

Menschen hören am liebsten Musiker, die ihnen charakterlich ähnlich sind

Es gibt keine Erklärung dafür, warum verschiedene Menschen unterschiedliche Arten von Musik hören. Einige Menschen neigen dazu, mit freudiger und fröhlicher Musik aufzumuntern, während andere Musik brauchen, die voller Traurigkeit und Herzschmerz ist, wenn sie sich depressiv fühlen. Welche Faktoren bestimmen also den Musikgeschmack? In der Wissenschaft gibt es (noch) keine wirklich zufriedenstellenden Antworten.

Forscher der Universität Hamburg versuchen herauszufinden, was unseren Musikgeschmack beeinflusst. In der Forschungsarbeit "Personality and Social Psychology" veröffentlichten die Psychologen eine Studie mit dem Titel "The Self-Congruity Effect of Music". Sie interviewten mehr als 80.000 Menschen zu ihren musikalischen Vorlieben und kamen zu dem Schluss, dass wir lieber die Musik von Künstlern hören möchten, die einen ähnlichen Charakter wie wir haben - oder von denen wir zumindest glauben, dass sie uns ähnlich sind.

In der Studie wurden die Teilnehmer nicht nur nach ihrem Musikgeschmack, sondern auch nach Persönlichkeitsmerkmalen befragt. Anschließend analysierten die Wissenschaftler die öffentliche Wahrnehmung von 50 berühmten Musikern und Bands verschiedener Genres - darunter Paul McCartney oder Bob Dylan, aber auch moderne Künstler wie Dua Lipa oder Billie Eilish. Schlussfolgerungen über die Persönlichkeit des Künstlers wurden aus ihren öffentlichen Wahrnehmungen und ihren Liedtexten gezogen.

Der statistische Vergleich der Künstlerpersönlichkeiten und der Eigenschaften ihrer Fans zeigt Ähnlichkeiten, einen sogenannten "Selbstkongruenzeffekt". Unser Musikgeschmack wird daher stark davon bestimmt, wie ähnlich wir uns dem Künstler fühlen. Dies ist sinnvoll, da wir uns natürlich mit der Musik von Menschen identifizieren können, die uns ähnlich sind und sich von ihr verstanden fühlen. Andererseits bedeutet dies auch, dass wir mehr oder weniger auf uns selbst hören und in einer Blase mit der gleichen Art von Musik und Emotionen gefangen bleiben.

Laut der Studie hängt die Frage, ob jemand lieber Metallica oder Coldplay hört, weitgehend davon ab, ob Sie ein böser Junge oder ein perfekter Schwiegersohn sind. Wie wir eine Berühmtheit sehen, kann sich jedoch grundlegend von der Art und Weise unterscheiden, wie sie in ihrem persönlichen Leben ist, da das, was uns als Berühmtheit präsentiert wird, oft inszeniert und gefälscht wird. Deshalb sprechen die Forscher auf der Künstlerseite bewusst nicht von "Persönlichkeiten", sondern von "Personas".

Die Musikindustrie kann nun die Ergebnisse dieser Studie zu ihrem Vorteil nutzen. Verschiedene Zielgruppen können durch eine bestimmte Vertretung eines Künstlers in der Öffentlichkeit angesprochen werden. Sandra Matz, eine der Autoren der Studie, sagte: "Die Ergebnisse können Plattenlabels und Musikmanagern den Weg ebnen, neue Ansätze zu verfolgen, um Fans anzulocken."

Questions

1. Translate the title of the article (1)
2. What two types of people are mentioned when it comes to listening to music when they feel down? (2)
3. Translate the question asked? (1)
4. What are the researchers at the University of Hamburg trying to do? (1)
5. What **two** things were the participants asked about? (2)
6. What did the scientists then do? (2)
7. What two things helped to draw a conclusion about the artists persona? (2)
8. Which two things of the artist and the fan showed comparison? (2)
9. Why does it make sense that we listen to music by artists similar to us? (2)
10. Why can listening to artists similar to us be a bad thing? (2)
11. Why shouldn't we believe celebrities act how we see them all the time? (2)
12. What is said about the researchers who dealt with the celebrities in this study? (1)
13. In what way will this study help the music industry? (2)
14. What is Sandra Matz quoted saying? (2)
15. Translate the underlined section ""Personality and Social Psychology ... dass sie uns ähnlich sind." (10)

Total: 34 marks

The Answer Scheme is on the following page.

Answer Scheme

<u>Question</u>	<u>Answer</u>	<u>Mark</u>
1	People prefer to listen to musicians who are similar in character to them	1
2	Some people tend to cheer up with joyful and happy music // need music that is full of sadness and heartache when they feel depressed	2
3	So what factors determine the taste of music?	1
4	They are trying to find out what influences our taste in music	1
5	The participants were asked not only about their taste in music, // but also about personality traits	2
6	The scientists then analyzed the public perception of 50 famous musicians // and bands of various genres	2
7	Conclusions about the artist's personality were drawn from their public perception // and their texts from their songs	2
8	The statistical comparison of artist personalities // and the characteristics of their fans showed similarities	2
9	We can of course identify with the music of people who are similar to us // and feel understood by it	2
10	We more or less listen to ourselves // and remain trapped in a bubble with the same kind of music and emotions	2
11	How we see a celebrity can be fundamentally different from how act in their personal lives // as what is presented to us is often staged and faked	2
12	They use 'persona' instead of 'personality' when referring to celebrities	1
13	Different target groups can be addressed in public // by a specific representative of an artist	2
14	"The results can pave the way for record labels and music managers to pursue new approaches to attract fans."	2
15	In the research work "Personality and Social Psychology", the psychologists published a study entitled "The Self-Congruity Effect of Music". (2) They interviewed more than 80,000 people about their musical preferences (2) and came to the conclusion that we would rather listen to the music of artists who are similar in character to us (2) - or who we at least believe are similar to us. (2)	10
	Total	34

COPYRIGHT NOTICE

This document and its contents are copyright of Lynch York Ltd

©2020 Language Learning Scotland

All rights reserved.

The logo for Lynch York, featuring the words "LYNCH YORK" in a bold, white, sans-serif font centered within a solid dark blue rectangular background.

LYNCH YORK