

**»ICH HÖR' ALLES QUERBEET!«  
ZUM BEDEUTUNGSVERLUST VON AUTHENTIZITÄT ALS  
ETHISCHES BEWERTUNGSKRITERIUM POPULÄRER  
MUSIK**

**Michael Parzer**

Die Zuschreibung von Authentizität spielt seit jeher eine zentrale Rolle in poplarmusikalischen Geschmacksdiskursen: Als »authentisch« gilt Musik, die als Repräsentantin der ehrlichen künstlerischen und/oder politischen Intentionen von Kulturschaffenden wahrgenommen wird – in Abgrenzung gegenüber jener Musik, von der angenommen wird, ausschließlich Produkt kommerzieller Interessen zu sein. Vor dem Hintergrund, dass es sich bei dem Terminus »authentisch« nicht um eine musikalische (bzw. musikimmanente) Eigenschaft populärer Musik handelt, sondern um ein Attribut, das einer Musik beigemessen wird, interessiert sich die Populärmusikforschung vor allem für die sozialästhetische und ethische Dimension von Authentizität: Untersucht werden die Konstruktionsprinzipien von Authentizität (u.a. Frith 1981 u. 1987, Fornäs 1995, Böhm 2000, Moore 2002), die spezifische Logik der Produktion von Authentizität in unterschiedlichen Genres und (Sub)Kulturen (u.a. Redhead/Street 1989, Thornton 1996, Peterson 1997, Grazian 2004), die Rolle von Authentizität als Bewertungskriterium populärer Musik (u.a. Frith 1996, von Appen 2007: 115-133) sowie die Auswirkungen von Authentizitätszuschreibungen in Hinblick auf soziokulturelle Distinktion (u.a. Pickering 1986, Trondman 1990, Thornton 1996).

Im Folgenden richtet sich der Fokus auf die mikropolitische Bedeutung von Authentizität in alltäglichen Interaktionen von MusikrezipientInnen. Anhand der Ergebnisse einer Analyse von Diskussionen über Musikgeschmack in Online-Foren soll der Frage nachgegangen werden, wie in der gegenwärtigen Populärkultur durch die Artikulation musikalischer Vorlieben und Aversionen moralische Superiorität zum Ausdruck gebracht wird. Die Daten-

grundlage bildeten dreißig Diskussionen (= Threads) bzw. 3098 Einträge (= Postings) aus 23 Online-Foren, in denen musikalische Präferenzen und Aversionen thematisiert wurden (Zeitraum: 2003 bis 2008).<sup>1</sup> In einem ersten Schritt wurde das Datenmaterial einer kategorienbasierten Grobanalyse unterzogen, um einen Überblick über unterschiedliche Modi der Geschmacksäußerung zu gewinnen. In einem zweiten Schritt wurden mittels Methoden der rekonstruktiven Sozialforschung (Bohnsack 1999, Meuser/Sackmann 1992) jene Interpretationsmuster musikkultureller Praxis expliziert, die bestimmten ästhetischen Urteilen in der Popularkultur zugrunde liegen. Diese Vorgehensweise beruht auf der Annahme, dass die Kommunikation ästhetischer Geschmacksurteile innerhalb historisch gewachsener Diskurse stattfindet, die permanent reproduziert, modifiziert und transformiert werden und zur Orientierung der Individuen in einer zunehmend pluralistischen Gesellschaft dienen.

Entgegen der weit verbreiteten Annahme, wonach die Zuschreibung von Authentizität die Basis von Distinktionsmechanismen im Feld der populären Musik ist, lautet die zentrale hier vertretene These, dass durch die Vorliebe für eine als »authentisch« klassifizierte Musik (bei gleichzeitiger Ablehnung »kommerzieller« Musik) nur mehr bedingt moralische Überlegenheit demonstriert werden kann. Authentizität als Grundlage der Definition des »guten« Geschmacks tritt mit einer neuen Legitimationsrhetorik in Konkurrenz, die den toleranten Umgang mit unterschiedlichen Musiken zum Maßstab ethischer Bewertung macht. »Ich hör' alles querbeet!« gilt als beliebte Arti-

---

1 Bei der Auswahl der Foren wurde eine möglichst breite Streuung einiger zentraler Kriterien angestrebt: Dazu zählen insbesondere die Größe der Foren (gemessen an der Anzahl der registrierten Mitglieder sowie der Anzahl der insgesamt verfassten Postings), der regionale Bezug (z.B. Stadtforum vs. überregionales Forum) sowie die Art des Forums. In der Stichprobe befinden sich acht allgemeine »Plauder-Foren« und dreizehn Foren, die bestimmten Themen gewidmet sind (Party, Studium, Politik, Film, Medien, Soap-Opera, Computer). Von der Analyse spezifischer Musik- und MusikerInnen-Foren wurde bis auf zwei Ausnahmen abgesehen, da eine Überrepräsentation von »ExpertInnen« möglicherweise die Ergebnisse verzerrt hätte. Darüber hinaus wurde eine Beschränkung auf deutschsprachige Foren vorgenommen. Um die vollständige Anonymität der DiskussionsteilnehmerInnen zu gewährleisten, wird auf die Nennung der Foren verzichtet. Dies ist zwar aus methodologischer Sicht von großem Nachteil, allerdings im Sinne der Bewahrung der Intimsphäre der UserInnen sowie aus Datenschutzgründen notwendig (siehe dazu die Diskussionen zur Ethik internetbasierter Forschung u.a. bei Schrum 1995 und King 1996). Die ausgewählten Threads unterscheiden sich nach der Länge der Diskussionen, der Frequenz der Einträge sowie der Homogenität der diskutierenden Gruppe hinsichtlich soziodemografischer Merkmale (sofern sich das feststellen lässt, zumal die Angaben der UserInnen zu Alter, Bildung, Beruf und Geschlecht nicht überprüft werden können).

kulation musikalischer Präferenzen, die einen breit gefächerten musikalischen Geschmack zum Ausdruck bringt. Der darauf beruhende »Querbeet-Geschmack« zeichnet sich nicht nur durch die demonstrative Offenheit für verschiedene musikalische Welten aus, sondern auch durch die bewusste Überschreitung der Grenze zwischen »authentischer« und »kommerzieller« Musik. Eine Abwertung erfährt hingegen der sogenannte »festgefahrene« Geschmack jener MusikkonsumentInnen, die lediglich an einem Genre Gefallen finden – was zur Schlussfolgerung führt, dass es sich bei dem hier identifizierten »toleranten« Musikgeschmack um einen (womöglich) neuen Modus symbolischer Distinktion in der Popularkultur handelt.

Bevor am Ende dieses Beitrags nach den potentiellen Ursachen für diese sozialästhetischen Transformationen gefragt wird, soll gezeigt werden, dass der »Querbeet-Geschmack« Ähnlichkeiten zum Phänomen der »musikalischen Allesfresserei« aufweist, das seit Anfang der 1990er Jahre Forschungsgegenstand zahlreicher kultursoziologischer Untersuchungen insbesondere US-amerikanischer Provenienz ist (u.a. Peterson 1992, Peterson/Simkus 1992, Peterson/Kern 1996) und eine neue Form soziokultureller Abgrenzung darstellt: Die sogenannten »Omnivores«, so lautet die zentrale Vermutung, würden in der gegenwärtigen Gesellschaft ihre soziale Überlegenheit nicht mehr durch eine exklusive Hochkulturorientierung, sondern durch einen möglichst breit gefächerten Musikgeschmack zum Ausdruck bringen.

### **»Wenn Musik nur noch Kommerz ist ...« – Authentizität als Qualitätsauszeichnung populärer Musik**

»Was den neumodischen Kommerz angeht: Klar tolerier' ich das, wenn nicht jeder ›meine Musik‹ hört, will ich auch gar nicht, aber ich find's teilweise schon schade, wenn Musik nur noch Kommerz ist, wenn Musiker Musik nicht wegen der Musik machen, sondern aus irgendwelchen anderen Scheißgründen, weil sie ach-so-berühmt werden wollen oder so [Th 21, 3 (1-3)].«<sup>2</sup>

---

2 Die hier zur Illustration wiedergegebenen Ausschnitte aus den Postings sind mit einer Signatur versehen, die Aufschluss über den jeweiligen Thread, den Eintrag sowie die Zeilennummerierung geben. Die Angabe [Th 5, 3 (4-6)] heißt, dass es sich um eine Sequenz aus dem dritten Eintrag im Thread Nr. 5 handelt. Die Ziffern in der runden Klammer verweisen auf die Zeilennummerierung. Eine ausführliche Auflistung der ausgewählten Threads sowie umfangreiche Auszüge aus dem Datenmaterial finden sich bei Parzer (2008).

Unabhängig davon, wie das musikalische Produkt tatsächlich entsteht, liegt der Zuschreibung von Authentizität eine (idealisierte) Vorstellung vom Produktionsprozess zugrunde, wonach sich die Entstehung eines künstlerischen Werkes durch Natürlichkeit, Ehrlichkeit, Individualismus und künstlerischen Anspruch auszeichnet. Als »authentisch« gilt eine Musik dann, wenn deren UrheberInnen und/oder InterpretInnen ihre musikalische Praxis jenseits ökonomischer Aspirationen ausüben – also die Musik um der Musik willen machen, eigenkreativ sind, ihrem Schaffen Kontinuität verleihen bzw. ihrem Stil treu bleiben, künstlerisch möglichst autonom agieren, ein hohes Maß an Individualität besitzen bzw. nicht austauschbar sind und sich mit ihrer eigenen Musik voll und ganz identifizieren – oder dies zumindest glaubhaft vermitteln (vgl. Parzer 2008: 165-170).

Grundlage der Etikettierung einer Musik als »authentisch« ist nicht die Bewertung des musikalischen Materials, sondern die Evaluierung des politischen, sozialen und ökonomischen Umfelds einer musikalischen Produktion. Nichtsdestotrotz wird in der alltäglichen Kommunikation über Musikgeschmack das Attribut »authentisch« der Musik selbst zugeschrieben, wodurch die Artikulation von Präferenzen und Aversionen den Anschein von musikalischen bzw. ästhetischen Urteilen erhält. In den Hintergrund rücken damit die ethische Dimension von Authentizitätszuschreibungen sowie die Mechanismen der Deutungsmacht, die für die Definition des moralisch »richtigen« und »guten« Geschmacks verantwortlich sind.

### **»Wie einfach muss man gestrickt sein?« – Authentische Musik und der »gute« Geschmack**

Ehrlichkeit, Natürlichkeit, Individualität und künstlerischer Wert zählen zu den wichtigsten Eigenschaften der in den Online-Foren als »authentisch« bezeichneten Musik. Im Gegensatz dazu wird die als »kommerziell« klassifizierte Musik als unehrlich, künstlich, am »Massenmarkt« orientiert und »künstlerisch wertlos« beschrieben. Erst dieses dichotome Verhältnis verleiht dem Attribut »Authentizität« seine Konturen sowie seine die musikalische Praxis klassifizierende und strukturierende Kraft. Während die Vorliebe für »authentische« Musik als moralisch »richtig« und »aufgeklärt« gilt, wird die Präferenz für »kommerzielle« Musik als minderwertig betrachtet. Diskreditiert werden nicht nur die Genres, Bands und Musikstücke, die als »kommerziell« bezeichnet werden, sondern auch die InhaberInnen des sogenannten »Mainstream-Geschmacks«: »Ich seh' zu, dass ich mich von diver-

sen Dingen distanzieren und eher zu den Leuten gehö' , die nicht auf der Mainstream-Welle liegen [Th 19, 9 (5-8)].«

In der Abgrenzung gegenüber MusikkonsumentInnen, denen »kommerziell« etikettierte Musik gefällt, bei gleichzeitiger Betonung der Zugehörigkeit zur Gruppe der »musikalisch Andersdenkenden«, wird moralische Überlegenheit demonstriert. Häufig werden KonsumentInnen »kommerzieller« Musik als Opfer der Kulturindustrie betrachtet und/oder deren Vorlieben als kognitive Defizite interpretiert: »Es gibt [...] ziemlich viele Leute, die auf diesen billigen ›verlogenen‹ Schrott stehen und den Scheiß kaufen was das Zeug hält« [Th 14, 20 (2-4)]. Und über die Casting-Band No Angels heißt es: »Wie einfach muss man gestrickt sein, dass einem so was etwas gibt? [...] Ich find' sie irgendwo so was von peinlich, wirklich« [Th 21a, 5 (2-4)].

Dass die Grenzziehung zwischen »authentischer« und »kommerzieller« Musik nicht lediglich als eine ästhetische Klassifikation fungiert, sondern auch der sozialen Positionierung dient, ist vor allem aus kultursoziologischer Sicht immer wieder betont worden (Trondman 1990, Thornton 1996, Frith 1997). Michael Pickering, der sich in einem Aufsatz aus dem Jahr 1986 mit dem »Dogma der Authentizität« beschäftigt, beschreibt die Differenzierung zwischen »authentischen« und »kommerziellen« popularmusikalischen Produkten »as a way of placing others, socially and culturally, a shorthand device for categorically separating the masses from ourselves, in a way which obscures the real inequalities of opportunity and resources« (Pickering 1986: 213).

Zu einem ähnlichen Schluss kommt Sarah Thornton (1996) in ihrer Forschung über die englische Club- und Rave-Szene. In Anlehnung an Bourdieus Konzept des kulturellen Kapitals verwendet Thornton den Begriff »subkulturelles Kapital«, um jugendkulturelle Distinktionsformen zu beschreiben. »Hipness«, verstanden als eine Art inkorporiertes subkulturelles Kapital, entscheidet über die Zugehörigkeit zur Szene:

»Just as cultural capital is personified in ›good‹ manners and urbane conversation, so subcultural capital is embodied in the form of being ›in the know‹ using (but not over-using) current slang and looking as if you were born to perform the latest dance styles« (Thornton 1996: 11f.).

In der Betonung des »schlechten Musikgeschmacks« der »uncoolen Masse« werde der eigene Stil bestätigt und bestärkt. Populäre Ideologien, so wie jene der Authentizität,

»may magically resolve certain socio-economic contradictions, but they also maintain them, even use them to their advantage. For many youthful imaginations, the mainstream is a powerful way to put themselves in the big pic-

ture, imagine their social world, assert their cultural worth, claim their sub-cultural capital. As such, the mainstream is a trope which betrays how beliefs and tastes which ensue from a complex social structure, in turn, determine the shape of social life« (Thornton 1996: 115).

Wenn auch Authentizität als Bewertungskriterium eine wichtige Rolle im Geschmacksdiskurs der Popularkultur einzunehmen scheint, zeigt die Analyse der Diskussionen in den Online-Foren, dass die Dichotomie »authentisch« vs. »kommerziell« von einer Reihe alternativer Bewertungspraktiken überlagert wird, welche die Eindeutigkeit, Kontinuität und Exklusivität von Authentizitätszuschreibungen in Frage stellen. Im Folgenden sollen einige Bruchstellen identifiziert und die Frage nach einer möglichen sozialästhetischen Transformation moralischer Maßstäbe in der Popularkultur aufgeworfen werden.

### **»Es gibt keine nicht-kommerzielle Musik!« Zur Kritik an Authentizitätszuschreibungen**

In den untersuchten Diskussionen lässt sich beobachten, dass Authentizitätszuschreibungen immer wieder problematisiert werden. Die Kritik folgt zu meist einer Argumentationslogik, die auf folgenden Prinzipien<sup>3</sup> beruht:

1. Zurückweisung von allgemeinen und »objektiven« Bewertungskriterien: Grundlegend ist die Unterscheidung zwischen »guter Musik« und einer »Musik, die gefällt«, wobei die Annahme allgemeingültiger Kriterien, auf Basis derer die Qualität einer Musik bestimmt werden kann, kritisiert wird. Die in diesem Zusammenhang häufig zu beobachtende Forderung nach mehr Toleranz im Musikgeschmack zielt keineswegs darauf ab, dass jede und jeder alles hören und mögen sollte, allerdings wird es als wichtig erachtet, jeder Musik ihre Daseinsberechtigung zuzusprechen.
2. Forderung nach Ent-Kontextualisierung des musikalischen Ereignisses: In den untersuchten Diskussionen taucht immer wieder die Forderung auf, Musik unabhängig von ihrer kontextuellen Einbettung zu bewerten. Informationen über Rahmenbedingungen eines musikalischen Produkts (wie zum Beispiel kommerzieller Erfolg, die Intentionen der MusikerInnen, Medienpräsenz, Outfit etc. – also genau jene Parameter, die die

---

<sup>3</sup> Es handelt sich dabei um idealtypische Muster, die in unterschiedlichen Ausprägungen und in verschiedenen Kombinationen Bestandteil der Authentizitätskritik sind, allerdings keiner hierarchischen Struktur unterliegen.

Grundlage für Authentizitätszuschreibungen bilden) sollen, so der Appell, außer Acht gelassen werden:

»Nur wer akzeptiert, dass es in der Musik nur um Musik geht, kann sich von seinen eigenen obstruierten Grenzen emanzipieren [...]. Ich brauche keine Genres, ich brauche keine Videoclips, ich brauche keine Interviews, ich brauche keine PR-Kampagnen – alles was ich brauche, ist die Musik. Mich interessiert nicht, ob derjenige erfolgreich ist oder nicht [...] aber es ändert nichts an der Musik« [Th 18, 7 (1-6)].

3. Ablehnung von (Genre-)Klassifizierungen: Kritik richtet sich insbesondere gegen »übertriebene Genrekategorisierung« und »Schubladendenken«:

»also ich bin ja immer noch der Meinung, dass man nicht alles benennen oder bezeichnen können muss und bin einer notorischen Überkategorisierung und der vorherrschenden In-Schubladen-Steckerei ziemlich überdrüssig« [Th 18, 8 (1-2)].

Klassifizierungen werden als unnötige Zusatzinformationen betrachtet, die den Blick auf die »eigentliche« Musik verstellen würden. Aber nicht nur klassische Genrekategorien, sondern auch Klassifizierungen wie »Mainstream«, »Underground« oder »Charts-Musik« werden problematisiert. Dies geht oft mit einer Ablehnung der symbolischen Grenzziehung zwischen »authentischer« und »kommerzieller Musik« einher:

4. Negation der Differenzierung zwischen »authentischer« und »kommerzieller« Musik: Ein viertes Merkmal der Kritik an Authentizitätskonzepten ist die Skepsis gegenüber der Grenzziehung zwischen »authentischer« und »kommerzieller« Musik. Erfolg und künstlerische Qualität werden nicht als Widerspruch gesehen; auch kommerziell erfolgreiche Musik darf, kann und soll gefallen. Maßgeblich ist die Annahme, dass es keine »nicht-kommerzielle« Musik gibt und damit das Qualitätsmerkmal Authentizität als ideologisches Konstrukt entlarvt werden kann:

»Es gibt bloß einfach keine ›kommerzielle‹ Musik und ›unkommerzielle‹. Beides ist Musik und es spielt für die Musik keinerlei Rolle, ob sie vermarktet wird oder nicht – das ist kein Qualitätsmerkmal« [Th 18, 22 (6-8)].

Die Befunde der empirischen Forschung legen die These nahe, dass aus dieser Kritik an Authentizitätskonzepten ein neuer Modus moralischer Bewertung entsteht, in dem ein toleranter Umgang mit unterschiedlicher Musik in den Vordergrund gestellt wird. Am deutlichsten kommt dies in der Artikulation des »Querbeet-Geschmacks« zum Ausdruck.

## Der Querbeet-Geschmack

»Also, wenn ich mal anfangen soll... also momentan höre ich halt viel solche Stil- und Klischee-zusammenwerf-und-auf-extatische-Höhepunkte-hinausführ-Bands wie Secret Chiefs 3, Mr. Bungle, Estradasphere und das Fishtank-Ensemble (sollte sich jeder Musikbegeisterte mal anhören)... weiter höre ich dann auch gemäßigttere Bands wie Calexico oder Kaizer's Orchestra... sehr gerne höre ich auch osteuropäische Blasmusik (die, die so richtig abgeht), so wie das Sandy Lopicic Orchestra oder Fanfare Ciocárlia... ach ja das No Smoking Orchestra hätt' ich fast vergessen... Ich reih jetzt einfach mal meine Favoriten weiter auf: Ween, Naked City!!!, Doors, Iron Butterfly, Pink Floyd, Yann Tiersen, Mars Volta, Klezematics, New Orleans Klezmer Allstars, Red Hot Chili Peppers [...] tja, dann eben noch diverse Mike Patton-Projekte wie Tomahawk, Fantomas, Lovage, Weird Little Boy etc... jetzt hätte ich den Jazz fast vergessen... also Albert Mangelsdorff ist bzw. war der Beste; sonst gefallen mir noch sehr Dave Brubeck, Rabih Abou-Khalil... ach du sch\*\*\*e, beim Nicht-Jazz hätte ich den guten alten Zappa fast vergessen... also zurück zum Jazz: Thelonious Monk, Billie Holiday, Benny Goodman, Ornette Coleman... ach ich seh' schon, es hat keinen Zweck alles aufzuzählen, was ich von Herzen gern höre... würde ja eh die Hälfte vergessen... also ich mach denn jetzt mal Schluss« [Th 16, 8 (23-45)].

Die Artikulation des »Querbeet-Geschmacks« zeichnet sich durch die demonstrative Zur-Schau-Stellung eines breit gefächerten Geschmacks sowie die Betonung der Offenheit für eine Vielzahl unterschiedlicher musikalischer Genres aus. Die typischen »Querbeet-HörerInnen« überschreiten außerdem die Grenze zwischen »authentischer« und »kommerzieller« Musik, haben keine Berührungängste mit Musik aus den Charts oder Oldies und kennen keine Scheu, ihre Vorliebe für unterschiedliche Genres offen zu zeigen:

»So, Black Hip-Hop amerikanisch, R'n'B, viel Classic vorzugsweise Mozarts Klavierstücke, Saint-Saens, gerne höre ich Oldies, wie No Milk Today, Seasons in the Sun, Bonnie Taylor mit It's a Heartache, und vieles mehr aus allen Spalten, bin froh, dass mir so viele unterschiedliche Musik gefällt, und ich scheue mich auch nicht mit Oldies im Auto rumzucruisen und voll aufzudrehen, dass die Bässe vibrieren ☺« [Th 6, 226 (1-5)].

Der »Querbeet-Geschmack«, so ließe sich vermuten, ist Ausdruck einer (womöglich tatsächlich neuen) Toleranz und Offenheit und damit Indiz für die Erosion traditioneller symbolischer Grenzziehungen im Feld der populären Musik. Dieser optimistischen Sichtweise widerspricht allerdings die Beobachtung, dass die typischen »Querbeet-HörerInnen« zwar Toleranz gegenüber



unterschiedlichen Musiken einfordern, allerdings keineswegs tolerant gegenüber »anderen« Musikgeschmäckern sind. Ebenso wie die Zuschreibung von Authentizität zielt die Toleranzrhetorik auf die Definition des (moralisch) »richtigen« und »guten« Geschmacks.

## Zur moralischen Dimension des Querbeet-Geschmacks

Auffallend ist, dass in vielen Diskussionen zwischen einem »toleranten« Musikgeschmack auf der einen und einem »festgefahrenen« Geschmack auf der anderen Seite differenziert wird. Unterschieden werden auch die MusikrezipientInnen – entsprechend ihrer Offenheit für die Vielfalt unterschiedlicher musikalischer Welten. Ebenso wie bei Authentizitätszuschreibungen ist auch hier augenscheinlich, dass unterschiedlich tolerante Positionen nicht auf einem Kontinuum verortet, sondern als binäre Opposition dargestellt werden.

»Ich finde es echt total blöd, wenn man sich so einschränkt. Ich hör' echt (fast) alles. Und ich versuch' da auch tolerant zu sein. Jedem das seine. Es gibt ja viele Leute, die definieren sich nur über die Musikrichtung. Das find ich mehr als kindisch« [Th 10, 13 (1-4)].

Diskreditiert werden jene MusikkonsumentInnen, die lediglich ein Genre gut finden oder sich mit einer einzigen Musikrichtung identifizieren. Respekt verdienen aus dieser Perspektive hingegen jene »weitgefächerten Menschen«, die alles »querbeet« hören:

»Also ich muss ja feststellen, dass viele hier sehr auf eine Musikrichtung eingefahren sind. [...] Ich persönlich hör' querbeet alles, was mich berührt bzw. beschäftigt, so z.B. Foo Fighters, Agnostic Front, Frank Zappa, Blink, Green Day (ja ich hör' Green Day), Curse, DieBeginner, Freundeskreis, Patrice, The Exploited, The Buisseness, DMX und so weiter. Hoffe noch andere so »weitgefächerte« Menschen in diesem Forum zu finden« [Th 15, 23 (1-5)].

Von besonderer Bedeutung ist, dass damit auch eine Grenze zwischen »wir« bzw. »uns« und »den anderen« gezogen wird, d.h. zwischen jenen, die einen breit gefächerten Musikgeschmack haben und jenen, die sich auf ein Genre festlegen:

»Wer sich nur auf ein Genre begrenzt, der verdient Mitleid und nicht Bewunderung. [...] Wer auch immer von sich sagen kann, Musik zu lieben, der ist in derselben Gesellschaft wie viele Gleichgesinnte sind und ich es auch selbst bin, wir gehören alle zu derselben »Gruppe«, völlig egal ob wir Techno, Metal,

Klassik oder Hip-Hop bevorzugen. Alles, was zählt, ist die Musik« [Th 18, 7 (60-67)].

## **Allesfresserei in der Popularkultur?**

Für Pierre Bourdieu (1987) bildet die Annahme einer Homologie zwischen sozialer Position und musikalischen Vorlieben die Grundlage seiner soziologischen Theorie des Geschmacks. Ausgehend von der Kritik an der bürgerlichen Ideologie, wonach es einen »aufgeklärten« und »ästhetischen« Geschmack auf der einen und einen minderwertigen, »barbarischen« auf der anderen Seite gebe, richtet Bourdieu sein Hauptaugenmerk auf die gesellschaftliche Bedingtheit von Geschmacksurteilen. Angesichts zunehmender Heterogenität und Pluralisierung der Lebensstile sowie der schwindenden Bedeutung des Herkunftsmilieus für die Ausprägung unserer kulturellen Vorlieben wird Bourdieus Theorie allerdings in Frage gestellt (Schulze 1992, Müller-Schneider 1994). Neue Impulse erhielt die in der Folge resultierende Debatte durch empirische Befunde der amerikanischen Kulturosoziologie Anfang der 1990er Jahre: Anhand von Untersuchungen musikalischer Präferenzen konnte zwar nachgewiesen werden, dass der Zusammenhang zwischen Klassenzugehörigkeit und der Vorliebe für sogenannte klassische Musik an Gültigkeit verloren hat; allerdings zeigte sich in einer Reihe von Studien (Peterson 1992, Peterson/Simkus 1992, Peterson/Kern 1996; Bryson 1996) eine neue Distinktionsstrategie, deren Logik weniger in einer exklusiven Hochkulturorientierung als vielmehr in einer demonstrativen Toleranz begründet ist. Richard Peterson verwendet den aus der Biologie stammenden Begriff der »Omnivores« für jene Personen und Gruppen, deren musikalischer Geschmack durch große Offenheit gekennzeichnet ist: Die musikalischen »AllesfresserInnen« hören Musik aus vielen unterschiedlichen Genres, finden Gefallen an abendländischer Kunstmusik, scheuen sich aber auch nicht davor, popularkulturelle Genres in das eigene Geschmacksrepertoire aufzunehmen. Im Gegensatz dazu stehen die »Univores«, deren Geschmack auf ein Genre oder einige wenige beschränkt ist. Während musikalische »Allesfresserei« typisch für Personen mit hoher Bildung ist, finden sich Univores eher in bildungsfernen Milieus. Dadurch entsteht eine neue Grenzziehung, die nicht mehr entlang der Pole »high« vs. »low« bzw. »snob« vs. »slob« verläuft, sondern einer neuen kulturellen Logik folgt: Ein exklusiver Lebensstil lässt sich demnach nicht länger durch die ausschließliche Vorliebe für Werke der »klassischen« Musik, sondern durch die Toleranz gegenüber unterschiedlichen musikalischen Welten zum Ausdruck bringen.

»In effect, elite taste is no longer defined as an expressed appreciation of the high art forms [...]. Now it is being redefined as an appreciation of the aesthetics of every distinctive form along with an appreciation of the high arts. Because status is gained by knowing about and participating in (that is to say, by consuming) all forms, the term *omnivore* seems appropriate« (Peterson/Simkus 1992: 169).

Der in der Online-Foren-Analyse identifizierte »Querbeet-Geschmack« legt nahe, dass auch innerhalb der Popularkultur das Phänomen der »musikalischen Allesfresserei« existiert (vgl. dazu auch Carrabine/Longhurst 1999). Ebenso wie der typische Omnivore zeichnet sich auch die/der »Querbeet-HörerIn« durch die Vorliebe für ein breites Spektrum an musikalischen Genres aus. Wenngleich nicht jede Musik auch tatsächlich gehört bzw. konsumiert wird,<sup>4</sup> lässt sich bei beiden ein großes Ausmaß an Toleranz gegenüber unterschiedlichen Genres feststellen. Durch diese demonstrative Offenheit werden insbesondere symbolische Grenzüberschreitungen zum Ausdruck gebracht: Während Petersons Omnivores die Dichotomie von Hoch- vs. Popularkultur für obsolet erklären und sich durch die Aufgeschlossenheit gegenüber »klassischer« Musik ebenso wie gegenüber »populärer« Musik auszeichnen, betonen »Querbeet-HörerInnen« die Überschreitung der Grenze zwischen »kommerzieller« und »authentischer« Musik.<sup>5</sup>

---

4 Hier lässt sich eine Ähnlichkeit zu der in den Omnivore-Studien beschriebenen »patterned tolerance« (Bryson 1996) konstatieren. Im Gegensatz zu dem in dieser Hinsicht missverständlichen Begriff der »Allesfresserei«, wodurch ein allumfassender Geschmack suggeriert wird, soll der Terminus »querbeet« zum Ausdruck bringen, dass es sich dabei lediglich um einen »Streifzug« durch die musikalische Landschaft handelt. Der Begriff »querbeet« stammt aus dem empirischen Material.

5 Mittlerweile sind die musikalischen Verhaltensweisen der Omnivores Gegenstand zahlreicher kultursoziologischer Untersuchungen, wodurch eine lebhafte Debatte über diese neue kulturelle Logik sozialer Distinktion entfacht wurde (u.a. Bryson 1996, van Eijck 2001, Emmison 2003, Gebesmair 1998 u. 2004, Sonnett 2004, Chan/Goldthorpe 2007, Coulangeon/Lemel 2007). Für Deutschland konnte die Existenz musikalischer Omnivores bislang nicht eindeutig nachgewiesen werden (Neuhoff 2001, Otte 2008: 27f.). Die Diskussion der Transformation vom »Snob zum Omnivore« (Peterson/Kern 1996) beschränkt sich nicht auf musikalische Vorlieben. Untersucht wurde die Omnivore-These u.a. in den Bereichen Literatur, Film, darstellende Kunst, bildende Kunst, hinsichtlich kultureller Partizipation im Allgemeinen sowie in Bezug auf Essgewohnheiten (für einen Überblick siehe Peterson 2005).

## Der Querbeet-Geschmack im Kontext gesellschaftlicher Transformationsprozesse

Worin liegen die Ursachen für die Entwicklung eines toleranten Geschmacks? Richard Peterson und Roger Kern nennen eine Reihe von Faktoren, die einen Einfluss auf den Bedeutungsverlust der Grenzziehung zwischen Hoch- und Popularkultur haben. Dazu zählen neben Wohlstandssteigerung und Bildungsexpansion die zunehmende Verbreitung von Kunst in den Medien, ansteigende soziale und geografische Mobilität, die eine Vermischung von Menschen mit unterschiedlichen Geschmäckern zur Folge hat und einen »tolanteren« Umgang mit »anderen« kulturellen Verhaltensweisen fordert und fördert sowie die zunehmende Hinterfragung von ästhetischen Konventionen in den Kunst- und Kulturinstitutionen selbst (vgl. Peterson/Kern 1996: 905f.).

Die hier genannten Gründe können auch ins Treffen geführt werden, wenn es um die Erklärung des »Querbeet-Geschmacks« geht. Im Folgenden sollen einige auf den vorliegenden Gegenstand abgestimmte Ergänzungen vorgenommen werden. Es gilt zu fragen, worin die Ursachen für den Bedeutungsverlust des Qualitätskriteriums »Authentizität« möglicherweise liegen und welche Entwicklungen die Genese von »Toleranz« im Musikgeschmack begünstigen.

*Vereinbarkeit von künstlerischer Integrität und kommerziellem Erfolg:* Die Klassifizierung von Musik auf Basis ihrer ökonomischen Verwertungszusammenhänge scheint zunehmend an Bedeutung zu verlieren. Die Verknüpfung von künstlerischem und materiellem Erfolg stellt für viele MusikrezipientInnen keinen Widerspruch mehr dar; anti-kommerzielle Inhalte gelten nicht per se als Qualitätskriterium (vgl. Illing 2006: 218).

*Authentizität als Vermarktungskategorie:* Authentizität war lange Zeit ein Qualitätskriterium, das von den MusikerInnen, den MusikrezipientInnen und MusikkritikerInnen an eine Musik herangetragen wurde. Seit geraumer Zeit lässt sich beobachten, wie diese Zuschreibungspraxis von den Marketingabteilungen der Kulturindustrie adaptiert wird: Die Präsentation eines musikalischen »Acts« als »authentisch« fungiert als bewährte Vermarktungsstrategie, um neue Zielgruppen zu erreichen. Die zu Verkaufszwecken initiierte Etikettierung potentieller Charts-Musik als »authentisch« oder sogar »rebellisch« verleiht dieser Musik einen symbolischen Mehrwert, der sich in höheren Verkaufszahlen niederschlägt (vgl. Halnon 2005). Durch diese inflationäre Verwendung des Terminus »authentisch« verliert Authentizität an

Aussagekraft; die Grenzziehung zwischen »authentischer« und »kommerzieller« Musik wird ad absurdum geführt. Die Willkür in der Vergabe dieser Qualitätsauszeichnung durch die Kulturindustrie führt dazu, dass sich mit der Vorliebe für »authentische« Musik nur mehr bedingt Anspruch auf moralische Überlegenheit zum Ausdruck bringen lässt; Distinktion verkümmert zu einer Pseudo-Distinktion.

*Polyseme Präsentation von Authentizität:* Die fortschreitende Ausdifferenzierung musikalischer Stile sowie der dazugehörigen Szenen führt zu Unsicherheiten hinsichtlich der Etikettierung (aber auch Dechiffrierung) von Genres, Bands, MusikerInnen, Alben oder Musikstücken. Immer öfter wird die traditionelle Grenzziehung zwischen »authentisch« und »kommerziell« von Kulturschaffenden (bewusst) überschritten. So zeigt Elizabeth Eva Leach in ihrer Untersuchung der kommerziell erfolgreichen Band Spice Girls, wie die Musikerinnen mit Authentizitätszuschreibungen umgehen »by selectively negotiating amongst the various types of authenticity« (Leach 2001: 161). Angesichts solcher Acts, deren Präsentation auf eine Vielfalt unterschiedlicher Lesarten abzielt, ist eine endgültige Bewertung dieser Musik auf Basis des Kriteriums »Authentizität« zum Scheitern verurteilt.

»This polysemous presentation of authenticity enables listeners who see and enjoy the contradictions in these markers to understand that the opposition between commercialism and authenticity is itself a commercially constructed one« (Leach 2001: 162).

*Kritik an hochkulturellen Attitüden:* Die Destabilisierung der Grenzen zwischen »authentischer« und »kommerzieller« Musik ist vor dem Hintergrund eines generellen Bedeutungs- und Legitimationsverlustes ästhetischer Hierarchien zu sehen. Die Kritik an den sozialen und moralischen Superioritätsansprüchen der Hochkultur hat maßgeblich zur Hinterfragung und auch Ablehnung allgemeiner ästhetischer Qualitätskriterien geführt. Diese Kritik findet ihren Niederschlag auch in der Beurteilung von populärer Musik, deren Maßstäbe zunehmend einer Revision unterzogen werden.

*Postmoderne und Popularkultur:* Seit den 1980er Jahren spielen postmoderne Kunstkonzepte in zahlreichen Produkten populärer Musik eine maßgebliche Rolle. Künstler und Bands wie David Bowie oder Roxy Music haben durch ihre Performances traditionelle Authentizitätskonzepte in der populären Musik fundamental in Frage gestellt:

»Künstler und Musiker suchten die Flucht nach vorn, indem sie sehr bewusst auf die Verzahnung künstlerischer Produkte mit kommerziellen Interessen

und auf die Konstruiertheit alles vermeintlich Authentischen hinwiesen« (von Appen 2007: 126).<sup>6</sup>

*Kosmopolitischer Lebensstil:* Vieles spricht dafür, einen auf Toleranz beruhenden Musikgeschmack vor dem Hintergrund des Entstehens eines neuen Lebensstils zu betrachten, der sich durch eine generelle Offenheit gegenüber dem »Anderen« und dem »Fremden« auszeichnet. Coulangeon und Lemel (2007) beschreiben Omnivorousness als »distinctive attitude to culture«:

»this interpretation of omnivorousness may suggest a shift in the definition of cultural legitimacy from highbrow cultural snobbism to cosmopolitan tolerance. [...] In this sense, omnivorousness can be interpreted as generic disposition, a »cosmopolitan« habitus that is defined and transmitted socially and culturally« (Coulangeon/Lemel 2007: 108).

Diese kosmopolitische Haltung, die sich vor allem in bildungsnahen Milieus findet, scheint sich auch im Verhalten der »Querbeet-HörerInnen« zu spiegeln, zumal auch hier die Offenheit als zentraler Wert nicht nur gelebt, sondern auch gefordert wird. Unklar bleibt aber, inwiefern die Behauptung von Coulangeon und Lemel, nämlich dass diese kosmopolitische Toleranz als neuer Modus kultureller Legitimation fungiert, auch für die »Querbeet-HörerInnen« ins Treffen geführt werden kann.

## Schluss

Verstanden als Merkmal jener Musik, die sich durch ihre vermeintliche Unabhängigkeit ökonomischer Rahmenbedingungen auszeichnet, bildet Authentizität eine Schlüsselkategorie des Ästhetik-Diskurses in der gegenwärtigen Popularkultur. Die Vorliebe für »authentisch« etikettierte Musik ist die Basis eines »aufgeklärten« Geschmacks, der sich der massenkompatiblen Kommerzkultur verweigert und der Autonomieästhetik eines popularkulturellen Werkes einen besonderen Stellenwert einräumt. Die Zuschreibung von Authentizität fungiert dabei nicht lediglich zur Begründung bestimmter Vorlieben oder Aversionen, sondern auch, um moralische Überlegenheit zum Ausdruck zu bringen: Superiorität besteht in der Aufwertung des eigenen

---

6 Von Appen betont allerdings, dass diese postmodernen Einflüsse zu keinem allgemeinen Bedeutungsverlust von Authentizität geführt hätten, zumal der »postmoderne Paradigmenwechsel« lediglich einem engen Kreis von Intellektuellen vorbehalten ist, während für die Mehrheit der MusikrezipientInnen das Ideal authentischer Musikproduktion nach wie vor Gültigkeit besitzt (von Appen 2007: 127; siehe dazu auch Regev 1994: 87 und 98).

musikalischen Geschmacks vor dem Hintergrund der Diskreditierung jener Musik, der das Attribut »kommerziell« verliehen wird.

Die Befunde der hier vorgestellten empirischen Studie deuten allerdings darauf hin, dass Authentizitätskonzepte in der Popularkultur Brüche aufweisen und ihre einstige Stabilität einbüßen. Die zunehmende Ausdifferenzierung musikalischer Praktiken sowie die Verschiebung und Transformation traditioneller Grenzziehungen wie jener zwischen »authentischer« und »kommerzieller« Musik tragen zu einer zunehmenden Erosion des Bewertungskriteriums »Authentizität« bei. Dieser Bedeutungsverlust kommt vor dem Hintergrund neu entstehender Qualitätsdiskurse besonders deutlich zum Ausdruck. In zahlreichen der analysierten Diskussionen lässt sich ein auf Toleranz und Offenheit beruhender Geschmack beobachten,<sup>7</sup> der einige Prämissen, die dem Kriterium »Authentizität« zugrunde liegen, radikal in Frage stellt. Die Konzepte »Authentizität« und »Toleranz« repräsentieren zwei konkurrierende Auffassungen darüber, was den »aufgeklärten« – und damit »guten« und »richtigen« Geschmack in der Popularkultur ausmacht.

Kulturelle Offenheit bildet die Grundlage des »Querbeet-Geschmacks«, der sowohl durch die Vorliebe für mehrere unterschiedliche popularmusikalische Genres als auch durch die demonstrative Überschreitung der Grenze zwischen »authentischer« und »kommerzieller« Musik gekennzeichnet ist. Basierend auf der Diskreditierung jener MusikkonsumentInnen, die einen »festgefahrenen« Musikgeschmack haben, fungiert dieser Geschmack als (neues) Mittel zur Demonstration moralischer Überlegenheit. Die Emergenz der Toleranzrhetorik gilt es vor dem Hintergrund der schwindenden Bedeutung von Authentizitätszuschreibungen in der Popularkultur zu betrachten. Während moralische – und womöglich auch soziale<sup>8</sup> – Superiorität lange

---

7 Vieles spricht dafür, dass sich diese Form des toleranten Geschmacks in erster Linie bei RezipientInnen bildungsnaher Milieus findet. Die Analyse der Threads nach Bildungsgrad der UserInnen ergab eine Anhäufung von Toleranz-Plädoyers in studentischen und akademischen Foren, während dies in allgemeinen Plauderforen nicht der Fall war. Darüber hinaus geben sprachliche Versiertheit (Ausdrucksweise, Orthografie, Grammatik) sowie die überdurchschnittliche Länge der »Toleranz«-Postings Aufschluss über den möglicherweise tendenziell höheren Bildungsgrad der »Querbeet-HörerInnen«. Wenngleich diese Annahme aufgrund unzureichender Datenlage sehr vage bleibt, kann davon ausgegangen werden, dass Bildung einen Einfluss auf die Ausprägung eines toleranten Geschmacks hat.

8 Ungeklärt bleiben die sozialen Implikationen, die mit diesem Transformationsprozess insbesondere hinsichtlich sozialer Ungleichheit in der gegenwärtigen Gesellschaft verbunden sind. Die zentrale Frage lautet, ob die moralische Dimension musikalischer Vorlieben und Aversionen auch sozialen Charakter annimmt oder, in Anlehnung an Pierre Bourdieu, ob die hier beschriebenen sym-

Zeit ausschließlich durch die Vorliebe für eine als »authentisch« etikettierte Musik zum Ausdruck gebracht wurde, scheint seit geraumer Zeit ein auf dem Wert der Toleranz basierender Musikgeschmack diese Funktion womöglich (noch) effektiver zu erfüllen.

## Literaturverzeichnis

- v. Appen, Ralf (2007). *Der Wert der Musik. Zur Ästhetik des Populären* (= texte zur populären musik Bd. 4). Bielefeld: transcript.
- Bohnsack, Ralf (1999). *Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in Methodologie und Praxis qualitativer Forschung*. Opladen: Leske + Budrich.
- Böhm, Thomas (2000). »Give me some truth.« Vorläufige Überlegungen zur Konstruktion von Authentizität in der Musik.« In: *Populäre Musik im kulturwissenschaftlichen Diskurs*. Hg. v. Thomas Phleps u. Helmut Rösing. (= Beiträge zur Populärmusikforschung 25/26). Karben: Coda, S. 251-262.
- Bourdieu, Pierre (1987). *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Bryson, Bethany (1996). »Anything but Heavy Metal: Symbolic Exclusion and Musical Dislikes.« In: *American Sociological Review* 61, S. 884-899.
- Carrabine, Eamonn / Longhurst, Brian (1999). »Mosaics of Omnivorousness: Middle-Class Youth and Popular Culture.« In: *New Formations* 38, S. 125-140.
- Chan, Tak Wing / Goldthorpe, John H. (2007). »Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England.« In: *European Sociological Review* 23, S. 1-19.
- Coulangeon, Philippe / Lemel, Yannick (2007). »Is »Distinction« Really Outdated? Questioning the Meaning of the Omnivorization of Musical Taste in Contemporary France.« In: *Poetics* 35, S. 93-111.
- Emmison, Michael (2003). »Social Class and Cultural Mobility. Reconfiguring the Cultural Omnivore Thesis.« In: *Journal of Sociology* 39, S. 211-230.
- Frith, Simon (1981). »The Magic that Can Set You Free: The Ideology of Folk and the Myth of the Rock Community.« In: *Popular Music* 1, S. 159-168.
- Frith, Simon (1987). »Towards an Aesthetic of Popular Music.« In: *Music and Society. The Politics of Composition, Performance and Reception*. Hg. v. Richard Leppert u. Susan McClary. Cambridge: Cambridge University Press, S. 133-149.
- Frith, Simon (1996). *Performing Rites. On the Value of Popular Music*. Oxford: Oxford University Press.
- Gebesmair, Andreas (1998). »Musikgeschmack und Sozialstruktur. Zum Begriff »Omnivore« in der amerikanischen Kulturosoziologie der 90er Jahre.« In: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* 23, S. 5-22.
- Gebesmair, Andreas (2004). »Renditen der Grenzüberschreitung. Zur Relevanz der Bourdieuschen Kapitaltheorie für die Analyse sozialer Ungleichheiten.« In: *Soziale Welt* 55, S. 181-203.
- Grazian, David (2004). »The Symbolic Economy of Authenticity in the Chicago Blues Scene.« In: *Music Scenes*. Hg. v. Andy Bennett u. Richard A. Peterson. Nashville: Vanderbilt University Press, S. 31-47.

---

bolischen Abgrenzungen als Übersetzung des Klassenkampfes in die Sphäre der Kultur betrachtet werden können (vgl. Parzer 2009).



- Halnon, Karen B. (2005). »Alienation Incorporated: »F\*\*\* the Mainstream Music« in the Mainstream.« In: *Current Sociology* 53, S. 441-464.
- Illing, Frank (2006). *Kitsch, Kommerz und Kult. Soziologie des schlechten Geschmacks*. Konstanz: UVK.
- King, Storm A. (1996). »Researching Internet Communities: Proposed Ethical Guidelines for the Reporting of Results.« In: *The Information Society* Vol. 12, 119-128.
- Leach, Elizabeth Eva (2001). »Vicars of Wannabe: Authenticity and the Spice Girls.« In: *Popular Music* 20, S. 143-167.
- Meuser, Michael / Sackmann, Reinhold (Hg.) (1992). *Analyse sozialer Deutungsmuster*. Paffenweiler: Centaurus.
- Moore, Allan F. (2002). »Authenticity as Authentication.« In: *Popular Music* 21, S. 209-223.
- Müller-Schneider, Thomas (1994). *Schichten und Erlebnismilieus. Der Wandel der Milieustruktur in der Bundesrepublik Deutschland*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Neuhoff, Hans (2001). »Wandlungsprozesse elitärer und populärer Geschmackskultur? Die »Allesfresser-Hypothese« im Ländervergleich USA/Deutschland.« In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 53, S. 751-772.
- Otte, Gunnar (2008). »Lebensstil und Musikgeschmack.« In: *Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion. Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft*. Hg. v. Gerhard Gensch. Wiesbaden: Gabler, S. 25-56.
- Parzer, Michael (2008). *Musikgeschmack in der Popularkultur. Eine kultursoziologische Spurensuche in Online-Foren*. Dissertation Universität Wien (Publikation in Vorbereitung).
- Parzer, Michael (2009). »Über Geschmack lässt sich nicht (mehr) streiten? Musikalische Vorlieben und Aversionen in der Popularkultur der Gegenwart.« Erscheint in: *Unsichere Zeiten. 34. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie 6.–10. Oktober 2008*. Hg. v. der Deutschen Gesellschaft für Soziologie.
- Peterson, Richard A. (1992). »Understanding Audience Segmentation: From Elite and Mass to Omnivore and Univore.« In: *Poetics* 21, S. 243-258.
- Peterson, Richard A. (1997). *Creating Country Music. Fabricating Authenticity*. Chicago u.a.: University of Chicago Press.
- Peterson, Richard A. (2005). »Problems in Comparative Research: The Example of Omnivorousness.« In: *Poetics* 33, S. 257-282.
- Peterson, Richard A. / Simkus, Albert (1992). »How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups.« In: *Cultivating Differences. Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. Hg. v. Michèle Lamont u. Marcel Fournier. Chicago, London: The University of Chicago Press, S. 152-186.
- Peterson, Richard A. / Kern, Roger M. (1996). »Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore.« In: *American Sociological Review* 61, S. 900-907.
- Pickering, Michael (1986). »The Dogma of Authenticity in the Experience of Popular Music.« In: *The Art of Listening*. Hg. v. Graham McGregor u. Robert White, Robert. London u.a.: Croom Helm, S. 201-220.
- Regev, Motti (1994). »Producing Artistic Value: The Case of Rock Music.« In: *Sociological Quarterly* 35, S. 85-102.
- Schrum, Lynne (1995). »Framing the Debate: Ethical Research in the Information Age.« In: *Qualitative Inquiry* Vol. 1, S. 311-326.
- Schulze, Gerhard (1992). *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt/M. und New York: Campus.
- Sonnett, John (2004). »Musical Boundaries. Intersections of Form and Content.« In: *Poetics* 32, S. 247-264.

- Thornton, Sarah (1996). *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. Hanover, London: Wesleyan University Press.
- Trondman, Mats (1990). »Rock Tastes – on Rock as Symbolic Capital.« In: *Popular Music Research. An Anthology from Nordicom-Sweden*. Hg. v. Keith Roe u. Ulla Carlsson. Göteborg: University Department of Political Science, S. 71-85.
- Van Eijck, Koen (2001). »Social Differentiation in Musical Taste Patterns.« In: *Social Forces* 79, S. 1163-1184.