

Inhalt

I. AUSGANGSPUNKTE

I.0 Ein erster Ausgangspunkt: Ich	11
I.1 Ein zweiter Ausgangspunkt: Der blinde Fleck der Populärmusikforschung	15
Pop und Ästhetik: ein problematisches Verhältnis	16
Andrew Chester	21
Dörte Hartwich-Wiechell	23
Dieter Baacke	25
Tibor Kneif	26
Weitere Entwicklungen	29
Peter Wicke und Simon Frith	31
Außereuropäische Beiträge zur Ästhetik populärer Musik	34
Theodore Gracyk	37
Resümee	40
I.2 Ein dritter Ausgangspunkt: Kneifs Bestimmung der Musikästhetik	45

II. KRITERIEN DER BEWERTUNG POPULÄRER MUSIK

II.0 Methode und Stichprobe	53
Qualitative Inhaltsanalyse	53
Auswahl der Population und Charakterisierung der Textgrundlage	54
Die Auswahl der zu untersuchenden Alben	63
Die Auswahl der Kundenrezensionen	67
Das Kategoriensystem	71
Quantitative Inhaltsanalyse	76
II.1 Qualitäten der Songtexte	81
Quantitative Ergebnisse	81
Realismus und Weltbezug	82
Kognitive Orientierung	87
Lyrische Qualitäten	89
Weitere Bewertungskriterien: Humor, Härte und Distinktionspotential	90
Resümee	92
II.2 Kompositorische Qualitäten	95
Quantitative Ergebnisse	95
Formale, rhythmische und harmonische Gestaltungsmittel	97
Komplexität und Einfachheit	99
Melodische Qualitäten	100
Langlebigkeit und Zeitlosigkeit	102
Besonderheiten im HipHop	103

II.3 Interpretatorische Qualitäten	105
Quantitative Ergebnisse	105
Stimme, Gesang und Sprechgesang	106
Qualitäten des Instrumentalspiels	110
Qualitäten der Produktion, der Instrumentierung und des Arrangements	112
II.4 Authentizität und andere menschliche Qualitäten	115
Quantitative Ergebnisse	115
Authentizität als ethisches und soziales Phänomen	117
Authentizität als Bewahrung des Individuellen	118
Authentizität als Treue zu einer sozialen Gemeinschaft	122
Ein Zwischenspiel: Authentizität im Zeichen der Postmoderne	126
Authentizität als wahrhaftiger, persönlicher Ausdruck	129
Weitere menschliche Qualitäten	131
II.5 Emotionale Qualitäten	135
Quantitative Ergebnisse	136
»Gefühl«	139
»Energie«	151
Resümee	159
II.6 Originalität, Neuheit, Vielfalt, Langeweile: das Interessante	163
Quantitative Ergebnisse	163
Originalität	165
Neuheit	168
Vielfalt	175
Langeweile	178
Originalität, Neuheit, Vielfalt und Langeweile aus psychobiologischer Sicht	179
II.7 Sonstiges	185
Kombinierte Kriterien	185
Weitere Kriterien von geringer Bedeutung	186
II.8 Bewertung der empirischen Studie	189
Methodenreflexion	189
Beantwortete und offene Fragen	193
III. ÄSTHETISCHE DIMENSIONEN DER MUSIKREZEPTION	
III.0 Einleitung	201
Funktionen	201
Die (neue) Ästhetik	203
Martin Seel – Einige Grundzüge seiner Ästhetik	205
III.1 Das bloße Erscheinen: Musik als Objekt der Kontemplation	211
Das kontemplative Urteil	214
Das Beispiel Norah Jones	215
Die Wertkriterien aus dem Blickwinkel der Kontemplation	217
Das Rauschen als Extremfall	221
Das Beispiel Neil Young	222
Versenkung und Taumel	224

Das Rauschen im Techno und zuvor	227
Resümee	229
III.2 Das atmosphärische Erscheinen: Musik als Objekt der Korrespondenz	233
Die atmosphärische Macht der Musik	236
Atmosphäre und Charakter	237
Atmosphärisch-Situative Korrespondenzen	238
Charakterliche Korrespondenzen und Identität	242
Charakterliche Korrespondenzen und Distinktion	249
Resümee	256
III.3 Das künstlerische Erscheinen:	
Musik als Objekt der Imagination	259
Verstehen und ästhetische Erfahrung	260
Exkurs: Gegen das Musikverstehen	263
a) Situationspräsentation und Verfahrenspräsentation	265
b) Imagination	267
c) Die persönliche Bedeutsamkeit von Sichtweisen der Welt	268
Die Rezeption künstlerischen Erscheinens in der Stichprobe	273
Einige Beispiele	275
Exkurs: Gegen das Verstehen populärer Musik	280
Resümee	285
III.4 Der Wert der Musik	289
Epilog: Ich (und der Apfelmann)	293
Literaturverzeichnis	297
Auswahldiskographie	319
ANHANG	321

