

## **Inhaltsverzeichnis**

	Vorbemerkung zur Schriftenreihe .....	8
<b>I</b>	<b>Theoretische Grundlagen .....</b>	<b>11</b>
<b>1</b>	<b>Einleitung .....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>Zeitgenössische Musik .....</b>	<b>13</b>
2.1	Begriffsbestimmung .....	13
2.2	Was ist das „grundsätzlich Neue an der Neuen Musik?“ .....	14
2.3	Verneinung vs. Rückgriff auf die Tradition – zwei Entwicklungslinien zeitgenössischer Musik .....	17
2.3.1	Expressionismus .....	18
2.3.2	Neoklassizismus und Folklorismus .....	19
2.3.3	Serielle Musik vs. Aleatorik .....	20
2.3.4	Elektronische Musik und Musique concrète .....	22
2.3.5	„Postserielle“ Musik und Klangfarbenkompositionen .....	23
2.3.6	Avantgarde vs. Minimal Music .....	24
2.3.7	Musikalische Postmoderne .....	28
2.4	„Warum ist Neue Musik so schwer zu hören?“ .....	29
2.4.1	Musikalische Struktur und neurophysiologische Verarbeitung .....	29
2.4.2	Psychologische Grundlagen der Rezeption von zeitgenössischer Musik .....	31
2.4.2.1	Bildung kognitiver Schemata .....	31
2.4.2.2	Komplexität und Neuheit .....	32
2.4.2.3	Einfluss der Wiederholung .....	34
2.4.3	Interaktion Komponist – Interpret – Hörer .....	37
2.4.4	Gesellschaftliche Aspekte der Zugangsbarrieren zur zeitgenössischen Musik .....	40
2.5	Faktoren der Zuwendung zur zeitgenössischen Musik .....	44
2.5.1	Entstehung musikalischer Konzepte .....	44
2.5.2	Einfluss der Sozialisation .....	45
2.5.3	Alter .....	49
2.5.4	Musikalische Vorbildung .....	50
2.5.5	Motivation .....	53
2.5.6	Persönlichkeitsfaktoren .....	54
2.6	Einstellungsänderung bei zeitgenössischer Musik .....	55

2.6.1	Stereotyp „zeitgenössische Musik“ .....	55
2.6.2	Lernen .....	58
2.6.2.1	Gruppenprozesse .....	59
2.6.2.2	Information .....	60
<b>3</b>	<b>Zeitgenössische Musik als Erlebnis – Milieus bei Gerhard Schulze .....</b>	<b>65</b>
3.1	Die Erlebnisgesellschaft .....	65
3.2	Alltagsästhetische Schemata .....	66
3.2.1	Hochkulturschema .....	68
3.2.2	Trivialschema .....	70
3.2.3	Spannungsschema .....	70
3.3	Milieusegmentierung .....	72
3.4	Die fünf Milieus der Erlebnisgesellschaft .....	76
3.4.1	Niveaumilieu .....	76
3.4.2	Selbstverwirklichungsmilieu .....	77
3.4.3	Integrationsmilieu .....	78
3.4.4	Harmoniemilieu .....	80
3.4.5	Unterhaltungsmilieu .....	80
3.5	Kritik an Schulzes Studie .....	81
3.6	Zeitgenössische Musik als Mittel der Distinktion .....	85
3.7	Anwendung der Schulzeschen Milieutypologie auf das Publikum der Dresdner Tage der zeitgenössischen Musik .....	87
<b>II</b>	<b>Das Publikum der 13. Dresdner Tage der zeitgenössischen Musik 1999 .....</b>	<b>91</b>
<b>1</b>	<b>Stand der Forschung zum Publikum zeitgenössischer Musik .....</b>	<b>91</b>
<b>2</b>	<b>Die Dresdner Tage der zeitgenössischen Musik .....</b>	<b>93</b>
<b>3</b>	<b>Konzeption der Untersuchung .....</b>	<b>95</b>
3.1	Wahl der Methode und Durchführung der Befragung .....	95
3.2	Durchführung der Studie .....	97
3.3	Hypothesen .....	99
3.4	Fehlerquellen der Befragung .....	101

<b>4</b>	<b>Ergebnisse der Befragung .....</b>	105
4.1	Sozialdemographische Merkmale des Publikums .....	106
4.1.1	Anteil der Frauen und Männer am Gesamtpublikum .....	106
4.1.2	Alter der Befragten .....	107
4.1.3	Bildung der Befragten .....	109
4.1.4	Jetzige Tätigkeit der Besucher .....	113
4.1.5	Haushaltseinkommen der Besucher .....	115
4.1.6	Herkunft der Besucher .....	116
4.1.7	Anteil der Fachleute am Gesamtpublikum .....	119
4.2	Veranstaltungsbesuch bei den Dresdner Tagen .....	124
4.2.1	Anzahl der besuchten Veranstaltungen bei den Dresdner Tagen .....	124
4.2.2	Information über den Konzertbesuch .....	125
4.2.3	Motivation für den Konzertbesuch .....	128
4.2.4	Gruppengröße beim Besuch .....	130
4.3	Musikpräferenzen der Besucher und Einstellungen zur zeitgenössischen Musik .....	131
4.3.1	Allgemeine Musikpräferenzen der Besucher .....	131
4.3.2	Bewertungen der zeitgenössischen Musik .....	136
4.3.3	Dauer der Beschäftigung mit zeitgenössischer Musik .....	138
4.3.4	Arten der Beschäftigung mit zeitgenössischer Musik .....	140
4.3.5	Assoziationen zur zeitgenössischen Musik .....	141
4.3.6	Funktionen der zeitgenössischen Musik .....	144
4.3.7	Besuch anderer Festivals der zeitgenössischen Musik .....	148
4.3.8	Bewertung der zeitgenössischen Musik in Abhängigkeit vom Wohnort bis 1989	150
4.4	Musikalische Vorbildung .....	152
4.5	Kulturelle Vorlieben der Besucher .....	156
4.6	Freizeitinteressen der Besucher .....	158
4.7	Multivariate Analysen .....	159
4.7.1	Einflüsse auf das Besuchsverhalten der Festivalbesucher .....	160
4.7.2	Einflüsse auf die Bewertung der zeitgenössischen Musik .....	161
<b>5</b>	<b>Das Festivalpublikum vor dem Hintergrund der Schulzeschen Milieutypologie .....</b>	163
5.1	Alter und Bildung als Gruppierungsmerkmale .....	163
5.1.1	Altersabhängigkeit ausgewählter Variablen .....	163

5.1.2	Bildungsabhängigkeit ausgewählter Variablen .....	164
5.1.3	Kombination der Faktoren Alter und Bildung .....	164
5.2	Beschreibung der vier Besuchermilieus .....	166
5.3	Berufliche Tätigkeit der Besuchermilieus .....	168
5.4	Musikpräferenzen der Besuchermilieus .....	170
5.5	Kulturelle Interessen der Besuchermilieus .....	172
5.6	Freizeitinteressen der Besuchermilieus .....	175
5.7	Beschäftigung mit zeitgenössischer Musik .....	179
5.8	Bewertung der zeitgenössischen Musik .....	180
<b>6</b>	<b>Fazit</b> .....	185
<b>7</b>	<b>Anhang</b> .....	191
7.1	Methodenerläuterungen .....	191
7.1.1	Allbus .....	191
7.1.2	Signifikanz .....	191
7.1.3	Korrelation .....	192
7.1.4	Faktorenanalyse .....	192
7.1.5	Regressionsanalyse .....	192
7.2	Tabellen zu den Schaubildern .....	194
	 Literaturverzeichnis .....	210
	Programm der 13. Dresdner Tage der zeitgenössischen Musik .....	218
	Fragebogen .....	224
 <b>Abbildungsverzeichnis</b>		
	Abb. 1: Anteil der Besuchergruppen am Gesamtpublikum .....	105
	Abb. 2: Altersdurchschnitt der Besuchergruppen .....	108
	Abb. 3: Bildungszusammensetzung der Besuchergruppen der Dresdner Tage .....	110
	Abb. 4: Anteil der Fachbesucher an den Besuchergruppen .....	120
	Abb. 5: Musikpräferenzen der Besucher .....	132
	Abb. 6: Erst-, Mehrfach- und Stammbesucher und ihre Milieuzugehörigkeit .....	168
	Abb. 7: Musikpräferenzen der Besuchermilieus .....	170
	Abb. 8: Kulturelle Interessen der Besuchermilieus .....	172
	Abb. 9: Freizeitinteressen der Besuchermilieus .....	175