

INHALT

Editorial

7

Walter Graf und die Vergleichende Musikwissenschaft in Wien

9

Interkulturelle Musikaneignung: Verfälschung, Bereicherung oder Fortschritt?

21

Konzertbesucher und musikalisches Bewusstsein

45

Die Funktion von Musik im Rundfunk. Grundlagen und Auswirkungen

59

Die Bedeutung musikalischer Ausdrucksmodelle für das Musikverständnis

73

Musik in der Werbung

89

Musik im Alltag – Nichtalltägliche Gedanken zu einem alltäglichen Phänomen

101

Mozart heute: Vermarktung einer Legende?

115

»Populäre Musik«: Was meint das?

125

**Geheime Botschaften in Rockmusik:
Ästhetisches Spiel mit neuen Sounds oder
»teuflische« Verhaltensmanipulation?**

139

Digitale Medien und Musik: Zwölf Thesen

155

**Musik – ein audiovisuelles Medium. Über die
optische Komponente der Musikwahrnehmung**

169

Soundscape – Urbanität und Musik

181

**»Das klingt so schön hässlich«.
Anmerkungen zur Relativität des Schönheitsbegriffs
aus musiksoziologischer Sicht**

195

Literaturverzeichnis

207

Drucknachweise

229