

Inhalt

1. Einleitung | 7

- 1.1 Relevanz und Erkenntnisinteresse | 9
- 1.2 Abgrenzung und Einordnung der Arbeit | 30

2. Der Popmusik-Begriff | 51

- 2.1 Popmusik ist Musik | 53
- 2.2 Popmusik ist Pop(ulär) | 62
- 2.3 Popmusik ist politisch | 80
- 2.4 Popmusik ist Unterhaltung und Vergnügen | 89
- 2.5 Popmusik ist soziale Konstruktion | 99
- 2.6 Popmusik – das soziale Medium | 111
- 2.7 Popmusikgenres | 114
- 2.8 Was ist Popmusik? | 138

3. Popmusik und Sozialisation | 145

- 3.1 Musikalische Sozialisation | 145
- 3.2 Musikalische Selbstsozialisation | 155
- 3.3 Aneignung von Popmusik | 157
- 3.4 Popmusik und Identität | 168

4. Popmusik und Technologie | 189

- 4.1 Musik, Tonträger und Abspielgeräte – Beispiele für Technologieformate und ihre sozialkulturellen Implikationen | 191
- 4.2 Popmusik in der Mediamorphose | 194
- 4.3 Mediamorphosen und ihre sozialen Konsequenzen für die Musik | 201

5. Popmusik und Ökonomie | 217

- 5.1 Popmusik als Ware | 217
- 5.2 Der Popmusikmarkt | 223
- 5.3 Die Musikindustrie | 228
- 5.4 Konsequenzen der veränderten Popmusikökonomie | 240

6. Zwischenfazit – Veränderungen in der Bedeutung und Nutzung von Popmusik | 247

- 6.1 Digitalisierung | 249
- 6.2 Aneignung und (De-, Ent- und Re-)Kontextualisierung | 250
- 6.3 Der Wert von Popmusik | 252

7. Fallbeispiele | 259

7.1 Fallbeispiel 1: MP3 | 260

7.2 Fallbeispiel 2: Musikdownload Blogs | 268

7.3 Fallbeispiel 3: Bandcamp | 286

7.4 Fallbeispiel 4: Streaming | 290

7.5 Fallbeispiel 5: Hipster | 307

8. Fazit | 317

8.1 Demokratisierung und Entzinnlichung der Popmusikerfahrung | 317

8.2 Neubewertung durch Vielfalt und physische Rekontextualisierung | 319

8.3 Bedeutung und Wert von Popmusik | 321

8.4 Unvorhersehbare Nebeneffekte des digitalen Wandels von Popmusik | 322

Literatur | 323