

Inhalt

Vorbemerkung des Herausgebers	7
1. Einleitung	9
1.1. Gesellschaftlicher Wandel – eine ‚Erlebnisgesellschaft‘	9
1.2. Funktionalisierung von Musik	10
1.3. Gegenstand und Methode der Untersuchung	11
1.4. Das Quellenmaterial	13
2. Soziale und mediale Bedingungen	15
2.1. Erlebnisgesellschaft	15
2.1.1. Eine postmoderne Gesellschaft	15
2.1.2. Bedeutung des Lebensstils	15
2.1.3. „Schemata des Seinswollens“	18
2.1.4. „Everything works beautifully“	22
2.2. Medien-Wende	25
2.2.1. Vom beobachtenden Medium zur Präsentation des Beobachtens	25
2.2.2. Das Verlassen der „Gutenberg-Galaxis“	26
2.2.3. Das Medium ist die Botschaft	29
2.2.4. Realitäts-Design	30
2.2.5. Media Cross Over	37
3. Musik-Präsentation im Hörfunk	39
3.1. Hörfunk – das vernetzte Weitergabe-Medium	39
3.2. Sendungsformen und Präsentationsarten	42
3.2.1. Sendungen aus Musik und Sounds	44
3.2.1.1. <i>Mittagskonzert</i>	45
3.2.1.2. <i>Klassik Forum</i>	46
3.2.1.3. <i>Heimatklänge</i>	54
3.2.1.4. <i>WDR 3 open:</i>	59
3.2.1.5. <i>WDR 3.pm</i>	64
3.2.2. Sendungen über Musik und Sounds	69
3.2.2.1. <i>Eins Live Kultkomplex</i>	70
3.2.2.2. <i>Soundfiles</i>	75
3.2.3. Sendungen mit Musik und Sounds	82
3.2.3.1. <i>Eins Live Montag 15</i>	83
3.2.3.2. <i>Westzeit</i>	89
3.2.3.3. <i>Morgenecho</i>	95
3.2.3.4. <i>WDR 3 open:</i>	97
3.3. Funktionen von Musik im erlebnisorientierten Hörfunk	101

3.4. Die Ebene der Produktion – Umorientierung	107
3.4.1. Eine junge Welle	108
3.4.2. Musik für Magazinprogramme	112
3.4.3. Kultur als Ereignis	114
3.4.4. Musik als Kulturvermittler für das Ausland	118
3.5. Die Ebene der Rezeption	120
4. Musik-Präsentation im Fernsehen	126
4.1. Musik im Fernsehen – Ein Medium und seine Möglichkeiten	126
4.2. Gebrauchs-Genre	131
4.2.1. Vorspannmusik	131
4.2.2. Show-Musik	132
4.2.3. Background-Musik im nicht-fiktionalen Bereich	133
4.2.4. Background-Musik im fiktionalen Bereich	135
4.3. Sendungsformen und Präsentationsarten – Analysen	136
4.3.1. Sendungen aus Musik und Sounds	137
4.3.1.1. <i>Kelly-Family-Konzert</i>	138
4.3.1.2. <i>Musikanten-Stadt</i>	142
4.3.1.3. <i>Die Klostertaler</i>	147
4.3.1.4. <i>Achtung! Klassik</i>	152
4.3.1.5. <i>Die 3 Tenöre</i>	156
4.3.1.6. <i>Helmut Lotti goes Classic</i>	162
4.3.1.7. <i>Liebesbriefe an Dich</i>	166
4.3.1.8. <i>Mc-Clip-Call</i>	171
4.3.2. Sendungen über Musik und Sounds	175
4.3.2.1. <i>José Carreras</i>	176
4.3.2.2. <i>Universum Bach</i>	180
4.3.2.3. <i>Willemsens Musikszene</i>	186
4.3.2.4. <i>Viva Interaktiv</i>	196
4.3.3. Sendungen mit Musik und Sounds	205
4.3.3.1. <i>Big Brother</i>	205
4.3.3.2. <i>Wetten, dass..?</i>	209
4.3.3.3. <i>Wer wird Millionär?</i>	212
4.4. Funktionen von Musik im erlebnisorientierten Fernsehen	214
4.5. Aspekte der Produktionsebene	218
4.5.1. Ein öffentlich-rechtliches Präsentations-Verständnis	218
4.5.2. Musikalisches Sparten-Fernsehen	224
5. Neue musikalische Wirklichkeiten	229
5.1. Funktionsbestimmungen von Musik in der Erlebnisgesellschaft	229
5.2. Neue musikalische Wirklichkeiten – ein Ausblick	236
Literatur- und Quellenverzeichnis	238