

Jörg-Uwe Nieland

Pop und Politik

Politische Popkultur und Kulturpolitik
in der Mediengesellschaft

Herbert von Halem Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Jörg-Uwe Nieland

Pop und Politik.

*Politische Popkultur und Kulturpolitik
in der Mediengesellschaft*

Köln : Halem, 2009

Die Arbeit wurde unter dem Titel *Pop und Politik. Zur Annäherung zweier Sphären in der Mediengesellschaft* vom Fachbereich für Gesellschaftswissenschaften der Universität Duisburg-Essen, Campus Duisburg, zur Erlangung des akademischen Grades Dr. phil. angenommen. Referent: Prof. Dr. Heribert Schatz, Koreferent Prof. Dr. Dr. Karl-Rudolf Korte. Tag der mündlichen Prüfung: 5. Juli 2006.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2009 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-938258-46-0

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: FINDR, s. r. o. (Tschechische Republik)

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

A.	POLITIKWISSENSCHAFTLICHE RELEVANZ UND THEORETISCHER ZUGANG	
1.	EINLEITUNG UND POLITIKWISSENSCHAFTLICHE VERORTUNG	15
1.1	Politik und Popkultur in der Mediengesellschaft	15
1.2	Forschungsstand und Zugang	19
1.3	Aufbau der Arbeit	29
2.	POLITISCHE KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG UND POPDISKURS: BEGRIFFE UND GRUNDLAGEN	32
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	<i>Der Fluch der Kommerzialisierung – Konstantin Wecker klagt an</i>	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	<i>›Gegen die Vergiftung‹ – neue Generationen und Formen politischer Musik</i>	156
4.6	<i>Widerstand gegen die ›Pellenpolitik‹ – die Provokationen von Schlingensief</i>	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	<i>Polpop in der Bundesrepublik – eine Momentaufnahme</i>	170
C.	POPKULTUR-POLITIK IN DER BERLINER REPUBLIK – EINE MOMENTAUFNAHME	
5.	POLITIKFELD KULTUR: PARADIGMENWECHSEL NACH DEM REGIERUNGSWECHSEL?	176
5.1	<i>Kulturpolitik als Anwendungsbeispiel für den Governance-Ansatz</i>	182
5.2	<i>Kulturpolitik: Motive und Anforderungen im Politikfeld</i>	185
5.3	<i>Kooperativer Kulturföderalismus in Deutschland</i>	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.	KRISEN IN DER MEDIEN- UND MUSIKINDUSTRIE: EINE HYPOTHEK FÜR DIE BERLINER REPUBLIK?	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	Zwischenfazit: Neue Herausforderungen für die Medien- und Kulturpolitik	307
7.	POPKULTUR-POLITIK UNTER ROT-GRÜN: AUFBRUCH IN DIE SACKGASSE	309
7.1	Das Popkulturverständnis der Bundestagesabgeordneten	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	Phasen der Popkultur-Politik unter Rot-Grün	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	Politikfeld Popkultur-Politik – eine vorläufige Bewertung	369

D.	RESÜMEE UND SCHLUSSFOLGERUNGEN	
8.	POP UND POLITIK: ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	375
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
E.	LITERATURVERZEICHNISSE UND ANHÄNGE	
9.	LITERATURVERZEICHNIS UND QUELLENVERZEICHNIS	
9.1	Literaturverzeichnis	398
9.2	Quellenverzeichnis	461
9.3	Anhang	462