

INHALT

VORWORT

9

DANK

11

1. EINLEITUNG

15

1.1 Die Geburt einer transnationalen Industrie

15

1.2 Aporien der Kulturindustriekritik

18

1.3 Gegenstand, Fragestellungen und Ansätze

21

1.4 Zum Aufbau der Arbeit

35

TEIL I: BEGRIFFE

39

2. DIMENSIONEN DER POPMUSIK

41

2.1 Popmusik, Kunstmusik, Volksmusik

41

2.2 Dimensionen der Produktion

44

2.3 Dimensionen der Rezeption

48

2.4 Ästhetik des Populären

53

2.5 Zur Institutionalisierung der Populärmusik in der Musikindustrie

56

3. DIMENSIONEN DER GLOBALISIERUNG

59

3.1 Globalisierung und kultureller Imperialismus

59

3.2 Deregulierung. Zum Verhältnis von Industrie und Staat

64

3.3 Konsumismus. Zum Verhältnis von Industrie und Medienrezeption	71
3.4 Verlust regionaler Besonderheiten. Zum Verhältnis von Industrie und kultureller Vielfalt	82
3.5 Dimensionen der musikindustriellen Globalisierung	88

TEIL II: BESCHREIBUNGEN

95

4. STRUKTURWANDEL DER TRANSNATIONALEN TONTRÄGERINDUSTRIE

97

4.1 Technologische Entwicklung

97

4.2. Rechtliche Rahmenbedingungen

99

4.3 Industriestruktur

108

4.4 Organisationsstrukturen

122

4.5 Berufliche Rollen

133

4.6 Konstruktion der Märkte

144

5. RADIO, FERNSEHEN UND DIGITALISIERUNG

153

5.1 Die Radioindustrie

153

5.2 Musikfernsehen

167

5.3 Musik im digitalen Zeitalter: Das Ende der phonographischen Industrie?

172

6. MUSIKALISCHE VIelfALT UND HOMOGENITÄT

177

6.1 Dimensionen musikalischer Vielfalt

177

6.2 Angleichung der Regionen

189

6.3 Konzentration im Mainstream	200
6.4 Vielfalt und Globalisierung von Nischen	220

TEIL III: ERKLÄRUNGEN

229

7. RATIONALITÄT UND IRRATIONALITÄT IN DER MUSIKINDUSTRIE

231

7.1 Zwischenresümee und soziologische Erklärung
231

7.2 Ökonomische Rationalität und Marktversagen
238

7.3 Die Rationalität des Organisierens und Organisationsversagen
260

8. STRUKTUREN DER NACHFRAGE UND REFLEXIVE KULTURINDUSTRIEKRITIK

291

8.1 Die gesellschaftlichen Bedingungen der Nachfrage
291

8.2 Reflexive Kulturindustriekritik
297

9. DIE FABRIKATION GLOBALER VIelfALT. EIN RESÜMEE

311

ANHANG

317

Tabellen
319

Grafiken
337

Quellen für die Hitparadenanalyse
342

Literatur
343

