

‘Het artistieke blijft het belangrijkste’: rockesthetica en individuele selecties binnen de Vlaamse alternatieve mainstream

Gert Keunen & Rudi Laermans

1. Inleiding: alternatieve mainstream en processen van waardering of evaluatie

Popmuziek, in de brede betekenis van populaire muziek, is geen homogene muzieksoort, maar valt uiteen in diverse subgenres als soul, blues, techno, hardrock, reggae... Hoewel deze stilistische differentiatie voor muzikkliefhebbers vaak erg belangrijk is en tevens met sociale verschillen correspondeert, domineert binnen populaire muziekstudies (*popular music studies*) al langer de globale tweedeling tussen mainstream en underground (zie bijvoorbeeld Frith 1978; Shuker 2008; Toynbee 2000). Conform dit ook algemener ingeburgerde onderscheid bestaat er een beduidend verschil in de productie, distributie en receptie van ‘commerciële’ of publieksgerichte muziek enerzijds en ‘alternatieve’, op esthetische waarden en expressie georiënteerde pop anderzijds. Pierre Bourdieu (1989 en 1993a) voorzag deze tegenstelling van een breder cultuursociologisch fundament met zijn tweedeling tussen grootschalige markten of uitgebreide velden van culturele productie (primaat van economisch kapitaal) en kleinschalige markten of beperkte velden (primaat van symbolisch kapitaal of ‘erkenning door al erkennen’). Toch valt het nog te bezien of dit onderscheid, dat in Bourdieus werk voornamelijk berust op onderzoek naar traditionele kunsttakken als de literatuur en de beeldende kunsten, wel zonder meer toepasbaar is op de poppraktijk. Groot- en kleinschalige markten vinden we ook in de popmuziek terug, maar een beduidend segment valt tussen beide types in. Daarbinnen wordt dan ook een symbolische of culturele met een economische logica gekruist. De betrokken actoren mikken op, of houden rekening met, een zekere artistieke erkenning of symbolisch kapitaal en hebben tegelijkertijd oog voor economische parameters. Voor dit soort popmuziek schuiven we de term alternatieve mainstream naar voren (zie verder Keunen 2013).

Het onderscheiden van een derde type laat een duidelijkere afbakening van de twee andere segmenten toe (vergelijk Baker 2012 over de Cubaanse hiphop-

scene). Zo vermijden we dat de notie 'alternatief' nu eens met mainstream-kwaliteiten wordt verbonden en dan weer naar de underground verwijst (zoals bijvoorbeeld bij Bannister 2006; Hesmondhalgh 1999; Kärjä 2006; Kruse 1993; Straw 1991; Toynbee 2000). In onze visie slaat de term 'underground' op een geheel van afzonderlijke muziekniches met vaak een aparte informeel-economische infrastructuur (onafhankelijke labels en distributeurs, clubs, ...) en een sterke neiging tot purisme: de specificiteit van het eigen (sub)genre primeert. Voor de hand liggende voorbeelden zijn de diverse subgenres binnen het metal-milieu, het gespecialiseerde technocircuit of de nog kleinere avantgardescenes. De grens tussen een muzikale niche en een subcultuur is veelal vloeiend omdat de leden van een underground meer dan eens ook kenmerkende overtuigingen en waarden met een beperktere maatschappelijke uitstraling delen. In lijn met de letterlijke betekenis van de term is de underground kortom muzikaal en sociaal veeleer exclusief. Daarentegen richt de mainstream zich op een grote consumptiemarkt en een publiek dat niet noodzakelijk intensief met muziek is begaan: haar amusements- of entertainmentwaarde geeft de doorslag. Muziek die eveneens op een massamarkt is georiënteerd maar daarbinnen in de eerste plaats 'de brede muzikliefhebber' wil bereiken, plaatsen we onder de noemer alternatieve mainstream. Bands als Radiohead, dEUS of Sigur Rós zijn binnen dit muzikale veld internationaal gelauwerde namen.

Wij richten ons hierna op de actoren die in Vlaanderen individuele groepen of muzikanten binnen de alternatieve mainstream positioneren. We bestuderen dus de organisatorische onderbouw van dit veld (de backstage) en niet de muzikmakers zelf (de frontstage). De betrokken actoren vallen relatief makkelijk te onderscheiden in de verschillende geledingen binnen de populaire muziek. Ze zijn actief binnen de platenindustrie (de diverse majors en indies of onafhankelijke platenmaatschappijen), managen een aantal groepen en individuele muzikanten, of werken als programmatoren bij festivalorganisaties als Rock Werchter of Pukkelpop, de Brusselse AB of een kleinere muziekclub als De Kreun (Kortrijk) of Het Depot (Leuven). Weer anderen geven actief mee vorm aan de alternatieve mainstream binnen de diverse media: de programmasamenstellers van Studio Brussel en Radio 1 of, in de geschreven pers, de muziekredacties van de kranten *De Standaard* en *De Morgen*, de weekbladen *Humo* en *Focus Knack*, en het maandblad *RifRaf*. Al deze actoren bepalen nogal sterk de muziekactualiteit, maar doen dat gezien het grote binnen- en vooral buitenlandse muzikaanbod noodzakelijk selectief. Vandaar onze eerste onderzoeksvraag: hoe en waarom selecteren muziekprogrammatoren, radiomakers, muziekjournalisten of managers soms groepen of hun platen? Wij wilden achterhalen of er binnen de alternatieve mainstream meer algemene, collectief gedeelde selectiecriteria worden gehanteerd en, zo ja, hoe die samenhangen met specifieke waarden of legitimeringen. Onze tweede onderzoeksvraag sluit direct aan bij de tussenpositie van de alternatieve mainstream: hoe trekken daarbinnen werkzame actoren soms zélf de grenzen met de underground en de mainstream? We stellen daarbij vooral belang in de mogelijkheid van onderling divergerende, zoal niet conflicterende

afbakeningen. Een groep of programmatie die een eerste actor binnen de alternatieve mainstream situeert, kan een tweede bijvoorbeeld gewoon mainstream vinden. Uiteraard staan beide onderzoeksvragen niet helemaal los van elkaar. We verwachten inderdaad een zekere consistentie in de principes die worden ingeroepen ter legitimatie van keuzes binnen respectievelijk van de grenstrekking tussen de alternatieve mainstream en de twee belendende segmenten in de populaire muziek.

We willen met dit artikel niet alleen een bijdrage leveren tot een beter begrip van het functioneren van een cultureel veld dat tot nog toe binnen populaire muziekstudies onvoldoende apart werd genomen. Onze meer specifieke vraagstelling committeert zich tevens nadrukkelijk aan de zich aftekenende sociologie van waarderings- en evaluatieprocessen (Lamont 2012; Kjellberg *et al.* 2013). Binnen de sociale wetenschappen bestaat er een lange traditie van zowel kwantitatief als kwalitatief onderzoek naar de waardenpatronen binnen nationale bevolkingen of meer specifieke groepen. De sociologie van waarderings- en evaluatieprocessen focust daarentegen op het intrinsieke valoriserende karakter van allerhande praktijken in economische, politieke, artistieke, academische en andere settings. Het gaat dan bijvoorbeeld over de inschatting van de toekomstige waarde van een financieel product, de beoordeling van wijnen, het vaststellen van de potentiële kwaliteiten van een nog verder te ontwikkelen nieuw technisch artefact, de appreciatie van kunstwerken, of de ranking van universiteiten (vergelijk Hutter & Throsby 2008; Karpik 2007; Stark 2009). Waarden zijn dus niet enkel een zaak van gedeelde algemene opvattingen over 'wat moet', maar fungeren in zeer uiteenlopende situaties en met betrekking tot een breed scala van objecten als kwalificerende axioma's (Boltanski & Thévenot 2006). De waardentoekenning in evaluatieve praktijken bezit doorgaans geen sluitend karakter omdat meestal meerdere contrasterende beoordelingsaxioma's of -registers relevant zijn. Divergerende criteria als economische rendabiliteit, gebruiksvriendelijkheid of originaliteit zijn bovendien verre van eenduidig en verplichten daarom tot situationele (her)interpretaties. Deze ambiguïteiten en dissonanties zorgen bij de betrokken actoren regelmatig voor evaluatieve onzekerheid en creëren onderlinge wrijvingen of zelfs regelrechte waarderingsconflicten die nopen tot overleg en compromissen (vgl. Laermans 2013). Bij de duiding van deze en aanverwante thema's worden uiteenlopende begrippen gebruikt, zoals 'waardenregime' (Heinich 1998) of 'economies of worth' en 'gedeelde equivalentieprincipes' (Boltanski & Thévenot 2006). Wij volgen hierna Pascal Gielen (2003), die in zijn onderzoek naar de keuze- of waarderingsprocessen binnen twee Vlaamse kunstscenes de notie van *selectiologica* muntte. We definiëren die wel sterker vanuit de sociologie van waardering en evaluatie. Een *selectiologica* is dan een ideaaltipe dat verwijst naar een algemenere, door diverse actoren gedeelde waarde (of evaluatief principe), of een samenhangend geheel van meerdere waarden, die concrete beslissingen (mee) structureert en door een actor wordt ingeroepen om ze desgevraagd te legitimeren.

Vanuit de sociologische literatuur over waardering en evaluatie verwachten we dat ook de actoren die werkzaam zijn binnen de Vlaamse alternatieve mainstream uiteenlopende selectiologica's hanteren. Gegeven het dubbelkarakter van dit culturele veld zullen die allicht deels een economisch, deels een artistiek-symbolisch stempel dragen. Daarmee is echter nog niets gezegd over hun meer concrete karakter, noch over het eventuele bestaan van nog andere evaluatiecriteria én de manier waarop mogelijke onderlinge dissonanties worden behandeld. Welke meer specifieke waarden structureren bijvoorbeeld 'een keuze voor het artistieke' en hoe wordt die soms tegenover andere selectiologica's afgewogen? De sociologie van waardering en evaluatie leert alvast dat actoren in de omgang met uiteenlopende principes meestal uitgaan van een gewenste rangorde die ze zelf als legitiem beschouwen en waarover onderling meer of minder consensus bestaat, wat eventueel resulteert in het voorkomen van zogenaamde plurarchieën of heterarchieën (Lamont 2012; Stark 2009). Dit inzicht laat een verdere aanscherping van de eerste onderzoeksvraag toe: kunnen we een of meerdere gedeelde legitimiteits- of waardenhiërarchieën onderkennen die de geobserveerde selectiologica's ordenen op een schaal die gaat van weinig tot zeer legitiem? De meta-waardering van uiteenlopende waardenprincipes is ook van belang voor de tweede onderzoeksvraag. Het ligt immers voor de hand dat de waarde die samenhangt met de sterkst geapprecieerde selectiologica tevens maatgevend is bij de definiëring van de alternatieve mainstream tegenover de underground of de mainstream en, binnen het eigen veld, bij de kwalificatie van de bezigheden van collega-actoren. Voor de duiding van het functioneren van symbolische hiërarchieën en processen van identiteits- of grensbewaking heeft Pierre Bourdieu (1984, 1989, 1993a en 1993b) vanuit zijn studie van artistieke velden een ondertussen veelvuldig gebruikt conceptueel kader aangereikt. Begrippen als 'doxa' en 'distinctiestrijd' of een uitdrukking als 'strijd om de legitieme smaak (of cultuur)' zijn vandaag zelfs tot op grote hoogte gemeengoed binnen de cultuur- en kunstsociologie. We hanteren die hierna ook, maar zonder ons te committeren aan Bourdieus bredere denkkader. We onderschrijven niet Bourdieus principiële conflictsociologische benadering die alle interacties tussen actoren binnen een cultureel veld tot een machtsstrijd om meer economisch of symbolisch kapitaal reduceert. En vooral nemen we afstand van de uitgesproken deterministische denktrant die Bourdieus werk doordesemt. Bourdieu (1990) beweert dat zijn structuratietheorie de traditionele tegenstelling *agency* en *structure* overstijgt, maar feitelijk wordt daarbinnen het reflexief handelingsvermogen van actoren consequent gerelativeerd ten faveure van een goeddeels onbewuste (klassen)habitus of verzameling routines (Alexander 1995). Ons onderzoeksopzet sluit daarentegen aan bij de dominante stroming binnen de sociologie van waardering en evaluatie, die sterk interpretatief is georiënteerd. We beschouwen de bevraagde respondenten dan ook als zowel geïnformeerde (*knowledgeable*) als reflexief handelende individuen die bewust keuzes maken binnen een omgeving waaraan ze lopend betekenis toekennen.

2. De Vlaamse alternatieve mainstream: onderzoeksdata en algemene bevindingen

Om zicht te krijgen op de mogelijke selectiologica's binnen de Vlaamse alternatieve mainstream nam een van ons in de periode 2009-2011 open diepte-interviews af van 24 sleutelactoren die uiteenlopende veldposities bekleden. Daarbij werd vertrokken van een tentatieve longlist die in de loop van de dataverzameling kon wijzigen en was gebaseerd op een globale analyse van de Vlaamse populaire muziekwereld (Keunen 2013). Belangrijk was om voldoende relevante actoren te vinden voor elk type speler in het popcircuit. Daarnaast werd de concrete keuze van deze of gene respondent mee bepaald door theoriegerichte steekproeven. Op basis van een of meer reeds afgenomen interviews gingen we op zoek naar nieuwe interviewpartners die de eerdere bevindingen konden aanscherpen, bevestigen of corrigeren. Na telkens een vijftal interviews werden de verkregen data verwerkt en nieuwe respondenten geselecteerd, totdat de data-analyse geen nieuwe gegevens en inzichten meer opleverde voor het zich voortdurend ontwikkelende conceptuele kader. Uiteindelijk werden acht actoren uit het concertcircuit geïnterviewd (vier programmatoren van een muziekclub, twee festivalorganisatoren en twee bookers), vijf actoren uit het platencircuit (twee majors en drie independents), twee artiestenmanagers, en negen mensen uit de media (vier radiomakers, twee journalisten bij een krant en drie bij een tijdschrift). Door de gemengde beroepspraktijk en de carrièrebewegingen van sommige respondenten verkregen we echter informatie over meer dan 24 functies of rollen in het muziekcircuit. Opvallend was ook dat de respondenten in de gesprekken voortdurend naar elkaar verwezen, wat de afbakening van de onderzoekspopulatie vergemakkelijkte. Zoals verderop nog zal blijken, situeren de respondenten zichzelf dan ook binnen een afzonderlijk, als alternatief ingeschaald segment.

Elk interview begon met het polsen naar de eerste intuïtieve reactie bij de noodzaak van het maken van een keuze als programmator, recensent, booker... Vanuit deze beginvraag ontwikkelde zich het verdere gesprek, afhankelijk van de argumentatie die de respondenten opbouwden. Er werd zowel in algemene termen gepeild naar hun selectiecriteria als via voorbeelden van artiesten waar men al dan niet al mee te maken had gekregen in het nabije verleden. Telkens werd gekeken of de initieel aangehaalde argumenten werden bevestigd, ontkend of genuanceerd. Herhaaldelijk doorvragen zorgde ervoor dat de argumentatie duidelijker werd, maar liet ook schijnbare tegenstellingen naar boven komen. Daarnaast onderzochten we de zelfdefiniëring van de bevraagde spelers binnen het Vlaamse poplandschap: hoe is dat volgens hen gestructureerd, en hoe onderscheiden ze het veld waarbinnen zij werkzaam zijn van andere segmenten? Alle interviews werden woordelijk uitgeschreven en daarna thematisch gecoördeneerd. Verwante passages uit de verschillende interviews brachten we vervolgens samen met het oog op synthese en analyse. Zowel tijdens het interviewen als bij de data-analyse kon worden teruggevallen op een directe vertrouwdheid met het onderzoeksveld van de kant van de interviewer, die daarbinnen ook als journalist

en muzikant actief is geweest. Deze professionele ervaring en achtergrondkennis vergemakkelijkt het leggen van contacten met potentiële sleutelinformanten, het interviewen (meerdere respondenten gaven belangrijke *off the record*-informatie), en een genuanceerde inschatting van door de gesprekspartners gemaakte referenties of van de context van hun uitspraken.

In het algemeen bevestigen onze respondenten de initieel gemaakte indeling van het Vlaamse popveld en de namen van voorgestelde sleutelfiguren of -instellingen. Sommigen plaatsen wel vraagtekens bij het alternatieve mainstreamgehalte van specifieke actoren, een punt waar we hierna nog uitvoerig op terugkomen. De data-analyse leert dat vier grote logica's het maken van selecties structureren (voor een uitgebreidere toelichting, zie Keunen 2013). Vooreerst, zij het niet ook in eerste orde, speelt een *organisatorische logica* die sterk economisch is gekleurd. Programmatoren willen graag een goed gevulde zaal, journalisten en radiomakers geven aandacht aan concerten of nieuwe platen die een breder publiek kunnen interesseren. Daarbij zit de gedachte voor dat zulks wenselijk is vanuit de tewerkstellende organisatie: zij moet economisch kunnen overleven. Precies daarom spreken we niet van een economische maar een organisatorische logica. De respondenten streven niet bij elke selectie naar een maximale winst of grootst mogelijk publieksbereik, maar letten wel op de algemene economische levensvatbaarheid van hun organisatie. Het 'organisatorische' duidt hier dus op de globale marktbedding van de organisatie waarin de respondenten actief zijn, en niet op het interne organisatiegebeuren. In de tweede plaats verwijzen de geïnterviewden regelmatig naar de positie die zichzelf of hun organisatie binnen het veld van de Vlaamse alternatieve mainstream innemen. Bij deze *positionele logica* gaat het zowel om het onderhouden van goede vertrouwensrelaties met andere spelers (bijvoorbeeld muziek selecteren om een collega te vriend te houden of een toekomstige werkrelatie veilig te stellen) als om economische of symbolische verhoudingen van onder- en bovenschikking. Niet iedereen heeft evenveel economisch kapitaal of invloed binnen het veld, en daar wordt mee rekening gehouden bij het maken van keuzes. In de derde plaats detecteerden we een *tweede orde-selectielogica*. Deze notie, die deels is geïnspireerd door het werk van Niklas Luhmann (1995), duidt op keuzes die teruggaan op de observatie van de selecties door andere actoren, zoals binnen- en buitenlandse opinieleiders en media. Daarbij kan men zich aan deze externe beslissingen conformeren dan wel er zich van distantiëren.

De vierde keuze-rationale omschrijven we als *individuele logica* omdat hij cirkelt rond de autonomie als muziek liefhebber en de eigen persoonlijke smaak. Op het eerste gezicht lijkt deze selectielogica weinig sociologische relevantie te bezitten. Het gaat evenwel om een door de geïnterviewde actoren veelvuldig ingeroepen en dus onderling gedeelde vorm van betekenisgeving die hun keuzes of beslissingen terdege mee zou structureren. Zoals we zo dadelijk nog zullen zien is de individuele logica tevens intrinsiek verweven met een engagement voor 'het artistieke' of esthetische kwaliteit. Anders dan bijvoorbeeld Bourdieu (1984 en 1989) gaan we er vanuit dat deze selectielogica een effectieve werkzaamheid

bezit en niet enkel een 'collectieve illusie' is die de rol van hardere factoren moet verhullen, zoals de door de actoren trouwens expliciet (h)erkende druk om een voldoende groot publiek te bereiken of distinctief te scoren. De individuele logica vinden al onze actoren bovendien maatgevend bij het maken van selecties: hij primeert overduidelijk binnen hun waardenhiërarchie. Als concertprogrammatrice, muziekjournalist of radiomaker ga je zoveel als mogelijk voor je eigen smaak, zo zeggen onze respondenten. Mede omwille van deze opvallende consensus over 'wat moet' nemen we deze rationale hierna als verdere insteek en bespreken we de geobserveerde organisatorische, positionele en tweede orde-selectielogica's enkel in relatie tot de individuele logica. Daarbij lichten we ook toe hoe die bij elke veldbewoner speelt, ongeacht diens positie in het Vlaamse veld van de alternatieve mainstream.

3. **Het romantische discours van de alternatieve mainstream: de rockesthetica**

In de individuele selectielogica primeert de positie van muziekliefhebber: de liefde, vaak zelfs passie voor muziek stuurt concrete keuzes. Sommige geïnterviewden stellen zich dan ook als heuse muziekmissionarissen op en willen de 'goede muziekboodschap' uitdragen. Doorslaggevend binnen deze logica zijn de individuele autonomie en vooral de subjectieve smaak: men programmeert een groep of bespreekt een plaat vanuit een positieve persoonlijke waardering. Wat dat 'goed vinden' juist precies inhoudt, kunnen de respondenten echter moeilijk omschrijven. Veel verder dan de vage uitdrukking 'een gevoel' komen ze doorgaans niet. Zoals een festivalorganisator zegt:

"Da's zo moeilijk om over te praten. (...) Ik ben eerder een gevoelsluisteraar. Ik kan moeilijk echt muzikaal beargumenteren waarom dat ik iets goed vind. (...) Alles is bij mij heel gevoelsmatig".

Voor onze gesprekspartners bezit de persoonlijke smaak of esthetische appreciatie dus een pre-discursief want sterk affectief karakter. Smaak is een directe lichamelijke toestand en heeft te maken met gevoelens van overweldigd worden door een song, er niet kunnen aan weerstaan... Deels doet dit denken aan Bourdieus habitusbegrip, maar toch is er een belangrijk verschil (Bourdieu 1984). In Bourdieus visie hangt de lichamelijke beleving van bijvoorbeeld muziek samen met een dispositie of 'neiging' die zorgt voor een bepaalde receptiviteit. Bij de respondenten is de muziekbeleving echter eerder een passief ondergaan, een 'geraakt' of 'gegrepen worden' door een sterke prikkel, een kracht die van buitenaf komt. Dit sluit aan bij de benadering die Antoine Hennion (1993 en 2001) heeft uitgewerkt, mede op basis van interviews met muziekliefhebbers uit diverse genres (vergelijk Hennion, Maisonneuve & Gomart 2000). Geïnspireerd

door de Actor-Netwerk Theorie van Bruno Latour (2005) bepleit hij een muziek-sociologie die het werk als een actieve mediator beschouwt en niet uitsluitend als een louter passief communicatiekanaal tussen een zender en een ontvanger. Zo bekeken kiest een luisteraar niet enkel zijn muziek, maar wordt hij daar evengoed door gekozen. Een song bijvoorbeeld gaat met de luisteraar een relatie aan, spreekt hem aan en activeert zo een dispositie, of juister, een predispositie die stimulering van buitenaf behoeft. Hennion (2001) gewaagt daarom van 'smaak als performance', met het muziekobject als een cruciale performer.

"Je kan echt geraakt worden door een stuk muziek zonder te weten waarom je dat raakt", stelt een geïnterviewde journalist. Historisch gezien gaat deze in de interviews vaak gehoorde gedachte terug tot de Romantiek. Conform de romantische code, die in de contemporaine kunstbeleving nog steeds een grote rol speelt, heeft de overtuigingskracht van esthetische werken primair te maken met hun directe emotionele impact (Laermans 2012a). Esthetische ervaringen en daarbij aansluitende kwalificaties als 'dit is mooi' wortelen in affectieve ervaringen (ontroering, verrukking, ...) die behalve intens en onzegbaar ook buitengewoon, in de zin van niet-alledaags, zijn. Onze respondenten affirmeren voluit de romantische code en kunnen daarom vaak niet precies verwoorden waarom ze een bepaalde band of song sterk appreciëren. Toch overstijgt hun spreken regelmatig het niveau van het louter subjectief-onzegbare. Ook dan verschilt de artistieke argumentatie van een uitgewerkte esthetica: ze bezit een onrechtstreeks karakter en is steeds verweven met concrete voorbeelden. Tussen de lijnen door vallen zo toch enkele gedeelde artistieke waarden te detecteren. Ze liggen in het directe verlengde van de romantische code, die voorhoudt dat een esthetisch artefact 'raakt' of 'ontroert' omdat het een tegelijk oorspronkelijke en waarachtige expressie van een gevoel, idee, gedeelde ervaring of tijdsgeest is.

De geïnterviewden beroepen zich inderdaad deels impliciet, meermaals ook expliciet op de waarde van authenticiteit. Ook al geeft niemand een concrete invulling aan deze vaag gebruikte term, ze onderschrijven duidelijk wel allen de idee van wat Allan Moore (2002, 211-214) 'first person authenticity' noemt. Conform deze opvatting garandeert de directe continuïteit tussen een song en de persoon van de maker(s) een hoge mate van waarachtigheid. Goede muziek, zo hoorden we heel vaak, klinkt eerlijk, oprecht en geloofwaardig: de muzikant of groep vertolkt persoonlijke ervaringen. Een authentieke song is kortom direct expressief en kan juist daarom ook zo sterk raken. Deze affectieve impact waarborgt mee de waarachtigheid van het gehoorde: je hebt een sterke emotionele ervaring omdat een song ondanks alle tussenliggende schakels als genreconventies of studioproductie in de bekende laatste instantie in de persoon van de maker(s) ligt verankerd. Authenticiteit is uiteraard ook een moreel principe, maar onze respondenten gebruiken de notie toch in de eerste plaats als een esthetisch criterium (zij het soms ook wel met morele connotaties, zo zullen we verderop nog zien). In tweede orde speelt de waarde van originaliteit. Men houdt van muziek die vernieuwend aandoet en verrast: te veel clichés of een sterk *déjà entendu-gevoel* zitten een positieve appreciatie in de weg. Toch kan ook weinig vernieu-

wende muziek die zich voegt naar de conventies van een genre alsnog worden gewaardeerd wanneer ze bijzonder goed is gemaakt en een persoonlijk cachet heeft. Naast authenticiteit speelt dan de waarde van ambachtelijkheid. Nog een andere veelgehoorde maatstaf is het live-kunnen van een artiest, al klinkt ook hier meermaals de idee van echtheid in mee: wie waarachtige muziek maakt, weet die ook op het podium overtuigend te brengen.

De verschillende waarden worden soms verdicht vanuit het romantisch geniebegrip. Iemands artistieke reputatie kan doorheen de jaren zodanig zijn gegroeid dat nieuw werk haast automatisch als kwaliteitsvol wordt ingeschaald. Zo'n muzikmaker staat voor een oeuvre dat consequent authentiek en origineel aan doet, is eventueel een goede muzikant én kan het live waarmaken. De algemeen aanvaarde iconen uit de canon van de populaire muziekgeschiedenis, genre The Beatles of Lou Reed, fungeren hierbij als ijkmaten (vgl. Von Appen & Doehring 2006 en Jones 2008). Zij zetten kwaliteitsstandaarden waaraan het werk van potentiële 'popgenieën' wordt afgemeten. De criteria uit de klassieke muziekcultuur worden daarentegen sterk gerelativeerd. Onze respondenten letten weinig op vormstructuur, de ingewikkeldheid van arrangementen of akkoordschema's, de mate van instrumentenbeheersing of virtuositeit, of de complexiteit van de uitvoering. Ze verwijzen zelfs meermaals negatief naar de parameters die binnen de kunstkritiek opgeld doen en cultiveren een zekere vorm van anti-intellectualisme. Zo zou het streven naar virtuositeit een authentieke expressie en sterke emotionaliteit in de weg staan. Opnieuw geeft de lichaamservaring de doorslag: de 'sound' van de muziek en haar fysiek-emotionele impact primeren. Hoe die totaalklank precies wordt geproduceerd, is niet meteen een punt van aandacht. Of in de woorden van een journalist:

“Muziek is een gevoel, een emotie. Daarvoor maken popmuzikanten muziek: om eigen emoties te uiten en andere mensen emotioneel te raken. Niet om te zeggen “amai, die derde noot klonk wel zuiver”. Het is echt geen wiskunde. Het draait echt niet om hoe technisch perfect op een plaat gespeeld wordt. Bijvoorbeeld Leadbelly of Robert Johnson: geen perfecte opnames, geen virtuozen, maar hallo – dat zijn gewoon mijlpalen”.

We kunnen besluiten dat binnen de individuele selectielogica het veelgehoorde 'gaan voor je eigen smaak' altijd ook een keuze inhoudt voor een weinig gearticuleerde, sterk romantisch gekleurde vorm van esthetische waardering. Selecteren vanuit het 'ik' is kortom ook indirect kiezen voor 'het artistieke'. Daarbij speelt een impliciete poëtica die we in navolging van andere auteurs typeren als de rockesthetica. Die zet aan de hand van waarden als persoonlijke authenticiteit of geloofwaardigheid, originaliteit en live-kunnen rockmuziek positief af tegenover de wereld van de commerciële popmuziek. Zowel de notie van een aparte *rockesthetica* als het duale onderscheid tussen rock en pop zijn in populaire muziekstudies uitvoerig gedocumenteerd (Anton 2009; Grossberg 1992; Jones 2008; Oliver 2006; Regev 2002; Shuker 2008; Street 1986; Von Appen & Doehring 2006). “De rockesthetica stoelt in essentie op een argument over authenticiteit”, zo vat

de bekende popsocioloog Simon Frith (1987, 136) de gangbare visie samen. “Als goede muziek authentieke muziek is, dan komt het kritisch oordeel neer op het afmeten van de “waarheid” [in de betekenis van waarachtigheid] van de performers aan de ervaringen of gevoelens die zij beschrijven”(vgl. Frith 1978).

4. Alternatieve mainstream en distinctiestreven: contra de mainstream

Hoewel de respondenten in eerste instantie hun subjectieve, haast niet te articuleren muzieksmaak als fundament voor beslissingen inroepen, draagt die bij nader inzien een sterke sociale stempel. Vanuit de romantische code hanteren ze immers dezelfde waarden of artistieke criteria, in het bijzonder authenticiteit, om goede van slechte muziek te onderscheiden. De individuele selectiologica krijgt zo een gedeeld cultureel draagvlak in de romantisch getoonzette rockesthetica. Tegelijk worden de collectief onderschreven evaluatiestandaarden zoals gezegd ook distinctief ingezet: rock staat voor de ‘betere’ populaire muziek die zich duidelijk zou onderscheiden van de als ‘commercieel’ weggezette pop. Of zoals Chambers (1985, 119) het ooit krachtig stelde: “‘Echte’ of ‘authentieke’ muziek, tegengesteld aan de commerciële pap van de pop”. Meerdere auteurs hebben laten zien dat dit discours sterk leeft in het alternatieve muziekcircuit of de rockpers en ook de muziekindustrie zich door deze categorisering laat leiden (Bannister 2006; Negus 2002; Von Appen & Doehring 2006). De rockcanon, die bijvoorbeeld vaak indirect in allerhande lijstjes opduikt, en de centrale rol van de zogenoemde indierock in het concertgebeuren of de muziekers illustreren eveneens het belang van het hiërarchisch onderscheid tussen rock en pop. Bekeken vanuit dit discours loopt de definitie van rock dan ook in de pas met wat wij hier als alternatieve mainstream omschrijven, terwijl die van pop naar de mainstream als zodanig verwijst.

Onze respondenten gebruiken zelf niet de notie van alternatieve mainstream, maar bevestigen wel uitdrukkelijk het bestaan daarvan als een afzonderlijk popsegment met een eigen cultuur en een kenmerkende manier van werken. Illustratief is de anekdote van een manager over de avonturen van een van zijn groepen (een typische alternatieve mainstreamband) tijdens een live-uitzending op Radio 2 (een typisch mainstreamkanaal). Omwille van haar representatieve karakter, citeren we de passage in extenso:

“Ook Radio 2 draaide de groep volle bak en wij zijn daarom op een zaterdagmorgen in het Amerikaans Theater een talkshow gaan doen, met Luc Alloo en met een BV als gast, Gène Bervoets, en nog een paar. Ellektra was er toen ook, met een van de promotiemensen van EMI. Ellektra is een Vlaamse actrice uit *Thuis*, zo’n blond geval, kan een beetje zingen en heeft meegedaan aan Steracteur/Sterartiest. Dat is door EMI getekend, in de studio gestoken, heeft een plaat gemaakt, met een groot budget. Ik zat daar met de groep, de hele

groep, een beetje tegen ons goesting. (...) Zoals de zanger van de groep zei: “Het is een *Dag Allemaal* live gebracht”. Een hoop BV’s die wat kwekken en hij moest er gaan tussen zitten aan tafel en dan werd ook eens aan hem een vraag gesteld. Hij had iets van “Man, moet ik hier op antwoorden? Wil je van mij weten wat ik op mijn frieten wil?” Dat was toen een onderwerp, ‘s morgens om acht uur: het ging over frieten. Er werden frieten gebakken en de vraag was: “Als jij naar de frituur gaat, wat neem jij er dan bij?” Hij had iets van “Fuck, ik kan hier wel op antwoorden, maar dan was ik liever thuis met mijn dochtertje aan het spelen geweest.” Ook Bart De Pauw en Tine Embrechts waren daar om hun nieuwe tv-show voor te stellen. Die draaien daar in mee. Die doen niet anders, hé. Die vonden dat top om wat te kwekken over frieten. Dat is inderdaad een andere wereld. (...) Daarna zei de zanger tegen mij: “Als het kan, dit nooit meer”. Dus doen we dat niet meer, hé”.

Kritiek op de culturele en, vooral, de muzikale mainstream en haar praktijken is een constante in de interviews. Deze distinctiedrang observeren we daarentegen nauwelijks in relatie tot de underground, ook al beschouwen onze gesprekspartners die onmiskenbaar als een ander segment. Sommigen vinden dat wel ‘te marginaal’ of ‘te arty farty’, maar in de regel wordt er positief naar verwezen. In lijn met R.K. Merton (1968) kunnen we dus stellen dat voor de overgrote meerderheid van de geïnterviewden de underground als een positieve referentiegroepering fungeert, terwijl de mainstream een negatieve referentiegroepering vormt. Spelers die vooral binnen de alternatieve mainstream actief zijn, zetten zich in soms ferme bewoordingen tegen de muzikale mainstream af. Het belangrijkste bezwaar is haar ‘commerciële’ karakter, wat het creëren van authentieke en originele muziek in de weg staat. De respondenten typeren mainstream-pop dikwijls als muziek die primair ‘omwille van het geld’ wordt gemaakt en zich daarom conformeert aan de breedst mogelijke smaak (we kunnen hier een echo in horen van de bekende kritiek van T.W. Adorno op de cultuurindustrie; zie Adorno 2012). De “typische top 50-muziek”, aldus een geïnterviewde, “is alleen een product, dat wordt heel fake gemaakt”. In de kritiek op de mainstream krijgt de notie van authenticiteit overigens vaak een dubbele lading. De geïnterviewden gebruiken ze meermaals zowel in een primaire esthetische betekenis (‘onwaarschijnlijk muziek is artistiek benedenmaats’) als in morele zin: ‘mainstream-pop is onecht en dus moreel laakbaar’.

Voor de Vlaamse band Milk Inc. wordt in diverse interviews meermaals aangehaald als een typevoorbeeld van ‘foute mainstream’. Zo stelt een van de respondenten:

“Milk Inc. is puur alleen het commercieel circuit. (...) Het is niet gemaakt om goed te zijn. Voor mij zijn dat marketingproducten. Kijk, Milk Inc. is het platste van het platste, boenkeboenkeboenk. Ik vind dat niet kwaliteitsvol, ik vind dat daar weinig inzit, daar zit geen bloed in. Da’s gewoon puur plat amusement, met een marketingkanaal erachter”.

Wie zich herkent in de waarden van de alternatieve mainstream, laat zich bij het kiezen van een groep of plaat eerder door artistieke motieven leiden en gaat niet

zomaar voor het gemakkelijke publiekssucces. Zo zeggen de geïnterviewde concertorganisatoren dat misschien ook hun publiek voor Milk Inc. uit de bol zou kunnen gaan, maar ze deze groep toch nooit zullen programmeren:

“‘Ook al kies ik voor Jan Modaal, ik probeer hem wel de coolere, betere dingen voor te schotelen. Dat betekent dat ik nog altijd een Daan of Absynth Minded ga programmeren en niet Milk Inc’”.

Samenvattend kunnen we dus stellen dat de romantische rockesthetica binnen de interviews als een collectief identificatiepunt werkt dat samengaat met een systematische desidentificatie met de muzikale mainstream. De respondenten loochenen niet dat ze met het oog op de economische levensvatbaarheid van hun organisatie of medium oog moeten hebben voor de publieksfactor. Daarin zit volgens hen ook het verschil met de doorgaans positief geapprecieerde underground. Maar anders dan in de mainstream, zo argumenteren ze, is het hen toch vooral te doen om ‘goede popmuziek’ met een artistieke meerwaarde. Kortom, de individuele logica prevaleert naar eigen zeggen op de organisatorische logica, die de toon zet binnen de mainstream. De romantische rockesthetica legitimeert zo mee de expliciete, bewust gearticuleerde distinctie tegenover de mainstream. Men positioneert zichzelf nadrukkelijk als ‘alternatief’: men vindt de zelf geselecteerde muziek niet alleen beter, maar brengt de daarmee verbonden waarden ook in stelling om het eigen veld te justifiëren en een ander segment te veroordelen (vgl. Bourdieu 1984 en 1993b over distinctiestreven en Boltanski & Thévenot 2006 over justificatie).

5. Definitiestrijd en grensbewaking

Ondanks de gedeelde rockesthetica zijn de respondenten het lang niet altijd eens over de groepen of platen die het predicaat ‘authentieke muziek’ of het label ‘hoogst origineel’ verdienen. Uit de interviews kunnen we afleiden dat er inderdaad, om met Bourdieu (1993a en 1993b) te spreken, gedurig *een strijd om de legitieme alternatieve mainstreammuziek* wordt gevoerd. Deze definitiestrijd heeft bij de evaluatie van de artistieke merites van individuele bands of muzikanten de vorm van een ‘dissensus in consensus’. Men deelt dezelfde esthetische principes of classificatieschema’s, maar past die verschillend toe (vergelijk Laermans 2012b, 293-297). Dat genereert onderscheiden waarderingen: de groep die een eerste gesprekspartner als ‘heel goed’ inschaalt, vindt een tweede ‘niet echt interessant’. Wanneer een of meer veldbewoners een groep oppikken, volgen de anderen dus niet altijd. Dat blijkt ook uit de voorbeelden die de respondenten als negatieve referenties aanhalen. Groepen die binnen het alternatieve mainstreamcircuit momenteel ‘in’ of ‘hot’ zijn, doen sommigen af als ‘ouderwets’ of als ‘een kloon’ van een of meer al bestaande bands. Opvallend is daarbij de grote

aandacht voor het bewaken van de grens die de alternatieve mainstream van de commerciële mainstream scheidt, wat in het licht van het zonet besproken distinctiemechanisme – of het verschil tussen rock en pop – ook wel voor de hand ligt. Dit cultureel of symbolisch grenswerk (Nippert-Eng 2002) draait in wezen rond ‘het zuiver houden’ van het onderscheid tussen het eigen muzieksegment en de mainstream. Vandaar de vele verwijzingen in de interviews naar groepen en muzikanten die ‘niet alternatief genoeg’ of ‘te mainstream’ (geworden) zijn. Zo lieten meerdere respondenten zich kritisch over Milow uit: gestart in de Vlaamse alternatieve mainstream, maar met muziek die zij ‘te zeer mainstream’ vinden.

Sommige geïnterviewden hebben het vooral moeilijk met medespelers die zich tijdelijk met ‘foute muziek’ inlaten. Zo’n faux pas geldt als nestbevuiling, of juist als veldbevuiling: de eigen culturele habitat wordt bezoedeld door het contact met muziek die ‘te commercieel’ en ‘niet authentiek’ is. De ergernis loopt vooral hoog op wanneer de de-differentiatie tussen alternatieve mainstream en mainstream van de kant van grote, invloedrijke spelers komt. Meerdere managers, labelverantwoordelijken en organisatoren gaan resoluut in de aanval tegen ‘de vervlakking’ bij Studio Brussel, *Humo* of Rock Werchter. Deze actoren varen volgens hen een ‘te weinig alternatieve’ koers, zijn niet langer vooruitstrevend of gedurfd genoeg, en geven te zeer toe aan ‘de commercie’ of ‘de logica van de markt’: hoe hoger de luistercijfers, hoe beter; hoe meer festivalgangers, hoe liever. In de woorden van een van de geïnterviewden:

“Rock Werchter is een hitmachine. De meeste groepen die daar staan, moeten op de radio gespeeld worden en hits hebben”.

Vanuit de individuele logica vindt men dat de eigen artistieke smaak moet primeren op economische overwegingen of de organisatorische logica en iemand nooit ‘voor het grote geld’ mag gaan. Meerdere actoren trekken daarom het alternatieve karakter van Rock Werchter in twijfel (en dan niet alleen omdat het festival ooit Milk Inc. programmeerde). “Rock Werchter is geen muziekfestival meer, want dat is heel mainstream geworden”, luidt het eindverdict van een respondent.

Behalve de grens met de mainstream wordt ook de scheidslijn met de underground bewaakt. Diverse geïnterviewden willen bij wijze van spreken de lat niet te hoog leggen omdat bij een opgerekte grens al te veel groepen of muzikanten als nichemuziek dreigen te worden weggezet, waardoor grotere spelers er geen systematische aandacht meer zullen aan geven. In het live-circuit valt het volgens vele respondenten doorgaans nog mee. Een festival als Pukkelpop heeft ook kleinere podia voor minder gevestigde namen, een grote concertzaal als de AB biedt onder meer in de kleinere club ook kansen aan debuterende band. Daarentegen vinden de meerdere respondenten dat de media, Studio Brussel op kop, iets al te snel als underground bestempelen. De bewaking van de bovengrens (mainstream) en de ondergrens (underground) hangen duidelijk samen. Te veel

mainstream kan om twee redenen niet: het is ‘foute muziek’, en het gaat ten koste van ‘de echte alternatieve muziek’. Die laatste moet vanuit de individuele logica of rockesthetica voorrang krijgen en mag niet worden gemarginaliseerd door ‘commerciële keuzes’ of een dominantie van de organisatorische logica.

De actoren die worden aangevallen, of zeggen dat gevoel te hebben, ontkennen de kritiek niet in de interviews. Ze pareren die door hardop de door de critici verdedigde scheidslijnen in vraag te stellen. De grenzen tussen mainstream, alternatieve mainstream en underground zouden vervaagd zijn, wat een mix in de media-aandacht of programmering legitimeert. De geïnterviewde vertegenwoordigers van de media of grote festivals beweren dan ook dat ze met hun meer gemêleerde insteek enkel een bredere trend binnen hun publiek volgen. Dat zou veel minder dan voorheen aan het onderscheid tussen alternatief en mainstream vasthouden en daarom méér dingen goed vinden. “Er is een soort openheid, glasnost”, poneert een radiomaker. “Die trend zie je ook bij de jonge gasten die hier werken: die gaan en luisteren naar alles, naar Milk Inc. en naar Pukkelpop”, vult een andere radio-programmator aan. Wanneer jongeren vaker tussen muzieksoorten switchen, moeten de media deze trend volgen: “Anders haal je jezelf onderuit”. De tegenargumentatie luidt kortom dat het culturele klimaat is veranderd en sluit indirect aan bij de maatschappijdiagnoses die binnen de sociale wetenschappen met begrippen als ‘postmoderniteit’ of ‘culturele omnivorisering’ worden geassocieerd (zie bijvoorbeeld Jameson 1984 resp. Peterson & Kern 1996). Ook de pleitbezorgers van een brede muziekberichterijving of -programmering stellen dat er meer omnivore muzikliefhebbers zijn die geen boodschap meer hebben aan het traditionele onderscheid tussen lage en hoge cultuur of, toegedacht naar ons onderwerp, mainstream en alternatieve mainstream of underground. Ze vinden het daarom logisch dat Tiësto op Pukkelpop en Milk Inc., Pink of Lady Gaga op Rock Werchter zijn te zien. “Het is niet omdat het Rock Werchter heet dat er alleen maar rock mag staan: da’s een compleet achterhaalde denkpijpe”, stelt een journalist. “Ik vind dat Werchter gewoon een doorsnede moet zijn van wat de popmuziek op dit moment is en daarom moet dat dus best kunnen”, zegt ook een booker. In dezelfde lijn argumenteren de geïnterviewde journalisten, ook die van kwaliteitskranten. Een nieuwsmedium moet voor een breed publiek schrijven en dat ook respecteren, zo heet het. Daarom is er niets mis met berichtgeving over Lady Gaga of Britney Spears: het zijn fenomenen die grote zalen doen uitverkopen en dus nieuwswaardige muziekmaaksters.

Bekeken vanuit Bourdieus cultuursociologie is de discussie tussen tegen- en voorstanders van ‘muzikaal breed gaan’ een schoolvoorbeeld van een definitiestrijd waarin orthodoxen tegenover heterodoxen staan (Bourdieu 1993a en 1993b). De orthodoxen verdedigen de grens tussen alternatieve mainstream en mainstream, terwijl de heterodoxen juist kettters zijn omdat ze die daadwerkelijk in vraag stellen (en zo indirect de identiteit van de alternatieve mainstream ondergraven). Op basis van de globale analyse van de interviews die we eerder kort memoreerden, kunnen we concluderen dat de orthodoxe critici schermen met de individuele selectielogica – die door de achterliggende rockesthetica ook altijd

een keuze voor 'het artistieke' inhoudt – terwijl de bekritiseerden zich primair op de organisatorische logica beroepen. De laatsten beargumenteren keuzes of beslissingen inderdaad minder vanuit de persoonlijke artistieke smaak en zeggen publieksgericht te handelen. Dat legitimeren ze tegelijkertijd ook mee vanuit de ingenomen veldpositie: als Vlaams medium of internationaal festival moeten ze de smaak van het publiek in hun beslissingen verdisconteren. Er speelt dus ook de positionele logica, die in tweede orde het primaat van de organisatorische logica mee zou rechtvaardigen. Dat het allemaal ten koste van de individuele logica gaat, geven de betrokkenen indirect toe. Als ze hun persoonlijke smaak laten spreken, merken we dat ook zij vasthouden aan de rockesthetica en erkennen dat mainstreamartiesten zelden de toets daaraan doorstaan. Het publiek waarvoor men schrijft of programmeert mag dus al wel de grens tussen mainstream en alternatieve mainstream relativeren, zelf doet men dat niet en valt men nadrukkelijk de orthodoxe waardencanon bij waarbinnen authenticiteit en originaliteit voorop staan. “Je zult me er niet van verdenken dat ik daar hoog mee oloop”, zegt een journalist over het Vlaamse popidool Dana Winner, waaraan zijn krant nochtans aandacht besteedde. In dezelfde richting gaan de uitspraken van collega-journalisten over Milk Inc. (“pretentieuze, redelijk platte dansmuziek”) of Lada Gaga: “Ze heeft muzikaal weinig waargemaakt van wat ze soms staat te beweren”. Anders dan het ingeroepen publiek beamen de heterodoxen ook het bestaan van tal van muzikale underground-subculturen en een eigenstandige alternatieve scene die verschilt van ‘de echte mainstream’. Ze associëren zich evenmin met mainstreammedia als Radio 2 en MNM of populaire tv-programma’s van het type *Tien Om Te Zien* of *De Rode Loper*. Kortom, dezelfde actoren die vanuit een organisatorische en positionele logica de rockesthetica en haar onderscheid tussen rock en pop problematiseren, blijven die als individuele muziekliefhebber onderschrijven. Dat mag iets zeggen over het sterk geïstitutionaliseerde karakter van zowel deze esthetica als de erbij aansluitende individuele logica onder degenen die beroepsmatig actief zijn binnen de Vlaamse alternatieve mainstream.

6. Doxa en legitieme smaak

Dat bij hun concrete keuzes of beslissingen lang niet altijd de individuele, artistiek georiënteerde selectielogica prevaleert, geven ook die respondenten toe die collega’s van ‘vervlakking’ beschuldigen. Alle geïnterviewden zeggen dat ze regelmatig moeten inbinden op hun persoonlijke esthetische voorkeuren vanuit de organisatorische of positionele logica. Daarnaast speelt ook de logica van tweede orde-observatie: men confirmeert zich soms om publieksredenen aan een voorbijgaande hype, zonder daar zelf veel muzikaal waardevols in te zien. Selecties worden in al deze gevallen minder om artistieke redenen gemaakt en veeleer vanuit de eis van economische rentabiliteit, het bestaan van een moei-

lijk te negeren trend, organisatorische randvoorwaarden als de grootte van de eigen concertzaal, of het behouden van goede werkrelaties met collega's (zoals het programmeren van een band die men zelf minder goed vindt ter compensatie van een eerdere voorkeursbehandeling door een booker). Beslissen op basis van vooral de persoonlijke smaak is binnen de Vlaamse alternatieve mainstream kortom eerder een betrachting dan alledaagse realiteit. Echt gelukkig zijn onze respondenten daar niet mee: we horen aarzelingen en onwennigheid wanneer ze toegeven dat hun keuzes mee door andere mensen of externe factoren worden gevormd. De individuele logica van 'gaan voor de eigen smaak', die op zijn beurt is verbonden met gedeelde artistieke waarden als authenticiteit en originaliteit, werkt voor de geïnterviewden dus duidelijk als een normatief bindende doxa (de notie van culturele doxa ontleen we aan Bourdieu 1993a en 1993b).

Analytisch gezien omvat de dominante doxa twee dingen. Enerzijds geldt de door alle respondenten verinnerlijkte verwachting dat de persoonlijke muzieksmaak moet voorop staan bij het recenseren van nieuwe platen of het programmeren op de radio en in de concertzaal. Anderzijds bezitten de met de rockesthetica verbonden artistieke waarden, waarin ieders individuele voorkeuren en afkeren liggen ingebed, eveneens een sterk geïnstitutionaliseerd karakter. Beide dimensies impliceren logischerwijs elkaar binnen de individuele selectielogica, ook al wordt dat door onze respondenten niet met zoveel woorden gezegd. Selecteren op basis van de individuele smaak komt immers neer op het gestand doen van de esthetische – maar zoals gezegd deels ook moreel geladen – kernwaarde van authenticiteit: net als de artistiek geprezen groep of muzikant handelt men op een oprechte manier. Met persoonlijke variaties committeren alle geïnterviewden zich aan de dubbel gelede, zij het ook intern consistente doxa dat integer, vanuit de eigen smaak beslissen de norm is en zo meteen ook wordt gekozen voor de geprefereerde muziek van integere groepen of muzikanten. De vastgestelde consensus doet uiteraard ietwat paradoxaal aan, aangezien de geobserveerde doxa juist stipuleert dat men een persoonlijke smaak volgt, maar dan wel binnen de grenzen van de romantische rockesthetica... Deze paradox van de legitieme muzieksmaak onder sleutelactoren binnen de Vlaamse alternatieve mainstream kunnen we deels ontwijden door, in navolging van Ann Swidler (1986), de rockesthetica als een culturele hulpbron te beschouwen die individueel wordt 'geactiveerd'. Ze reikt meer bepaald waarden aan die alsnog toelaten om strikt persoonlijke, 'onzegbare' muzikale ervaringen sociaal te articuleren en naar anderen toe te verantwoorden.

Dat er een bepaald sterke (verinnerlijkte) pressie van de heersende doxa uitgaat, observeren we vooral wanneer de respondenten menen dat ze die met de voeten treden. Er speelt dan de druk van een 'imaginaire Ander' of, in de bekende terminologie van G.H. Mead (1967), een conversatie tussen 'I' en 'Me'. Want zelfs zonder dat we hen daarop expliciet aanspreken, gaan de geïnterviewden quasi-automatisch in het verweer wanneer ze denken dat zekere van hun beslissingen als illegitiem zouden kunnen worden gebrandmerkt. In deze verdediging tegen mogelijke inbreuken op de doxa zitten bij nader inzien een aantal

constanten, in het bijzonder wanneer het gaat over selecties die mogelijk sterk door andere factoren dan de persoonlijke artistieke voorkeur zijn getekend. Een veelgehoorde vorm van verweer is het relativiseren of zelfs ontkennen van deze niet-individuele parameters via de verwijzing naar tegenvoorbeelden. De respondenten hanteren dan een boekhoudkundige logica waarin 'zondige' of illegitieme beslissingen worden gecompenseerd door een groter aantal legitieme selecties. In een spreken dat voornamelijk argumenteert middels praktijkvoorbeelden is dat een effectieve justificatie-strategie. Er zijn immers altijd wel voorbeelden aan te halen die wijzen op conformiteit aan de legitieme smaak en de verwachting dat de individuele logica, en zo ook de rockesthetica of 'het artistieke', primeert binnen selectieprocessen. Een rockjournalist zegt:

"Eventuele druk vanuit de omgeving? Nee, dat zijn geen criteria, dat zijn factoren. En vaak geen doorslaggevende factoren. Het artistieke blijft het belangrijkste. Anders zou ik Marble Sounds geen blik waardig hebben gegund, of Customs destijds, of etcetera. Dat een onbekende groep "cd van de week" wordt, heeft alleen maar met het artistieke te maken. We gaan geen gazet extra verkopen door Marble Sounds "cd van de week" te maken. Dat heeft louter en alleen artistieke merites, geen commerciële. God weet hoeveel cd's er van verkocht zijn".

'Fout' ogende keuzes worden soms ook gerechtvaardigd onder beroep op de logica van culturele correctheid: men wil niet discrimineren of elitair doen. De belangrijkste manier om mogelijke kritiek te weerleggen, is echter de spreekwoordelijke vlucht vooruit. Keuzes die eerst worden verbonden met een niet-individuele logica krijgen in tweede instantie alsnog een schijn van legitimiteit door ze mede te verantwoorden vanuit de persoonlijke smaak en striktere artistieke criteria. Vandaar de vaak gehoorde toevoeging 'maar die muziek is ook goed!' wanneer bijvoorbeeld de indruk kan leven dat een buitenlandse hype klakkeloos werd overgenomen. Ook de respondenten die werkzaam zijn binnen de Vlaamse media of grote festivalorganisaties en menen dat anderen hen 'vervlakking' aanwrijven, proberen regelmatig op deze manier hun geloofwaardigheid op te krikken.

Muzikale keuzes die aanleunen bij de mainstream boeken de geïnterviewde journalisten of radiomakers nogal eens af op anderen: "mijn collega's doen dat, zelf heb ik daar niets mee te maken". Of er volgen meteen excuses. Zo laat een journalist zich tijdens het interview ontvallen dat hij wel eens naar *Tien Om Te Zien* ging. Direct daarop gaat hij spontaan in de verdediging door op te merken dat hij "bij wijze van reality-check" zijn vriendin, die beroepshalve het programma bijwoonde, vergezelde. Of neem de radiosamensteller die ogenblikkelijk, en weerom ongevraagd, in het verweer gaat als hij vertelt over het draaien van een single van een minder alternatief ogende muzikant:

"Toen dacht ik plots van "ja" en had ik het gevoel "dat kan wel iets worden, een hitje voor een breder publiek". Dat sloot nog aan bij ons "profiel". De latere singles hebben we

ook minder gedraaid. Van zodra dat je het gevoel krijgt dat het een foute connotatie gaat krijgen, trekken we ons iets meer terug”.

De laatste uitspraak is indicatief voor de vaker gemaakte observatie dat de respondenten het bestaan van een legitieme smaak annex doxa, en dus ook van mogelijke sociale sancties bij overtredingen, reflexief in hun beslissingen inbouwen. De geïnterviewde radiomaker wist dat hij met het draaien van een single van X de grens tussen alternatieve mainstream en mainstream dreigde te overschrijden. De mogelijke transgressie leek hem verdedigbaar vanuit de organisatorische logica (‘een hitje voor een breder publiek’), maar ze bleef in het geval van de artistiek niet hooggewaardeerde X ook eenmalig omdat de zender zijn geloofwaardigheid niet mag verspelen door al te sterk tegen de doxa binnen de alternatieve mainstream in te gaan. Hoe die soms ook als een dwingend sociaal feit in de omgang met anderen wordt geanticipeerd, leert de volgende anekdote van, opnieuw, een radioprogrammasamensteller:

“Ik draaide Spinvis voor het eerst in een avondprogramma. Daarop vroeg de coördinator mij om dat nummer mee te brengen naar de playlist-vergadering. Ik durfde dat eerst niet mee te pakken, want ik dacht dat ze mij daarmee alleen maar eens goed konden uitlachen, met zo’n Nederlander die wat zit te wauwelen”.

Ook al beseffen de geïnterviewden dat er een zekere sociale dwang uitgaat van de legitieme smaak en die tegen persoonlijke keuzes kan worden uitgespeeld, ze zullen hem niet snel afvallen. Integendeel, men wil er zich aan conformeren en verdedigt de bestaande doxa zélf ook. Het is voor onze gesprekspartners gewoonweg een premisse dat de medeveldbewoners een persoonlijke smaak hebben die koerst op waarden als authenticiteit en originaliteit en de individuele logica bij selecties de doorslag moet geven. Vanuit dit axioma beoordeelt men anderen, en tegelijk verwacht men dat diezelfde anderen van jezelf evenzeer conformiteit aan de doxa verwachten. Hoe groot soms ook de kracht van de andere selectielogica’s mag zijn, altijd weer opnieuw komen de geïnterviewden uit bij het gewenste of normatieve primaat van de individuele logica en het daarmee verbonden engagement voor ‘het artistieke’. Iemand als Bourdieu (1984 en 1993b) zou allicht wijzen op het sociaal gevormde karakter van de persoonlijke smaak en de geclaimde autonomie tevens sterk relativeren vanuit een gedeelde habitus. Voor deze stellingname valt natuurlijk ook wel iets te zeggen vanuit de geobserveerde verwevenheid van de individuele muzieksmaak met de collectief onderschreven rockesthetica. Maar zoals gezegd beschouwen wij die in de lijn van Swidler (1986) eerder als een culturele hulpbron die behalve beperkend (*constraining*) ook mogelijk makend (*enabling*) is: het gedeelde artistieke waardenregister stut en justificeert individuele selecties. Die zetten de respondenten naar eigen zeggen ook meermaals door, ondanks het feit dat de weerhouden groep of muziek niet ‘hip’ of rendabel is en zonder rekening te houden met wat hun directe omgeving wenselijk acht. Dat relativeert uiteraard een meer structurele benadering à

la Bourdieu. Als we onze gesprekspartners volgen, moeten we veeleer concluderen dat de individuele logica behalve justifierend ook performatief werkt en een eigenstandige werkzaamheid bezit. Precies omdat de geïnterviewden er zo sterk in geloven, is, Bourdieusiaans gesproken, de 'collectieve illusie' van individuele autonomie in keuzeprocessen méér dan loutere zelfbegoocheling.

7. Uitleiding en discussie

Het mag zo ondertussen duidelijk zijn dat de geïnterviewde sleutelactoren binnen de Vlaamse alternatieve mainstream sterk vasthouden aan een waarden- of legitimiteitshiërarchie. Daarbinnen bezit de individuele logica en de ermee verbonden waarde van 'het artistieke' – concreet: als authentiek ervaren muziek – onmiskenbaar de grootste legitimiteit. Diezelfde hiërarchie positioneert de andere selectielogica's, en a fortiori de waarde van economische return, daarentegen als minder aanvaardbaar. Dat zorgt meermaals voor ambiguïteit in het spreken van de respondenten wanneer ze 'bekennen' dat meer dan eens ook andere overwegingen dan de individuele smaak binnen selectieprocessen spelen. 'Opbiechten' dat individuele voorkeuren soms moeten wijken, gebeurde tijdens de interviews trouwens al eens nadrukkelijk 'off the record'. Indirect wijst dit op het sterke morele karakter van de geobserveerde hiërarchie: sommige respondenten wilden informatie over 'foute beslissingen' liever buiten het citeerbare corpus houden. De genoteerde dubbelzinnigheid komt in wezen neer op een tegelijk erkennen en ontkennen van het belang van organisatorische, positionele en/of tweede orde-factoren. Onze gesprekspartners geven toe dat ze lang niet altijd voor het volle pond 'hun ding' kunnen doen, maar voegen er opvallend vaak meteen aan toe dat ze hun persoonlijke muziekliefde en -voorkeuren 'toch in veel gevallen' gehonoreerd weten.

Bij enig doorvragen blijkt dat concrete selecties nogal eens neerkomen op *compromisvorming tussen logica's*, wat ook wel enigszins te verwachten valt (vgl. Boltanski en Thévenot 2006, 275-335 over compromissen). Ook dan blijft de *waarden- of legitimiteitshiërarchie* doorwerken: de meeste respondenten maken voor zichzelf en in professionele contacten compromissen vanuit het primaat van de individuele logica. Die staat voorop en moet zoveel mogelijk doorwegen bij het in rekening brengen van andere factoren of waarden als publieksbereik, economische kosten en baten, nieuwheid (het belang van trends)... Wanneer in het eindresultaat het persoonlijke of artistieke accent nog voldoende doorklinkt, kan de evenwichtsoefening legitiem heten. Bij een illegitiem compromis bepalen daarentegen een of meer externe factoren bovenmatig sterk de gemaakte selectie. De meeste geïnterviewden slagen er naar eigen zeggen meestal in om een legitiem compromis te vinden wanneer ze de individuele logica moeten kruisen met de organisatorische, positionele en/of tweede orde-selectielogica. Ook als ze erkennen dat die laatste bijwijken een prominente rol spelen, beklemtonen

ze dat in de bekende laatste instantie hun persoonlijke esthetische voorkeur de belangrijkste richtingswijzer is. Daarmee bevestigen ze indirect nogmaals dat de individuele logica of de keuze voor 'het artistieke' behalve een reëel selectiecriteria vooral ook een normatief wenselijke keuzestandaard is.

De vastgestelde waarden- of legitimiteitshiërarchie laat toe om de tussenpositie van de alternatieve mainstream, waarvan we in dit artikel vertrokken, verder aan te scherpen. Onze respondenten bevestigen dat het om een eigenstandig muzikaal veld gaat waarbinnen 'het artistieke' en 'het economische' elkaar voor de voeten kunnen lopen. Ze brengen daarbij echter een dubbele nuancering aan. Enerzijds is 'het economische' niet synoniem voor winststreven zonder meer: maatgevend, ook in normatieve zin, is de financiële levensvatbaarheid van de tewerkstellende organisatie op de middellange termijn. Dat wettigt niet alleen het ideaaltype van een organisatorische logica, maar zorgt in de interviews tevens voor bijwijlen felle uithalen naar actoren die in de eigen perceptie wel 'het primaat van economisch kapitaal' zouden vooropstellen en zo de grens met de mainstream verwateren. Anderzijds dient 'het artistieke', dus de individuele logica, volgens de geïnterviewden binnen concrete selectieprocessen in principe de overhand te hebben op de organisatorische en andere logica's. Groepen of cd's moeten in de eerste plaats individueel-artistiek worden gewaardeerd en geëvalueerd, en pas in tweede instantie vanuit andere overwegingen. Uitsluitend kiezen voor 'het artistieke' zou daarentegen het privilege van de underground zijn. Aldus de dominante beeldvorming onder onze respondenten: onze bevindingen laten uiteraard niet toe om te besluiten dat in de mainstream enkel 'het economische' in strikte zin prevaleert en de underground zich alleenlijk aan 'het artistieke' committeert. Verder onderzoek binnen deze twee segmenten en/of de vergelijkende herinterpretatie van eerdere studies over het muzikale mainstream- en underground-gebeuren vanuit het perspectief van selectielogica's of, breder, de sociologie van waardering en evaluatie is kortom nodig.

De sterke consensus over de legitieme muzieksmaak en de wenselijkheid van individueel gemotiveerde keuzes als programmator, manager of journalist deed ons eerder al van een culturele doxa gewagen. Het gaat in de afgenomen interviews evenwel niet enkel om de muzikale individualiteit of de waarde van 'het artistieke' als zodanig. De doxa stipuleert tevens dat die zoveel mogelijk in alle vrijheid moet worden geaffirmeerd, los van externe factoren. Daardoor staat het spreken van onze respondenten indirect heel vaak in het teken van de meer algemene tegenstelling tussen autonomie en heteronomie, vrijheid en determinatie die de culturele moderniteit mede typeert (vgl. Taylor 2004) (dit onderscheid is ook de sociale wetenschappen niet onbekend, zie het debat over *agency* en *structure* of tussen weberianen en durkheimianen; vergelijk Laermans 2012b). Idealiter, zo zegt de doxa, wordt de persoonlijke esthetische smaak in alle vrijheid gevolgd en tot richtsnoer van beslissingen genomen. Noch deze normatieve aanspraak, noch de vaststelling dat hij binnen de eigen beroepspraktijk niet altijd kan worden ingelost, kunnen nieuw heten. Zowel het ideaal van het vrij uiten van een individuele artistieke smaak als de discussie over de rol van externe

factoren die de expressie ervan afremmen, zijn in historisch perspectief nauw verweven met de positie van, en de beeldvorming over, de moderne kunstenaar (vgl. Hellmold *et al.* 2003; Laermans 2009; van Winkel 2007). Onze respondenten zijn natuurlijk geen artiesten in strikte zin, maar de dominante betekenisgeving die ze met hun professionele praktijk verbinden, sluit wel aan op een standaard die van oudsher met het kunstenaarschap is geassocieerd. De geobserveerde doxa annex waardenhiërarchie genereert kortom een frictie tussen autonomie en heteronomie (versta: tussen de individuele en de andere selectiologica's) die de positie van kunstenaar al veel langer omgeeft.

De dissonantie tussen autonomie en heteronomie, de gewenste vrijheid om de eigen artistieke smaak te laten doorwegen in selectieprocessen en hun mogelijke sturing door externe factoren, kenmerkt natuurlijk wel meer professionele bezigheden. Ze duikt vooral op in de expanderende culturele of creatieve economie, waartoe de muzieksector trouwens meestal eveneens wordt gerekend (vergelijk du Gay & Pryke 2002; Huws 2007). Van modeontwerpers over gameontwikkelaars tot reclamemakers of PR-mensen: ze kennen allen wat David Stark (2009) 'the sense of dissonance' noemt, het gevoel dat ze tussen divergerende logica's moeten schipperen en vaker dan hun lief is op hun persoonlijke esthetische smaak of, algemener, op de waarde van 'het artistieke' moeten inleveren. Daarbij speelt vooral de spanning tussen een creatieve of, breder, een culturele of symbolische logica en economische imperatieven (vgl. Eikhof en Haunschild 2007). Onder onze respondenten neemt die de vorm aan van het verschil tussen enerzijds de wenselijkheid van individueel gemotiveerde keuzen die wortelen in de rockesthetica en 'het artistieke' gestand doen, en anderzijds het maken van daaraan vreemde selecties vanuit een soms als dwingend ervaren organisatorische en positionele logica. Deze kloof tussen ideaal en realiteit kenmerkt evenwel vele creatieve beroepen en is dus helemaal niet typisch voor de alternatieve mainstream. Dat brengt ons meteen bij ons slotbedenking.

Tijdens de voorbije decennia verwierf het domein van populaire muziekstudies academisch bestaansrecht op het snijvlak van musicologie, sociologie, communicatiewetenschap, mediastudies en culturele studies. De institutionele erkenning creëerde een onderzoeksdynamiek die ondertussen meermaals bevestigde en dus veralgemeenbare inzichten opleverde, zoals het belang van de rockesthetica als gedeeld cultureel universum binnen wat wij de alternatieve mainstream noemen. We bouwden daar in deze bijdrage op voort, maar rearticuleerden tevens de ontleende bevindingen door te werken vanuit de bredere invalshoek van de sociologie van waarderings- en evaluatieprocessen. Conceptueel mag die misschien niet direct hoogst innovatief zijn (ook wij lieten ons sterk inspireren door het werk van Pierre Bourdieu, maar met aftrek van het achterliggende deterministische denkkader). Dat laat de misschien wel belangrijkste les van de sociologie van waardering en evaluatie echter onverlet: incongruenties of dissonanties tussen uiteenlopende waardenregimes (Heinich 1998), 'economies of worth' (Boltanski & Thévenot 2006) of selectiologica's (onze terminologie) zijn behalve veldspecifiek ook over de verschillen tussen sectoren heen onder-

ling vergelijkbaar. Dit geldt bij uitstek voor de spanning tussen ‘het artistieke’ en ‘het economische’, die op een telkens andere manier valt terug te vinden binnen vele segmenten van de creatieve of culturele economie. In die zin beschouwen we ons onderzoek, ondanks de case-gerichte aanpak, in de eerste plaats als een bescheiden bijdrage tot de nog in de steigers staande vergelijkende sociologie van waarderings- en evaluatieprocessen (vgl. Lamont 2012).

BIBLIOGRAFIE

- Adorno, T.W. (1972), Resumé over cultuurindustrie, pp. 55-64 in T.W. Adorno, *Zonder richtlijn. Parva aesthetica*. Amsterdam: Octavo.
- Alexander, J.C. (1995), The Reality of Reduction: The Failed Synthesis of Pierre Bourdieu, pp. 120-218 in J.C. Alexander, *Fin de Siècle Social Theory. Relativism, Reduction and the Problem of Reason*. London: Verso.
- Atton, C. (2009), Writing About Listening: Alternative Discourses in Rock Journalism, *Popular Music*, 28(1), 53-67.
- Baker, G. (2012), Mala Bizta Sochal Klu: Underground, Alternative and Commercial In Havana Hip Hop, *Popular Music*, 31(1), 1-24.
- Bannister, M. (2006), ‘Loaded’: Indie Guitar Rock, Canonism, White Masculinities, *Popular Music*, 25(1), 77-95.
- Boltanski, L. & Thévenot, L. (2006), *On Justification – Economies of Worth*. Princeton (N.J.): Princeton University Press.
- Bourdieu, P. (1984), *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge (Mass.): Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1989), *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip*. Amsterdam: Van Gennep.
- Bourdieu, P. (1990), *The Logic of Practice*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1993a), *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1993b), *De regels van de kunst. Wording en structuur van het literaire veld*. Amsterdam: Van Gennep.
- Chambers, I. (1985), *Urban Rhythms. Pop Music and Popular Culture*. New York: St. Martin’s Press.
- Du Gay, P. & Pryke, M. (eds.) (2002), *Cultural Economy. Cultural Analysis and Commercial Life*. Londen: Sage.
- Eikhof, D.R. & Haunschild (2007), For Art’s Sake! Artistic and Economic Logics in Creative Production, *Journal of Organizational Behavior*, 28(5), 523-538.
- Frith, S. (1978), *Sound Effects*. Londen: Constable.
- Frith, S. (1987), Towards an Aesthetic of Popular Music, pp. 133-150 in R. Leppert & S. McClary (eds.), *Music and Society: The Politics of Composition, Performance and Reception*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gielen, P. (2003), *Kunst in netwerken. Artistieke selecties in de hedendaagse dans en de beeldende kunst*. Tiel: Lannoo.

- Grossberg, L. (1992), *We Gotta Get Out of This Place. Popular Conservatism and Postmodern Culture*. New York: Routledge.
- Heinich, N. (1998), *Ce que l'art fait à la sociologie*. Paris: Minuit.
- Hellmold, M., Kampmann, S., Lindner, R. & Sykora, K. (2003), *Was ist ein Künstler? Das Subjekt der modernen Kunst*. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Hennion, A. (1993), *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation*. Parijs: Métailié.
- Hennion, A. (2001), Music Lovers – Taste as Performance, *Theory, Culture & Society*, 18(5), 1-22.
- Hennion, A., Maisonneuve, S. & Gomart, E. (2000), *Figures de l'amateur. Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*. Parijs: La Documentation Française.
- Hesmondhalgh, D. (1999), Indie: the Institutional Politics and Aesthetics of a Popular Music Genre, *Cultural Studies*, 13(1), 34-61.
- Hutter, M. & Throsby, D. (2008), *Beyond Price. Value in Culture, Economics, and the Arts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Huws, U. (ed.) (2007), *The Spark in the Engine. Creative Workers in a Global Economy*. Londen: Analytica Publications.
- Jameson, F. (1984), Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism, *New Left Review*, 146, 53-92.
- Jones, C.W. (2008), *The Rock Canon. Canonical Values in the Reception of Rock Albums*. Hampshire: Ashgate.
- Kärjä, A. (2006), A Prescribed Alternative Mainstream: Popular Music and Canon Formation, *Popular Music*, 25(1), 3-19.
- Karpik, L. (2007), *Valuing the Unique. The Economics of Singularities*. Princeton (N.J.): Princeton University Press.
- Keunen, G. (2013), *Alternatieve mainstream. Over selectiemechanismen in het popmuziek-circuit*. Leuven: LannooCampus.
- Kjellberg, H. et al. (2013), Valuation Studies? Our Collective Two Cents, *Valuation Studies*, 1(1), 11-30.
- Kruse, H. (1993), Subcultural Identity in Alternative Music Culture, *Popular Music*, 12(1), 33-41.
- Laermans, R. (2009), Artistic Autonomy as Value and Practice, pp. 125-138 in P. Gielen & P. De Bruyne (eds.), *Being an Artist in Post-Fordist Times*. Rotterdam: NAi Publishers.
- Laermans, R. (2012a), De waarden van de kunst, pp. 327-345 in I. Glorieux, J. Siongers & W. Smits (eds.), *Cultuursociologie buiten de lijnen*. Leuven: LannooCampus.
- Laermans, R. (2012b), *De maatschappij van de sociologie*. Amsterdam: Boom.
- Laermans, R. (2013), Creative Labour and the Production of Culture: Toward a Sociology of Commonality in H. Knolauch & R. Tuma (eds.), *Communication, Culture, and Creativity*. New York: Peter Lang (te verschijnen).
- Lamont, M. (2012), Toward a Comparative Sociology of Valuation and Evaluation, *Annual Review of Sociology*, 38(21), 201-221.
- Latour, B. (2005), *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Clarendon.
- Luhmann, N. (1995), *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt: Suhrkamp (2 vol.)
- Mead, G.H. (1967), *Mind, Self and Society*. Chicago/Londen: University of Chicago Press.

- Merton, R.K. (1968), Contributions to the Theory of Reference Group Behavior, pp. 279-334 in R.K. Merton, *Social Theory and Social Structure* (enlarged edition). New York: The Free Press.
- Moore, A. (2002), Authenticity as Authentication, *Popular Music*, 21(2), 209-223.
- Negus, K. (2002), The Work of Cultural Intermediaries and the Enduring Distance Between Production and Consumption, *Cultural Studies*, 16(4), 501-515.
- Nippert-Eng, C.E. (2002), Boundary Work: Sculpting Home and Work, pp. 79-87 in L. Spillman (ed.), *Cultural Sociology*. Oxford: Blackwell.
- Ollivier, M. (2006), Snobs and Québécois: Prestige and Boundaries in Popular Music in Quebec, *Popular Music*, 25(1), 97-116.
- Peterson, R.A. & Kern, R.M. (1996), Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore, *American Sociological Review*, 61(5), 900-907.
- Regev, M. (2002), The 'Pop-Rockization' of Popular Music, pp. 251-264 in D. Hesmondhalgh. & K. Negus (eds.), *Popular Music Studies*. Londen: Arnold.
- Shuker, R. (2008), *Understanding Popular Music Culture*. Londen: Routledge.
- Stark, D. (2009), *The Sense of Dissonance: Accounts of Worth in Economic Life*. Princeton (N.J.): Princeton University Press.
- Straw, W. (1991), Systems of Articulation, Logics of Change: Communities and Scenes in Popular Music, *Cultural Studies*, 5(3), 368-88.
- Street, J. (1986), *Rebel Rock: The Politics of Popular Music*. Oxford: Basil Blackwell.
- Swidler, A. (1986), Culture in Action: Symbols and Strategies, *American Sociological Review*, 51(2), 273-286.
- Taylor, C. (2004), *Modern Social Imaginaries*. Durham/Londen: Duke University Press.
- Toynbee, J. (2000), *Making Popular Music: Musicians, Creativity and Institutions*. Londen: Arnold.
- Van Winkel, C. (2007), *De mythe van het kunstenaarschap*. Amsterdam: Fonds BKVB.
- Von Appen, R. & Doehring, A. (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 an Aesthetic Perspective, *Popular Music*, 25(1), 21-39.