

Freie wissenschaftliche Arbeit
zur Erlangung des Grades einer
Diplom-Kulturwissenschaftlerin [Medien]
an der Fakultät Medien
der Bauhaus-Universität Weimar

Die Eroberung der Autonomie
Die kritische Phase des Feldes der Popmusik
Diplomarbeit

Betreuer
Prof. Matthias Maier
Dr. Karina Preiß

Eingereicht von
Svenja Paulsen

Berlin, den 27.02.2007

INHALTSVERZEICHNIS

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	III
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	IV
VORWORT Medienkultur Popmusik	1
1. METHODOLOGIE	3
1.1 Thesen	3
1.2 Fragestellungen	4
2. PIERRE BOURDIEU UND SEINE FELDTHEORIE	6
2.2 Reflexive Soziologie	6
2.2 Termini der Feldtheorie	8
2.2.1 Mit dem Positivismus brechen	8
2.2.2 Die Habitusstheorie als ein inneres Konzept	9
2.2.3 Felder	10
2.2.4 Kräftebeziehungen im Raum der sozialen Positionen	12
2.2.5 Das Konzept der Kapitalakkumulation	13
2.3 Das Feld der kulturellen Produktion	14
2.3.1 Die Subfelder - Autonomie versus Heteronomie	15
2.3.2 Die Homologie zwischen den Produktionsfeldern zum Macht-Feld	18
2.3.3 Die Vermittlung symbolischer Produktion	19
2.3.4 Die „alten“ und die „neuen“ Kulturvermittler	20
2.3.5 Das journalistische Feld - Kulturvermittlung im Zeitalter der Massenmedien	21
3. DAS FELD DER POPMUSIK	22
3.1 Eine kontroverse Diskussion über Popmusik ohne Dialog	22
3.1.1 Adorno über den Unterschied zur ernsten Musik und die Standardisierung	23
3.1.2 Der künstlerische Wert der Lyrik und der Interpretation in der Popmusik	25

3.1.3 Zwischen Kunst und Kommerz	28
3.1.4 Symbolische Produktion im Feld der Popmusik	31
3.2 Der Markt der Popmusik	32
3.2.1 Die Definition „Medium“	32
3.2.2 Medien- und Kulturproduktion	32
3.2.3 Die Tonträgerindustrie	34
3.2.4 Die Entstehung von kulturellem Kapital in der Musikproduktion	36
3.2.5 Die Positionierung der Labels im Feld der Popmusik	40
3.2.6 The New Professional Intermediaries	41
4. DIE DIGITALE REVOLUTION	43
4.1 MP3 und die digitale Revolution	43
4.2 Digitales Urheberrecht	46
4.3 Innovationen als ein Zeichen der Autonomisierung	46
4.4 Audioblogs	49
4.5 MP3 als Promotion-Werkzeug	51
4.6 Musikkonsum im digitalen Zeitalter	52
5. MUSIC COMMUNITY	53
5.1 Aus Subkultur wird „Big Business“	54
5.2 Fallbeispiel: MySpace	54
5.3 Fallbeispiel: Last.fm	56
5.4 Music, Community und Industry	57
5.5 Das Feld der Music Community im Feld des Internets	58
5.5.2 Das soziale Kapital als Multiplikatoreffekt	61
5.5.3 Kulturelle Kompetenzen	63
5.5.4 Orientierung im Feld der Music Community	64
6. FAZIT	65
ANHANG	V
BIBLIOGRAFIE	VII
LINKLISTE	XIV

BIBLIOGRAFIE

Quellenverzeichnis

Adorno, Theodor W. (1941): On Popular Music. In: Zeitschrift für Sozialforschung, Band 9, 1/1, 1941. S. 17-48

Adorno, Theodor W. (1972): Philosophie der neuen Musik. In: Tiedemann, Rolf [Hrsg.] (1990): Gesammelte Werke, Band 12, 2. Auflage. Frankfurt: Suhrkamp

Adorno, Theodor W. / Horkheimer, Max: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente, 1969. Frankfurt/M.: Fischer

Adorno, Theodor W.: Ästhetische Theorie. In: Tiedemann, Rolf [Hrsg.] (1990): Gesammelte Werke, Band 7, 5. Auflage. Frankfurt: Suhrkamp

Adorno, Theodor W.: Noten zur Literatur. In: Tiedemann, Rolf [Hrsg.] (1990): Gesammelte Werke, Band 11, 3. Auflage. Frankfurt: Suhrkamp

Adorno, Theodor W.: On Popular Music. In: Studies in Philosophy and Social Science, Band 9, No. 1, 1941, S. 17-48. Zitiert nach: Bourdieu, Pierre (1987a): Die feinen Unterschiede. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 602

Annerino, Matthew / Apelgren, Jill [u.a.] (2006): What's The Download Music Survival Guide. Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.whatsthe download.com/PDFs/Music-Survival-Guide.pdf> [Stand: 04.02.07]

Apple (2007): iTunes Store verkauft mehr als zwei Milliarden Songs. Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.apple.com/de/pr/pr-infos2007/januar/itunes.html>
[Stand: 26.02.07]

Baumgärtel, Knuth (2005): Popsong Economy. Institutionen und institutioneller Wandel des Musikmarktes. Dissertation an der Bauhaus-Universität Weimar / Fakultät Medien - Medienmanagement

Bourdieu, Pierre (1967): Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabyliischen Gesellschaft, Frankfurt/M.: Suhrkamp

Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Soziale Ungleichheiten - Soziale Welt, Sonderband 2, Göttingen: Schwartz. S. 183-194

Bourdieu, Pierre (1987a): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt/M.: Suhrkamp

Bourdieu, Pierre (1987b): Sozialer Sinn. Frankfurt/M.: Suhrkamp

Bourdieu, Pierre (1992): Rede und Antwort. Frankfurt/M.: Suhrkamp

Bourdieu, Pierre (1993): The field of cultural production. Essays on art and literature. Cambridge: Polity Press

Bourdieu, Pierre (1997): Die verborgenen Mechanismen der Macht. Hamburg: VSA

Bourdieu, Pierre (1998b): On Television and Journalism. London: Pluto

Bourdieu, Pierre (1998a): Über das Fernsehen. Frankfurt/M.: Suhrkamp

Bourdieu, Pierre (1999): Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Frankfurt/M.: Suhrkamp

Bourdieu, Pierre / Chamboredon Jean-Claude, Passeron, Jean-Claude (1991): Soziologie als Beruf. Berlin: de Gruyter

Bourdieu, Pierre / Wacquant, Loïc J.D. (1996): Reflexive Anthropologie. Frankfurt/M.: Suhrkamp

Brown, Ian: Implementing the European Union Copyright Directive. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.fipr.org/copyright/guide/> [Stand: 12.02.07]

Brown, Shona L. [u.a.] (2001): The Case for Online Communities. Elektronisch veröffentlicht unter: http://healthyplace.com/advertise/story_communities.asp [Stand: 26.02.07]

Champagne, Patrick: The "Double Dependency" - The Journalistic Field Between Politics and Markets. In: Rodney Benson (2005): Bourdieu And The Journalistic Field. Cambridge: Polity Press

Digital Millennium Copyright Act (1998). Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf> [Stand: 30.01.07]

dpa (2007): Täglich Tausende neue Mitglieder bei MySpace. In: Netzeitung.
 Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.netzeitung.de/internet/488507.html> [Stand: 26.02.07]

Duden: Das Fremdwörterbuch, 7. Auflage. Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG, 2001

Engell, Lorenz / Vogl, Joseph: Vorwort. In: Pias, Claus [Hrsg.] (2000): Kursbuch Medienkultur: Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: DVA. S. 8-11

Ermert, Monika (2007): Indie-Labels kooperieren mit MySpace. In: Heise.
 Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.heise.de/newsticker/result.xhtml?url=/newsticker/meldung/84012&words=iPod>

Hornig, Frank (2007): „We have replaced MTV“. Interview with the Co-Founders of MySpace. In: Spiegel Online International. Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.spiegel.de/international/spiegel/0,1518,459685,00.html>
 [Stand: 06.02.07]

Faulstich, Werner: Was ist Medienkultur? Antworten auf eine alte Frage.
 In: Medium, 12. Jg. (1982), H. 5, S. 3-6

Faulstich, Werner (2000): Medienkulturen. München: Wilhelm Fink

Fraunhofer Institut: MP3: MPEG Audio. Layer 3. Elektronisch veröffentlicht unter
<http://www.iis.fraunhofer.de/fhg/iis/bf/amm/projects/mp3/index.jsp> [Stand: 26.02.07]

Friedrichsen, Mike (2004): Die Zukunft der Musikindustrie. Alternatives Medienmanagement für das mp3-Zeitalter. München: R. Fischer

Gegenhuber, Thomas / Bräu, Stefan [Hrsg.] (2007): Interview mit Udo Raaf über Freiheit der Kunst durch freie Werke? Kunst und Kultur im Zeitalter digitaler Remixes, S 215, 232-337. In: Freie Netze. Freies Wissen. Elektronisch veröffentlicht unter: [http://www.freienetze.at/pdfs/fnfw\(komplett\).pdf](http://www.freienetze.at/pdfs/fnfw(komplett).pdf) [Stand: 26.02.07]

Gehring, Robert A. (2006): DMCA-Bilanz: Sieben dunkle Jahre. In: iRights. Elektronisch veröffentlicht unter: [http://irights.de/index.php?id=81&encryptionKey=b73dfe25b4b8714c029b37a6ad3006fa051ba34272832ba4adf5a7272c5269083282fcfc71722d3baa7d2a2cb0952ed1&tx_ttnews\[tt_news\]=162&cHash=9e3ab7c602](http://irights.de/index.php?id=81&encryptionKey=b73dfe25b4b8714c029b37a6ad3006fa051ba34272832ba4adf5a7272c5269083282fcfc71722d3baa7d2a2cb0952ed1&tx_ttnews[tt_news]=162&cHash=9e3ab7c602) [Stand: 20.01.07]

Gordon, Steve (2005): The future of the music business. How to succeed with the new digital technologies - a guide for artists and entrepreneurs. San Francisco, Calif.: Backbeat Books

Hall, Stuart (1974/1993): Encoding/Decoding. In: Gray, A. / Mc Guigan, J. [Hrsg.]: Studying Culture. An Introductory Reader. London, S. 28-34.

Haring, Bruce (2002): MP3 - Die digitale Revolution in der Musikindustrie. Freiburg: Orange Press

Hesmondhalgh, David (2006): Bourdieu, Media and Cultural Production. In: Media, Culture & Society, Vol. 28(2), 2006. Sage Publications, S. 211-231

IFPI (2007): Digital Music Report 2007. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.ifpi.org/content/library/digital-music-report-2007.pdf> [Stand: 26.02.07]

Kiefer, Marie L. (2001): Medienökonomik. Einführung in eine neue ökonomische Theorie der Medien. München: Oldenbourg

Kuhlen, Rainer (2001): Napsterisierung und Venterisierung - Bausteine zu einer politischen Ökonomie des Wissens, S. 4. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.inf.uni-konstanz.de/Veranstaltungen/ring/231001.pdf> [Stand: 30.01.07]

Kulle, Jürgen (1999): Ökonomie der Musikindustrie. Eine Analyse der körperlichen und unkörperlichen Musikverwertung mithilfe von Tonträgern und Netzen. Frankfurt/M. [u.a.]: Lang

Layton, Julia: How MySpace Works. In: How Stuff Works. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://computer.howstuffworks.com/myspace2.htm> [Stand: 07.02.07]

Malaby, Thomas (2006): Parlaying Value. Capital in and Beyond Virtual Worlds. In: Games and Culture, Vol. 1, No. 2, 2006. Sage Publications, S. 141-162

MySpace Deutschland (2007)
<http://www.myspace.com/Modules/Common/Pages/AboutUs.aspx>
[Stand: 06.02.07]

Negus, Keith (1996): Popular Music In Theory. An Introduction. Cambridge: Polity Press

o. V. (2007): Warum kann man die MP3s nicht direkt herunterladen? In: Tonspion. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.tonspion.de/info.php?id=89&stil=mp3info> [Stand: 04.02.07]

o.V. (2004): Emusic wagt Neuschrift. In: Tonspion. Elektronische veröffentlicht unter: <http://www.tonspion.de/info.php?id=852&stil=news> [Stand: 31.01.07]

o.V. (2006): Myspace bietet jungen Bands Verkaufsplattform. In: Financial Times. Elektronisch veröffentlicht unter: http://www.ftd.de/technik/medien_internet/110466.html [Stand: 26.02.07]

o.V. (2007): Future of Music Book. Weblog in Anlehnung an: Kusek, Dave / Leonhard, Gerd (2005): The Future of Music Revolution. Berklee Press. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.futureofmusicbook.com> [Stand: 26.02.07]

Parmentier, Michael (1988): Ästhetische Bildung zwischen Avantgardekunst und Massenkultur. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www2.hu-berlin.de/museumspaedagogik/forschung/parmentier/avantgarde.html>
[Stand: 14.01.2007]

Patalong, Frank (2006): Myspace - Was heißt im Netz schon Treue? In: Spiegel Online - Netzwelt. Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,445466,00.html> [Stand: 12.02.07]

Patalong, Frank (2006): Von Friendster bis YouTube - Die Blase 2.0. In: Spiegel Online - Netzwelt. Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,445458,00.html>

Reuters (2007): Digitale Offensive - Warner Music kooperiert mit Last.fm. In: Spiegel Online. Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,464881,00.html>
[Stand: 19.02.07]

Röttgers, Janko (2003): Mix, Burn & R.I.P. Das Ende der Musikindustrie, Hannover: Heinz Heine

Schwingel, Markus (1995): Bourdieu zur Einführung. Hamburg: Junius

Scott, James K. / Johnson, Thomas G. (2005): Bowling alone but online together. In: Journal of the Community Development Society, Vol. 36, No. 1, 2005. S. 1-18

Sony BMG (2006): Im Interview mit Matthias Lumm zum Thema allmybands.de Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.sonybmg.de/company.php?id=21&infoid=9&newsid=2063>
[Stand: 26.02.07]

Dax, Patrick (2007): Last.fm zündet die nächste Stufe. Interview mit Stickel, Martin. In: Futurezone ORF Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://futurezone.orf.at/it/stories/146824> [Stand: 26.02.07]

Thornton, Sarah (1996): Club Cultures. Music, Media And Subcultural Capital.
Cambridge: Polity Press

Tschmuck, Peter (2003): Kreativität und Innovation in der Musikindustrie.
Innsbruck: Studien Verlag

Unverzagt, Alexander [Hrsg.]: Wörterbuch der Musikwirtschaft. Tausend
Fachbegriffe aus Musik, Wirtschaft & Recht, 2006. München: Musikmarkt-Verlag

UrhG 53 Abs. 1, Satz 1: Zulässig sind einzelne Vervielfältigungen eines Werkes durch eine natürliche Person zum privaten Gebrauch auf beliebigen Trägern, sofern sie weder unmittelbar noch mittelbar Erwerbszwecken dienen, soweit nicht nur Vervielfältigung eine offensichtlich rechtswidrig hergestellte Vorlage verwendet wird. [Vom 9. September 1965 (BGBl. I S. 1273, zuletzt geändert durch Gesetz zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft vom 10.09.2003, BGBl. I S. 1774)]
Elektronisch veröffentlicht unter: http://www.gema.de/cgi-bin/mediadownload?dir=/de/jahrbuch06;file=gema_jb_05-06_d1_urhg.pdf
[Stand: 26.02.07]

Vester, Heinz-Günter(1998): Kollektive Identitäten und Mentalitäten - von der Völkerpsychologie zur kulturvergleichenden Soziologie und interkulturellen Kommunikation, Frankfurt/M.: Iko

WMG (2007): Warner Music Group and Last.fm Strike Wide-Ranging Content Agreement. In: Yahoo! Finance. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://biz.yahoo.com/iw/070206/0212079.html> [Stand: 26.02.07]

LINKLISTE

Music Communities

- MySpace <http://www.myspace.com>
- Last.fm. <http://www.last.fm>
- Pure Volume www.purevolume.com

Audioblogs und musikbasierte Webseiten

- Allmybands. <http://www.allmybands.de/missionen/mehr>
- Pandora <http://www.pandora.com>
- Pitchfork Media <http://www.pitchforkmedia.com>

Blog-Anbieter

- Wordpress <http://wordpress.com>
- Blogg <http://blogg.de>

Online Magazine

- Financial Times <http://www.ftd.de>
- Future Zone <http://futurezone.orf.at>
- Heise <http://www.heise.de>
- iRights <http://irights.de>
- Netzeitung <http://www.netzeitung.de>
- Spiegel Online- Netzwelt <http://www.spiegel.de/netzwelt>
- Tonspion MP3-Magazin <http://www.tonspion.de>