

Die 1000 besten Songs aller Zeiten

Musikbestenlisten als Ausdruck und kulturelle Medien gesellschaftlichen Wandels

Oliver Berli und Michael Parzer

Beitrag zur Veranstaltung »Kulturelle Medien gesellschaftlicher Transformation« der Sektion Kultursoziologie

Einleitung

Was ist der beste Song aller Zeiten? Diese unscheinbare Frage erweist sich bei genauerem Nachdenken als schwierig, da sie viele Antworten provoziert. Wirft man einen Blick in die deutschen Musikcharts, scheint die Sache schnell klar zu sein. Hier stechen DJ Ötzi und Nik P. mit ihrem Hit „Ein Stern, der Deinen Namen trägt“ heraus. Es handelt sich dabei um den bislang kommerziell erfolgreichsten Popsong in Deutschland: Er war zwischen 2007 und 2012 insgesamt 108 Wochen in den deutschen Charts, davon 43 Wochen in den Top 10 und 11 Wochen Nr. 1 (Chartsurfer o.J.). Diese Antwort ist jedoch von der Gleichsetzung von kommerziellem Erfolg und Qualität abhängig. Andere Perspektiven – beispielsweise die professionelle Musikkritik – liefern andere Antworten. Anlässlich der 700. Ausgabe des renommierten Musikmagazins „Musikexpress“ im April 2014 wurden die besten 700 Songs aller Zeiten gekürt. Dazu wurde eine mehr als 200-köpfige Jury aus Expert_innen herangezogen. Neben Musikjournalist_innen auch Autor_innen, Labelbetreiber_innen und Musiker_innen wie zum Beispiel Judith Holofernes („Wir sind Helden“) und Joan Wasser („Joan As Police Woman“). In dieser Musikbestenliste fällt Platz 1 einem deutlich anderen Song zu: „Love will tear us apart“, 1980 von Joy Division veröffentlicht, ist in dieser Liste die Nummer 1.¹ Mit diesen beiden Beispielen wird bereits deutlich, wie unterschiedlich Musikbestenlisten ausfallen können. Vorläufig lassen sich auf Basis der eben genannten Beispiele zwei Formen dieser Listen unterscheiden: Für die sogenannten „Bestseller-Listen“, also Charts und Hitparaden, ist primär der kommerzielle Erfolg eines Musikstücks relevant. Davon zu unterscheiden sind Musikbestenlisten, die von Expert_innen und/oder von Konsument_innen erstellt werden. Entscheidend ist nicht primär der kommerzielle Erfolg, vielmehr werden ästhetische bzw.

¹ In der Onlineversion heißt es zum Auftakt „Die Beatles haben es nicht auf Platz 1 geschafft!“ Man scheint stolz zu sein, dass sich die Musikexpress-Liste von anderen „Best-Of“-Listen unterscheidet, indem nicht (wie erwartet) ein Beatles-Song das Rennen macht, sondern „Love will tear us apart“ von Joy Division (Musikexpress o.J.).

kunstoffdimmanente Kriterien herangezogen. Ganz allgemein verstehen wir unter Musikbestenlisten Listen, die von bestimmten Akteur_innen bzw. Institutionen nach (mehr oder weniger) expliziten Kriterien erstellt werden mit dem Ziel, musikalische Werke in Relation zu anderen zu setzen und in kompakter Form zu visualisieren. Dies geschieht in der Regel für einen bestimmten Zeitraum und oft auch für einen bestimmten nationalen Raum. Gegenstand des Vergleichs können der kommerzielle Erfolg, die Wirkung und/oder die Qualität von musikalischen Werken sein.

Unsere Überlegungen nehmen die unterschiedlichen Formen von Musikbestenlisten zum Ausgangspunkt, um ihren potenziellen Nutzen für soziologische Empirie und Theorie zu erkunden. Konkret wollen wir in unserem Beitrag nach ihrem Verhältnis zu gesellschaftlichen Transformationsprozessen fragen. Dafür werden wir zunächst exemplarisch Studien vorstellen, in der Musikbestenlisten als Ausdruck von gesellschaftlichen Veränderungen interpretiert werden. In einem zweiten Schritt drehen wir die Perspektive um und fragen danach, inwiefern Musikbestenlisten selbst Einfluss auf gesellschaftliche Prozesse nehmen, oder anders formuliert: als kulturelle Medien gesellschaftlichen Wandels fungieren. Ein Baustein für eine mögliche Antwort liefert der Production-of-Culture-Ansatz, mit dem Charts hinsichtlich ihrer performativen Effekte diskutiert werden können; aber auch musiksoziologische Analysen der Kanonisierung populärer Musik geben darüber Aufschluss. Daran anschließend möchten wir in einem weiteren Schritt die in den letzten Jahren etablierte „Soziologie der Bewertung“ befragen, inwiefern diese einen Beitrag zur Analyse von Musikbestenlisten leisten kann. Daraus resultiert schließlich eine vorläufige Forschungsagenda, mit der wir den Beitrag beschließen möchten.

Musikbestenlisten als Ausdruck gesellschaftlicher Transformationen

Historisch reicht die soziologische Untersuchung von Musikbestenlisten als Ausdruck gesellschaftlicher Transformation in die 1960er Jahre zurück. Maßgebliche Impulse dafür lieferte Theodor W. Adorno, der in seiner 1962 erschienenen „Einleitung in die Musiksoziologie“ nach den musikimmanenten ebenso wie den gesellschaftlichen Bedingungen für kommerziellen Erfolg sogenannter „leichter Musik“ fragte. Über die „Institutionen der hit parades und Schlagerbörsen“, wie er das nennt, schreibt Adorno: „Die zu best sellers auserkorenen Schlager werden in die Hörer wie mit Eisenhämmern so lange hineingerammt, bis sie sie wiedererkennen müssen und, wie die kompositorischen Reklamepsychologen richtig sich ausrechnen, darum lieben“ (Adorno 1975, S.50).

Kulturkritische Schlageranalysen

Inspiziert durch Adornos kulturpessimistische Perspektive auf populäre Musik entstanden bis in die 1980er Jahre eine ganze Reihe von Schlageranalysen, die in der Auswahl der zu analysierenden Stücke auf die jeweils aktuellen Hitparaden zurückgreifen (exemplarisch Sønstevold, Blaukopf 1968; del Grosso Destreri 1972; Fritsch 1980). Betrieben wurde darin in unterschiedlicher Meisterschaft das, was Adorno als „soziologische Dechiffrierung“ bezeichnet hat, also die Analyse des gesellschaftlichen Gehalts in der Musik selbst: Analysiert wurden die Topplatzierungen der Hitparade in Hinblick auf ihren musikalischen und oft auch textlichen Gehalt, übrigens mit dem fast immer gleichen Ergebnis: nämlich dass diese Musik ästhetisch wertlos sei und in gesellschaftlicher Hinsicht hochproblematisch – sei sie doch Indikator für besorgniserregende gesellschaftliche Entwicklungen. Sie sei „musikalischer Ausdruck einer atomisierten und entpersönlichten Gesellschaft“ (del Grosso Destreri 1972, S.39) und Resultat voranschreitender kulturindustrieller Vermarktung. Die zugrundliegende Idee vieler dieser Analysen liegt in der Vorstellung, dass sich in der Musik (selbst) die Gesellschaft widerspiegeln. Die zuneh-

mende Omnipräsenz populärer Musik sowie ihre voranschreitende Vermarktung rief viele musiksoziologisch und musikpädagogisch orientierte Forschende auf den Plan, dieses Überschwappen kommerzieller Musik zum Gegenstand der Forschung, vor allem aber zum Gegenstand der Kritik zu machen. In empirischer Hinsicht bleiben diese Studien freilich unzureichend, zum einen, weil die jeweiligen Forschungsdesigns nicht dazu geeignet sind, Adornos Fragestellung gerecht zu werden. Zum anderen sind es zumeist statische Ist-Zustand-Analysen, die nicht wirklich eine Aussage über Transformationsprozesse zulassen.

Musikbestenlisten als Indikatoren gesellschaftlicher Transformationen

Neben diesen kulturkritischen Studien lassen sich Untersuchungen jüngerer Datums heranziehen, die versuchen, anhand von Charts bzw. ihrer Zusammensetzung im Zeitverlauf – direkt oder auch indirekt – Fragestellungen zu gesellschaftlichem Wandel nachzugehen. Wir möchten zwei Themenfelder exemplarisch herausgreifen: (1) Globalisierung und (2) Wandel/Persistenz von sozialer Ungleichheit.

Die Forschung zu Globalisierungsprozessen am Beispiel von Musik ist mittlerweile recht umfangreich. Theoretischer Hintergrund ist dabei der in der Globalisierungsforschung geführte Diskurs, wonach zwischen kulturellem Imperialismus, Glokalisierungsprozessen und Multikulturalisierungsprozessen (diversity) unterschieden wird. Zugespitzt wird danach gefragt, in welche Richtung sich kulturelle Differenzen am Beispiel von Musik im Zuge von Globalisierungsprozessen entwickeln. Typische Studien in diesem Forschungsstrang weisen eine Reihe von Gemeinsamkeiten auf (beispielsweise Gebesmair 2008; Achterberg et al. 2011; Verboord, Brandellero 2018): (1) Sie verwenden nationale Hitparaden als Datenmaterial, (2) sie stellen einen Ländervergleich an, und (3) sie legen besonderes Augenmerk auf den Wandel im Zeitverlauf, indem sie die Entwicklung im Verlauf mehrerer Jahrzehnte beobachten. Als Indikatoren für die untersuchten Entwicklungen kommen beispielsweise die Anzahl der unterschiedlichen Titel und Künstler_innen (Gebesmair 2008), die Nationalität der Musiker_innen (Verboord, Brandellero 2018) oder die Sprache, in der gesungen wird (Achterberg et al. 2011), in Frage. Unterschiede zeigen sich in den Ergebnissen, was den unterschiedlichen methodischen Designs und vor allem den unterschiedlichen Operationalisierungen geschuldet ist. Für uns ist interessant, dass hier die Änderungen der Zusammensetzung von Charts und Hitparaden im Zeitverlauf als Indikator zur Messung von gesellschaftlichen Transformationsprozessen verwendet wird.

Ein weiteres Beispiel für die Untersuchung von Musikbestenlisten als Ausdruck gesellschaftlichen Wandels bieten Studien, die der Frage nachgehen, inwiefern sich in Musikbestenlisten auch Ungleichheitsrelationen widerspiegeln. Den Ergebnissen zufolge geht es dabei weniger um das Aufzeigen von gesellschaftlichem Wandel, sondern um den Nachweis einer hartnäckigen Persistenz von sozialer Ungleichheit insbesondere entlang geschlechtsspezifischer (Lafrance et al. 2011) und ethnischer Kriterien (Lafrance et al. 2018; Laybourn 2018). Exemplarisch herausheben ließe sich die Studie von Lafrance et al. (2011), in der die Top 40 Billboard Single Charts und die Billboard Top 40 Airplay Charts im Zeitraum von 1997–2007 untersucht wurden. Es zeigt sich, dass in diesem Zeitraum wesentlich mehr Musiker als Musikerinnen vertreten waren und auch die Songs von Musikern insgesamt höher platziert waren als die von Musikerinnen. Im Verbund mit ähnlichen Studien (beispielsweise Lafrance et al. 2018) spricht vieles dafür, dass sich die Persistenz von geschlechtsspezifischen Unterschieden auch in Charts und kanonischen Musikbestenlisten (zum Beispiel Schmutz, Faupel 2010) zeigt.

Musikbestenlisten als kulturelle Medien

Musikbestenlisten können nicht nur als Ausdruck gesellschaftlicher Transformationen im Feld (populärer) Musik gelesen werden, sondern wirken auf unterschiedliche Weise auch auf das Feld kommerzieller Musik wie auch benachbarte Felder zurück.² Vor dem Hintergrund vorliegender empirischer Studien möchten wir hier primär auf zwei Beispiele eingehen: (1) Bestseller-Listen und Marktformierung sowie (2) kanonische Bestenlisten und Kanonformierung.

Bestseller-Listen und Marktformierung

Musikbestenlisten in Gestalt von Charts können als kulturelle Medien verstanden werden, insofern sie Märkte nicht neutral abbilden, sondern an deren Formierung mitwirken. So definieren beispielsweise Anand und Peterson (2000) Bestsellerlisten als „Marktinformationsregime“. Dieses spezifische Informationsregime entsteht in den USA im Zuge der Entwicklung des Feldes für kommerzielle Musik. Wie in Europa wird dieser Markt zunächst primär durch Konzerte und den Verkauf von Musiknoten bestimmt. Entsprechend sind die relevanten Akteure in diesem Feld Verlage für Musiknoten, tourende Musikkapellen etc. In den kommenden Jahrzehnten bis hin zur Mitte des darauffolgenden Jahrhunderts kommt es im Zuge der kommerziellen Nutzung neuer technologischer Entwicklungen zu einer Reorganisation des Feldes: Musikaufnahmen werden zur primären Einnahmequelle. Anand und Peterson zufolge (2000, S.272) wird Musik nun als Musikaufzeichnung über das Radio, Jukeboxen, in Filmen und als käufliche Tonträger verbreitet. Interessanterweise orientieren sich die Liveauftritte, auch im Fernsehen, nun stark an den aufgezeichneten Versionen. Diese Verschiebungen machen aus Produktionsperspektive Informationen über den Markt für kommerzielle Musik wichtiger als zuvor. Hier sind Bestenlisten von besonderer Bedeutung.

Mit Blick auf die USA sind die Billboard-Charts von besonderer Relevanz. Bei ihnen handelt es sich um wöchentlich veröffentlichte Bestseller-Listen. Eine erste Hitparade veröffentlichte das 1894 gegründete Billboard-Magazine in den 1930er Jahren. Aus dieser Hitparade wurden nach und nach sowohl die berühmten Hot 100 Charts als auch viele andere Bestseller-Listen unter dem Dach des Billboard Magazine entwickelt. Zur Jahrhundertwende hatte die Reichweite des Magazins deutlich zugenommen, sodass es in den Großstädten an normalen Zeitungsständen verfügbar war (Anand, Peterson 2000, S.273). Als Marktinformationsregime stellen die Billboard Charts für die Markakteure relevante Informationen zur Verfügung, die dazu dienen können, die inhärente Unsicherheit wirtschaftlichen Handels einzuhegen. Im Hinblick auf die Formierung des Marktes haben das Billboard-Magazin und seine Charts in dreierlei Hinsicht Einfluss genommen (vgl. Anand, Peterson 2000, S.273): Erstens bestimmten sie Grenzen des Feldes über die Entscheidungen, welche Formate und Inhalte abgebildet werden. Zweitens waren die Billboard Charts maßgeblich für die Etablierung einer quantifizierenden Bewertungslogik, die es zulässt, Veränderungen im Zeitverlauf abzubilden. Die Billboard-Charts fungieren den Verantwortlichen in der Musikindustrie als (1) Indikator für gegenwärtige Marktbewegungen, (2) Erklärungsressource für vergangene und (3) Prognoseelement für zukünftige Erfolge. Dabei war, drittens, der Versuch enorm wichtig, eine bestimmte Form von Objektivität und politischer Neutralität darzustellen, wie Anand und Peterson betonen. Das Besondere an den Billboard Charts war die

² Es gibt eine Reihe von Beispielen, die sich herausgreifen ließen. Bestseller-Listen beeinflussen auch den Produktionsprozess von Musiker_innen. Ein schönes Beispiel dafür sind die zahlreichen Anleitungen und Ratgeber „How to write a Hit Song“, die sich an den top-platzierten Charts-Songs orientieren.

sukzessive Verfeinerung der Methoden der Charterstellung. Zur Inszenierungsstrategie gehörte es statistisch verlässlich erscheinende Daten zu präsentieren, die quasi-universitären Standards gehorchten (vgl. Anand, Peterson 2000, S.274).³ Zu den Veränderungen über die Jahrzehnte gehören die Einführung neuer Bestenlisten, zum einen in Bezug auf neue Formate (beispielsweise Album-Charts) und zum anderen mit Blick auf unzählige Genres (Diversifizierung von Bestenlisten).⁴

Musikbestenlisten und Kanonformierung

In der Einleitung haben wir zwei Antworten auf die Frage nach dem besten Song aller Zeit gegeben. Während die erste Chart-basiert war, resultierte die zweite Antwort auf dem Format der kanonischen Musikbestenliste. Die Beispiele für solche Listen sind mannigfaltig, zu denken ist an „700 besten Songs aller Zeiten“ (Musikexpress) oder die „500 besten Alben aller Zeiten“ (Rolling Stone). Ein Blick auf die Platzierungen in diesen Listen zeigt eine große Kohärenz, die mit der Zeit zugenommen hat. So zeigen von Appen und Doehring (2006) in einer Metaanalyse von 38 Musikbestenlisten auf, dass von den theoretisch möglichen 950 Alben lediglich 273 genannt werden. Insbesondere die hoch positionierten Alben finden sich in vielen Listen auf ähnlichen Platzierungen wieder (von Appen, Doehring 2006, S.22). Weiterhin fällt auf, dass die dreißig bestplatzierten Alben in Bezug auf die Sprache (Englisch), die Herkunft der Musiker_innen (überwiegend weiße, männliche Musiker aus USA oder GB) wie auch musikalische Merkmale (beispielsweise die Songlänge) relativ homogen sind (vgl. von Appen, Doehring 2006, S.22). Kultursoziologisch betrachtet analysieren diese und verwandte Untersuchungen (beispielsweise Schmutz 2005; Schmutz, Faupel 2010) die Genese eines popkulturellen Kanons. Musikbestenlisten, und insbesondere jene vor allem in Musikmagazinen veröffentlichten „Die-besten-x-Songs/Alben-aller-Zeiten“-Bestenlisten tragen entscheidend zur Kanonisierung im Feld der populären Musik bei. Es fällt auf, dass es vor allem die Musik der 1960er und 1970er Jahre ist, die in den Genuss eines „Klassikerstatus“ kommt (vgl. von Appen, Doehring 2006). Hierfür spricht auch, dass die retrospektive Bewertung von Alben, die bereits den Test der Zeit überstanden haben, auf andere Qualitätskriterien zurückgreift als die Bewertung aktueller Erscheinungen (vgl. von Appen, Doehring 2006, S.32).⁵ Sowohl die Untersuchung von Charts als performative Marktinformationsregime als auch die Untersuchung von kanonbildenden Musikbestenlisten spricht dafür, Bestenlisten nicht unhinterfragt als Indikatoren für gesellschaftliche Strukturen und Transformationen zu verstehen.

Musikbestenlisten aus der Perspektive der Soziologie der Bewertung

In Auseinandersetzung mit theoretischen wie empirischen Studien zu Wertigkeitsphänomenen lassen sich die bisherigen Ausführungen sinnvoll ergänzen und einordnen. So ist zeitdiagnostisch ver-

³ Die Geschichte der Billboard-Charts ist nicht ohne Skandale und Krisen geblieben; den Siegeszug von Charts im Feld der Musik und anderen gesellschaftlichen Bereichen hat dies nicht aufgehalten. Im Gegenteil ließe sich die Hypothese wagen, dass die wiederkehrenden Manipulationsversuche auf die Relevanz der Charts hinweisen.

⁴ Die Geschichte der Billboard-Charts zeigt die voranschreitende Klassifizierung und Einteilung in Subgenres; die Erweiterung um unzählige Genre-Hitlisten; und auch das wirkt freilich auf Musiker_innen, die Produktion und Vermarktung von Musik zurück.

⁵ Auffällig sind dabei unter anderem die Übernahme und Etablierung von Bewertungskriterien, die lange Zeit ausschließlich hochkulturellen Ausdrucksformen vorbehalten waren. Dadurch kommt es zu einem Legitimitätszuwachs (bestimmter) populärer Musik. Jonathan Kropf argumentiert, dass diese Aufwertung Mustern folge, „die eine anhaltende Bindung an den Kunstdiskurs, mit der Betonung von Innovation und Originalität, die Idee des schöpferischen Genies oder der Bevorzugung von ‚Ernsthaftigkeit‘ und Distanziertheit, nahelegt“ (Kropf 2016, S.171).

schiedentlich darauf hingewiesen worden, dass Bestenlisten in den letzten Jahrzehnten deutlich an Bedeutung gewonnen haben. Laut Bettina Heintz sind sie „Ordnungsformate, die nicht nur vergleichen, sondern gleichzeitig auch bewerten und die Bewertung in eine Rangskala überführen, über die sich Leistungs- und Qualitätsdifferenzen auf einen Blick erfassen lassen. Man muss nur die Sterne zählen oder die Rangziffern vergleichen und weiß sofort, was man von der Sache zu halten hat“ (Heintz 2018, S.45). Bestenlisten sind nicht nur im Feld der Musik außerordentlich erfolgreich, sondern in nahezu allen gesellschaftlichen Sphären. Dabei sind sie keineswegs neutrale Darstellungsformen, sondern haben einen deutlichen Appellcharakter, es geht um Erfolg (vgl. Heintz 2018, S.45). Die beiden bislang vorgestellten Formate, Charts und kanonische Bestenliste, zeichnen sich als Ordnungsformate durch ihre mannigfaltige Verwendbarkeit, das heißt ihre „Mobilität“ aus, deswegen ist vieles von dem, was wir über Musikbestenlisten sagen können, auch an Bestenlisten in anderen Feldern untersuchbar.

Wir möchten dafür plädieren, Musikbestenlisten grundsätzlich in doppelter Perspektive als Beurteilungs- und Konsekrationsinstanzen zu verstehen. Dieser Doppelcharakter von Musikbestenlisten liegt zum einen darin begründet, dass Musik in die Kategorie der „singulären Güter“ fällt, wie sie in der neueren Markt- und Wirtschaftssoziologie diskutiert werden (Beckert, Aspers 2010; Karpik 2011; Beckert, Musselin 2013). Kennzeichnend für singuläre Güter ist die fundamentale Unsicherheit ihrer Qualität. Mit anderen Worten lässt sich deren Qualität erst im Zuge oder nach Vollendung des Konsums beurteilen. Diese grundsätzliche Qualitätsunsicherheit kann durch verschiedene Mechanismen abgeschwächt werden. Die vorgestellten Formen von Musikbestenlisten gehören hierzu. Es bietet es sich an, diese – Lucien Karpik folgend – als Beurteilungsinstanzen (judgment devices) zu konzipieren. Zum anderen lassen sich Charts und kanonische Bestenlisten als Instanzen der Konsekration verstehen. Gemeinsam haben diese Instanzen, dass sie kulturelle Objekte und deren Autor_innen gegenüber anderen symbolisch auszeichnen. Die symbolische Weihung von einzelnen kulturellen Objekten sowie deren Erzeuger_innen lässt sich als Reproduktion der feldimmanenten Relationen analysieren. Wenn dem so ist, dann lässt sich mittels der Analyse von Konsekrationsprozessen auf die Regeln und Relationen schließen, die im untersuchten Feld herrschen (vgl. Bourdieu 1966, S.95). Musikbestenlisten zeichnen sich durch beides aus, sie schwächen einerseits die Unsicherheit hinsichtlich der Qualitäten von Musik ab und zeichnen andererseits die ausgezeichneten Songs, Alben oder Interpret_innen gegenüber anderen aus. Hinsichtlich der Kriterien zur Beurteilung singulärer Güter geht die Soziologie der Bewertung wie auch die Marktsoziologie grundsätzlich von einer Pluralität zum Teil konkurrierender Repertoires aus. Bezogen auf Musikbestenlisten bedeutet dies, dass die Kritiker_innen sich an einer Vielzahl von Kriterien orientieren können, wobei eine grundsätzliche Spannung zwischen kunstfeldimmanenten und publikumsnahen Kriterien bestehen dürfte (im Hinblick auf Literaturpreise: Karpik 2011, S.204). Wie konkurrierende Kriterien zueinander in Beziehung gesetzt, Vergleichbarkeit hergestellt und Kompromisse ausgehandelt werden, sind in dieser Perspektive lohnenswerte Fragen. Weiterhin lassen sich Musikbestenlisten hinsichtlich ihrer Herstellung, der Listenmerkmale, der verwendeten Kriterien bzw. zugrundeliegenden Qualitätskonstrukte, der Erzeugung von Legitimität sowie den anvisierten Zielgruppen befragen. Hinsichtlich der in unserem Beitrag verwendeten Beispiele haben wir vorläufige Antworten auf diese Fragen versucht. Das vorläufige Ergebnis dieses Vergleichs ist in der anschließenden Tabelle zusammengefasst:

	Formen und Eigenschaften
<i>Herstellung</i>	Publikumsbeobachtung (Zunehmende Automatisierung der Erstellung) Publikumsbeteiligung (Voting) Expert_innenregime
<i>Merkmale der Listen (vgl. Heintz 2018)</i>	Reihung von Entitäten (setzt Vergleich voraus) vs. alphabetische Ordnung Quantifizierung vs. Qualifizierung Sichtbarmachung Publikation Zahl der Plätze ist begrenzt Veränderung der Platzierung wird dokumentiert vs. Veränderung der Platzierung nicht möglich
<i>Qualitätskonstrukte</i>	Popularität, das heißt kommerzieller Erfolg Ästhetische und künstlerische Qualitäten (insbes. auch Authentizität und Anti-Kommerz)
<i>Legitimität mittels...</i>	Verfahren Expert_innen
<i>Zielgruppen</i>	Distribution und Handel Konsumierende
<i>Weitere Beispiele</i>	Spiegelbestseller-Liste Rolling Stone „Die besten Alben aller Zeiten“

In jeder Zeile der Tabelle finden sich eine Dimension und deren typische Ausprägungen. So basieren die uns bekannten Musikbestenlisten beispielsweise auf einem von drei Herstellungsmodi: Publikumsbeobachtung, Publikumsbeteiligung oder Expert_innenregime. Interessant für eine weitere Verfeinerung auf dem Wege empirischer Vergleiche sind typische Kombinationen der hier angeführten Merkmale von Musikbestenlisten. Zu denken ist dabei die Untersuchung von Zusammenhängen zwischen diesen Dimensionen, wie beispielsweise zwischen Qualitätskonstrukten, Legitimität und Nutzungsgruppen.

Zusammenfassung und Forschungsagenda

Mit unserem Beitrag verfolgten wir die Absicht, die musik- und kultursoziologische Forschung zu Musikbestenlisten mit Heuristiken und Konzepten der Bewertungsforschung ins Gespräch zu bringen. Dabei war es uns wichtig, dass Musikbestenlisten nicht nur als Ausdruck gesellschaftlichen Wandels gelesen werden, sondern mit gleichem Recht als kulturelle Medien gedeutet werden können. Die gegenwärtig vorliegenden Studien bieten dazu hinreichend Anregungen. Vor allem Fragen der Markt- wie auch Kanonformierung sind dazu angetan, Musikbestenlisten nicht ausschließlich als Indikator für gesellschaftlichen Wandel zu konzeptualisieren. Mit gleichem Recht lassen sie sich als Beurteilungs- und Konsekrationsinstanzen verstehen. Wie im letzten Kapitel bereits ausgeführt lassen sich Musikbestenlisten hinsichtlich ihrer Herstellung, ihrer Merkmale, ihrer Qualitätskonstrukte, ihrer Legitimität und ihrer Zielgruppen beschreiben und untersuchen. Vor diesem Hintergrund möchten wir abschließend mögliche Anschlüsse für zukünftige Forschung diskutieren.

(1) Geeignete Phänomene für vergleichende Analysen: Die Soziologie der Bewertung versteht sich als Forschungsprogramm, das stark auf den Vergleich als Mittel der Theoriebildung setzt (vgl. Lamont 2012). Diesem Selbstverständnis folgend lassen sich, neben den oben diskutierten Bestseller-Listen

und kanonischen Bestenlisten, zwei weitere Phänomene für vergleichende Analysen heranziehen. Dies sind zum einen personalisierte Empfehlungslisten und zum anderen Preise bzw. Auszeichnungen. Zunächst zu den *personalisierten Empfehlungslisten*, wie sie Streamingdienste bereitstellen (vgl. Kropf 2019). Ein prominentes Beispiel ist hier der sogenannte „Mix der Woche/Weekly Mix“ des Streamingdienstes Spotify. Wie andere Empfehlungslisten wird auch diese Liste algorithmenbasiert erstellt. Im Gegensatz zu einer persönlichen Empfehlung im Laden oder unter Freund_innen werden die Empfehlungen nicht explizit über ästhetische oder künstlerische Kriterien begründet. Vielmehr haben wir es mit einer paradoxen, da auf Massendaten basierten aber gleichzeitig individualisierten Empfehlung zu tun. Mit dem Vergleich von traditionellen Musikbestenlisten mit personalisierten Empfehlungslisten werden zudem ganz grundlegende Fragen des Musikkonsums und seiner zukünftigen Entwicklung aufgeworfen: Vieles spricht dafür, dass klassische Charts und Musikbestenlisten an Bedeutung verlieren, und stattdessen algorithmusbasierte Formen der Musikbestenliste an Relevanz gewinnen. Was heißt das für Praktiken des Musikhörens, aber auch für die Art und Weise, wie „neue“ Musik entdeckt und beurteilt wird? Und ändern sich damit auch die Konturen des musikalischen Feldes, da neue Mechanismen der Marktformierung wirksam sind? Neben den personalisierten Empfehlungslisten stellen *kulturelle Preise* ein weiteres Phänomen dar, das als kulturelles Medium gesellschaftlichen Wandels untersuchbar und eng verwandt mit Bestenlisten ist. Preise und Auszeichnungen weisen im Bereich der Künste eine lange Tradition auf (English 2005, S.28ff.; Ulmer 2006, S.27ff.) und finden sich mittlerweile in vielen Feldern. Für Gegenwartsgesellschaften wird verschiedentlich eine signifikante Zunahme von Preisen festgestellt (beispielsweise English 2005; Best 2011). Diese Entwicklung betrifft nicht nur das kulturelle Feld, sondern auch andere gesellschaftliche Sphären wie die Wissenschaft. Angesichts ihrer weiten Verbreitung erscheinen Preise als lohnenswerter Gegenstand. Dabei lassen sich anhand der Formen von und Kriterien für Auszeichnungen immer auch Rückschlüsse auf die jeweilige Gesellschaft, ihr Verhältnis zu den Künsten als auch den Grad der Autonomie des kulturellen Feldes ziehen.

(2) Historisch informierte Untersuchung von Musikbestenlisten: Bislang liegen zu wenig historisch informierte Analysen dieses Ordnungsformats vor.⁶ So erlangen beispielsweise Charts, wie wir sie heute kennen, ihre Bedeutung im Zuge einer ganzen Reihe vor allem technologischer und ökonomischer Transformationen Anfang des 20. Jahrhunderts. Diese Transformationen ließen Musik, insbesondere in Form von Aufnahmen und Übertragungen, für viele Menschen zugänglich und damit in kommerzieller Hinsicht relevant werden. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie sich Musikbestenlisten im Laufe der Zeit verändern, und welche Rolle dabei technologische Entwicklungen haben (oder anders formuliert: wie technologische Änderungen Ausdruck in veränderten Messtechniken finden). So werfen zum Beispiel die permanenten Modifikationen in der Art und Weise, wie die Billboard-Charts errechnet werden, zahlreiche Fragen auf – auch in Hinblick auf die angestrebte Objektivität der Darstellung von Wertigkeit.

⁶ Historisch lassen sich zwei Spuren verfolgen, um die Entstehung von Musikbestenlisten nachzuzeichnen. Erste Vorläufer von Bestenlisten im Feld der Kunst lassen sich bereits im 18. Jahrhundert finden (vgl. Spoerhase 2014; Heintz 2018). Hierbei sind es gerade die Kunst- und Literaturkritik, die erste Gehversuche mit diesem Ordnungsformat unternehmen – beispielsweise in Form einer Rangliste berühmter Maler (vgl. Heintz 2018, S.48). Allerdings hat sich, so muss mit Blick auf die weitere Etablierung dieses Formats betont werden, diese Vergleichung von Kunstschaffenden nicht sofort durchgesetzt. Erst in den letzten Jahrzehnten hat das Format der Rangliste, unsere Musikbestenlisten sind Untertypen des allgemeineren Typus Rangliste, sich weithin etablieren können. Eine zweite Spur reicht ins 19. Jahrhundert zurück: So erschienen die ersten Opernführer um 1890, sie enthielten zwar noch kein Ranking, aber immerhin eine Auflistung und Beschreibung jener Opern, die zu den besten zählten, also zum meist unhinterfragten Kanon (exemplarisch siehe Neitzel 1890).

(3) Wechselverhältnis von Musikbestenlisten und symbolischen Grenzen: Schließlich heben sich die kanonischen Bestenlisten in der Populärmusik meist sehr stark von den Bestsellerlisten ab. Das hängt ursächlich mit der unterschiedlichen Bewertungslogik zusammen: Kommerzielle Kriterien auf der einen, ästhetische und kunstfeldimmanente (oft auch dem Authentizitätsdiskurs geschuldete) Kriterien auf der anderen Seite. In ihren Folgen (oder auch als ihre soziale Funktion) wird mit den kanonischen Bestenlisten aber auch eine wichtige symbolische Grenze innerhalb der populären Musik gezogen: Zwischen ästhetisch hochwertiger und ästhetisch minderwertiger Musik – und so die ehemalige Grenze zwischen U- und E-Musik lediglich verschoben (siehe dazu auch Kropf 2016, S.172). Diese symbolische Grenze hat einen nicht unbedeutenden Einfluss auf gängige Distinktionsordnungen in unserer Gesellschaft. Überspitzt formuliert: Die von Peterson und seinen Kollegen diagnostizierten Allesfresser konsumieren zwar Hoch- und Populärkultur, aber von der Populärkultur dann eben nur jenen Teil, der sich in den kanonischen Bestenlisten wiederfindet: Also „Love will tear us apart“ von Joy Division. Aber sicher nicht DJ Ötzi „Ein Stern, der Deinen Namen trägt“. Die übergeordnete Frage wäre dann, wie Bestenlisten als Beurteilungs- und Konsekrationsinstanzen unsere gegenwärtigen Distinktionsordnungen beeinflussen.

Literatur

- Achterberg, Peter, Johan Heilbron, Dick Houtman und Stef Aupers. 2011. A Cultural Globalization of Popular Music? American, Dutch, French, and German Popular Music Charts (1965 to 2006). *American Behavioral Scientist* 55(5):589–608.
- Adorno, Theodor W. 1975. *Einleitung in die Musiksoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Anand, Narasimhan und Richard A. Peterson. 2000. When market information constitutes fields: Sense-making of markets in the commercial music industry. *Organization Science* 11(3):270–284.
- Appen, Ralf von und André Doehring. 2006. Nevermind The Beatles, here's Exile 61 and Nico: "The Top 100 records of all time" – a canon of pop and rock albums from a sociological and aesthetic perspective. *Popular Music* 25(1):21–39.
- Beckert, Jens und Patrik Aspers (Hrsg.). 2010. *The worth of goods: Valuation and pricing in the economy*. Oxford: Oxford UP.
- Beckert, Jens und Christine Musselin (Hrsg.). 2013. *Constructing quality: The classification of goods in markets*. Oxford: Oxford UP.
- Best, Joel. 2011. *Everyone's a winner: Life in our congratulatory culture*. Berkeley: University of California Press.
- Bourdieu, Pierre 1966: Künstlerische Konzeption und intellektuelles Kräftefeld. In *Zur Soziologie symbolischer Formen*, ders. 1974, 75–124. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Chartsurfer o.J.. *All-Time Charts Deutschland. Erfolgreichster Song*. <https://www.chartsurfer.de/musik/single-charts-deutschland/all-time-charts> (Zugegriffen: 13. Februar 2019).
- Del Grosso Destreri, Luigi. 1972. *Europäisches Hit-Panorama. Erfolgsschlager in vier europäischen Ländern 1964 und 1967. Aussagen, Inhalte, Analysen*. Karlsruhe: Braun.
- English, James. 2005. *The Economy of Prestige: Prizes, Awards, and the Circulation of Cultural Value*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Fritsch, Johannes. 1980. Der Hit der Woche. In *Musik im Alltag*, Hrsg. Reinhold Brinkmann, 73–83. Mainz et al.: Schott.
- Gebesmair, Andreas. 2008. *Die Fabrikation globaler Vielfalt. Struktur und Logik der transnationalen Popmusikindustrie*. Bielefeld: Transkript.

- Heintz, Bettina. 2018. Vom Komparativ zum Superlativ. Eine kleine Soziologie der Rangliste. In *(Be)Werten. Beiträge zur sozialen Konstruktion von Wertigkeit*, Hrsg. Stefan Nicolae, Martin Endreß, Oliver Berli und Daniel Bischur, 45–79. Wiesbaden: Springer VS.
- Karpik, Lucien. 2011. *Mehr Wert. Die Ökonomie des Einzigartigen*. Frankfurt am Main, New York: Campus.
- Kropf, Jonathan. 2016. Zur Konsekration populärer Musik im publizistischen Diskurs und im Bildungswesen. In *Kulturkritik und das Populäre in der Musik*, Hrsg. Fernand Hörner, 151–175. Münster, New York: Waxman.
- Kropf, Jonathan. 2019. Recommender Systems in der populären Musik. In *Digitale Bewertungspraktiken*, Hrsg. Jonathan Kropf und Stefan Laser, 127–163. Wiesbaden: Springer VS.
- Lafrance, Marc, Lara Worcester und Lori Burns. 2011. Gender and the Billboard Top 40 Charts between 1997 and 2007. *Popular Music and Society* 34(5):557–570.
- Lafrance, Marc, Casey Scheibling, Lori Burns und Jean Durr. 2018. Race, gender, and the Billboard Top 40 charts between 1997 and 2007. *Popular Music and Society* 41(5):522–538.
- Lamont, Michèle. 2012. Toward a comparative sociology of valuation and evaluation. *Annual Review of Sociology* 38:201–221.
- Laybourn, Wendy M. 2018. The cost of being “real”: black authenticity, colourism, and Billboard Rap Chart rankings. *Ethnic and Racial Studies* 41(11):2085–2103.
- Musikexpress. o.J.. *Die 100 besten Songs aller Zeiten*. <https://www.musikexpress.de/die-100-besten-songs-aller-zeiten-935389/> (Zugegriffen: 08.02.2019).
- Neitzel, Otto. 1890. *Der Führer durch die Oper*. Leipzig: Verlag von A. G. Liebeskind.
- Schmutz, Vaughn. 2005. Retrospective Cultural Consecration in Popular Music. Rolling Stone’s Greatest Albums of All Time. *American Behavioral Scientist* 48:1510–1523.
- Schmutz, Vaughn und Alison Faupel. 2010. Gender and cultural consecration in popular music. *Social Forces* 89:685–707.
- Sønstevoid, Gunnar und Kurt Blaukopf. 1968. *Musik der “einsamen Masse”: ein Beitrag zur Analyse von Schlagerschallplatten*. Karlsruhe: Braun.
- Spoerhase, Carlos. 2014. Das Maß der Potsdamer Garde. Die ästhetische Vorgeschichte des Rankings in der Europäischen Literatur- und Kunstkritik des 18. Jahrhunderts. *Jahrbuch der Deutschen Schillergesellschaft* 58:90–126.
- Ulmer, Judith S. 2006. *Geschichte des Georg-Büchner-Preises: Soziologie eines Rituals*. Berlin u.a.: Walter de Gruyter.
- Verboord, Marc und Amanda Brandellero. 2018. The Globalization of Popular Music, 1960–2010: A Multilevel Analysis of Music Flows. *Communication Research* 45(4):603–627.