

INHALT

Vorwort	7
1. Grundlegendes	13
1.1 Arbeitsdefinitionen	13
1.2 Popmusikmagazine und Popmusikredakteure – der Forschungsstand	24
1.3 Exkurs: Popmusikmagazine und Popmusikredakteure im kulturellen Diskurs	32
2. Soziologische Perspektiven auf Popmusikjournalismus	39
2.1 Popmusikjournalismus als System	41
2.2 Popmusikjournalismus als Feld	49
2.3 Popmusikjournalismus als Diskurs	55
2.4 Popmusikjournalismus als eigensinniges Handeln von Medienakteuren	59
3. Das Feld der Popmusikmagazine	65
3.1 Begründung und Vorstellung der ausgewählten Magazine	65
<i>Rolling Stone</i>	66
<i>Spex</i>	71
<i>Intro</i>	76
3.2 Der Blick über den disziplinären Tellerrand: Journalistik	81
Zum Begriff der Journalistik	82
Themen und Bereiche der Journalistik	87
3.3 Die Ordnung des Feldes der Musikmagazine mit den Begriffen der Journalistik	90
Normenkontext: Rechtliche und (standes-)ethische Aspekte	90
Strukturkontext: Ökonomische und organisatorische Aspekte	98
Ökonomische Aspekte der Zeitschriftenproduktion	99
Organisatorische Aspekte der Zeitschriftenproduktion	122
Zur Autonomie der redaktionellen Arbeit	129

Funktionskontext: Aspekte journalistischer Wahrnehmungsroutinen	132
Zur Selektion und Gewichtung des Nachrichtestoffes	136
Bezugsgruppen, Publikumsvorstellungen und Deutungsmacht von Journalismus	145
Rollenkontext: Zur Situation deutscher Journalisten	150
4. Die Wirklichkeit der Musikkommunikatoren	163
4.1 Zur empirischen Rekonstruktion der Wirklichkeitskonstruktionen	163
4.2 Ergebnisse	167
Rollenkontext	169
Musikalische und berufliche Sozialisation	169
Selbstbild, Aufgaben und Kompetenzen: Konstruktionen des Musikredakteurs und des Musikmagazins	174
Musikverständnis und Werturteil: Der professionelle Umgang mit Musik	185
Berufszufriedenheit	197
Funktionskontext	206
Die Wirklichkeit der Musiknachrichten – Dimensionen der Auswahl und Darstellung	206
Quellen und Bezugsgruppen	218
Strukturkontext	235
Die Redaktion als Organisations- und Entscheidungszentrum	235
Technologische und zeitliche Aspekte der Produktion	245
Ökonomische Aspekte der Produktion	249
Normenkontext	260
Ethik und Aufgabe des Musikjournalismus	260
4.3 Zusammenfassung am Beispiel der Hype-Konstruktionen in Popmusikmagazinen	266
5. Diskussion und Ausblick	277
5.1 Musiksoziologie und Popmusikmagazine	278
5.2 Popmusikmagazine und das Internet	281
5.3 Zur Typik und Notwendigkeit der Berufsauffassung im Popmusikjournalismus	285
Literaturverzeichnis	299