

DEMOGRAAFIA, VÄÄRTUSED, KOGEMUSED: MIDA ME TEAME NÜÜDISMUUSIKA PUBLIKUST?

GINA EMERSON

Läbi aegade on publikul olnud keeruline suhe uue muusikaga. Selle põhjuseks on olnud ennekõike muusika komplitseeritud helikeel, kuid sellega seonduvad ka laiemad debatilised kunsti ja muusika rahastamise, institutsioonide struktuuri ja kultuuris osalemise teemal.¹ Nüüdismuusikaga tegelevate organisatsioonide esindajad räägivad publikuarvu kasvu peatumisest ja väljakutsetest muusikaelu jätkusuutlikul rahastamisel.² Kui rääkida publiku vähesuse probleemist, siis oleks hädavajalik läbi viia ka üldisemaid arutelusid ja uuringuid nüüdismuusika publiku teemal. See võimaldaks saada täpsemat pilti inimestest, kes külastavad kontserdisaale, ja sellest, mis neid sinna toob.

Oma artiklis teen ma ülevaate olemasolevatest nüüdismuusika publiku uuringutest ja võrdlen neid värske rahvusvahelise uuringu tulemustega, mille tegin oma doktoritöö raames pealkirjaga „Between the „Experimental“ and the „Accessible“: Investigating the Audience Experience of Contemporary Classical Music” („Eksperimentaalse“ ja „traditsioonilise“ vahel: uurides tänapäeva süvamuusika publiku kogemusi”), mis on kirjutatud Hamburgi Muusika- ja Teatriülikoolis.³ Lähtudes Radbourne'i, Glow' ja Johansonini⁴ publiku-uuringutest, keskendusin ma oma töös eelkõige pub-

liku kogemusele. Seetõttu ei piirdu ma pelgalt demograafilise andmestiku kogumisega, vaid küsin külastajatelt, mida nad kontserdil „mõtlevad, tunnevad ja teevad”⁵, kasutades tugi-teadmisi muusikapsühholoogiast ja sotsioloogiast. Oma töös uurisin ma seitset aspekti: 1) publiku demograafilist koosseisu ja kontserdi külastamise motiive; 2) publiku muusikalist maitset ja nüüdismuusika taju; 3) kontserdisaalis kogetut; 4) nüüdismuusika teosest saadud esteetilist elamust; 5) alternatiivsete formaatide mõju (sh installatsioonid, asjaarmastajate teosed, audiovisuaalsed teosed); 6) organisatsiooni ja publiku suhteid ning nüüdismuusikaürituste kontserdikultuuri; 7) klassikalise muusika auditoriumi suhtumist nüüdismuusikasse.

Tegemist on esimese suuremahulise nüüdismuusika publiku kogemust uuriva tööga (valim 1428 vastanut). See viidi läbi kolmeteistkümmel kontserdil kümnes Euroopa riigis koostöös organisatsiooniga Ulysses Network for contemporary music.⁶ Selle kõrval tegin ka väiksema mahuga uuringu, mis hõlmas kolme klassikalise muusika kontserti (valim 670 vastanut) kolmest Ulyssese organisatsiooni kuuluvast klassikalise muusika kollektiivist.* Käesolev artikkel ei kajasta kõiki uurimistulemusi; uuringu põhjal on valmimas raamat.

Olemasolevatest uuringutest

Nüüdismuusika publiku kohta on kogutud palju andmeid, mis põhinevad kontserdikülastajate küsitlemisel, intervjuudel, piletimüügi statistikal jms. Mõningates analüüsidest võrreldakse nüüdismuusika kontsertide küllastajaid teisi žanre eelistava publikuga (eelkõige klassikalise muusika või kaasaegse kunsti valdkonnas). Ainult kaks Euroopas läbi viidud uuringut keskenduvad üksnes nüüdismuusika publikule (Grebosz-Haring ja Weichbold; Zehme), sh festivalide Dresdeni nüüdismuusika päevad, „Wien Modern“, „Varssavi sügis“, „Pariisi sügisfestival“ („Festival d’Automne à Paris“) publikule.

Demograafilised näitajad: vanus, haridus ja muusikaline taust

Peamised demograafilised näitajad, mida olemasolevates uuringutes käsitletakse, on kuulajaskonna vanus, haridustase ja muusikaline taust. Küllastajate keskmiseks vanuseks on tavaliselt 40–50 aastat, mis on kõrgem kui enamiku popmuusika kuulajate puhul ja madalam kui klassikalise muusika austajate keskmine vanus. Teiste muusikažanrite publikuga võrreldes on nüüdismuusika-auditooriumile sageli iseloomulik ka vanuseline ebaühtlus – mõned uuringud näitavad, et seda kuulavad nii nooremad kui ka vanemad inimesed.⁷

Nagu arvata võib, on nüüdismuusika publik kõrgelt haritud. Zehme uuringu järgi (Dresden, 2005) olid 79,2 protsenti vastanutest haritud A-tasemel ehk gümnaasiumi- või kõrgema haridusega.⁸ Hiljutisest Grebosz-Haringi ja Weichboldi uuringust selgus, et 83 protsenti vastanutest olid omandanud bakalaureuse või sellest kõrgema

kraadi.⁹ Sellega kaasneb tihti rikkalik muusikateadmiste pagas ja üldine kultuuriline aktiivsus – kontserdikülastajad on sageli ise muusikaharrastajad või ka professionaalsed kunstnikud ja muusikud. Grebosz-Haringi ja Weichboldi uuringu järgi on 32,9 protsenti vastanutest „muusikalise pagasiga“ küllastajad, s.o nende amet on olnud seotud muusikaga. Kolmest festivalist („Varssavi sügis“, „Wien Modern“ ja „Festival d’Automne à Paris“) oli „Varssavi sügise“ publiku hulgas kõige kõrgem protsent muusikaspetsialiste: 50–60 protsenti vastanutest olid „muusikalise pagasiga“ küllastajad.

Kuidas need demograafilised näitajad omavahel suhestuvad? Paljud nüüdismuusika uuringud on olnud suunatud nooremale, alla neljakümneaastasele publikugrupile, kellest arvatakse, et hoolimata oma enamasti suurtest muusikaalastest teadmistest on nad ajendatud uudishimust ja soovist kogeda midagi uut. Näiteks Grebosz-Haringi ja Weichboldi läbi viidud uuringu järgi festivalil „Varssavi sügis“ on noorematel küllastajatel rikkalikum muusikaline pagas. Selle festivali noorte, sageli tudengite sooviks oli eelkõige ennast arendada ja harida, mis viitab kogemuse otsimisele.¹⁰

Ulyssese uuringu tulemused kinnitavad tõepoolest mõnda neist seisukohtadest. Näiteks: nüüdismuusika publikul on kõrgem haridustase; see žanr meeldib nii nooremale kui vanemale kuulajale; nüüdismuusika publik osaleb aktiivselt kultuurielus (üle kolmandiku vastanutest käib aastas rohkem kui kahekümne ühel kontserdil). Kuid minu järeldused laiendavad teemat ja erinevad olemasolevast uurin- gust kolmes punktis: 1) ma määratlen

külastamissageduse peamise eelduse – muusikalisi teadmisi, mitte haridus-taset¹¹; 2) pööran nüüdismuusika tajumise väljaselgitamisel tähelepanu selgelt vastanduvatele inimgruppidele, millest ühed koosnevad peamiselt mittemuusikutest ja harrastusmuusikutest, teised peaaegu eranditult heliloojatest ja muudest muusikaekspertidest; 3) kummutan väite, et noored otsivad nüüdismuusikast kogemust – kogemuste otsimise soovi leidsin hoopis vanemate vastajate hulgast. Ulyssese uuring katab spektrit, mis ulatub põgusatest ja juhuslikest külastajatest kuni pühendunud austajateni. Kui Zehme ning Grebosz-Haring ja Weichbold toovad välja erinevused külastajate hulgas sõltuvalt kontserditüübist, siis Ulyssese uuring läheb sellest edasi, andes Euroopa nüüdismuusika publikust laiemat ja nüansseeritumat ülevaate.

Nüüdismuusika kontsertide külastamise motiivid ja külastajate hinnangud

Olemasolevad uuringud annavad ülevaate inimese isiklikest põhjustest kontserti külastada, mitte välistest mõjutajatest.¹² Grebosz-Haring ja Weichbold on tuvastanud festivali publiku seas kolm motivatsioonikategooriat: huvi uute kogemuste vastu, huvi kaas-aegse kunsti vastu, huvi konkreetse sündmuse vastu. Lisaks neile avastasin ma oma uuringu käigus veel palju kontserdikülastuste ajendeid. Kui üldiselt oli kõige levinum ajend inimese isiklik soov kuulda teatud kindlat teost või heliloojat, siis kvantitatiivsete näitajate ja konkreetse kontserdipubliku analüüsimisel ilmsid märkimisväärsed erinevused kaheteistkümnepäevase kontserdi puhul ning uute ja korduvkülastajate vahel. Need, kes tulid kont-

sertidele esitaja pärast või veetma aega pere või sõprade seltsis, vastasid sagedamini, et nad ei ole nüüdismuusikaga eriti kursis. Siit järeldub, et sotsiaalne kuuluvus aitab maandada riske uue muusika kontsertide või tundmatute teoste kuulamisvalikutel. Ulyssese uuring kajastab ka kvalitatiivse analüüsi tulemusi külastamise motivatsiooni kohta, mis põhines inimeste vabal valikul lisatud kommentaaridel. Nii selgusid üheksateist kvalitatiivset kategooriat, mis hõlmavad kontserdi-, formaadi- või asukohaspetsiifilist motivatsiooni. Samas, vahel on kontserdikülastust motiveerinud rohkem muusika olemus – näiteks uudishimu või soovi puhul olla kursis muusikaelus toimuvaga. Nüüdismuusika publiku kontserdil käimise motivatsiooniks on kombinatsioon olemasolevatest kogemustest ja huvidest ning praktilistest ja sotsiaalsetest ajenditest.

Mida inimesed nüüdismuusika puhul väärtustavad ja kuidas nad seda žanrit tajuvad? Seda on palju uuritud, näiteks Kreutzi jt ning Neuhoffi hinnangul ei kuulata nüüdismuusikat puhkamise, lõdvestumise, meelelahutuse või sotsialiseerumise eesmärgil. Pigem on eesmärgiks süvenemine ja enesetäiendamine. Nüüdismuusika kuulamise eesmäärke käsitlevate valikvastuste hulgast valiti Zehme küsimustikus kõige rohkem: „annab mulle mõtteainest“ (61,9 protsenti vastanutest) ja „harib ja koolitab“ (49,2 protsenti vastanutest), mis viitab sellele, et haritud inimesed tahavad muusika abil ennast arendada.¹³ Kolmas kõige rohkem valitud vastus oli „meelelahutuslik, hariv ja lõõgastav eesmärk“ (48,3 protsenti), mis viitab levinumate, intellektuaalsemate motivaatorite kõrval ka laiematele põhjustele.¹⁴

Gross ja Pitts kogusid oma „eluloointervjuudega“ küllastajatelt arvamusi selle kohta, mida annab neile nüüdiskunst. Autorid eristasid kuut „soodustavat hoiakut“, mis on pannud aluse inimeste huvile nüüdiskunsti vastu ja on innustanud seda tarbima. Sealhulgas ajendavad need hoiakud tunda huvi „eksperimentaalse“ või „piire ületava“ vastu, kusjuures kunsti nautimiseks pole vaja seda tingimata mõista.¹⁵ Grossi ja Pittsi uuringu järgi võib nüüdiskunst aidata kaasa „soodustavate hoiakute“ tekkimisele – publik ja kunstiteos tulevad teineteisele poolele teele vastu. Autorid toovad välja erinevaid viise, kuidas publik nüüdiskunsti väärtustab, näiteks annab nüüdiskunsti nautimine võimaluse arendada oma loomingulisust, arutleda kaaslastega uute teoste üle ja olla kursis kunsti arengusuundadega.

Ulyssese uuringus käsitleti nüüdismuusika väärtustamist žanritaju perspektiivi kaudu. Inimestelt küsiti, millega seostub neil mõiste „klassikaline nüüdismuusika“, ja anti valida viieteistkümne sõna vahel koos võimalusega lisada oma vaba assotsiatsioon. Tagasiside oli enamasti positiivne, seda muusikat seostati eelkõige eksperimentaalsuse, ettearvamuse ja inspiratsiooniga. Nüüdismuusika kontserdi esmakordsed küllastajad valisid sõnad „keeruline“, „kummaline“, „erinev“, „igav“ ja „ettearvamatu“ sagedamini kui korduvküllastajad. Kaheksateistkümne- kuni kahekümne nelja aastased valisid sagedamini ka sõna „elitaarne“, mis viitab noorte (kes on minu uuringu kohaselt suurema tõenäosusega muusikaprofessionaalid) püsimatusele. 202 vabas vormis vastust assotsiatsioonide kohta töid välja mitu lisamõõdet. Eelkõige seosta-

ti nüüdismuusikat uudsuse ja innovatsiooniga või eesmärgiga nihutada piire ja olemasolevat ümber mõtestada.

Publiku kogemus: vastuvõtlikkus avalisest erineva repertuaari ja kontserdiformaadi suhtes

Publikut käsitlevad uuringud on pigem loobunud arutlemast elavast ettekandest saadud kogemuste üle. Erandiks on heliloojatega koostöös läbi viidud küsitlused, mis uurivad küllastajate arusaamist uutest teostest, ja publiku kaasatust vaadelnud uuringud, samuti üksikud muusikapsühholoogia-alased uuringud atonaalse või improvisatsioonilise muusika mõjust.¹⁶ Dobson ja Sloboda (2014) korraldasid kontserdijärgseid diskussioone Londoni Guildhalli Muusika- ja Draamakoolis, kus käsitleti kompositsioonitundengite uudisteoseid.¹⁷ Näiteks 15 inimest 27 kontserdiküllastajast täitsid helilooja koostatud lühikese küsimustiku, seejärel osales üheksa vastanut kontserdijärgsel arutelul, järgmisel päeval aga rääkis helilooja oma muljetest tagasiside kohta. Uuringu läbiviijad ütlesid, et sellel oli mõju mõlemale osapoolle – osa küllastajaid tundis, et tänu mõttevahetusele on nad saanud detailsema kuulamiskogemuse, ja heliloojad said tagasisidet, mis teose puhul mõjus ja mis mitte. Näiteks ei suutnud enamik küsitletutest tuvastada teoses kõlavat rahvaviisi, mis pani helilooja mõtlema, kuidas ta edaspidi võiks loomeprotsessi muuta. See uurimismeetod peab oluliseks tuua muusikud ja kuulajad üksteisele lähemale.

Toelle ja Sloboda (2019) uurisid publiku kogemust projektis „Connect“, kus kahele heliloojale tehti ülesandeks kirjutada teosed, millesse oleks kohati kaasatud ka publik.¹⁸ Andmeid

koguti etnograafilise vaatluse ja küsimustike abil kolmel etendusel, Londonis, Frankfurtis ja Den Boschis (valimi suurus 273). Küsitlusest saadud andmetest kerkis esile kolm teemat: tunti end osalisena kas „erilises grupikogemuses“ või „interaktiivses muusikakogemuses“ ja kogeti nihet tavapärasest esitaja ja kuulaja vahelistes võimusuhetes (lk 12).

Autorid väidavad, et terminid, mida osalejad kasutasid võimusuhete kirjeldamiseks, ulatusid ühest äärmusest teise (lk 14). Samuti toovad nad välja, et mõned osalejad tunnevad end olevat esinejatega võrdsel positsioonil, kui saavad heita pilgu nende maailma, teised aga tunnevad end tarbetuna. Selle uuringu eriti tähelepanuväärseks järelduseks oli, et muusika ise näis muutuvat vähetähtsaks; osalejad mainisid muusikat harva ja mõned ei olnud partituuri ja helilooja olemasolust isegi teadlikud. Autorid järeldavad, et sellisel üritusel võib muusikal olla lihtsalt taustaroll.

Ulyssese uuringu tulemused lubavad arendada mitmeid sarnaseid ideid. See uuring (esimene detailne uuring nüüdismuusika publiku kogemuste kohta) vaatles publikukogemusi nii üldises plaanis kui ka muusikaspetsialisti seisukohalt, analüüsis muusikateostest saadavat esteetilist kogemust ja erinevate kontserdiformaatide vastuvõttu. Esmakordsed nüüdismuusika kontserdi külastajad, kes teadsid esitatavast muusikast oluliselt vähem kui kogenud kuulajad ja kes olid esinejatega varasemalt vähem suhelnud, hindasid oma kogemust positiivsemaks kui korduvkülastajad. Nüüdismuusika eksperdid olid samuti oluliselt vähem rahul kui väiksema te muusikaliste teadmistega rühmad.

See näitab, et eksperdid tunnevad end rahulolevalt, kui väljendavad rahulolematust. Vähem kogenud külastajad ei ole tõenäoliselt võimelised nüüdismuusika kontserti kritiseerima ja see tõttu peetakse nüüdismuusikat sageli spetsialistidele suunatud žanriks. Et nüüdismuusika kontserte kuulajasõbralikumaks muuta, tuleks luua selline õhkkond, kus ka mittespetsialistid võiksid oma negatiivseid emotsioone või kriitikat vabalt väljendada.

Kõiki uurimistulemusi läbis neli esteetilise elamuse mustrit. Esiteks: teosed, kus kasutati mõnd muusikavälist elementi (audiovisuaalsus, publiku kaasamine) või mille esitajaid publik tundis, võeti vastu positiivsemalt või entusiastlikumalt kui teised. See viitab selgelt muusikalise sisu n-ö „pakendamise“ vajadusele – nüüdismuusika taju sõltub ilmselgelt kontekstist. (Samalaadsele järeldusele jõuti ka Toelle ja Sloboda uuringus.) Teiseks: tonaalsust tajuti nauditava ja emotsionaalse, kuid vähem esteetilise uuendusena. Kolmandaks: noorte heliloojate uusi teoseid peeti originaalsemaks kui väljakujunenud heliloojate teoseid. Ja neljandaks: keerukamate ja tihedamate teoste pakutavat naudingut ja emotsionaalset kogemust peeti väiksemaks kui lihtsamate teoste oma. Need järeldused haakuvad aruteludega selle üle, kas heliloojad pole mitte oma helikeelt liiga kaugele, üle publiku muusikatunnetuse piiride arendanud. See on oluline küsimus.¹⁹

Järeldused

Nüüdismuusika publikut saab määratleda mõne iseloomuliku tunnusega. Kõigepealt muusika- ja üldhariduse kõrge tase, kuigi siin võib muidugi esineda erandeid. Mõeldes sellele, kuidas

äratada huvi nüüdismuusika vastu, on oluline omada infot kõigi huviliste kohta, mitte loota vaid lojaalsele püsi-publikule. Tähtis vahend uudishimulike autsaiderite huvi äratamiseks on *cross-over*-projektid teiste žanrite või kunstiliikidega ja katsetamine erinevate formaatidega, mis väljuvad kontserdisaali tavapiiridest ja vähendavad distantsi publiku ja muusiku vahel.

Nüüdismuusikat saab määratleda pingega „eksperimentaalse“ ja „kergesti mõistetava“ / „traditsioonilise“ vahel. Muusika eri tahke hinnatakse kas muusikast endast tulenevate või muusikaväliste keskkondadega, mis ulatuvad „iga hinna eest“ eksperimenterimisest ja radikaalsusest pingevabade hoiakute ja mitmekülgsete kavadeni. Sellega kaasnevad küsimused, kellele see muusika on mõeldud ja kelle arvamust aktsepteerida – kas väiksema kogemusega kuulajate, kes kritiseerivad ja väljendavad oma rahulole-

matust ja igavust vähem kui asjatundlikud kuulajad? Sellele küsimusele vastamiseks on vaja ennekõike tunda hästi publiku demograafilist koosseisu ja kontserdilt saadavat kogemust, nagu soovitab ka antud uuring. Rohkem teadmisi on võti oluliselt arvukama publiku toomiseks nüüdismuusika juurde, ja seda mitte ainult passiivselt kuulama, vaid osalema ja oma arvamust väljendama.

** Eesti muusikakollektiividest osales Ulyssese uuringus Eesti Filharmoonia Kammerkoor. Publikuküsitlus viidi läbi kahel kontserdil, „Läbi videviku“ 8. aprillil 2017 festivalil Eesti muusika päevad ja „Kuldne klassika. Beethoven“ 29. aprillil 2017 koostöös Eesti Kontserdiga.*

GINA EMERSON on Berliinis nüüdismuusika valdkonnas tegutsev muusikateadlane, Hamburgi Muusika- ja Teatriülikooli kultuuriinnovatsiooni uuringute

Publik jälgimas festivali Eesti muusika päevad 2015 avamist Eesti Raadio 1. studios.
Mait Jüriado foto



instituudi (Hochschule für Musik und Theater; Institut für kulturelle Innovationsforschung) muusikateaduse doktor. Alates 2016. aasta lõpust tegeleb ta Ulyssese publiku-uuringuga, mille raames tal valmis doktoritöö teemal „„Eksperimentaalse“ ja „traditsioonilise“ vahel: uurides tänapäeva süvamuusika publikut“. Teda huvitavad sellised valdkonnad nagu publiku kogemus, kultuuris osalemine, empiiriline esteetika ning nüüdismuusika ja uue tehnoloogia tajumine. Alates 2020. aasta maist töötab ta ansambli Quillo koordinaatorina ja nõustab nüüdismuusika publiku teemadel Berliini organisatsiooni Iniative Neue Musik.

Artikkel on ilmunud ajakirjas *Neue Zeitschrift für Musik*, 2020, nr 1

Tõlkinud ANNELI IVASTE

Viited ja kommentaarid:

¹ Vt näiteks New Music, New Audiences (2014). *New Music: New Audiences Evaluation Report*. – http://fst.se/sites/default/files/newaud_evaluation_report-1.pdf; Rutherford-Johnson, T. 2017. *Music after the Fall: Modern Composition and Culture since 1989*. Berkeley and Los Angeles, CA: University of California Press; Wildhage, J. 2008. *Neue Musik auf dem Weg zum Publikum. Potentiale und Grenzen der Publikumsentwicklung von Ensembles Neuer Musik in Berlin*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.

² Sound and Music (2015). *The Audience Development Survey 2015*. – <http://www.soundandmusic.org/ads2015> (vaadatud 2. XII 2019); Fricke, S. 2019. *Zeitgenössische Musik*. – Deutscher Musikrat/Deutsches Musikinformationszentrum (Eds.). *Musikleben in Deutschland*. Bonn: Deutscher Musikrat, lk 328–349.

³ Ulyssese (Ulysses Network study) uurin-

guis kasutatud mõiste 'contemporary classical music' ('tänapäeva süvamuusika') on levinud ingliskeelses terminoloogias.

⁴ Radbourne, J., Glow, H. & Johanson, K. 2013. *Knowing and Measuring the Audience Experience*. Radbourne, J. Glow, H. & Johanson, K. (Eds.), *The Audience Experience: A Critical Analysis of Audiences in the Performing Arts*, lk 2–15. Bristol: Intellect.

⁵ Radbourne, Johanson and Glow 2013, lk 14.

⁶ Ulysses Network on loodud 2012. aastal Euroopa Liidu programmi raames. Sinna kuuluvad kolmteist muusikainstituutsiooni: Impuls (Graz, AT), Eesti Filharmoonia Kammerkoor (Tallinn, EE), Snape Maltings (Aldeburgh, GB), IRCAM (Pariis, FR), Opus XXI (DE/FR/AT), Gaudeamus Muziekweek (Utrecht, NL), IEMA (Frankfurt, DE), Flagey (Brüssel, BE), Divertimento Ensemble (Milano, IT), Time of Music (Viitasaari, FI), Darmstadt'i suvekursused (Darmstadt, DE), Royaumont Foundation (Royaumont, FR) ja Ultima Festival (Oslo, NO). 2017. aasta veebruaris toimus küsitluse pilootprojekt festivalil „Impuls“, 2017. ja 2018. aastal viidi nendes organisatsioonides läbi ühtekokku kaksteist küsitlust.

⁷ Dollase, R., Rösenberg, M., & Stollenwerk, H. J. 1986. *Demoskopie im Konzertsaal*. Mainz: Schott; Grebosz-Haring, K., & Weichbold, M. 2018. *Contemporary art music and its audiences: Age, gender, and social class profile*. *Musicae Scientiae*. Online First; Kreutz, G., Bastian, H. G., Gotthardt, C., Komppa, A., Passian, N., Rettelbach, S., Stern, J. 2003. *Konzertpublikum – Quo Vadis? Eine Untersuchung zum Status heutiger Konzertpublika*. *Das Orchester*, nr 12, lk 8–19; Neuhoff, H. 2007. *Die Konzertpublika der Deutschen Gegenwartskultur: Empirische Publikumsforschung in der Musiksoziologie*. H. de la Motte-Haber & H. Neuhoff (Eds.) – *Musiksoziologie*:

Handbuch der Systematischen Musikwissenschaft. 4. kd, lk 473–509. Lilienthal bei Bremen: Laaber-Verlag; Neuhoff, H. 2008. Konzertpublika – Sozialstruktur, Mentalitäten, Geschmacksprofile. – Deutsches Musikinformationszentrum. Themenportal Konzerte & Musiktheater. – http://www.miz.org/static_de/themenportale/einfuehrungstexte_pdf/03_Konzerte-Musiktheater/neuhoff.pdf (last accessed: 28.06.18); Zehme, H. 2005. Zeitgenössische Musik und ihr Publikum. Eine soziologische Untersuchung im Rahmen der Dresdner Tage der zeitgenössischen Musik. Regensburg: ConBrio.

⁸ Audience Agency (2017). National Classical Music Audiences: An analysis of Audience Finder box office data for classical music events, 2014–2016. – <https://www.theaudienceagency.org/insight/report-classical>.

⁹ Gross, J., & Pitts, S. 2016. Audiences for the contemporary arts: Exploring varieties of participation across art forms in Birmingham, UK. *Participations*, nr 13 (1), lk 4–23.

¹⁰ Grebosz-Haring, K., & Weichbold, M. 2018, Neuhoff, H. 2008.

¹¹ Zehme 2005.

¹² Grebosz-Haring, K., & Weichbold, M. 2018.

¹³ Grebosz-Haring, K. (2016). Audiences of Contemporary Art Music: Brief Report on Audience Surveys at the Festival d'Automne à Paris, Warsaw Autumn, and Wien Modern in the Autumn of 2014. – <http://www.uni-salzburg.at/index.php?id=63689>; Grebosz-Haring, K., & Weichbold, M. 2018. Contemporary art music and its audiences: Age, gender, and social class profile. *Musicae Scientiae*. Online First.

¹⁴ Zehme 2005, lk 185, for instance, finds a high level of education to be the most important factor in distinguishing new mu-

sic audiences, with musical education in second place.

¹⁵ Kretz et al. 2003, Zehme 2005.

¹⁶ Zehme 2005, lk 226.

¹⁷ *ibid.*

¹⁸ Gross & Pitts 2016, lk 11–12.

¹⁹ Emerson, G., & Egermann, H. 2018. Gesture-sound causality from the audience's perspective: Investigating the aesthetic experience of performances with digital musical instruments. – *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 12(1), 96–109, Reynolds, R. 2004. Epilog: Reflections on Psychological Testing with The Angel of Death. – *Music Perception: An Interdisciplinary Journal*, nr 22(2), lk 351–356.

²⁰ Dobson, M., & Sloboda, J. 2014. Staying behind: explorations in post-performance musician-audience dialogue. – Burland and Pitts (Eds): *Coughing and Clapping: Investigating Audience Experience*. Aldershot: Ashgate, lk 159–74.

²¹ Toelle, J., & Sloboda, J. A. 2019. The audience as artist? The audience's experience of participatory music. – *Musicae Scientiae*. Online First.

²² Vt Lerdahl, F. 1992. Cognitive constraints on compositional systems. – *Contemporary Music Review* nr 6(2), lk 97–121; Huron, D. B. 2006. *Sweet anticipation: Music and the psychology of expectation*. Cambridge, MA: MIT Press.