

# Inhalt

<b>A.</b>	<b>POLITIKWISSENSCHAFTLICHE RELEVANZ UND THEORETISCHER ZUGANG</b>	
<b>1.</b>	<b>EINLEITUNG UND POLITIKWISSENSCHAFTLICHE VERORTUNG</b>	<b>15</b>
1.1	Politik und Popkultur in der Mediengesellschaft	15
1.2	Forschungsstand und Zugang	19
1.3	Aufbau der Arbeit	29
<b>2.</b>	<b>POLITISCHE KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG UND POPDISKURS: BEGRIFFE UND GRUNDLAGEN</b>	<b>32</b>
2.1	Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft	32
2.1.1	<i>Begriffsklärungen und Forschungsfelder</i>	32
2.1.2	<i>Merkmale der Mediengesellschaft</i>	39
2.1.3	<i>Medialisierung</i>	43
2.1.4	<i>Politische Kommunikationsforschung in der Mediengesellschaft</i>	47
2.1.5	<i>Politikvermittlung und Popkultur</i>	55
2.1.6	<i>Popkultur und politische Ideengeschichte</i>	59
2.2	Der Popdiskurs in der Spektakelkultur	62
2.2.1	<i>Was ist Pop?</i>	62
2.2.2	<i>Populäre Kultur: Datierung, Zugang und Begründungsweisen</i>	65
2.2.3	<i>Der Popdiskurs – Suche nach einer Kritischen Theorie der Popkultur</i>	68
2.2.4	<i>Von der Medienkultur zum Triumph des Spektakels</i>	75
2.2.5	<i>Die Ver-Pop-ung der Gesellschaft</i>	81

3.	UNTERSUCHUNGSDESIGN UND METHODISCHES VORGEHEN	86
3.1	Der analytische Rahmen: Politische Kulturforschung und Politikfeldanalyse	89
	3.1.1 <i>Politische Kulturforschung</i>	90
	3.1.2 <i>Politikfeldanalyse</i>	96
3.2	Analytisches Modell zum Verhältnis von Popkultur und Politik	98
3.3	Forschungsfragen	104
3.4	Forschungsdesign	105
	3.4.1 <i>Methodik und Durchführung der Dokumentenanalysen</i>	106
	3.4.2 <i>Methodik und Durchführung der Experteninterviews</i>	107
	3.4.3 <i>Befragung der Bundestagsabgeordneten</i>	109
B.	>POLPOP< IN DEUTSCHLAND ? POPKULTUR ZWISCHEN KOMMERZIALISIERUNG UND POLITISIERUNG	
4.	REPOLITISIERUNG DER POPKULTUR – POLITISCHE KÜNSTLER ZWISCHEN UNTERSTÜTZUNG UND PROVOKATION	110
4.1	Politische Popmusik: Geschichte und Dimensionen	116
4.2	Begriffsbestimmung und Auswahlkriterien für die Expertengespräche	125
	4.2.1 <i>Begriffsbestimmung: Polpop als Untersuchungskategorie</i>	125
	4.2.2 <i>Erhebungszeitraum und Auswahl der Gesprächspartner</i>	131
	4.2.3 <i>Methodisches Vorgehen bei den Gesprächen mit den ausgewählten Popkünstlern</i>	135
4.3	9/11 und Kriegsgefahr im Irak: Ausgangspunkt der Repolitisierung	137
4.4	Wortmeldungen politischer Künstler im Bundestagswahlkampf 2002	142
	4.4.1 »Der Schwanz wackelt mit dem Hund!« – <i>Niedecken unterstützt Rot-Grün</i>	143
	4.4.1.1 <i>BAP – Eine Erfolgsgeschichte</i>	143

4.4.1.2	<i>Niedecken mit Sympathie für Joschka Fischer und Michael Naumann</i>	146
4.4.1.3	<i>Rot-grüne Wahlveranstaltung mit Rockmusik: eine neue Verbindung zwischen Politik und Popkultur</i>	148
4.4.2	›Der Fluch der Kommerzialisierung‹ – Konstantin Wecker klagt an	151
4.4.2.1	<i>Aufstieg und Fall von Konstantin Wecker</i>	151
4.4.2.2	<i>Engagement trotz Ernüchterung</i>	152
4.4.3	<i>Zwischenfazit: Klassischer Polpop am Scheideweg</i>	155
4.5	›Gegen die Vergiftung‹ – neue Generationen und Formen politischer Musik	156
4.6	Widerstand gegen die ›Pellenpolitik‹ – die Provokationen von Schlingensief	160
4.6.1	<i>Christoph Schlingensief: Eine Werkshow</i>	160
4.6.2	<i>Schlingensiefs Eingriffe in den Bundestagswahlkampf 2002</i>	166
4.6.3	<i>Polpop als Provokation</i>	168
4.7	Polpop in der Bundesrepublik – eine Momentaufnahme	170
C.	<b>POP KULTUR-POLITIK IN DER BERLINER REPUBLIK – EINE MOMENTAUFNAHME</b>	
5.	<b>POLITIKFELD KULTUR: PARADIGMENWECHSEL NACH DEM REGIERUNGSWECHSEL?</b>	176
5.1	Kulturpolitik als Anwendungsbeispiel für den Governance-Ansatz	182
5.2	Kulturpolitik: Motive und Anforderungen im Politikfeld	185
5.3	Kooperativer Kulturföderalismus in Deutschland	191
5.3.1	<i>Kulturpolitische Konzepte im Wandel</i>	191
5.3.2	<i>Rechtliche Rahmenbedingungen der Kulturpolitik</i>	199
5.3.3	<i>Finanzielle Ressourcen der Kulturpolitik</i>	204
5.3.4	<i>Instrumente der Kulturpolitik</i>	208
5.3.5	<i>Ebenen und Akteure der Kulturpolitik</i>	210
5.3.6	<i>Kulturföderalismus auf dem Prüfstand</i>	219

5.4	Bundeskulturpolitik nach dem Regierungswechsel 1998	220
5.4.1	<i>Die Debatte über einen Bundeskulturminister und die Einberufung eines Bundesbeauftragten</i>	221
5.4.2	<i>Neue Akteure und Institutionen der Bundeskulturpolitik nach 1998</i>	228
5.4.3	<i>Einsetzung einer Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«</i>	230
5.4.4	<i>Kulturverträglichkeitsprüfung als Teil des Regierungshandelns</i>	232
5.5	Kulturpolitik des Bundes: eine politikwissenschaftliche Zwischenbilanz	233
6.	<b>KRISEN IN DER MEDIEN- UND MUSIKINDUSTRIE: EINE HYPOTHEK FÜR DIE BERLINER REPUBLIK?</b>	239
6.1	Erosionserscheinungen in der bundesdeutschen Medienlandschaft	242
6.1.1	<i>Medienpolitik in der politikwissenschaftlichen Analyse</i>	244
6.1.2	<i>Der Zusammenbruch des Kirch-Imperiums</i>	252
6.1.3	<i>Krisenerscheinungen bei der Bertelsmann AG</i>	257
6.1.4	<i>Perspektiven des deutschen Medienmarktes</i>	261
6.2	Viva MTV? Aufstieg und Zukunft des Musikfernsehens in Deutschland	264
6.2.1	<i>Musik im Fernsehen: Erste Gehversuche und der Siegesszug des Musikvideos</i>	267
6.2.2	<i>MTV: Markteinführung und Entwicklungsphasen</i>	271
6.2.3	<i>VIVA: Die Instrumentalisierung und Politisierung der Popkultur</i>	278
6.2.4	<i>Musikfernsehen in Deutschland: ein Ausblick</i>	285
6.3	Die Krise der Musikindustrie	287
6.3.1	<i>Die Popkomm: Sprachrohr der Industrie und Plattform für die Politik</i>	288
6.3.2	<i>Zur Lage der Musikindustrie zu Beginn des 21. Jahrhunderts</i>	289
6.3.3	<i>Ursache der Krise der Musikindustrie 1: die Fusionswelle der Tonträgerindustrie in den 1980- und 1990er-Jahren</i>	291

6.3.4	<i>Ursache der Krise der Musikindustrie 2: die Konzentration auf Superstars</i>	293
6.3.5	<i>Ursache der Krise der Musikindustrie 3: die neuen Möglichkeiten des Internets</i>	298
6.3.6	<i>Ursprung und Boom der Internet-Musiktauschbörsen</i>	302
6.3.7	<i>Reaktionen der Musikindustrie auf die Krise</i>	305
6.3.8	<i>Ausblick: Auswege aus der Krise</i>	306
6.4	<b>Zwischenfazit: Neue Herausforderungen für die Medien- und Kulturpolitik</b>	307
7.	<b>POPKULTUR-POLITIK UNTER ROT-GRÜN: AUFBRUCH IN DIE SACKGASSE</b>	309
7.1	<b>Das Popkulturverständnis der Bundestagesabgeordneten</b>	313
7.1.1	<i>Vorgehen bei der Befragung der Bundestagsabgeordneten und Stichprobebeschreibung</i>	314
7.1.2	<i>Bekanntheit und Nutzung von Unterhaltungsangeboten im Fernsehen</i>	318
7.1.3	<i>Beurteilung der Popkultur durch die Bundestagsabgeordneten</i>	321
	7.1.3.1 <i>Beteiligung an Pop-Events</i>	321
	7.1.3.2 <i>Merkmale der Popkultur</i>	322
	7.1.3.3 <i>Stellenwert der Popindustrie für die Politik</i>	325
7.2	<b>Phasen der Popkultur-Politik unter Rot-Grün</b>	326
7.2.1	<i>Phase 1: Bestandsaufnahme zur Situation der Rock- und Popmusik in Deutschland</i>	327
7.2.2	<i>Phase 2: Der Bundesbeauftragte für Kultur und Medien stellt sich der Quotendebatte</i>	340
7.2.3	<i>Phase 3: Bundes-Popkultur-Politik als Standortpolitik?</i>	351
7.2.4	<i>Phase 4: Die Debatte über eine Musikquote für deutsche Radiosender vor dem Bundestag</i>	356
7.3	<b>Politikfeld Popkultur-Politik – eine vorläufige Bewertung</b>	369

<b>D.</b>	<b>RESÜMEE UND SCHLUSSFOLGERUNGEN</b>	
<b>8.</b>	<b>POP UND POLITIK: ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK</b>	<b>375</b>
8.1	Politische Popkultur in der Spektakelgesellschaft	379
8.2	Popkultur-Politik: Antworten auf die Krise?	383
8.3	Pop und Politik in der Berliner Republik	387
8.4	Kritik und politikwissenschaftliche Schlussfolgerungen	394
<b>E.</b>	<b>LITERATURVERZEICHNISSE UND ANHÄNGE</b>	
<b>9.</b>	<b>LITERATURVERZEICHNIS UND QUELLENVERZEICHNIS</b>	
9.1	Literaturverzeichnis	398
9.2	Quellenverzeichnis	461
9.3	Anhang	462