

PROGRAMMATIK UND BESTANDSAUFNAHME  
EINER EMPIRISCH-ANALYTISCHEN KUNSTSOZIOLOGIE<sup>1</sup>

Gunnar Otte

**I. Einleitung**

In diesem Beitrag wird die Programmatik einer empirisch-analytischen Kunstsoziologie umrissen. Dieser Zugang hat zum Ziel, soziale Phänomene systematisch zu beschreiben, die identifizierten Regularitäten theoretisch zu erklären und die herangezogenen Theorien unter besonderer Berücksichtigung standardisierter Methoden empirisch zu prüfen. In der deutschsprachigen Kunstsoziologie ist ein solches Forschungsprogramm wenig institutionalisiert. Zwar bildete sich im Umfeld der „Kölner Schule“ in den 1970er Jahren eine empirische Kunstsoziologie heraus, die wegweisende Studien hervorgebracht hat, etwa die Künstler-Enquete (Fohrbeck/Wiesand 1975) oder ein Messinstrument für die Reputation von Künstlern (Bongard 1974). Doch bieten ihre programmatischen Schriften (Silbermann 1986; Thurn 1973) erstaunlich wenige theoretische und methodologische Anknüpfungspunkte, die heute brauchbar wären. Besonders mangelt es an einem ausgearbeiteten Analyserahmen und an der Entwicklung und Überprüfung gehaltvoller Theorien. Entsprechend hat die empirische Kunstsoziologie eine deskriptive Schlagseite, die etwa in Erhebungen zum Kulturpublikum zum Ausdruck kommt (Klein 1990; Glogner/Föhl 2010). Die dort ermittelten soziodemographischen Strukturen des Kulturkonsums markieren erst den Anfang der Forschung: Sie konstituieren soziale Regularitäten, die es theoretisch zu erklären gilt.

Während die soziologische Beschäftigung mit Kunst in eine Vielzahl theoretischer Ansätze, aber kaum in kumulative Forschung gemündet ist, vermittelt der Blick auf andere Sozialwissenschaften ein anderes Bild. Die Kunstökonomik und -psychologie, die noch vor wenigen Jahrzehnten ein Schattendasein fristeten, laufen der Kunstsoziologie in der Systematik ihrer Erklärungen und Untersuchungsdesigns zunehmend

---

<sup>1</sup> Für wertvolle Hinweise zu früheren Fassungen des Beitrages danke ich Simone Pape, Jörg Rössel und Dorothea Trebesius sowie den Herausgeberinnen des Heftes, Dagmar Danko und Andrea Glauser.

den Rang ab (vgl. Ginsburgh/Throsby 2006; Gottschalk 2006; North/Hargreaves 2008). Zudem zeichnet sich die Kunstsoziologie im englischen Sprachraum durch eine konsequentere Verfolgung etablierter Untersuchungsparadigmen aus als im deutschen (vgl. Alexander 2003).

Mein Beitrag möchte die Programmatik einer empirisch-analytischen Kunstsoziologie genauer explizieren. Als allgemeiner Analyserahmen wird das Paradigma strukturell-individualistischer Erklärungen eingesetzt und für die Kunstsoziologie die Aufgabe abgeleitet, kollektive soziale Phänomene der Kunst zu beschreiben und in ihrem Zustandekommen durch das Handeln und Interagieren der beteiligten Akteure zu erklären (Abschnitt II.). In Abschnitt III. wird diskutiert, was unter Kunst zu verstehen ist; in Abschnitt IV. wird die kunstsoziologische Perspektive konkretisiert und von anderen disziplinären Zugängen abgegrenzt. Im Rahmen dieser Programmatik folgt eine Bestandsaufnahme ausgewählter Theorien und Befunde zu fünfzehn zentralen Forschungsfragen aus den Bereichen der Kunstproduktion, -vermittlung und -rezeption (Abschnitte V. bis VII.).

## II. Empirisch-analytischer Rahmen

Die Kunstsoziologie ist eine Spezielle Soziologie, die sich mit dem Gegenstandsbereich „Kunst“ beschäftigt. Dazu bedient sie sich des theoretischen Instrumentariums der Allgemeinen Soziologie und anderer Spezieller Soziologien (wie der Organisationssoziologie) genauso wie der Methoden der empirischen Sozialforschung. Sie wendet allgemeine Theorien und Konzepte auf ihre Gegenstände an und prüft deren Erklärungskraft. Auch Erkenntnisse anderer Disziplinen sollte sie berücksichtigen. Die untersuchten Phänomene können es darüber hinaus nötig machen, *kunstspezifische* Theorien und Methoden zu entwickeln.

Soll das Vorgehen einer Speziellen Soziologie aus der Allgemeinen Soziologie abgeleitet werden, sind gewisse theoretische und methodologische Vorentscheidungen zu treffen. Aus empirisch-analytischer Perspektive wird ein strukturell-individualistisches Forschungsprogramm favorisiert (Esser 1993; Schimank 2002; Hedström 2005). Es fasst die Soziologie als eine Wissenschaft auf, die kollektive soziale Phänomene beschreiben und in ihrem Zustandekommen erklären will (Makroebene), indem sie das Handeln und Zusammenwirken der Akteure in ihren Kontexten sinnverstehend rekonstruiert und kausal erklärt (Mikroebene). Die Phänomene können Verteilungen individueller Verhaltensweisen, deren Materialisationen, Institutionen und Normen, soziale Prozesse und historische Ereignisse sein. Da sie durch Menschen erzeugt werden, ist eine akteurtheoretische Fundierung nötig. Welche Theorien dafür geeig-

net sind, wie deren Gültigkeit geprüft wird und wie die Übersetzungen zwischen Mikro- und Makroebene hergestellt werden, kann hier offen bleiben. Diese Fragen werden in den später zitierten Studien unterschiedlich beantwortet. Für ein realistisches Akteurmodell scheinen aber folgende Grundannahmen zentral: 1. Akteure haben Handlungsziele; 2. sie verfügen über Ressourcen, die sie für die Realisierung der Ziele einsetzen (u. a. Geld, Zeit, Kompetenzen); 3. sie stehen externen Opportunitäten und Restriktionen gegenüber, die die Wahl einzelner Handlungsalternativen erleichtern oder erschweren; 4. sie unterliegen biographischen Entwicklungsprozessen, aus denen ihre Ressourcenausstattung und ihre Handlungsziele resultieren; 5. sie sind eingebettet in soziale Netzwerke und interagieren mit anderen Akteuren, die ihnen Anregungen vermitteln und ihr Denken und Handeln sanktionieren.<sup>2</sup> Die Relevanz der Annahmen wird bei der Bestandsaufnahme kunstsoziologischer Forschung deutlich werden.

Methodologisch legt das strukturell-individualistische Programm eine *vergleichende* Perspektive nahe, da Kollektivphänomene am besten zu erklären sind, wenn sich zeigen lässt, wie Variationen zustande kommen (Russo 2009). Dies relativiert den Wert von Einzelfallstudien. Für große Fallzahlen spricht, dass (a) viele Erklärungsgegenstände statistische Aggregate sind, (b) Merkmalsverteilungen und -zusammenhänge quantifiziert werden können, (c) die Kontrolle kausal relevanter Drittvariablen besser gelingt, (d) Generalisierungen besser begründbar sind und (e) gerade wegen der Idiosynkrasien jedes Kunstwerks (und seiner Produktion wie Rezeption) erst über viele Fälle hinweg sichtbar wird, welche dominanten Verhaltenstendenzen durchschlagen. Die vergleichende Perspektive ist in statistische Verfahren „eingebaut“. Doch auch in qualitativen Studien empfehlen sich vergleichende Untersuchungsdesigns mit systematisch integrierten Kontrastfällen.

Bezieht man den strukturell-individualistischen Ansatz auf die Kunstsoziologie, so besteht ihre Aufgabe darin, kollektive Sachverhalte im Bereich der Kunst zu beschreiben und zu erklären und dabei das Denken, Handeln und Interagieren der beteiligten Akteure zu berücksichtigen. Der Kunstsoziologie geht es weder um die Interpretation von Kunstwerken noch um die Erklärung des Schaffens einzelner Künstler. Beides ist Aufgabe der Kunstwissenschaften im engeren Sinn. In meiner Gegenstandsbestimmung gehe ich aber nicht so weit, Kunstwerke aus der Betrachtung auszuschließen, wie Gerhards (1997, 8) vorschlägt. Kunst-

---

<sup>2</sup> Ein Teil der Annahmen wird ähnlich in der Rational Choice-Literatur getroffen (Kunz 2004). Anders als dort üblich wird hier mit der vierten und fünften Annahme hervorgehoben, dass soziales Handeln elementar durch Sozialisationsprozesse und soziale Netzwerke gebunden ist.

werke können typisiert werden und als Ursache oder Folge des Handelns von Akteuren Bestandteil von Erklärungen sein.

### III. Was ist Kunst?

Nach Festlegung der Ziele der Kunstsoziologie ist zu bestimmen, was zum Bereich der Kunst gehört. Hier stellen sich zwei Fragen, die nicht miteinander zu verwechseln sind: Was ist Kunst und was ist gute Kunst? Nach empirisch-analytischer Auffassung verlangt die erste Frage die Formulierung einer Nominaldefinition, mit der der Geltungsbereich der Analysen abgrenzt wird. Die zweite Frage ist wissenschaftlich nicht zu beantworten, denn es ist nicht Aufgabe der Soziologie, normativ zu beurteilen, was „gute“ Kunst ist. Derartige Urteile werden von den Akteuren im Feld gefällt und *deren* Wertzuschreibungen sind Untersuchungsgegenstände. Erklärungsbedürftig ist, welche Objekte aus dem Universum dessen, was *überhaupt* als Kunst gelten kann, sich als *positiv bewertete* Kunst durchsetzen.

Eine definitoriale Abgrenzung kann mit der Feststellung beginnen, dass der Bereich der Kunst um Kunstwerke zentriert ist. Da diese Werke produziert, gehandelt und nachgefragt werden, können wir von „Gütern“ sprechen und Waren (z. B. Tonträger) und Dienstleistungen (z. B. Konzerte) unterscheiden. Wegen der Vielgestaltigkeit von Kunstwerken sind güterimmanente Definitionen schwer zu formulieren. Sie können stattdessen produktions- oder rezeptionsseitig ansetzen. Rezeptionsbezogene Definitionen – „Kunst“ ist, was gefällt oder als schön erachtet wird – sind problematisch, weil (a) die Reaktionen auf ein Gut räumlich, zeitlich und individuell variieren, (b) derartige Attribute beliebigen Gütern zukommen können (auch ein Auto kann schön sein) und (c) manche Künstler Nicht-Schönes ausdrücken wollen.<sup>3</sup> Diesen Problemen entgeht eine produktionsbezogene Definition. Ihr zufolge können alle Güter als „Kunst“ bezeichnet werden, deren Produktion primär nach Maßgabe ästhetischen Ausdrucks erfolgt (Rössel/Otte 2010). Zwar hat auch die Automobilproduktion wichtige ästhetische Komponenten, doch dominieren hier funktional-technische Imperative (Fahrtüchtigkeit, Energieverbrauch, Sicherheit, usw.).<sup>4</sup> Hinzuzufügen ist, dass professionelle Kunst-

---

<sup>3</sup> Aus institutioneller Perspektive wurde vorgeschlagen, alle Güter als Kunst zu bezeichnen, die von den Akteuren der Kunstwelt als Kunst interpretiert werden (Becker 1982). Maßgeblich dafür sind professionelle Kunstvermittler, die das Attribut „Kunst“ durch Ausstellungen, Rezensionen, Fördermittel, Preise und Anthologien fixieren. Damit gerät allerdings vornehmlich in den Blick, was als „gute“ Kunst gilt. Die Produkte vieler Nachwuchskünstler würden nicht zur Kunst zählen, wenn man sich allein auf die Beachtung durch Intermediäre verließ.

schaffende und nicht „Amateure“ als Kunstproduzenten zu betrachten sind. „Künstler“ ist, wer professionsbezogene Verhaltenssignale aussendet, d. h. an Wettbewerben teilnimmt, Verbandsmitgliedschaften eingeht oder an Kunstvermittler herantritt.<sup>5</sup> Als Kunst lassen sich demnach alle Güter primär ästhetischen Ausdrucks auffassen, die von Künstlern im Rahmen ihrer künstlerischen Tätigkeit hergestellt werden.

Das Interesse der Kunstsoziologie beschränkt sich dieser Definition zufolge nicht auf Kunstwerke und Künstler, die von der Kunstkritik gewürdigt werden, sondern schließt diejenigen ein, die verrissen werden oder unbeachtet bleiben. Dies bedeutet, „hohe“ und „populäre“ Künste in all ihren Qualitätsvariationen einzubeziehen. Da künstlerische Tätigkeit verschiedene Medien zur Grundlage hat, ist die Kunstsoziologie zudem spartenübergreifend angelegt. Dazu zählen traditionell die bildenden und darstellenden Künste, Musik und Literatur, heute auch Fotografie und Film. Es gibt aber Grenzbereiche, deren künstlerischer Status strittiger ist, und zwar solche der angewandten Künste (z. B. Kunsthandwerk, Architektur, Design, Werbung) und populären Unterhaltung (z. B. Comedy, Varieté, Zirkus). Dass solche Grenzbereiche höchst interessant sind, betont Becker (1982, 34 ff.): Dort trete zu Tage, mit welchen Argumenten künstlerischer Wert ausgehandelt werde. Sowohl spartenintern als auch spartenvergleichend kann man also von Kontinua der Wertzuweisung ausgehen: Am einen Pol sind Güter und deren Produzenten zu finden, die im Kunstfeld einvernehmlich anerkannt sind (der Kanon); am anderen Pol solche, die von den Intermediären, Konsumenten und Produzenten kaum der Kunst zugerechnet werden (Bourdieu 1999).

Die Gesamtkonstellation individueller und korporativer Akteure wird mit Konzepten wie Kunstwelt (Becker 1982), Kunstfeld (Bourdieu 1999), Kunstsystem (Luhmann 1995) und Kunstmarkt (Caves 2000) zusammengefasst. Kunstsoziologisch relevant sind alle beteiligten Akteure. Einige von ihnen üben *keine* kunstspezifischen Berufe aus: Wie aufwändig eine Opernproduktion ausfällt, hängt auch vom Hintergrundpersonal und seinen Lohnkosten ab; wie erfolgreich sie ist und wen sie anzieht, wird von Dienstleistungs- und Technikaspekten jenseits der Aufführung beeinflusst. Becker (1982, 16 f.) unterscheidet daher „künstlerische Tätigkei-

---

<sup>4</sup> Auch profane Dinge können zu Kunst werden, sobald sie in einem entsprechenden Kontext präsentiert werden (z. B. Warhols „Brillo Boxes“). Hierfür ist aber ein ästhetisierender Konstruktionsakt des Künstlers vonnöten.

<sup>5</sup> Da viele Kunstberufe prekäre Professionen sind, deren Zugang weniger reguliert ist als derjenige anderer freier Berufe (Müller-Jentsch 2011, 85 ff.), sind Berufsausbildung und Haupteinkommensquelle keine notwendigen Abgrenzungskriterien. Folglich wird zur operationalen Definition der Künstlerpopulation die Kombination mehrerer Merkmale empfohlen (Jeffri/Greenblatt 1989; Karttunen 1998).

ten“ und „unterstützendes Personal“, Caves (2000, 4) „kreative Tätigkeiten“ und „gewöhnliche Arbeit“.

#### IV. Besonderheiten einer kunstsoziologischen Perspektive

Was zeichnet eine kunstsoziologische Perspektive im disziplinären Vergleich aus? Das Arbeitsgebiet der Kunstwissenschaften mit ihrer primär *geisteswissenschaftlichen* Ausrichtung liegt in der Sicherung, Analyse und Interpretation spezifischer Kunstwerke sowie deren Einordnung in Künstlerbiographien und stilistische Strömungen und Epochen.<sup>6</sup> Im Unterschied dazu löst sich die Kunstsoziologie von konkreten Fällen, betrachtet sie in typisierter oder aggregierter Form, thematisiert Variationen und ermittelt soziale Ursachen und Folgen der Kunstproduktion. Als Sozialwissenschaft erweitert sie den Blick von den Künstlern auf andere Akteure, vor allem Kunstvermittler und -rezipienten (Blau 1988, 273). Anders als die philosophische Ästhetik sucht sie weder nach dem Wesen der Kunst (Kösser 2006) noch versucht sie Kriterien für „gute Kunst“ normativ zu begründen. Sie versucht sie empirisch zu rekonstruieren und knüpft damit an Fechners (1876) „Ästhetik von unten“ an. Für die Kunstsoziologie ist die philosophische Ästhetik relevant, weil deren Kategorien für zentrale Kunstfeldakteure (wie Kunstkritiker) mitunter handlungsleitend sind.

*Sozialwissenschaftliche* Referenzdisziplinen sind die Geschichtswissenschaften, Ökonomik und Psychologie. Die *Sozial- und Kulturgeschichte* analysiert die historische Herausbildung und Wandlung bestimmter Künstlertypen und Institutionen des Kunstfeldes. Im Vergleich zur Kunstgeschichte stehen nicht Kunstwerke, sondern die sich wandelnden Produktions- und Rezeptionsbedingungen im Mittelpunkt. Aufgrund der Materiallage dominiert Forschung zur Kunstproduktion relativ zur Rezeption (vgl. Ruppert 2000). Das Interesse der *Kunstökonomik* richtet sich auf die Funktionsweise der Arbeits- und Gütermärkte im Kunstbe-

---

<sup>6</sup> Die Aufgabenbestimmung der *Kunstgeschichte* bei Warnke (2008) hebt auf die Klassifikation von Kunstwerken ab. Prochno (2008, 15) nennt das Verstehen und Würdigen von Werken als Kernanliegen. Die Ziele der *Literaturwissenschaften* sehen Allkemper und Eke (2004, 26) in der Interpretation von Texten, der Literaturgeschichtsschreibung und Edition, der Kultur- und Mentalitätengeschichte sowie der Literaturtheorie. Literatur ist dabei durch Textfixierung, Fiktionalität und künstlerische Sprachgestaltung definiert (Schneider 2008, 9 ff.). Selbst wenn die Gegenstandsbestimmung – wie bei Allkemper und Eke – über den traditionellen Fokus auf Sprachkunstwerke („Dichtung“) hinausgeht, bleibt sie textbezogen. Werkzeugzentriert sind auch die *Musikwissenschaften*, wengleich sie sich multidisziplinär geöffnet haben und die Musiksoziologie als Teildisziplin auffassen (Rösing/Petersen 2000).

reich. Ihr Arbeitsschwerpunkt liegt auf Organisationsformen der Produktion und Distribution von Kunst (vgl. Pommerehne/Frey 1993; Gottschalk 2006; Ginsburgh/Throsby 2006). Monetäre Aspekte stehen im Vordergrund, etwa Einkommen von Künstlern, Kostenstrukturen von Kultureinrichtungen und Prozesse der Preisbildung. Domäne der *Psychologie* sind zum einen künstlerische Kreativität und ihre Entstehungsbedingungen, zum anderen die Rezeption von Kunst und ihre Folgen (Allesch 2006). Die Untersuchungsgebiete reichen von neuronalen Grundlagen der Wahrnehmung bis zu Anwendungen in Werbewirtschaft und Therapie. Ein besonderes Interesse gilt der Musik (vgl. Hargreaves/North 1997; North/Hargreaves 2008; Stoffer/Oerter 2005; Oerter/Stoffer 2005).

Was kennzeichnet die soziologische Forschung im Spektrum der Sozialwissenschaften? Auffällig ist die Beschäftigung mit sozialen Ungleichheiten im Zugang zum Künstlerberuf und im Kunstkonsum (Blau 1988, 271 f.; Bourdieu 1982, 1999). Während die Psychologie Ungleichheiten selten jenseits der Geschlechterkategorie behandelt und die Ökonomik sich auf Humankapitalvariablen beschränkt, interessiert sich die Soziologie für Künstlerkarrieren und ästhetische Präferenzen in Abhängigkeit von sozialer Herkunft, Bildung und Netzwerkeinbettung. Stärker als die Ökonomik betont sie die soziale Konstruktion künstlerischer Qualität und symbolischer Grenzziehungen. Mehr als die Psychologie und die Ökonomik thematisiert sie die kulturelle Prägung von Kunstphänomenen. Mit ihren generalisierenden Aussagen über soziale Prozesse und Strukturen neigt sie jedoch mehr als die Geschichtswissenschaften zur Abstraktion von der raum-zeitlichen Situiertheit dieser Phänomene. Schließlich sind spezifische Methoden – Befragung und Inhaltsanalyse – in soziologischen Arbeiten verbreitet. Gleichwohl wirkt die soziologische Forschung theoretisch, methodisch und substanziell weniger konturiert als die der Referenzdisziplinen und schwankt zwischen geistes- und sozialwissenschaftlichen Anleihen. Damit soll keiner disziplinären Abschottung das Wort geredet werden. Im Gegenteil: Die Kunstsoziologie sollte die Beiträge anderer Disziplinen aufgreifen und ihre eigene Perspektive in den interdisziplinären Diskurs einbringen. Doch müssen Positionen, die sich „Kunstsoziologie“ nennen, eine Antwort darauf haben, was das Soziologische an ihnen ist.

Die Position des strukturell-individualistischen Programms lässt sich um spezielle Annahmen erweitern, wenn sie auf künstlerische Güter bezogen wird (Caves 2000, 2 ff.). Besonders hervorzuheben ist die Unsicherheit bei der Produktion, Vermittlung und Konsumtion von Kunst. Sie ergibt sich daraus, dass Kunstwerke Erfahrungsgüter sind: Die Qualität eines Theaterstückes oder einer Schallplatte ist dem Konsumenten erst bekannt, wenn er diese Güter rezipiert hat. Hinzu kommt, dass Qua-

litätsurteile hier schwieriger begründbar sind als bei Gütern, die primär nach technischer Funktionstüchtigkeit bewertet werden. Für alle Beteiligten ist daher der Markterfolg der Kunstwerke äußerst ungewiss. Die Unsicherheit wird durch die schiere Menge konkurrierender Produkte verschärft: Zwar ähneln sich viele Werke, doch sind alle um Nuancen differenziert. Sie sind Ausdruck einer künstlerischen Vision, die einen Eigenwert hat und nur bedingt an Funktionalität und Nachfrage orientiert ist. Die Strategien zur Unsicherheitsbewältigung sind für alle Akteursgruppen gesondert zu rekonstruieren.

Dazu eignet sich ein Prozessmodell, das Fragen der (a) Produktion von Kunst, (b) Vermittlung von Kunst durch Prozesse der Distribution, Wertzuschreibung und Erziehung sowie (c) Konsumtion und Rezeption von Kunst unterscheidet (Thurn 1973; Gerhards 1997; Alexander 2003, 62). An diesem Modell orientiert sich die Präsentation zentraler Forschungsfragen und darauf bezogener Theorien und Befunde in den Abschnitten V bis VII. Immer geht es darum, empirische Regularitäten auf der Makroebene zu identifizieren und die Handlungslogiken der an ihrer Generierung beteiligten Akteure aufzudecken. Von gesicherten Antworten ist die Forschung aufgrund der problematischen Datenlage und spartenspezifischer Besonderheiten meist weit entfernt.

## V. Produktion von Kunst

Die klassische soziologische Sicht auf die Entstehung von Kunst ist die „Widerspiegelungstheorie“. Sie besagt, dass Formen und Inhalte von Kunstwerken die gesellschaftlichen Verhältnisse widerspiegeln. An Büchern, Gemälden oder Songs ließen sich herrschende Werte und zeitgeistige Stimmungen ablesen. So wertvoll der Ansatz ist, um die Vorstellung des gesellschaftsenthobenen Schöpfers von Kunst zu überwinden, so wenig eröffnet er eine erklärungskräftige Perspektive auf die Produktion von Kunst (Albrecht 1954). Nicht spezifiziert wird, unter welchen Bedingungen welche Ausschnitte des Sozialen in welcher Weise – realistisch oder überformt – in Kunstwerken zum Ausdruck kommen. Es mangelt an einer akteurtheoretischen Grundlage: Statt zu theoretisieren, wie Künstler ihre Sujets auswählen und darin die Wirklichkeit verarbeiten, werden sie als ausführende Organe der gesellschaftlichen Verhältnisse konzipiert. Verkannt wird, dass es feldimmanente Konventionen und Moden gibt, die von gesellschaftlichen Entwicklungen losgelöste Eigendynamiken entfalten (Liebersson 2000). Die Widerspiegelungskonzeption ist derart pauschal, dass beliebige Aussagen möglich sind und der Begriff „Theorie“ zu hoch gegriffen ist.



Für die Kunstsoziologie ist ein Fundament erforderlich, das an den Berufen von Künstlern (Becker 1982) und den Ungleichheiten ihrer Karrieren (Bourdieu 1999) ansetzt. Künstlerische Berufe erfordern in der Regel Fähigkeiten, die über langjähriges Training erworben werden. Im Vergleich zu anderen Professionen ist der Marktzutritt aber meist nicht an Ausbildungszertifikate gebunden, sondern erfolgt auf verschiedenen Wegen. Es stellt sich die Frage (F1): *Wie rekrutieren sich Künstler und wie lässt sich ihr Karriereerfolg erklären?* Er lässt sich in vier Dimensionen untersuchen: Höhe des Einkommens aus künstlerischer Tätigkeit; Publikumserfolg; Reputation bei Kollegen und Kritikern; Eingang in den Kunstkanon.

Aus der Ressourcenperspektive ist eine hohe intergenerationale Selbstrekrutierung aus Künstlerhaushalten zu erwarten, da angehende Künstler von der Weitergabe kunstrelevanter Kompetenzen, aber auch sozialer Beziehungen der Eltern profitieren (Bourdieu 1982; 1999). Wie für fast alle Berufe bestätigt sich die Reproduktionsthese für Künstler: Die soziale Immobilität ist hoch, aber in manchen Handwerks- und anderen Berufen noch ausgeprägter (Jonsson u. a. 2009, 1032 f.). In seiner historischen Studie des literarischen Feldes postuliert Bourdieu (1999, 118 ff., 413 ff.) weiter, dass sich unter zunächst gleichrangigen Nachwuchskünstlern diejenigen durchsetzen, deren Eltern materiell begütert seien. Sie böten eine Rückversicherung im Risikobereich Kunst und ermöglichten den Verzicht auf zeitraubende Gelegenheitsjobs zugunsten künstlerischer Produktivität. Eine Archivdatenauswertung bestätigt die These für die Absolventen des Royal University College of Fine Arts in Stockholm 1938 bis 1986 (Gustavsson u. a. 2009).

Jenseits herkunftsbasierter Ressourcen gilt die Bildungsausstattung als entscheidende Voraussetzung für Berufserfolg. Die Humankapital- (Becker 1975) und die Signaling-Theorie (Spence 1973) postulieren bildungsbasierte Einkommensrenditen, sei es durch generalisierbare Kompetenzen, sei es durch die Signalwirkung von Bildungstiteln. Künstler gehören zu den hochgebildeten Berufsgruppen: In Deutschland verfügen – je nach Sparte – 61 % bis 74 % der abhängig beschäftigten und 37 % bis 58 % der selbstständigen Künstler über einen Tertiärbildungsabschluss (Haak 2008, 86 ff.). Die Einkommenssituation ist durch eine starke Streuung – vom „armen Poeten“ bis zum „Superstar“ – gekennzeichnet. Mehrfachbeschäftigungen sind verbreitet und das Einkommen aus künstlerischer Tätigkeit reicht für den Lebensunterhalt vieler Künstler nicht aus. Zwar zeitigt hohe Bildung meist positive Einkommensrenditen, doch fallen sie geringer aus als in anderen hochqualifizierten Berufen (Alper/Wassall 2006, 841 ff.). Angebracht ist eine Dekomposition nach Einkommensquellen: Einige Studien finden kaum nennenswerte Bildungseffekte für Einkommen aus *künstlerischen* Tätigkeiten, aber

positive Effekte für Einkommen aus *kunstnahen und -fremden* Tätigkeiten. Gängige Arbeitsmarkttheorien greifen hierfür offenbar besser als für künstlerische Arbeit: Künstler, die als Kunstlehrer arbeiten, signalisieren ihre Kompetenz durch den Nachweis eines Studiums. Auch verweist der Bildungsvorsprung von angestellten gegenüber selbstständigen Künstlern darauf, dass Arbeitgeber (z. B. Kulturorchester) Zertifikatinhaber begünstigen. Daneben sind Erträge renommierter Akademien anzunehmen. Verschiedene künstlerische Sparten und Beschäftigungsverhältnisse sind gesondert zu betrachten, um genauere Aussagen über die Funktionsweise von Bildung treffen zu können.

Der Karriereerfolg kann weiter vom sozialen Netzwerk abhängen. Giuffre (1999) betrachtet Galerien als Knotenpunkte der Vernetzung und ermittelt für eine Stichprobe amerikanischer Kunstfotografen alle Galerievertretungen über einen 12-Jahres-Zeitraum. Die Reputation bei der Kunstkritik ist größer, wenn ein Fotograf in weitläufige, lose geknüpfte Netzwerke eingebettet ist als wenn er Teil einer dichten, fest umgrenzten Gruppe ist; besonders wenig werden Einzelgänger wahrgenommen. Der Befund lässt sich mit Netzwerktheorien erklären: Wer Mittler zwischen Galerienetzwerken ist, hat eine prononcierte Einflussposition (Burt 1992), und wer über viele „schwache Beziehungen“ verfügt, gelangt an vielfältige Informationen und Aufmerksamkeitsquellen der Kunstwelt (Granovetter 1973).

Berufserfolg hängt aber nicht allein von sozialen Faktoren ab, sondern auch von den geschaffenen Kunstwerken. Daher fragt sich (F2): *Wie lässt sich die Verteilung künstlerischer Produktivität und Kreativität im Lebenslauf erklären?* Die Produktivität bezieht sich auf die Quantität, die Kreativität auf die Qualität künstlerischen Outputs. Die Forschung betrachtet meist Werkbiographien verstorbener Künstler und misst die Qualität einzelner Kunstwerke an Indikatoren ihrer Kanonisierung (z. B. Erwähnung in Büchern der Kunstgeschichte; Orchesterrepertoire; Auktionspreise). Galenson (2001) untersucht die Höhepunkte kreativen Schaffens französischer und amerikanischer Maler des 19. und 20. Jahrhunderts und arbeitet zwei Künstlertypen heraus: Während die durch eine künstlerische Idee geleiteten „konzeptuellen Innovatoren“ den Zenit ihrer Karriere sehr früh erreichten, ereigne sich der Höhepunkt der suchend arbeitenden „experimentellen Innovatoren“ spät. Da der Kunstmarkt Neuheit immer stärker prämiert, setzten sich die „Frühblüher“ evolutionär mehr und mehr durch. Galensons Arbeiten haben eine lebhafte Debatte ausgelöst. So können Ginsburgh und Weyers (2006) die Zusammenhänge für eine Stichprobe „Alter Meister“ nicht finden. Accominotti (2009) argumentiert bei einer Reanalyse von Galensons Daten, dass dieser Gruppenkontexte vernachlässigt, und belegt, dass Frühblüher meist (konzeptuell arbeitenden) Künstlerbewegungen angehörten

und dass der Trend zu schnelleren Karrierehöhepunkten auf den beschleunigten Wechsel der Avantgarden im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts zurückgehe. Seine Befunde stehen im Einklang mit dem Prozessmodell Thurns (1983): Die Einbindung in Künstlergruppen ist gerade zu Karrierebeginn erfolgsfördernd, da der Gruppenkontext den Austausch von Ressourcen und Ideen erleichtert, für Selbstbestätigung sorgt und öffentliche Aufmerksamkeit erregt.

Daneben ist die Einbettung in institutionelle Kontexte der Makroebene zu diskutieren. Darauf macht der „Production of Culture“-Ansatz aufmerksam (vgl. Santoro 2008). Demnach werden die Spielräume bei der Schaffung symbolischer Güter durch typische Produktionsbedingungen bestimmt (Peterson 1982, 1985): (a) technologische Grundlagen (Gestaltungsmittel), (b) rechtliche Regulierungen (Urheberrecht, Zensur), (c) Branchenstrukturen (Wettbewerbssituation), (d) Organisationsstrukturen der Unternehmen (Firmengröße, Abteilungen, Kooperationen), (e) berufliche Karrieresysteme (Ausbildungsinstitutionen, Beschäftigungsverhältnisse), (f) Konsummärkte (Massen- und Nischenmärkte). Davon ausgehend können Fragen in zwei Richtungen verfolgt werden. Zum einen in Richtung geschichtswissenschaftlicher Forschung (F3): *Wie ist die historische Herausbildung unterschiedlicher Organisationsformen der Kunstproduktion zu erklären?* So lässt sich fragen, warum in einigen Sparten professionelle Ausbildungsgänge entstanden sind (Orchestermusik, bildende Kunst), in anderen kaum (Literatur); oder warum sich Studiengänge für Schriftsteller in den USA früher entwickelten als in Deutschland. Zum anderen sind die Effekte auf das Handeln der Akteure von Interesse (F4): *Welche Konsequenzen haben unterschiedliche Organisationsformen der Kunstproduktion?* Sie beziehen sich auf die sozialen Lagen und Karrieren von Künstlern, aber auch auf die Ausprägungen von Kunstwerken. So lässt sich untersuchen, welche Auswirkungen staatliche Subventionen, Philanthropie oder Marktlösungen für die Kunstproduktion haben.

Unterschiede in den Produktionsbedingungen, aber auch individuelle Faktoren liefern Antworten auf die Frage (F5): *Wie lassen sich Variationen in Form und Inhalt von Kunstwerken erklären?* Darauf bezieht sich die Widerspiegelungsthese. Griswolds (1981) Arbeit illustriert, wie ein strukturell-individualistischer Ansatz sie beantwortet. Ihr Ausgangspunkt ist die in der Literaturgeschichte verbreitete Auffassung, dass in den USA des späten 19. Jahrhunderts kaum Literatur entstand, die dem britischen Roman glich: Statt Probleme der Liebe und Familiengründung, der Persönlichkeitsentwicklung und Lebensbewältigung in der Moderne zu thematisieren, stünde der einsame, gesellschaftsabgewandte männliche Held im Mittelpunkt. Dies reflektiere den amerikanischen Nationalcharakter. Griswold untersucht eine Zufallsstichprobe von Ro-

manen, die zwischen 1876 und 1910 in den USA veröffentlicht und je zur Hälfte von amerikanischen und europäischen Autoren verfasst wurden. Nach ihrer Inhaltsanalyse von Themen und Protagonisten überwiegen die Gemeinsamkeiten die Unterschiede bei weitem: Entgegen der gängigen Darstellung sind Liebe und Heirat in beiden Teilstichproben zentral. Zudem ist eine Konvergenz der Themen und Charaktere im Untersuchungszeitraum zu beobachten. Ihre Befunde erklärt Griswold mit einer Mikrotheorie des Schriftstellers, die die Nachfrageseite und die rechtlichen Regulierungen des „Production of Culture“-Ansatzes einbezieht. Weil ein Roman etappenweise gelesen werde und einen Wiedereinstieg ermöglichen müsse, verlange das Genre dem Schriftsteller das Verfassen eines Plots ab, der für lebensweltliche Probleme der Leser anschlussfähig sei, sie aber auch in eine emotional aufwühlende Welt entführe. Dies ermöglichen universelle Themen wie die Liebe, die deshalb Romane unterschiedlicher Herkunft dominierten. Die Konvergenz erkläre sich durch das Urheberrecht: Bis zur Ratifizierung der Berner Übereinkunft durfte Auslandsliteratur in den USA wiederabgedruckt werden, ohne den Autoren Honorare zu zahlen, sodass die Verkaufspreise niedrig waren. Zur Sicherung ihrer Marktposition hätten amerikanische Schriftsteller daher Themen aufgegriffen, die von der europäischen Konkurrenz vernachlässigt worden seien. Die Besonderheiten der US-Literatur verschwanden mit veränderter Rechtslage. Statt des Nationalcharakters würden die Produktionsbedingungen der Schriftsteller widergespiegelt.

Griswolds Studie veranschaulicht auch den Einfluss von Individualmerkmalen der Künstler auf ihre Produkte: Die sozialen Kategorien der Romanhelden (Geschlecht, Nationalität, Ethnie, Sozialschicht) entsprechen überproportional denen ihrer Schöpfer. So entwerfen männliche Schriftsteller überwiegend männliche Helden. Das fiktionale Schaffen der Schriftsteller ist offenbar nicht nur auf den Markterfolg gerichtet, sondern reflektiert auch die Auseinandersetzung mit ihrer Lebenssituation. Künstler bauen eine parasoziale Beziehung zu ihren Literatur- und Filmcharakteren auf, die ihrer kategorialen Zugehörigkeit überproportional ähneln, weil dies die Verarbeitung der eigenen Lebenswelt erleichtert.<sup>7</sup> Man kann darin eine Variante der Widerspiegelungsthese sehen, doch handelt es sich um eine präzise, erklärungskräftige und akteurtheoretisch begründete Explikation.

---

<sup>7</sup> Selbstverständlich erklärt die Theorie nur bestimmte Tendenzen, nicht die Gesamtheit der Konstruktion fiktionaler Charaktere (sonst müssten viele Schriftsteller eine Zweitkarriere als Detektiv oder Gangster verfolgen). Ganz ähnlich habe ich eine rezeptionsseitige Theorie des „kategorialen Matching“ zur Erklärung der Wahl von Fanobjekten entwickelt (Otte 2010a).

## VI. Vermittlung von Kunst

Während sich die bisherigen Fragen auf die Herstellung von Kunst bezogen, geht es nun um Aktivitäten, die der Produktion zeitlich nachgeordnet, dem Konsum aber meist vorgeschaltet sind. Sie gehen oft organisationsvermittelt vonstatten. Zu den korporativen Akteuren gehören (a) Organisationen, die Kunstwerke distribuieren (z. B. Galerien, Museen, Verlage, Kinos, Plattenlabels, Einzelhandel, Radio und Fernsehen); (b) Akteure, die Kunstwerke rezensieren (v. a. Kritiker und ihre Medien); (c) Einrichtungen der Kunsterziehung (z. B. Schulen, Hochschulen). Ihre Relevanz rührt daher, dass sie aus der Menge produzierter Kunstwerke eine kleine Anzahl auswählen, die sie dem Publikum anbieten. Während mit den Selektionen aller Akteure *implizite* Wertungen einhergehen (wem wird Aufmerksamkeit zuteil?), beurteilen Rezensions- und Erziehungsorganisationen Kunstwerke auch *explizit*. Sie stimulieren den Kunstdiskurs und tragen zur Wertbildung im Kunstfeld bei. Dadurch wird die Unsicherheit der Konsumenten über die „richtige“ Wahl im unüberschaubaren Güterangebot massiv reduziert.

Grundfragen betreffen die Organisation der Distribution und die Kooperation der beteiligten Parteien. Dies ist ein Schwerpunkt ökonomischer Forschung. Bei aller „Liebe zur Kunst“ prägen materielle Interessen das Handeln entscheidend, wenn es um die Verteilung von Gewinnen geht. Caves (2000) analysiert Verträge zwischen kunstproduzierenden und -distribuierenden Parteien, mit denen diese das Problem unsicheren Produkterfolges lösen. Bei komplexen Gütern wie Filmen werden Optionsverträge abgeschlossen, mit denen das Entscheidungsrecht über weitere Investitionen von einer Partei zur nächsten transferiert und der Vorproduzent fest entlohnt wird. Dies berührt ein Anliegen der Institutionenökonomik (Williamson 1975): Unter welchen Bedingungen wird der arbeitsteilige kreative Prozess innerhalb einer Organisation vollzogen oder an andere Marktteilnehmer ausgelagert? Kunstsoziologisch noch zentraler ist eine Anschlussfrage (F6): *Welche Konsequenzen haben die institutionellen Arrangements von Kunstproduzenten und -distributoren für das Marktangebot an Kunstwerken?* Führt etwa die wirtschaftliche Konzentration in der Musikindustrie zur Homogenisierung des Angebotes? Die kulturkritische Antwort ist „ja“: So beklagen Horkheimer und Adorno (1972, 142) die „Immergleichheit“ der Güter kulturindustrieller Massenproduktion. In ihrer Pionierarbeit bestätigen Peterson und Berger (1975) den Zusammenhang von Konzentration und Homogenisierung an der Anzahl und Neuheit der Interpreten der U.S. Top 10-Singles 1948 bis 1973. Differenzierter zeigt Lopes (1992) für den bis 1990 erweiterten Zeitraum, dass – in „Production of Culture“-Termini – nicht nur die Branchenstruktur, sondern auch die Organisationsformen der Plattenfirmen relevant sind: Seit die Major-Labels zu einer dezentra-

len Organisation übergangen, blieben Innovation und Vielfalt stabil, obwohl die Marktkonzentration voranschritt (vgl. auch Dowd 2004). Die Homogenisierungsthese ist auch in der Globalisierungsdiskussion populär. Gebesmair (2008, 191) belegt jedoch, dass sich die Inhalte der Hitparaden acht westlicher Länder über einen Vierzigjahreszeitraum nur unwesentlich angenähert haben.<sup>8</sup>

Zum intermediären Selektionsprozess ergeben sich mehrere Fragen: (F7) *Welche Mechanismen steuern die Selektion?* Hier ist zu klären, wie Distributions- und Rezensionsorganisationen auf Künstler aufmerksam werden. Dabei können Netzwerke, Agenten, Wettbewerbe, Messen und Marketing wie auch gezielte Suchbemühungen eine Rolle spielen. Ferner ist zu klären, nach welcher Logik aus der Menge wahrgenommener Produkte ausgewählt wird. Im Ergebnis fragt sich (F8): *Worin unterscheidet sich die Menge selektierter Kunstwerke von der Grundgesamtheit künstlerischer Produktion?* Abweichungen können durch eine Selektion nach explizit thematisierten Qualitäten wie „Originalität“ zustande kommen, aber auch nach nicht offen gelegten oder nicht bewussten Kriterien, etwa regionaler Herkunft oder politischer Orientierung der Künstler. Janssen (1997), die die Selektion anhand einer Vollerhebung holländischer literarischer Erstauflagen abbildet, unterstellt Literaturkritikern, dass ihr primäres Handlungsziel im Reputationsgewinn bestehe und sie darauf aus seien, im Einklang mit der Mehrheitsmeinung der Kollegen zu urteilen, ihre Urteile aber originell zu begründen. Angesichts der unsicheren Produktqualität falle ihre Auswahl – dies bestätigt sich empirisch – auf Bücher, die bei renommierten Verlagen erschienen und deren Verfasser mit früheren Werken Beachtung gefunden hätten. Zur Erklärung können auch Theorien der Kommunikationswissenschaft herangezogen werden (Hackenbroch/Rössel 1997). So orientiert sich ein Kritiker gemäß der Nachrichtenwerttheorie weniger an seinen Kollegen als am Publikumsinteresse.

Interessant sind medial dokumentierte Qualitätskriterien, etwa in Rezensionen (F9): *Mit welchen Qualitätsmerkmalen hierarchisieren Kritiker Künstler und Kunstwerke?* Dazu gibt es viele Mutmaßungen, aber wenige Untersuchungen (Becker 1982; Zolberg 1990). Verankert sein können Wertzuschreibungen in (a) immanenten Qualitäten des Kunstwerks (z. B. Komplexität), (b) Qualitäten des Kunstwerks relativ zu ande-

---

<sup>8</sup> Zwar lassen sich Einwände formulieren, z. B. dass eine hohe Anzahl an (neuen) Interpreten in der Hitparade kein Ausdruck von Vielfalt sei, sondern dass sich dahinter eine „Pseudo-Individualität“ (Horkheimer/Adorno 1972, 163) verberge. Differenziertere Messungen sind möglich, erfordern aber aufwändige Musikanalysen (vgl. Dowd 1992). Den Autoren der Frankfurter Schule lässt sich vorhalten, dass sie weder ihre Begriffe präzise definieren noch ihre Thesen empirisch belegen.

ren (z. B. Originalität; Verweisungsreichtum), (c) Attributen der Produzenten (z. B. Ausbildung; technische Expertise; Werkkommentierung) und (d) Merkmalen der Rezeption (z. B. Popularität; Sozialstruktur- und Szenebezug). Detailliert untersucht von Appen (2007) Kriterien, die *Amazon*-Kunden bei der Beurteilung erfolgreicher Popmusikalbenn führen.

Die Bedeutsamkeit einzelner Qualitätskriterien und ihre klassifikatorische Nutzung sind veränderlich (F10): *Wie kommt es zu Stabilität und Wandel symbolischer Wertzuschreibungen und Grenzziehungen?* Besonders wichtig sind hierarchische Grenzen, etwa zwischen „Hoch-“ und „Populärkultur“. Zahlreiche Studien zeichnen nach, wie populäre Kunstformen zur Hochkunst aufstiegen, z. B. Jazz (Lopes 2002) oder Film (Baumann 2001). Bei solchen Erklärungen reicht es nicht aus, nur die symbolisch-diskursive Ebene zu betrachten. Zu untersuchen ist auch, ob die Grenzziehungen an soziale Trägergruppen gebunden sind (Lamont/Molnár 2002). DiMaggio (1982) zeigt, wie in den USA zwischen 1850 und 1900 die Dichotomie von Hoch- und Populärkultur überhaupt erst entstand. Zur Institutionalisierung von Hochkultur bedürfe es dreier Elemente: des Unternehmertums einer Elite, die mit ihren Ressourcen ein Organisationsmodell etabliere und kontrolliere (in den USA das Non-profit-Unternehmen); der Konstruktion eines „Kunst“ und „Unterhaltung“ trennenden Klassifikationssystems, das durch Staat, Bildungseinrichtungen und Kritiker legitimiert werde; der Durchsetzung spezifischer Rezeptionsrituale (etwa des kontemplativen Zuhörens). Auch Baumann (2001) nennt drei Ursachenbündel, um die Entwicklung des Films zum Hochkulturgenre zu erklären: Wettbewerbs- und Opportunitätsstruktur (Fernsehen als Konkurrenzmedium; aufwärtsmobile Mittelschicht als Trägergruppe); Institutionalisierungsprozesse (Filmfestivals; Filmwissenschaft; Autorenfilm); Legitimation durch eine intellektuelle Filmkritik. Die Herausforderung besteht darin, derartige Mechanismen so zu spezifizieren, dass sie für *diverse* historische Entwicklungen zutreffende Erklärungen liefern.

Während historische Studien Kritiker meist als Diskursproduzenten betrachten, beschäftigen sich andere mit ihrem Einfluss auf die Nachfrage (F11): *Welchen Einfluss üben Kunstkritiker auf die Konsumenten aus?* Sie werden in drei Rollen konzipiert (Shrum 1991; Basuroy u. a. 2003): als „Gatekeeper“, die durch die *bloße Selektion* von Kunstwerken die Aufmerksamkeit des Publikums steuern; als „Tastemaker“, die die Geschmacksbildung durch ihre *inhaltlichen Urteile* anregen; als „Prädiktoren“, die die „*objektiven*“ *Erfolgswahrscheinlichkeiten* werkimmanenter Qualitäten vorhersagen. In einer Pionierstudie untersucht Shrum (1991) beim Edinburgh Festival Fringe den Einfluss der Rezensionen aller Festivalmedien auf die Besucherzahlen der Shows. Der Gatekeeper-Effekt

entpuppt sich als drei Mal so stark wie der Tastemaker-Effekt, d. h. die mediale Sichtbarkeit einer Show ist wichtiger als deren Beurteilung. Zudem beeinflussen die Kritikerurteile nur den Erfolg der hochkulturellen, nicht der populären Aufführungen, d. h. das Publikum reagiert auf Expertenurteile primär bei schwieriger Decodierbarkeit der Werke. Vornehmlich wurden Kritikereffekte für Kinofilme untersucht (vgl. Simon-ton 2009). Dort bestätigen sich Shrums Ergebnisse: Der Kassenerfolg hängt stärker von der Anzahl als von der Valenz der Rezensionen ab; der Art-House-Bereich ist anfälliger für Kritikerurteile als der Mainstream (Gemser u. a. 2007). Ob Filmkritiker eher Prädiktoren oder Tastemaker sind, wird über die Korrelationen ihrer Urteile mit dem kurz- bzw. langfristigen Kassenerfolg erfasst: Für die Tastemaker-Funktion spricht eine hohe Korrelation ein bis zwei Wochen nach Filmstart; für den Prädiktor-Effekt eine hohe Korrelation mit dem Gesamteinspielergebnis (Basuroy u. a. 2003). Empirisch liegen für Art-House-Filme eher Tastemaker-, für Mainstream-Filme Prädiktoreffekte vor (Gemser u. a. 2007). Ferner sind negative Reviews einflussreicher als positive; ihre Wirkung kann aber durch Marketingaufwand und „Star Power“ wettgemacht werden.<sup>9</sup>

Die Fragen F8, F9 und F10 können auch auf *Kanonisierungsprozesse* bezogen werden. Dabei geht es um die *lange überdauernde* Selektion und Klassifikation von Kunstwerken. Allen und Lincoln (2004) zeigen, dass für die retrospektive Konsekration von Spielfilmen sowohl die zeitgenössischen Kritikerurteile, die Anerkennung durch Filmpreise als auch der frühere Publikumserfolg einflussreich sind. Zur Untersuchung der Kanonbildung in der Kunsterziehung eignen sich Inhaltsanalysen von Schulbüchern (Verboord/van Rees 2008).

## VII. Konsum und Rezeption von Kunst

Konsum und Rezeption künstlerischer Güter haben das Hauptinteresse der empirischen Kunstsoziologie auf sich gezogen. Unter „Konsum“ soll die reine Güternachfrage verstanden werden (z. B. der Konzertbesuch), unter „Rezeption“ der Modus der Aneignung des Gutes in aktiver Auseinandersetzung. Konsumenten desselben Gutes können dieses unterschiedlich rezipieren.

Die erste Frage betrifft den Publikumserfolg (F12): *Wie kommt die Nachfrage nach einem künstlerischen Gut zustande?* Ökonomische Erklärungen argumentieren mit den monetären Kosten eines Konsumaktes:

---

<sup>9</sup> Kritikereinflüsse sind schwer zu isolieren, sodass multivariate Analysen mit vielen Drittvariablen nötig sind, z. B. Reputation der Künstler, Produktions- und Marketingkosten sowie Anzahl der Spielstätten.



Je höher der Preis, umso weniger Konsumenten können sich das Gut leisten; besser ausgestattete Akteure erwerben mehr hochpreisige Güter. Dies gilt etwa für den Kauf bildender Kunst (Rössel 2009). Doch auch die Besuchshäufigkeit von Hoch- und Populärkultureinrichtungen steigt mit dem Einkommen (Isengard 2011). Eine Theorieerweiterung bezieht räumliche Opportunitäten ein und verweist auf die Fahrt- bzw. Zeitkosten, die mit der Distanz zwischen Wohn- und Konsumort einhergehen. Weiter gehen ökonomische Theorien davon aus, dass höhere Qualität nutzenstiftend ist, sodass das „Talent“ von Künstlern den Erfolg bestimmt. Die Forschung interessiert das Phänomen, dass wenige Künstler zu Superstars avancieren, während die Mehrheit geringen Erfolg hat. Rosen (1981) erklärt dies damit, dass sich minimale Talentunterschiede durch den Massenkonsum zu immensen Erfolgsunterschieden aggregieren. Nach Adlers (1985) Modell können Kunstwerke auch ohne Qualitätsvorsprung Bestseller werden, nämlich dadurch, dass sich die Konsumenten aneinander orientieren, das Verhalten der anderen als Qualitätssignal interpretieren und konform agieren. Empirische Untersuchungen sprechen für Adlers Modell (Keuschnigg, in Vorbereitung), doch sind die Messmodelle problematisch. Schließlich werden Marktstrukturen einbezogen: Je mehr künstlerische Angebote miteinander konkurrieren, umso geringer ist der durchschnittliche Absatz. Solche Randbedingungen sind zur Erklärung der Aggregatnachfrage eines Gutes genauso zu berücksichtigen wie die angebotene Stückzahl und die Modi von Distribution und Marketing.

Für die Psychologie ist die „experimentelle Ästhetik“ prägend (Fechner 1876; Berlyne 1974; Martindale 2007). Forschungsleitend ist die Überlegung, dass ästhetische Stimuli wie Musikstücke oder Gemälde entlang verschiedener Dimensionen variieren, z. B. Komplexität vs. Einfachheit und Neuheit vs. Vertrautheit. Durch experimentelle Variation solcher Eigenschaften an realen und artifiziellen Kunstobjekten werden Gefallensurteile untersucht. Oft zeigen sich umgekehrt u-förmige Zusammenhänge: Den Probanden gefallen Objekte mittlerer Komplexität, Vertrautheit, usw. am besten, während sehr einfache oder komplexe sowie sehr ungewohnte oder bekannte Objekte schlechter abschneiden (North/Hargreaves 2008). Dies lässt sich damit erklären, dass Menschen nach einem kognitiven Optimum von Anregung und Zugänglichkeit streben. Künstlerische Güter haben also nicht den größten Publikumserfolg, wenn sie ausgesprochen innovativ sind, sondern wenn sie Konventionen moderat abwandeln. Kunst folgt damit einem Bewegungsgesetz der Mode (Lieberson 2000). Dies gilt auch für den Kanon: Werke klassischer Komponisten sind im Repertoire diverser Musikanthologien, Konzertführer und Einspielungen am populärsten, wenn sie mittlere melodische Originalität aufweisen (Simonton 1994).

Während die ökonomische und psychologische Forschung oft vom „mittleren“ Rezipienten ausgeht, differenziert die Kunstsoziologie Gruppen mit typischen Konsummustern (F13): *Welche soziale Zusammensetzung haben Kulturpublika und wie ist sie zu erklären?* Ihr Erkenntnisinteresse speist sich aus der Hierarchisierung des Konsums künstlerischer Güter. Als Trägergruppe der Hochkultur gilt traditionell das Bürgertum (Gans 1974; DiMaggio 1982), während Populär-, Volks- und Jugendkulturen andere Publikumsschwerpunkte haben. Mit dem Ziel der „Demokratisierung“ der Kunst entstand in den 1970er Jahren der Bedarf, die Auswirkungen veränderter Zielgruppenansprachen auf die Publikumskomposition zu messen. Dazu werden Besucher- (Bourdieu/Darbel 2006 [1966]; Dollase u. a. 1986; Klein 1990) oder Bevölkerungsumfragen (Schulze 1992) durchgeführt. Da viele Studien von Kultureinrichtungen und Kommunen mit praktischen Nutzungsinteressen realisiert werden, ist die Forschungslage intransparent: Viele Ergebnisse sind unzugänglich, viele Daten von schwer einschätzbarer Qualität (Rössel/Otte 2010). Einen guten Überblick gibt der von Glogner und Föhl (2010) herausgegebene Band.

Nimmt man klassische Musik, Literatur, darstellende und bildende Kunst als Kern westlicher Hochkultur, hat das entsprechende Publikum eine hohe Schichtzugehörigkeit. Von den Schichtindikatoren Bildungsniveau, Berufsstatus und Einkommen erweist sich meist die Bildung als stärkster Prädiktor der Konsumhäufigkeit. Alterseinflüsse variieren spartenspezifisch: Während das Publikum in klassischen Konzerten und Opern recht alt ist, zieht bildende Kunst viele junge Menschen an. Dass eine Marktsegmentierung die *kombinierte* Betrachtung von Bildung und Alter erfordert, hat Schulze (1992) mit seinen alltagsästhetischen Schemata gezeigt (vgl. auch Hartmann 1999; Otte 2004). Während bei älteren Hochgebildeten allein das „Hochkulturschema“ dominiert, erweitern es die oberen Bildungsgruppen jüngeren Alters um Elemente des „Spannungsschemas“ (z. B. Kino, Poetry-Slam, populäre Musik). Während dabei eher Art-House-Filme und Indie-Rock rezipiert werden, sind es bei den Jüngeren mit weniger Bildung Blockbuster und Techno (Prommer 2010; Otte 2010b). Die unteren Bildungsgruppen höheren Alters bilden den Rückhalt volkstümlicher Kultur („Trivialschema“).

Der Zusammenhang zwischen Bildung und Hochkulturkonsum erweist sich als zeitstabil: Obwohl die Gruppe der Hochgebildeten durch soziale Aufwärtsmobilität heterogener geworden ist, hat die Bildungsselektivität des Hochkulturpublikums nicht abgenommen (Rössel u. a. 2005; DiMaggio/Mukhtar 2004). Neben dem von Bourdieu (1982) betonten Herkunftseinfluss gehen von der Schulbildung offenbar eigenständige Effekte aus: In der Hochkulturaktivität nehmen die Aufwärtsmobilen eine Mittelposition zwischen den Immobilen niedriger und hoher Bildungsschichten ein (van Eijck 1999).

Einen Wandel anderer Art sieht Peterson (1992; 2005): Früher habe sich der Oberschichtgeschmack auf Hochkultur beschränkt, heute enthalte er auch populäre Formen („Omnivorizität“). Wie die Kombinatorik alltagsästhetischer Schemata zeigt, ist die Diagnose eines vielfältigen Geschmacks bei den jungen Hochgebildeten zwar richtig. Doch lassen sich zwei Vorbehalte anführen: Erstens ist ihr Geschmacksrepertoire nur etwas umfassender als das der unteren Bildungsgruppen (Otte 2008). Zweitens fragt sich, ob der Snobismus der oberen Schichten früher tatsächlich so ausgeprägt war. Laut Prommer (2010) war das Kinopublikum von Anbeginn schichtübergreifend zusammengesetzt; spätestens seit 1970 sind Hochgebildete überrepräsentiert (Apolinarski 2011). Auch populäre Tanzmusik wurde von Jugendlichen in Deutschland mindestens seit den 1950er Jahren schichtübergreifend rezipiert (Otte 2010b). Klausmeier (1963) ermittelte 1955, dass Schlager und Unterhaltungsmusik die Präferenzordnung höherer Schüler anführten, gefolgt von Operette und Oper, Jazz und Blues, dann erst Sinfoniekonzerten. Da sie fast alle Genres stärker wertschätzten als Berufsschüler, ist bereits damals ein breiterer Interessenhorizont der oberen Schichten zu vermuten.

Deskriptive Publikumsstudien setzen sich selten mit Erklärungen der Publikumskomposition auseinander. Zu erklären ist, *warum* der Konsum künstlerischer Güter so stark nach Bildung, Alter und anderen Merkmalen variiert. Vorliegende Theorien beziehen sich fast immer auf den Konsum hochkultureller Güter, nicht solcher der Populär-, Jugend- und Volkskultur. Der monetäre Ressourcenmechanismus erklärt einen Teil des schichtspezifischen Hochkulturkonsums. Die starken Bildungs- und Alterseffekte sind damit aber genauso wenig erklärbar wie die Schichtunterschiede beim Hochkulturkonsum in Radio und Fernsehen. O'Hagan (1996) hält daher die Einbeziehung von Präferenzen für notwendig. Damit fragt sich (F14): *Wie entsteht und entwickelt sich ästhetischer Geschmack im Lebenslauf?* Als „Geschmack“ wird die Gesamtheit relativ zeitstabiler und situationsübergreifender ästhetischer Zu- und Abneigungen bezeichnet. In Urteilsituationen konkretisiert er sich in ästhetischen Präferenzen, d. h. Bevorzugen einzelner künstlerischer Güter gegenüber anderen.

Ein Erklärungsansatz ist sozialisationstheoretischer Art: Kinder sollten kreativer und kunstinteressierter sein, wenn ihre Eltern ihnen entsprechende Interessen und Kompetenzen vermitteln. Sozialisationseffekte wurden für den Besuch von Hochkulturangeboten, das Literaturinteresse und Instrumentenspiel nachgewiesen. Ob eine Geschmacksvererbung im Hinblick auf populäre Kunstformen genauso erfolgt wie für Hochkunst, ist kaum bekannt (Rössel/Beckert-Zieglschmid 2002; Sullivan 2011). Daneben sind die Schule und das soziale Netzwerk zentrale Sozialisationsinstanzen. Vermittelt wird dort nicht allein Geschmack.

Die aktive Auseinandersetzung mit ästhetischen Anregungen verdichtet sich zu *Kompetenzen* – d. h. Wissensbeständen und praktischen Fähigkeiten – im Umgang mit Kunstwerken und Interaktionspartnern. Sie sind als „inkorporiertes kulturelles Kapital“ eine wichtige Ressource im Kunstfeld (Bourdieu 1982).

Das Konzept kultureller Ressourcen ermöglicht die Erklärung der Bildungseffekte des Hochkulturkonsums mit einer Informationsverarbeitungstheorie. Komplexe Kunstwerke bedürfen vertiefter, langjährig erworbener Kenntnisse, um nicht nur oberflächlich wahrgenommen, sondern stilistisch und werkbiographisch eingeordnet zu werden und Genuss zu stiften. Da der Schulunterricht solche Kenntnisse vermittelt und zu ihrer eigenständigen Weiterentwicklung befähigt, führt eine längere Schullaufbahn zur verbesserten Decodierung komplexer, verweisungsreicher Kunstwerke. Dies postuliert Bourdieus (1974) Theorie der Kunstwahrnehmung, die der kognitiven Theorie Berlynes ähnelt. Sie erklärt auch, warum die Bildungsselektivität der Publika in klassischen Konzerten und Opern größer ist als in Theatern und Musicals und in Kunstmuseen größer als in Technik- und Naturkundemuseen (Rössel u. a. 2005; DiMaggio/Mukhtar 2004): weil Abstraktionsgrad und Alltagsdistanz des Dargestellten steigen.

Als Alternative zur Informationsverarbeitungstheorie wird oft die Status- bzw. Distinktionstheorie angeführt. Demnach wird Hochkultur konsumiert, weil sie hohen gesellschaftlichen Status genießt und eine symbolische Abgrenzung nach unten ermöglicht (Ganzeboom 1982; Bourdieu 1982). Relevant ist Hochkultur für Hochgebildete und Ältere, weil in ihren Netzwerken statusgleiche Akteure überwiegen („Homophilie“) und durch den Kulturkonsum soziale Zugehörigkeit und biographische Arri- viertheit signalisierbar sind. Insofern ist zu erwarten, dass Änderungen der Netzwerkcomposition einen Wandel der kulturellen Präferenzen auslösen (Otte 2004). Petersons Omnivores-These ist eine Variante der Theorie: Sie ersetzt lediglich den Kultursnobismus durch die Geschmacksbreite als Statussignal. Im Unterschied zur Informationsverarbeitungstheorie leitet die Statustheorie nicht aus produktimmanenten Eigenschaften ab, *welche* Güter zu Statusmarkern werden. Sie ist auf ergänzende Argumente angewiesen: dass die Legitimierung durch Autoritäten, die Exklusivität im Preis oder die knappe Verfügbarkeit entscheidend für die Statusfunktion eines Gutes sind.

Das Gewicht der beiden Erklärungen hat praktische Implikationen. Die Selektivität des Hochkulturpublikums variiert ersterer Perspektive zufolge mit der Komplexität der Werke, letzterer Perspektive zufolge mit deren Reputation. Künstler, Kultureinrichtungen und Kulturpolitik werden ihr Angebot in Abhängigkeit davon mit *unterschiedlichen* Strategien ändern müssen, um bestimmte Zielgruppen zu erreichen. Bisher fehlt es

aber an Untersuchungsdesigns, die in der Lage wären, die relative Bedeutung der Theorien abzuschätzen.<sup>10</sup> Ein ebenso zentrales Erkenntnisinteresse richtet sich auf die Frage, ob die bekannten Alterszusammenhänge als Lebenszyklus- oder Kohorteneffekte zu interpretieren sind. So muss das hohe Durchschnittsalter der Besucher klassischer Konzerte den Intendanten Anlass zur Sorge geben, wenn das Interesse daran früh sozialisiert wird und dieser Vorgang heute nachlässt; Entwarnung kann gegeben werden, wenn alle Geburtskohorten einen lebenszyklischen Wandel in Richtung hochkultureller Präferenzen durchlaufen. Während die Neigung zu klassischer Musik bisherigen Studien zufolge im Lebenslauf zunimmt und geringen Kohorteneffekten unterliegt (Höffling 1997; Hartmann 1999), altern die Publika einschlägiger Repertoireopern zunehmend – ein Hinweis auf ihre generationale Prägung (Reuband 2005). Nach Isengard (2011) folgt der Besuch aller Arten von Hochkultureinrichtungen stärker Kohorten- als Lebenszykluseffekten. Ob die sich andeutende Diskrepanz in den Dynamiken privaten und öffentlichen Konsums klassischer Musik generalisierbar ist, müssen weitere Studien zeigen.

Neben Regelmäßigkeiten des Konsums sind solche der Rezeption von Interesse (F15): *Wie und mit welchen Wirkungen werden Kunstwerke rezipiert?* Das Pendant der Widerspiegelungstheorie ist hierfür die „Prägetheorie“: Während erstere davon ausgeht, dass Kunstwerke die Gesellschaft widerspiegeln, postuliert letztere, dass sie die Rezipienten prägen (Albrecht 1954, 431 ff.). Die *positive* Variante behauptet, dass die Rezeption bestimmter künstlerischer Formen und Inhalte persönlichkeitsbildende oder emanzipatorische Wirkungen ausübt; die *negative* unterstellt, dass sie zu Moralverfall und Devianz führt (Alexander 2003, 41 ff.). Die Kunstwirkungsforschung lässt sich als Teil der Medienwirkungsforschung begreifen (vgl. Schenk 2007). Die ausufernde Forschung kann hier nicht zusammengefasst werden, doch ist es äußerst schwierig zu bestimmen, wann ein Kunstwerk welche Wirkungen zeitigt – allein deshalb, weil die Zuwendung zu ihnen selbstselektiv erfolgt und Kausalaussagen daher schwierig sind. Dass das von der Prägetheorie verwendete Stimulus-Response-Modell zu simpel ist, hat die qualitative Forschung zum „aktiven Rezipienten“ im Umfeld der Cultural Studies gezeigt: Ein und dasselbe Kunstwerk kann höchst unterschiedlich wahrgenommen werden, sodass im Durchschnitt der Rezipienten oft keine signifikanten Effekte auftreten. Auch erfüllt Kunst ein breites Spektrum an Funktionen im Alltag (DeNora 2000). So eindrücklich die in diesen Studien vorgestellten Fallbeispiele sind, so mangelt es ihnen daran, Bezüge zur Makro-

---

<sup>10</sup> Ganzeboom (1982) hat eine Reihe empirischer Testimplikationen abgeleitet, an die die weitere Forschung anknüpfen kann.

ebene herzustellen (unter welchen Kontextbedingungen und mit welchen Kollektivwirkungen vollziehen sich bestimmte Rezeptionsmodi?), die Reichweite der Befunde einzuschätzen und präzise Theorien herzuleiten. Qualitative Rezeptionsstudien sollten daher systematisch in quantitative Stichprobenpläne eingebaut werden. Rezeptionsmodi sind durchaus auch quantitativ untersuchbar: So zeigt Rössel (2011), dass die kognitiv-analytische und affektuelle Rezeption von Operaufführungen nach Merkmalen der Soziodemografie und Musikkompetenz variiert.

### VIII. Schluss

Als Zielsetzung der Kunstsoziologie wurde bestimmt, kollektive soziale Phänomene der Kunstproduktion, -vermittlung und -rezeption zu beschreiben und in ihrem Zustandekommen durch das Handeln und Zusammenwirken der Akteure zu erklären. Für die drei Teilbereiche wurden fünfzehn Kernfragen formuliert, an denen sich die Kunstsoziologie mit ihrer Antwortfindung messen lassen muss; selbstverständlich ist es keine vollständige Liste. Es handelt sich um Fragen, die wissenschaftlich interessant, aber auch in der Praxis relevant sind, denn sie betreffen die Karriere und Kreativität von Künstlern, die Selektion von Kunstwerken durch kunstvermittelnde Organisationen, den Einfluss der Kunstkritik und die Strukturierung der Marktnachfrage. Mit dem strukturell-individualistischen Forschungsprogramm wurde ein Analyserahmen vorgegeben, der Akteure mit Zielen, Ressourcen und Opportunitäten ausgestattet sieht und ihre Einbindung in biographische Verläufe und soziale Netzwerke anerkennt. In Interdependenz mit anderen Akteuren versuchen sie die Erfolgs- und Handlungsunsicherheiten im Kunstfeld zu bewältigen. Die in der Bestandsaufnahme diskutierten Arbeiten gewichten diese Komponenten unterschiedlich und arbeiten mit verschiedenen Handlungstheorien, doch lassen sich alle an spezifischen Stellen im strukturell-individualistischen Modell verorten. An den Widerspiegelungs- und Prägethesen wurden die Probleme einer fehlenden Mikrofundierung verdeutlicht. Gezeigt wurde außerdem, dass für Erklärungen kollektiver Phänomene im Kunstbereich allgemeine Theorien (z. B. Netzwerk- und Arbeitsmarkttheorien) anwendbar sind, dass zum Teil aber Theorien mit kunstfeldspezifischen Konzepten (z. B. künstlerische Kompetenz) formuliert werden müssen.

Obwohl die internationale Forschung in den letzten Jahrzehnten viele aufschlussreiche Studien vorgelegt hat, sind erhebliche Anstrengungen nötig, um der Kunstsoziologie einen soliden Boden zu verschaffen – zumal im deutschsprachigen Raum (Rössel/Otte 2010). So fehlt – 40 Jahre nach dem für die Einführung der Künstler-Sozialkasse einflussreichen

„Künstler-Report“ – eine neue Künstler-Enquete, die der veränderten Berufssituation von Künstlern Rechnung trägt, vor allem aber Grundfragen zu deren Karriereverläufen klärt. Genauso fehlt eine repräsentative Umfrage zum Kulturverhalten der bundesdeutschen Bevölkerung, die nicht nur deskriptive, sondern auch erklärende Ambitionen hat. Gerade wegen der Komplexität künstlerischer Phänomene und ihrer Spezifika nach Raum, Zeit und Sparte ist koordinierte „Großforschung“ nötig, um Aufschlüsse über die Reichweite soziologischer Erklärungen zur Kunst zu erhalten.

### Literatur

- Accominotti, Fabien* (2009): Creativity from Interaction: Artistic Movements and the Creativity Careers of Modern Painters. In: *Poetics* 37, 3, S. 267–294.
- Adler, Moshe* (1985): Stardom and Talent. In: *American Economic Review* 75, 1, S. 208–212.
- Albrecht, Milton C.* (1954): The Relationship of Literature and Society. In: *American Journal of Sociology* 59, 5, S. 425–436.
- Alexander, Victoria D.* (2003): *Sociology of the Arts: Exploring Fine and Popular Forms*. Oxford.
- Allen, Michael Patrick/Lincoln, Anne E.* (2004): Critical Discourse and the Cultural Consecration of American Films. In: *Social Forces* 82, 3, S. 871–894.
- Allesch, Christian G.* (2006): Einführung in die psychologische Ästhetik. Wien.
- Allkemper, Alo/Eke, Norbert Otto* (2004): *Literaturwissenschaft*. Paderborn.
- Alper, Neil O./Wassall, Gregory H.* (2006): Artists' Careers and their Labor Markets. In: Victor A. Ginsburgh/David Throsby (Hg.): *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Amsterdam, S. 813–864.
- Apolinarski, Beate* (2011): Über den sozialen Wandel des Kinobesuchs. Köln. (MLFZ-Reihe „Medientrends und sozialer Wandel“ 2/2011).
- Basuroy, Suman/Chatterjee, Subimal/Ravid, S. Abraham* (2003): How Critical are Critical Reviews? The Box Office Effects of Film Critics, Star Power, and Budgets. In: *Journal of Marketing* 67, 4, S. 103–117.
- Baumann, Shyon* (2001): Intellectualization and Art World Development: Film in the United States. In: *American Sociological Review* 66, 3, S. 404–426.
- Becker, Gary S.* (1975): *Human Capital. A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. 2. Aufl. New York.
- Becker, Howard S.* (1982): *Art Worlds*. Berkeley.
- Berlyne, Daniel E.* (Hg.) (1974): *Studies in the New Experimental Aesthetics: Steps toward an Objective Psychology of Aesthetic Appreciation*. Washington.
- Blau, Judith R.* (1988): Study of the Arts: A Reappraisal. In: *Annual Review of Sociology* 14, S. 269–292.
- Bongard, Willi* (1974): Zu Fragen des Geschmacks in der Rezeption bildender Kunst der Gegenwart. In: Alphonse Silbermann/René König (Hg.): *Künstler und Gesellschaft*. Opladen, S. 250–264.

- Bourdieu, Pierre* (1974): *Zur Soziologie der symbolischen Formen*. Frankfurt am Main.
- (1982): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt am Main.
  - (1999): *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Frankfurt am Main.
- Bourdieu, Pierre/Darbel, Alain* (2006 [1966]): *Die Liebe zur Kunst. Europäische Kunstmuseen und ihre Besucher*. Konstanz.
- Burt, Ronald S.* (1992): *Structural Holes. The Social Structure of Competition*. Cambridge.
- Caves, Richard E.* (2000): *Creative Industries. Contracts between Art and Commerce*. Cambridge.
- DeNora, Tia* (2000): *Music in Everyday Life*. Cambridge.
- DiMaggio, Paul* (1982): *Cultural Entrepreneurship in Nineteenth-Century Boston*. 2 Teile. In: *Media, Culture and Society* 4, S. 33–50 und 303–322.
- DiMaggio, Paul/Mukhtar, Toqir* (2004): *Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982–2002: Signs of Decline?* In: *Poetics* 32, 2, S. 169–194.
- Dollase, Rainer/Rüsenberg, Michael/Stollenwerk, Hans J.* (1986): *Demoskopie im Konzertsaal*. Mainz.
- Dowd, Timothy J.* (1992): *The Musical Structure and Social Context of Number One Songs, 1955 to 1988*. In: Robert Wuthnow (Hg.): *Vocabularies of Public Life. Empirical Essays in Symbolic Structure*. London, S. 130–157.
- (2004): *Concentration and Diversity Revisited. Production Logics and the U.S. Mainstream Recording Market, 1940–1990*. In: *Social Forces* 82, 4, S. 1411–1455.
- Esser, Hartmut* (1993): *Soziologie. Allgemeine Grundlagen*. Frankfurt am Main.
- Fechner, Gustav Theodor* (1876): *Vorschule der Ästhetik*. 2 Bde. Leipzig.
- Fohrbeck, Karla/Wiesand, Andreas Johannes* (1975): *Der Künstler-Report. Musik-schaffende, Darsteller/Realisatoren, Bildende Künstler/Designer*. München.
- Galenson, David W.* (2001): *Painting outside the Lines. Patterns of Creativity in Modern Art*. Cambridge.
- Gans, Herbert J.* (1974): *Popular Culture and High Culture. An Analysis and Evaluation of Taste*. New York.
- Ganzeboom, Harry B. G.* (1982): *Explaining Differential Participation in High-Cultural Activities. A Confrontation of Information-Processing and Status-Seeking Theories*. In: Werner Raub (Hg.): *Theoretical Models and Empirical Analyses. Contributions to the Explanation of Individual Actions and Collective Phenomena*. Utrecht, S. 186–205.
- Gebesmair, Andreas* (2008): *Die Fabrikation globaler Vielfalt. Struktur und Logik der transnationalen Popmusikindustrie*. Bielefeld.
- Gemser, Gerda/van Oostrum, Martine/Leenders, Mark A. A. M.* (2007): *The Impact of Film Reviews on the Box Office Performance of Art House versus Mainstream Motion Pictures*. In: *Journal of Cultural Economics* 31, 1, S. 43–63.
- Gerhards, Jürgen* (1997): *Soziologie der Kunst: Einführende Bemerkungen*. In: Jürgen Gerhards (Hg.): *Soziologie der Kunst. Produzenten, Vermittler, Rezipienten*. Opladen, S. 7–21.



- Ginsburgh, Victor A./Throsby, David* (Hg.) (2006): Handbook of the Economics of Art and Culture. Amsterdam.
- Ginsburgh, Victor A./Weyers, Sheila* (2006): Creativity and Life Cycles of Artists. In: Journal of Cultural Economics 30, 2, S. 91–107.
- Giuffre, Katherine* (1999): Sandpiles of Opportunity: Success in the Art World. In: Social Forces 77, 3, S. 815–832.
- Glogner, Patrick/Föhl, Patrick S.* (Hg.) (2010): Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung. Wiesbaden.
- Gottschalk, Ingrid* (2006): Kulturökonomik: Probleme, Fragestellungen und Antworten. Wiesbaden.
- Granovetter, Mark* (1973): The Strength of Weak Ties. In: American Journal of Sociology 78, 6, S. 1360–1380.
- Griswold, Wendy* (1981): American Character and the American Novel: An Expansion of Reflection Theory in the Sociology of Literature. In: American Journal of Sociology 86, 4, S. 740–765.
- Gustavsson, Martin/Melldahl, Andreas/Börjesson, Mikael* (2009): Swedish Art Students and Art Producers, 1938–2007. Constructing a Database for Prosopographical Studies of Social Origins, Educational Trajectories, and Artistic Careers. Paper Presented at the SCUD Meeting in Bergen, April 21–22, 2009.
- Haak, Carroll* (2008): Wirtschaftliche und soziale Risiken auf den Arbeitsmärkten von Künstlern. Wiesbaden.
- Hackenbroch, Rolf/Rössel, Jörg* (1997): Organisationsstrategien und mediale Selektion im Kunstbereich am Beispiel von Literaturrezensionen. In: Jürgen Gerhards (Hg.): Soziologie der Kunst. Produzenten, Vermittler und Rezipienten. Opladen, S. 263–288.
- Hargreaves, David J./North, Adrian C.* (Hg.) (1997): The Social Psychology of Music. Oxford.
- Hartmann, Peter H.* (1999): Lebensstilforschung. Darstellung, Kritik und Weiterentwicklung. Opladen.
- Hedström, Peter* (2005): Dissecting the Social. On the Principles of Analytical Sociology. Cambridge.
- Höfling, Christian* (1997): Musik und Sozialstruktur. Musikalische Rezeptionsmuster und Teilkulturen in der Bundesrepublik Deutschland. In: Bernhard Frevell (Hg.): Musik und Politik. Dimensionen einer undefinierten Beziehung. Regensburg, S. 83–107.
- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W.* (1972): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Frankfurt am Main.
- Isengard, Bettina* (2011): Die Prägung von Lebensstilen im Zeitverlauf: Eine alters- und kohortenanalytische Perspektive. In: Jörg Rössel/Gunnar Otte (Hg.): Lebensstilforschung. Wiesbaden, S. 295–315.
- Janssen, Susanne* (1997): Reviewing as Social Practice: Institutional Constraints on Critics' Attention for Contemporary Fiction. In: Poetics 24, 5, S. 275–297.
- Jeffri, Joan/Greenblatt, Robert* (1989): Between Extremities: The Artist Described. In: Journal of Arts Management and Law 19, 1, S. 5–14.
- Jonsson, Jan O. u. a.* (2009): Micro-Class Mobility: Social Reproduction in four Countries. In: American Journal of Sociology 114, 4, S. 977–1036.

- Karttunen, Sari* (1998): How to Identify Artists? Defining the Population for „Status-of-the-Artist“ Studies. In: *Poetics* 26, 1, S. 1–19.
- Keuschnigg, Marc* (in Vorbereitung): Bestseller-Phänomene. In: Norman Braun/Marc Keuschnigg/Tobias Wolbring (Hg.): *Wirtschaftssoziologie. Band 2: Anwendungen*. München.
- Klausmeier, Friedrich* (1963): *Jugend und Musik im technischen Zeitalter. Eine repräsentative Befragung in einer westdeutschen Großstadt*. Bonn.
- Klein, Hans-Joachim* (1990): *Der gläserne Besucher. Publikumsstrukturen einer Museumslandschaft*. Berlin.
- Kösler, Uta* (2006): *Ästhetik und Moderne. Konzepte und Kategorien im Wandel*. Erlangen.
- Kunz, Volker* (2004): *Rational Choice*. Frankfurt am Main.
- Lamont, Michèle/Molnár, Virág* (2002): The Study of Boundaries in the Social Sciences. In: *Annual Review of Sociology* 28, S. 167–195.
- Lieberson, Stanley* (2000): *A Matter of Taste. How Names, Fashions, and Culture Change*. New Haven.
- Lopes, Paul D.* (1992): Innovation and Diversity in the Popular Music Industry, 1969 to 1990. In: *American Sociological Review* 57, S. 56–71.
- (2002): *The Rise of a Jazz Art World*. Cambridge.
- Luhmann, Niklas* (1995): *Die Kunst der Gesellschaft*. Frankfurt am Main.
- Martindale, Colin* (2007): Recent Trends in the Psychological Study of Aesthetics, Creativity, and the Arts. In: *Empirical Studies of the Arts* 25, 2, S. 121–141.
- Müller-Jentsch, Walther* (2011): *Die Kunst in der Gesellschaft*. Wiesbaden.
- North, Adrian C./Hargreaves, David J.* (Hg.) (2008): *The Social and Applied Psychology of Music*. Oxford.
- Oerter, Rolf/Stoffer, Thomas H.* (Hg.) (2005): *Spezielle Musikpsychologie*. Göttingen u. a.
- O’Hagan, John W.* (1996): Access to and Participation in the Arts: The Case of those with low Incomes/Educational Attainment. In: *Journal of Cultural Economics* 20, 4, S. 269–282.
- Otte, Gunnar* (2004): *Sozialstrukturanalysen mit Lebensstilen. Eine Studie zur theoretischen und methodischen Neuorientierung der Lebensstilforschung*. Wiesbaden.
- (2008): *Lebensstil und Musikgeschmack*. In: Gerhard Gensch/Eva Maria Stöckler/Peter Tschmuck (Hg.): *Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion. Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft*. Wiesbaden, S. 25–56.
- (2010a): *Fans und Sozialstruktur*. In: Jochen Roose/Mike S. Schäfer/Thomas Schmidt-Lux (Hg.): *Fans. Soziologische Perspektiven*. Wiesbaden, S. 69–107.
- (2010b): „Klassenkultur“ und „Individualisierung“ als soziologische Mythen? Ein Zeitvergleich des Musikgeschmacks Jugendlicher in Deutschland, 1955–2004. In: Peter A. Berger/Ronald Hitzler (Hg.): *Individualisierungen. Ein Vierteljahrhundert „jenseits von Stand und Klasse“?* Wiesbaden, S. 73–95.
- Peterson, Richard A.* (1982): Five Constraints on the Production of Culture: Law, Technology, Market, Organizational Structure, and Occupational Careers. In: *Journal of Popular Culture* 16, S. 143–153.

- (1985): Six Constraints of the Production of Literary Works. In: *Poetics* 14, 1/2, S. 45–67.
  - (1992): Understanding Audience Segmentation. From Elite and Mass to Omnivore and Univore. In: *Poetics* 21, 4, S. 243–258.
  - (2005): Problems in Comparative Research. The Example of Omnivorousness. In: *Poetics* 33, 5/6, S. 257–282.
- Peterson, Richard A./Berger, David G.* (1975): Cycles in Symbol Production: The Case of Popular Music. In: *American Sociological Review* 40, 2, S. 158–173.
- Pommerehne, Werner W./Frey, Bruno S.* (1993): *Musen und Märkte. Ansätze zu einer Ökonomik der Kunst.* München.
- Prochno, Renate* (2008): *Das Studium der Kunstgeschichte. Eine praxisbetonte Einführung.* 3., überarbeitete Auflage. Berlin.
- Prommer, Elizabeth* (2010): Das Kinopublikum im Wandel: Forschungsstand, historischer Rückblick und Ausblick. In: Patrick Glogner/Patrick S. Föhl (Hg.): *Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung.* Wiesbaden, S. 195–237.
- Reuband, Karl-Heinz* (2005): Sterben die Opernbesucher aus? Eine Untersuchung zur sozialen Zusammensetzung des Opernpublikums im Zeitvergleich. In: Armin Klein/Thomas Knubben (Hg.): *Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 2003/2004.* Baden-Baden, S. 123–138.
- Rosen, Sherwin* (1981): The Economics of Superstars. In: *American Economic Review* 71, 5, S. 845–858.
- Rösing, Helmut/Petersen, Peter* (2000): *Orientierung Musikwissenschaft. Was sie kann, was sie will.* Reinbek bei Hamburg.
- Rössel, Jörg* (2009): Individuelle Ressourcenausstattung und der Zugang zum Feld der Kunst. Beitrag zu: Rudolf Stichweh/Paul Windolf (Hg.): *Inklusion und Exklusion. Analysen zur Sozialstruktur und sozialen Ungleichheit.* Wiesbaden. (Abruf unter [http://app.gwv-fachverlage.de/ds/resources/w\\_41\\_3402.pdf](http://app.gwv-fachverlage.de/ds/resources/w_41_3402.pdf) am 17. 8. 2011).
- (2011): Cultural Capital and the Variety of Modes of Cultural Consumption in the Opera Audience. In: *Sociological Quarterly* 52, 1, S. 83–103.
- Rössel, Jörg/Beckert-Zieglschmid, Claudia* (2002): Die Reproduktion kulturellen Kapitals. In: *Zeitschrift für Soziologie* 31, 6, S. 497–513.
- Rössel, Jörg/Hackenbroch, Rolf/Göllnitz, Angela* (2005): Soziale Differenzierung und Strukturwandel des Hochkulturpublikums. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2005.* Essen, S. 225–234.
- Rössel, Jörg/Otte, Gunnar* (2010): Culture. In: *German Data Forum (RatSWD)* (Hg.): *Building on Progress. Expanding the Research Infrastructure for the Social, Economic, and Behavioral Sciences.* Bd. 2. Opladen, S. 1153–1172.
- Ruppert, Wolfgang* (2000): *Der moderne Künstler. Zur Sozial- und Kulturgeschichte der kreativen Individualität in der kulturellen Moderne im 19. und frühen 20. Jahrhundert.* 2. Auflage. Frankfurt.
- Russo, Federica* (2009): *Causality and Causal Modelling in the Social Sciences. Measuring Variations.* Berlin.
- Santoro, Marco* (2008): Culture as (and after) Production. In: *Cultural Sociology* 2, 1, S. 7–31.

- Schenk, Michael* (2007): Medienwirkungsforschung. 3., vollständ. überarb. Aufl. Tübingen.
- Schimank, Uwe* (2002): Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurtheoretische Soziologie. 2. Aufl. Weinheim.
- Schneider, Jost* (2008): Einführung in die moderne Literaturwissenschaft. 5. Aufl. Bielefeld.
- Schulze, Gerhard* (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main.
- Shrum, Wesley* (1991): Critics and Publics: Cultural Mediation in Highbrow and Popular Performing Arts. In: *American Journal of Sociology* 97, 2, S. 347–375.
- Silbermann, Alphons* (1986): Empirische Kunstsoziologie. Stuttgart.
- Simonton, Dean Keith* (1994): Computer Content Analysis of Melodic Structure: Classical Composers and their Compositions. In: *Psychology of Music* 22, 1, S. 31–43.
- (2009): Cinematic Success Criteria and their Predictors: The Art and Business of the Film Industry. In: *Psychology & Marketing* 26, 5, S. 400–420.
- Spence, Michael* (1973): Job Market Signaling. In: *Quarterly Journal of Economics* 87, 3, S. 355–374.
- Stoffer, Thomas H./Oerter, Rolf* (Hg.) (2005): Allgemeine Musikpsychologie. Göttingen.
- Sullivan, Alice* (2011): The Intergenerational Transmission of Lifestyles. In: Jörg Rössel/Gunnar Otte (Hg.): *Lebensstilforschung*. Wiesbaden, S. 196–222.
- Thurn, Hans Peter* (1973): *Soziologie der Kunst*. Stuttgart.
- (1983): Die Sozialität der Solitären. Gruppen und Netzwerke in der Bildenden Kunst. In: Friedhelm Neidhardt (Hg.): *Gruppensoziologie. Perspektiven und Materialien*. Opladen, S. 287–318.
- Van Eijck, Koen* (1999): Socialization, Education, and Lifestyle: How Social Mobility Increases the Cultural Heterogeneity of Status Groups. In: *Poetics* 26, 5/6, S. 309–328.
- Verboord, Marc/van Rees, Kees* (2008): Cultural Classifications in Literary Education. Trends in Dutch Literary Textbooks, 1968–2000. In: *Cultural Sociology* 2, 3, S. 321–343.
- Von Appen, Ralf* (2007): *Der Wert der Musik. Zur Ästhetik des Populären*. Bielefeld.
- Warnke, Martin* (2008): Gegenstandsbereiche der Kunstgeschichte. In: Hans Belting u. a. (Hg.): *Kunstgeschichte. Eine Einführung*. 7., überarb. u. erw. Aufl. Berlin, S. 23–48.
- Williamson, Oliver E.* (1975): *Markets and Hierarchies, Analysis and Antitrust Implications: A Study in the Economics of Internal Organization*. New York.
- Zolberg, Vera* (1990): *Constructing a Sociology of the Arts*. Cambridge.

### Zusammenfassung

Der Kunstsoziologie wird in diesem Beitrag die Aufgabe zugewiesen, kollektive soziale Phänomene der Produktion, Vermittlung und Rezeption von Kunst zu be-

schreiben und zu erklären. Dabei wird ein weites Kunstverständnis eingenommen, das die Künste spartenübergreifend in ihren „hohen“ wie „populären“ Ausdrucksformen umfasst. Der Beitrag nähert sich Kunstphänomenen von einer empirisch-analytischen Warte und plädiert für akteurtheoretisch fundierte Erklärungen kunstbezogener Makrophänomene und den besonderen Einsatz quantitativer und vergleichender Methoden. Die kunstsoziologische Perspektive wird von Zugängen anderer Disziplinen abgegrenzt. Zu jedem der drei Aufgabenbereiche werden Kernfragen formuliert, wegweisende Studien der internationalen Forschung vorgestellt und Forschungserträge und -defizite aufgezeigt.

### **Abstract**

According to the agenda proposed in this article, the sociology of the arts aims at describing and explaining collective social phenomena in the production, mediation and reception of art. The arts are considered in a wide understanding that comprises all divisions of the arts as well as “high” and “popular” forms. Phenomena of art are approached from an empirical-analytical perspective. The author advocates actor-based explanations of art-related macro-phenomena and the particular adoption of quantitative and comparative methods. The sociological perspective is delineated from other disciplinary approaches. For each of the three research areas, core questions are formulated, seminal contributions of the international research literature presented and their insights and shortcomings discussed.