

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1. Problemkontext und Thema der Magisterarbeit	1
1.2. Literatur- und Forschungsüberblick Popmusik und Popmusikjournalismus.....	3
1.3. Zielsetzung, Aspekte und Gliederung der Arbeit	7
2. Popmusik	9
2.1. Ein neuer Musikstil entsteht	9
2.2. Populärmusik, Populäre Musik, Popmusik, Pop?.....	11
2.3. Popmusik in den Massenmedien.....	14
2.3.1. Tonträger.....	14
2.3.2. Rundfunk	15
2.3.2.1. Hörfunk	16
2.3.2.2. Fernsehen	17
2.3.3. Periodische Printmedien.....	18
2.3.3.1. Tages- und Wochenzeitungen	19
2.3.3.2. Zeitschriften	22
2.3.4. Onlinemedien.....	26
2.4. Die Bedeutung von Pop in unserer Gesellschaft	17
3. Popmusikjournalismus	29
3.1. Musikjournalismus als neues Genre	29
3.1.1. Anfänge und Entstehung.....	29
3.1.2. Formate und Formen der Musikkritik	30
3.2. Journalismus und Popmusik	31
3.2.1. Der Weg ins Feuilleton.....	31
3.2.2. Zum aktuellen Stand des Popmusikjournalismus’	33
3.2.3. Popmusik als journalistisches Sujet	34
3.2.3.1. Begriff und Definition Popmusikjournalismus	34
3.2.3.2. Popmusikkritik	35
3.2.3.3. Popmusikberichterstattung.....	36
3.2.3.4. Schema Popmusikjournalismus.....	37
3.3. Zur Aufgabe und Funktion journalistischer Rede über Pop.....	38
3.3.1. Journalistisch-publizistische Funktionen.....	40
3.3.1.1. Selektieren.....	40
3.3.1.2. Informieren und Vermitteln	40

3.3.1.3. Unterhalten.....	41
3.3.2. Soziale Funktionen.....	41
3.3.3. Ökonomische Funktionen.....	42
3.4. Unter einer Decke? Popmusikjournalismus und die Plattenindustrie.....	43
4. Die Vermittlung von Popmusik aus kommunikationstheoretischer Perspektive.....	46
4.1. Produktion, Mediation und Konsumption von Pop.....	46
4.2. Exkurs: Massenkommunikation nach Maletzke.....	48
4.3. Popmusik als Kommunikationsprozess.....	49
4.4. Das Schreiben über Pop als Kommunikationsprozess.....	51
5. Popmusikjournalisten in der deutschen Presse.....	54
5.1. Musikhören als Beruf?.....	54
5.1.1. Tätigkeitsfeld Popmusikjournalismus.....	54
5.1.2. Soziodemografische Daten.....	55
5.2. Der Popmusikjournalist in der Medieninstitution.....	56
5.2.1. ... als Kommunikator.....	56
5.2.2. ... im Zwang des Mediums.....	57
5.2.3. ... in den Zwängen der Teil-Öffentlichkeiten.....	58
5.3. Berufsrollen und Selbstverständnis im Popmusikjournalismus.....	59
5.3.1. Berufsrollen.....	60
5.3.2. Musikjournalistisches Selbstverständnis nach Mathias Döpfner.....	61
6. Empirischer Teil: zum beruflichen Selbstverständnis der Popmusikjournalisten in Musikmagazinen und überregionalen Tageszeitungen.....	63
6.1. Zielsetzung und Fragestellungen.....	63
6.2. Untersuchungsgegenstand.....	64
6.3. Methodische Anlage der Untersuchung.....	64
6.3.1. Das Sample.....	65
6.3.2. Untersuchungsinstrument.....	66
6.3.3. Vorgehensweise.....	67
6.4. Untersuchungsergebnisse.....	67
6.4.1. allgemeine Informationen über die Befragten.....	68
6.4.2. Allgemeines zum Beruf des Popmusikjournalisten.....	69
6.4.2.1. Kontakt-Häufigkeiten der Musikjournalisten zu den einzelnen Anspruchsgruppen.....	69
6.4.2.2. Relevanz der Anspruchsgruppen für die musikjournalistische Tätigkeit.....	70

6.4.2.3. Informationsquellen musikjournalistischer Texte.....	71
6.4.2.4 An welchen Faktoren orientieren sich Popmusikjournalisten beim Schreiben von Musikkritiken?	72
6.4.3. Verhältnis zwischen Popmusikjournalisten und Vertretern der Musikszene	73
6.4.4. Verhältnis zwischen Popmusikjournalisten und Lesern.....	77
6.4.5. Zum beruflichen Selbstverständnis der Popmusikjournalisten.....	78
6.4.5.1. Aufgabe von Popmusikjournalisten.....	79
6.4.5.2. Position der Musikjournalisten in der Popmusikultur und Selbstbild	81
6.4.5.3. Rolle im allgemeinen Musikleben.....	84
6.4.5.4. Musikalische oder sprachlich-literarische Kenntnisse?.....	85
7. Zusammenfassung und Auswertung.....	87
8. Fazit und Ausblick.....	94
9. Literaturangaben.....	98
10. Anhang.....	105
10.1. Anschreiben an die Musikredaktionen.....	105
10.2. Leitfaden-Interview-Fragebogen	106
10.3. Standardisierter Fragebogen.....	108
10.4. Transkribierte Leitfaden-Interviews.....	111
10.4.1. Popmusikjournalisten von Tageszeitungen	111
10.4.2. Popmusikjournalisten von Musikmagazinen.....	126