

# INHALT

Vorwort	1
1. Grundidee, Thesen, Forschung, Methode	5
Das ARD-Pop-Tabu	7
Erklärungsversuche	15
Befindlichkeiten	19
Ideologien: Konservativismus	25
Qualitätsdebatten, Antipathien	29
ARD-History	31
Methode: Theorie plus Fragebogen/Interviews	37
The Beat goes on. Was ist Popmusik?	41
Ein Sonderfall	47
Der Normalfall	49
Medienforschung	53
„O glückliche Nachmittage in dröhnender Gesellschaft von AFN“	71
2. <i>Hallo Twen, s-f-beat,     Teens-Twens-Top-Time, Popshop –     Popmusik in der ARD</i>	77
Die offizielle Sicht und Praxis: ARD-Jahrbücher	81
„Angrenzende“ Publikationen	93
Jugendsendungen mit Popmusik	97

3.	Alternativen im Äther: Quelle für Beat, Pop und Entertainment AFN, BFN/BFBS; Ö3 (ORF), R.T.L. Shadow Audience, DJ-Prinzip und narrative Moderation	103
	AFN (American Forces Network)	109
	BFN/BFBS	119
	Kommerziell und populär: Radio Luxemburg	123
	Ö3: ORF-Version von Radio Luxemburg aus Wien	129
	Fazit: Zielgruppenorientierte Muskradios mit narrativ-unterhaltender Moderation und engem Hörerkontakt	133
4.	Fragebogen-Interviews mit Zeitzeugen	137
	Gesprächspartner	139
	Anworten auf 23 Fragen	143
	Fazit, Interpretation, Ergebnisse	177
5.	Finale: Vom <i>Bildungsfunk</i> zum <i>Dienstleistungsradio</i>	197
	Vom aufklärerisch-elitären Radio zur dienstleistungsorientierten <i>Servicewelle</i>	199
6.	Anhang	211