In *Laut.de*, Verfügbar unter: http://www.laut.de/lautstark/cd-reviews/q/queens_of_the_stone_age/songs_for_the_deaf/ [02.09.2003].
- Seel, M. (1991). *Eine Ästhetik der Natur*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Seel, M. (2000). *Ästhetik des Erscheinens*. München: Hanser.
- Sloboda, J. A. & Juslin, P. N. (2005). Affektive Prozesse: Emotionale und ästhetische Aspekte musikalischen Verhaltens. In T. H. Stoffer & R. Oerter (Hrsg.), *Enzyklopädie der Psychologie, Musikpsychologie, Bd. 1: Allgemeine Musikpsychologie* (S. 767–843). Göttingen: Hogrefe.

- Sloboda, J. A. & O'Neill, S. A. (2001). Emotions in Everyday Listening to Music. In P. Juslin & J. Sloboda (Eds.), *Music and Emotion: Theory and Research* (pp. 415–429). Oxford: Oxford University Press.
- Spintge, R. (1993). Musik in der klinischen Medizin. In H. Bruhn, R. Oerter & H. Rösing (Hrsg.), *Musikpsychologie. Ein Handbuch* (S. 397–405). Hamburg: Rowohlt.
- Spitzer, M. (2003). *Musik im Kopf. Hören, Musizieren, Verstehen und Erleben im neuronalen Netzwerk*. Stuttgart: Schattauer.
- Sulzer, J. G. (1793). *Allgemeine Theorie der schönen Künste* (2. vermehrte Aufl.). Leipzig: Weidmannsche Buchhandlung [Erstveröffentlichung: 1771–1774].
- TNS Emnid (2003). *(N)Onliner-Atlas 2003. Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland*, Verfügbar unter: http://www.nonliner-atlas.de/pdf/dl_NONLINER-Atlas2003_TNS_Emid_InitiativeD21.pdf [27. 2. 2006].
- von Georgi, R., Grant, P., von Georgi, S. & Gebhardt, S. (2006). *Personality, emotion and the use of music in everyday life: Measurement, theory and neurophysiological aspects of a missing link*. Tönning: Der Andere Verlag.
- von Georgi, R., Cimal, K. & von Georgi, S. (2009). Aktivations- und Arousal-Modulation mittels Musik im Alltag und deren Beziehungen zu musikalischen Präferenzen, Persönlichkeit und Gesundheit. In W. Auhagen, C. Bullerjahn & H. Höge (Hrsg.), *Jahrbuch der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie* (Bd. 20, S. 141–183). Göttingen: Hogrefe.
- Vorderer, P. & Schramm, H. (2004). Musik nach Maß. Situative und personenspezifische Unterschiede bei der Selektion von Musik. In K.-E. Behne, G. Kleinen & H. de la Motte-Haber (Hrsg.), *Jahrbuch der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie* (Bd. 17, S. 89–108). Göttingen: Hogrefe.
- Ward, S. P. (2002). Queens of the Stone Age. Songs For The Deaf [Rezension]. In *Dotmusic*, Verfügbar unter: <http://www.dotmusic.com/reviews/Albums/August2002/reviews26293.asp> [02. 09. 2003].
- Wiedemann, P. (1995). Gegenstandsnahe Theoriebildung. In U. Flick et al. (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen* (2. Aufl., S. 440–445). Weinheim: Psychologie Verlags Union.