

Hauke Egermann

Emotionen@Musik

Hauke Egermann

Emotionen@Musik

Was Musikhörer empfinden -
Eine Internet-Studie zur Emotionsmessung

Tectum Verlag

Hauke Egermann

Emotionen@Musik.

Was Musikhörer empfinden – Eine Internet-Studie zur Emotionsmessung

ISBN: 978-3-8288-9519-5

Umschlagabbildung: © complize : www.photocase.com

© Tectum Verlag Marburg, 2008

Besuchen Sie uns im Internet

www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	xv
Abstract	xvii
Vorwort	xix
1 Einleitung	1
1.1 Das Internet als Plattform für psychologische Experimente	1
1.1.1 Das Internet	4
1.1.2 Zur Geschichte des Webexperimentes	6
1.1.3 Hörexperimente im Web	7
1.2 Emotionsforschung	14
1.2.1 Definition von Emotionen	14
1.2.2 Verschiedene emotionstheoretische Ansätze	16
1.2.3 Neurophysiologische Grundlagen von Emotionen	19
1.2.4 Klassifizierungsansätze von Emotionen	20
1.2.5 Musikpsychologische Emotionsforschung	21
1.3 Forschungsvorhaben	26
1.3.1 Forschungsfrage	26
2 Methode	29
2.1 Durchführung	29
2.2 Versuchspersonen	29
2.2.1 Pretest	29
2.2.2 Hauptversuch	29
2.3 Onlinefragebogen	31
2.3.1 Teil 1	34
2.3.2 Teil 2	37
2.3.3 Teil 3	40
2.3.4 Teil 4	42
2.3.5 ESeRNet-Applet	46
2.3.6 Datenaufzeichnung	48
2.4 Stimuli	49
2.4.1 Bilder	49

2.4.2	Musikstücke	49
2.5	Datenanalyse	50
2.5.1	Kontinuierliche Selbstauskunft	50
2.5.2	Fragebogendaten	53
2.5.3	Kommentare	53
2.5.4	Chill-Validierung	53
3	Ergebnisse	55
3.1	Methodenbezogene Ergebnisse	55
3.1.1	Das Dropout-Problem	55
3.1.2	Soziodemografische Beschreibung der Stichprobe	56
3.1.3	Technische Ausstattung der Teilnehmer und situative Aspekte der Teilnahme	58
3.1.4	Ergebnisse der Datenanalyse zur kontinuierlichen Selbstauskunft	61
3.1.5	Anzahl der gehörten Stücke	65
3.1.6	Bewertung der Studie durch die Versuchsteilnehmer	66
3.1.7	Kommentaranalyse	68
3.2	Analyse des im Internet gemessenen Emotionserlebens	70
3.2.1	Das Warm-up mithilfe der IAPS-Bilder	70
3.2.2	Vergleich der Internetstudie mit Daten aus dem Labor	70
3.2.3	Körperliche Reaktionen und starke emotionale Erlebnisse beim Musikhören	76
4	Diskussion	79
4.1	Das Webexperiment in der Musikpsychologie	79
4.1.1	Das Dropout-Problem	79
4.1.2	Die Stichprobe	80
4.1.3	Bewertung der Studie durch die Versuchsteilnehmer	82
4.1.4	Kontrolle der Erhebungssituation und Instruktionsverständnis	82
4.2	Die kontinuierliche Untersuchung von emotionalem Erleben:	85
4.2.1	Wirkung der verwendeten Stimuli	85
4.2.2	Vergleich zwischen Labor- und Internetdaten	86
4.3	Diskussion der kontinuierlichen Selbstauskunft	88
4.4	Schlussbemerkung und Ausblick	89
	Literaturverzeichnis	93