



Georg Hübner

Musikindustrie und Web 2.0

Die Veränderung der Rezeption und
Distribution von Musik durch das
Aufkommen des Web 2.0



PETER LANG

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Vorwort (Autor)	7
Musik und „Web 2.0“	13
Einleitung und Hintergrund der Arbeit	15
a) Hintergrund	15
b) Gegenstand	15
c) Forschungsziel und Methode	16
d) Struktur	18
1. Begriffserklärungen	21
1.1 Rezeption und „Web 2.0“	21
1.1.1 Rezeption	21
1.1.2 „Web 2.0“	21
1.2 Mediamorphosen	22
2. Musikindustrie im Umbruch	25
2.1 Prä-Jazz und die Ära der Musikverleger	27
2.2 Erste Revolution – Jazz und die Ära des Radios	29
2.3 Zweite Revolution – Rock’n’Roll und die Ära der Labels	32
2.3.1 Rock’n’Roll	32
2.3.2 Die Ära der Tonträger	35
3. Die digitale Mediamorphose	39
3.1 Die Digitalisierung der Musik	41
3.1.1 Technologien	42
3.1.2 Stil	44
4. Internet	47
4.1 Geschichte des Internet	47
4.1.1 Die Grundlagen	47
4.1.2 Die „Wilde Phase“	50
4.1.3 Die kommerzielle Phase	54
4.1.4 Fazit	55
4.2 Musik im Netz: Die Anfänge	56
4.3 Peer-to-Peer	60
4.4 Musik im Netz: „Tausch“börsen	65
4.5 „Web 2.0“	71
4.6 Musik im Netz: Der Status Quo	78
4.6.1 File-Sharing	79
4.6.2 Communities mit Schwerpunkt auf Musik	82
4.6.3 Music-On-Demand-Services	84
4.6.4 Shops mit „Web 2.0“-Attributen	86

4.6.5 Podcasts	86
4.6.6 Audioblogs	87
5. Vergleich der Revolutionen mit der heutigen Situation	91
5.1 Voraussetzungen	91
5.2 Technologische Innovationen	92
5.3 Wechsel der Mainplayer	96
5.4 File-Sharing is the New Loud	100
5.4.1 Asynchronizität	100
5.4.2 Assimilation	102
5.4.3 Die stillose Revolution	103
6. Zusammenfassung	111
7. Schlussfolgerungen und Ausblick	115
Quellenverzeichnis	121
Glossar	125
Abkürzungen	133