

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.	POP-KULTUR-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

A. POLITIKWISSENSCHAFTLICHE RELEVANZ UND THEORETISCHER ZUGANG

1. EINLEITUNG UND POLITIKWISSENSCHAFTLICHE VERORTUNG

1.1 Politik und Popkultur in der Mediengesellschaft

»Kann man Deutschland regieren, wenn man nur eine
Beatles-Platte besitzt?« (KNIEBE 2005)

Die Frage von Thomas Kniebe im Feuilleton der *Süddeutschen Zeitung* beleuchtete sechs Wochen vor der Bundestagswahl 2005 das Verhältnis von Angela Merkel zum Pop. Der Journalist verweist zwar auf die überschaubare Popmusik-Plattensammlung der Kanzlerkandidatin und Beobachtungen zu ihrer recht emotionslosen Teilnahme an einem Robbie-Williams-Konzert, doch ohne Bezüge zur Popkultur kommt seiner Ansicht nach auch Frau Merkel nicht aus. Solche Einschätzungen werden von zahlreichen Berichten über Treffen und gemeinsame Auftritte von Politikern und Popkünstlern in den letzten Jahren gestützt. So lud Gerhard Schröder regelmäßig Schriftsteller und bildende Künstler ins Kanzleramt oder auf Auslandsreisen ein; auch wurde er in seinen Wahlkämpfen von Künstlern wie Günter Grass, Klaus Staeck und Klaus Meine (dem Sänger der Hannoveraner Rockgruppe The Scorpions) »unterstützt«. Außerdem leisteten sich die Sozialdemokraten 2003 für einige Monate den Posten eines Popbeauftragten. Angela Merkel traf sich im Vorfeld des G8-Gipfels in Heiligendamm mit Bono (Sänger von U2) und Bob Geldof, um mit ihnen über die Proteste gegen den Gipfel und Hilfsprogramme für Afrika zu sprechen.

Der hier angesprochenen *Annäherung zwischen der Politik und der Popkultur* spürt die vorliegende Arbeit nach. Selten waren die Voraussetzungen für eine Bestandsaufnahme zum Verhältnis von Pop und Politik günstiger als nach Ende des ›rot-grünen Projektes‹ – nicht nur, weil sich der ehemalige Außenminister Joschka Fischer als »letzter Rock'n'Roller der Politik« bezeichnet hat. Insbesondere als im Bundestagswahlkampf 2002 die Haltung der Bundesrepublik zum drohenden Irak-Krieg thematisiert wurde, meldeten sich zahlreiche (Pop-)Künstler zu Wort und dokumentierten damit die *gesellschaftspolitische Funktion der Popkultur*. Popkünstler traten nicht nur als »Souffleure des Zeitgeistes« – so bezeichnete Karl-Rudolf Korte die Vertreter der erzählenden Literatur in den späten 1980er- und frühen 1990er-Jahren –, sondern vor allem als *Teil und Motor der kulturellen Modernisierung und der Mobilisierung* auf.

In drei Ereignissen verdichtet sich das neue Zusammenspiel von Pop und Politik: den *Live 8-Konzerten im Sommer 2005*, den *Protestveranstaltungen plus Konzert während des G8-Gipfels in Heiligendamm* sowie der *Expertenanhörung zur Musikquote im Deutschen Bundestag im September 2004*. Die Konzerte am 2. Juli 2005 und am 7. Juni 2007 sowie die Treffen von Bob Geldof, U2-Sänger Bono und anderen Popmusikern mit Politikern auf den Weltwirtschaftsforen und vor allem den G8-Gipfeln, waren der sichtbarste Höhepunkt einer *weltweiten (sozialen) Bewegung*, die für die Entschuldung der ärmsten Länder sowie für eine gerechte Welt eintritt. Die Anhörung im Bundestag im Herbst 2004 ist als Versuch anzusehen, ein Verhandlungsnetzwerk im Popbereich zu etablieren und zu neuen Regulierungsformen in der Kultur- und Medienpolitik zu gelangen.

Doch was hat dies mit Demokratie in der Mediengesellschaft zu tun? Reichen die Ereignisse bereits aus, um die Verbindung zur *Popkultur zum integralen Bestandteil von Politik* zu erklären? Diese Fragen stehen in der vorliegenden Arbeit im Mittelpunkt.

Den Ausgangspunkt bildet die Beobachtung, dass Öffentlichkeit und Mediensystem sich in modernen Gesellschaften in einem ständigen Wandel befinden. Dieser Zusammenhang erlangt augenblicklich einen solch hohen Stellenwert, weil sich die *Kommunikation als gesellschaftliches Totalphänomen* zunehmend über die (Massen-)Medien vollzieht und die massenmediale Kommunikation dabei ist, die Aufgaben der traditionellen Instanzen – wie Parteien, Kirchen, Vereine und Familien – zu übernehmen.

Die *Medialisierung kann als gesellschaftlicher Metaprozess* (Friedrich Krotz) angesehen werden. Zunächst ist zu konstatieren, dass immer mehr Kom-

munikationsmedien entstehen und auf immer unterschiedlichere Arten Verwendung finden. Aufgrund der Medialisierung stehen schließlich immer mehr Lebensbereiche und Handlungen in direktem Bezug zu den Medien – und zwar sowohl zu ihrer Produktion, ihren Inhalten als auch zu ihrer Rezeption. Wir erleben nicht nur das Verschmelzen von Technologien, die Konvergenz der Inhalte, sondern auch Konzentrationsprozesse. Die gesellschaftlichen Folgen der Vermachtung sind bislang kaum bestimmt – von einer (medien)politischen Bewältigung ganz zu schweigen. Nach den rasanten Entwicklungen im Rundfunksektor und den tiefgreifenden Veränderungen, die der Einsatz des PCs mit sich brachte, stehen nun gewaltige Umbrüche im Bereich der *mobilen Kommunikation* an. Nach dem Aufstieg des Musikfernsehens – welcher uns unter anderem die ›Videoclip-Ästhetik‹ bescherte – ist die Popmusikbranche Antreiber dieser Entwicklung: Das Geschäft mit den Klingeltönen ist nur ein Indiz.

Sowohl begleitet als auch angetrieben werden diese Tendenzen von der zunehmenden *Durchdringung der Gesellschaft, der Politik und des Alltags durch die Popkultur*. Dies dokumentiert nicht nur die Überwindung der vormals strikten Trennung zur Hochkultur sowie zur Avantgardekunst, sondern auch die gezielte Übernahme von Symbolen, Images und Vermarktungsstrategien in anderen gesellschaftlichen Bereichen wie dem Sport, der Wirtschaft und eben auch der Politik. Parallel dazu hat das »Politainment« (Andreas Dörner) mit seinen Geschichten, Inszenierungen und Symbolen das Politische näher an den Alltag und die Lebenswelt eines jeden herangebracht. Es wird hinter die Kulissen geschaut, es werden zusätzliche Informationen gesucht – und im vormals unpolitischen, privaten Bereich gefunden. Das Motto der sogenannten ›68er-Bewegung‹, ›das Private ist politisch‹ hat dabei ebenso Gültigkeit wie die Umwandlung des Mottos in »das Politische ist privat« (Claudia Roth). In der Folge entstehen neue Foren und Formen des Austausches über das Politische. Und genau diese Foren und Formen weisen zunehmend Bezüge zur Popkultur auf. Systemtheoretisch gesehen markiert der Bedeutungsaufschwung der Popkultur die Differenzierung und Leistungssteigerung von der Medialisierung (im gesellschaftlichen Teilsystem der Medien).

Ausgehend von den Kulturwissenschaften hat der ›cultural turn‹ die gesellschafts- und geisteswissenschaftlichen Fächer ergriffen – und die *Kreativwirtschaft* bzw. die »kreative Klasse« (Richard Florida) werden zu der treibenden Kraft von Wirtschaft und Gesellschaft erhoben. Auch wurde an zahlreichen Stellen grundsätzlich über die Beziehung von

›Kultur und Politik‹ nachgedacht – prominent etwa durch den Soziologen Wolf Lepenies.

Einige Politiker reagieren auf diese Vorgänge, indem sie offensiv den Kontakt zur Popkultur suchen. Auftritte in Unterhaltungsshows, Interviews und Fotostrecken in Lifestyle-Magazinen sowie gemeinsame Veranstaltungen mit Popstars befördern den Aufbau und die Vermarktung von Sekundärprodukten. Bücher, Werbekampagnen und Popsongs – erinnert sei an das Stück *Hol mir mal 'ne Flasche Bier* von Stefan Raab – reduzieren die Politik auf das Private, auf Stimmungen. Diese Form der Vermarktung und der Ästhetisierung wird den Politikern und den politischen Institutionen nachteilig angerechnet. Einerseits sind mit »Mediokratie« (Thomas Meyer) oder ›Spaßgesellschaft‹ Zuschreibungen gefunden, die diese Tendenzen kritisieren; andererseits läuft die Kritik an den Zuständen oftmals in die Falle, zum »Criticainment« (Gerd Hallenberger/Jörg-Uwe Nieland) zu werden, nämlich der ausschließlich auf Unterhaltung reduzierten Kommentierung.

In der Mediengesellschaft steigt die Popkultur (und zwar im Zusammenspiel von Produktion[sbedingungen], Inhalten und Rezeption) zu einem zentralen Untersuchungsgegenstand auf. Weil, bis auf wenige Ausnahmen, in den Sozialwissenschaften die Rolle der Popkultur bislang kaum behandelt wurde, wird im Folgenden für eine Erweiterung des Gegenstandsbereichs nicht nur der Politischen Kommunikationsforschung, sondern auch der Politischen Kulturforschung plädiert.

Eine Untersuchung zum Verhältnis von Medien und Politik muss die aktuelle ›Architektur der Berliner Republik‹ in den Blick nehmen. Aus diesem Grund erfolgt in der vorliegenden Arbeit eine Generierung von Hypothesen, zum einen anhand der Betrachtung der neuen Ausprägungen der *politischen Popkultur* und zum anderen mithilfe einer *Politikfeldanalyse zur Kulturpolitik* (auf Bundesebene). In der explorativen Studie gelangen Dokumentenanalysen, Experteninterviews und eine Befragung von Bundestagsabgeordneten zur Anwendung. Im Anschluss an diesen Aufriss folgt in Abschnitt 1.2 die Vorstellung des *Forschungsstands* und des *politikwissenschaftlichen Zugangs*. In Abschnitt 2 werden die zentralen *Begriffe* und die *theoretischen Bezüge* der Arbeit erläutert. Dem *methodischen Vorgehen* widmet sich Abschnitt 3. Gespräche mit politischen Popkünstlern in Abschnitt 4 beschäftigen sich mit der Frage nach der *Repolitisierung der Popkultur*. Es handelt sich um eine Momentaufnahme aus dem Sommer 2002 – und nicht um eine Längsschnittanalyse – und außerdem kommen

›nur‹ kritische, ›linke‹ Künstler zu Wort. Trotz dieser Einschränkungen sind Aussagen über den veränderten Zustand der Politischen Kultur in der Berliner Republik möglich. Der dritte Teil der vorliegenden Arbeit analysiert die *Kulturpolitik unter Rot-Grün*. Es wird – nach der Erläuterung der Erneuerungen in der Kulturpolitik auf Bundesebene (Abschnitt 5) und der strukturellen Krise auf dem Medien- und Musikmarkt (Abschnitt 6) – um die Darstellung der ersten Schritte der *Bundes-Pop-Politik* gehen. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung wird im Abschlussabschnitt das Verhältnis von Pop und Politik unter Medialisierungseinfluss bewertet.

1.2 Forschungsstand und Zugang

Schon kam RTL-Exklusiv-Tröte Frauke Ludwig herbeigeeilt und Schröder sagte, Lindenberg sei sein Lieblingsänger, [...]. Die Mädchenband No Angels musste mit dem Kanzler gemeinsam gefilmt werden. »Na los!« rief Schröder, »mach hin, ich kann nicht so lang den Bauch einziehen«

(v. STUCKRAD-BARRE 2002: 114.)

Der ›Pop-Literat‹ Benjamin von Stuckrad-Barre trat an, »die Inszenierung des öffentlichen Lebens, das Rollenspiel auch im Privaten, die Kostümierung, die permanente Bühnensituation« festzuhalten und zu kommentieren (2002: 1). Der Schulterchluss zwischen Pop und Politik ist ein zentraler Bestandteil seiner Beobachtungen unter dem Titel *Deutsches Theater*.¹

Die zitierte Schilderung einer Szene während der Einweihungsfeier des neuen Bundeskanzleramts (im Frühjahr 2001) legt das Verhältnis des Bundeskanzlers zu den Medien und den Vertretern der Popkultur offen. Das Reservoir für solche Analysen füllen die politischen Akteure, ›die Medien‹, die politische PR, die Event-Manager etc. nahezu täglich neu. Was auf den ersten Blick als Marketing-Getöse oder Medientauglichkeit einiger Politiker erscheint, deutet aus politikwissenschaftlicher Sicht an, wie prekär die *Beziehung zwischen Medien und Politik* geworden ist (mit

1 Vgl. mit der Auseinandersetzung über die These von ›Politik als Theater‹ LENK 1996; MEYER/KAMPFMAN 1998; SARCINELLI 2002b; SCHATZ/NIELAND 2004a; SCHICHA 2007.

dieser grundsätzlichen Einschätzung bspw. KAASE 1998a: 24).² So häuften sich – auch in der Bundesrepublik Deutschland – skeptische Diagnosen: Hans Matthias Kepplinger spricht von der »Demontage der Politik« (1998: insbesondere 163, 176, 205, 220f.) und gar vom durch die Medienberichterstattung ausgelösten »Abschied vom rationalen Wähler« (KEPPLINGER/MAURER 2005), Fritz Plasser beobachtet die »Synchronisation von politischer Logik und Medienlogik« (2000: 50), Thomas Meyer fasst unter dem Begriff »Mediokratie« »die Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem« (2001a: bspw. 10, 85ff., 167ff., 187f.) zusammen und für Hartmut Böhme (2002: 164) ist das Primat der Politik vom Primat der Medien abgelöst worden.³

Demokratiethoretisch stellt sich die Frage, ob sich die Gewichte im demokratischen Legitimationsprozess weg von den Verfahren und den Institutionen hin zu den Medien, also weg von der *Repräsentation* hin zum *medialen Quasi-Plebiszit* verschieben (SARCINELLI 2001a: 4, 2005a: 64ff., 77ff., 94, 264ff.).⁴ Diesem Verdacht lohnt es nachzugehen, denn die Auswirkungen für das politische System der Bundesrepublik,⁵ aber auch für die Politische Kultur und die Theorie der Politik, müssen als gravierend angesehen werden.

Entgegen der von Max Kaase 1998 geäußerten Vermutung – dass sich mit der Rede von der Mediengesellschaft »wieder eine Themenkarriere angebahnt hat, die, ähnlich wie der genannte Legitimitätsdiskurs, der Neokorporatismus oder die Zivilgesellschaft« sehr schnell auf die Statur von Forschungsinteressen schrumpfen würde (KAASE 1998a: 25,

2 Vgl. mit dieser Bewertung auch die Beiträge in CZADA/WOLLMANN 2000 (insbesondere CZADA 2000; JARREN/DONGES 2000); in KORTE/WEIDENFELD 2001 (insbesondere KORTE 2001b; MEYER 2001b); in MARSCHALL/STRÜNCK 2004 (insbesondere MEYER 2004; SCHATZ 2004) sowie MEYER 2003b. Vgl. vor allem VOWE/DOHLE 2007; MARCINKOWSKI/PFETSCH 2008.

3 Vgl. außerdem WEISCHENBERG 1997 (insbesondere Kap. 3 und 4), MÜLLER 1999 (insbesondere Abschnitt D); mit warnenden Hinweisen HOFFMANN-RIEM 2000; MEYER 2002a und Beiträge in SCHATZ/RÖSSLER/NIELAND 2002. Außerdem existiert eine Reihe von Publikationen zum Thema: Infotainment und Entertainment (vgl. bspw. die Beiträge in NIELAND/SCHICHA 2000, in PAUKENS 2000; in FES 2001a, 2001b, 1998; in SCHICHA/BROSDA 2002). Vgl. zum Verhältnis von Journalismus und Unterhaltung die Beiträge in BLÖBAUM/RENGER/SCHOLL 2007. Hartmut Böhme (2001: 165) meint: »Mehr als jeder Politiker sind die Medien die wahren Nachfolger des Machiavellismus« und auch der Wahlkampfmanager und Präsidentenberater Dick Morris warnt vor dem Aufstieg eines neuen Fürsten (1999a).

4 Ulrich Sarcinelli ist diesem Aspekt auch unter den Schlagworten: »Legitimation durch Kommunikation?« (1999a) und »Teledemokratische Fürstenherrschaft« (1999b) nachgegangen.

5 Im Gegensatz zur Mehrzahl der Lehrbücher und Einführungen ins politische System Deutschlands widmet sich STEFAN MARSCHALL (2007) dem Verhältnis von Politik und Medien ausführlich (Kap. 4).

Fußnote 3) – haben Begriffe wie *Mediendemokratie*, *Medialisierung* und *Politainment* Eingang ins Alltagsvokabular und den wissenschaftlichen Diskurs gefunden (bspw. JARREN/SARCINELLI 1998: 13; SCHATZ/RÖSSLER/NIELAND 2002: 11f.; VON ALEMANN/MARSCHALL 2002: 15f.; JARREN/DONGES 2002a: 19; SARCINELLI 2005a: 19f.; IMHOF 2006). Dies lässt sich sowohl auf die verstärkte Selbstthematizierung der Medien (bspw. MEYER 2001a: 8) als auch auf die zunehmende Professionalisierung der Wahlkampfführung (vgl. bspw. die Beiträge in ALTENDORFER/WIEDEMANN/MAYER 2000; TENSCHER 2002a, 2003; HOFFMANN 2003; GEISLER/TENSCHER 2002; die Beiträge in MACHNIG 2002; in BERG 2002; in DÖRNER/VOGT 2002; in FARRELL/SCHMIDT-BECK 2002; in ALTHAUS/CERCERO 2003) zurückführen. Aber auch in der Politikwissenschaft ist eine zunehmende Sensibilisierung für dieses Themenfeld erkennbar (vgl. stellvertretend die Beiträge in MARCINKOWSKI 2001; in VON ALEMANN/MARSCHALL 2002; in SCHATZ/RÖSSLER/NIELAND 2002; in KORTE/HIRSCHER 2003; in KAMPS/NIELAND 2006; SARCINELLI 2005a). Nicht zu vergessen sind bei dieser Aufzählung die zum Teil spektakulären Medienauftritte der Politiker selbst; insbesondere jene von Jürgen W. Möllemann und Guido Westerwelle (vgl. NIELAND/TENSCHER 2002a, 2002b; LÜTJEN/WALTER 2002; NIELAND 2006b).

Die Karriere des Begriffs ›Mediendemokratie‹⁶ (vgl. bspw. SARCINELLI 1997, 1998; MÜLLER 1999; SARCINELLI/SCHATZ 2002a, 20002b; die Beiträge in SCHATZ/RÖSSLER/NIELAND 2002, in VON ALEMANN/MARSCHALL 2002; in DONSBACH/JANDURA 2003) hat der politischen Kommunikationsforschung in Deutschland einen Schub verpasst; insbesondere die Vertreter aus der Politikwissenschaft formulieren augenblicklich Anforderungskataloge zur Fundierung und Perspektivierung des Forschungszweiges (vgl. bspw. MARCINKOWSKI 2001a, 2002a, 2005, 2007; SARCINELLI 2001b, 2005a; die Beiträge in MARCINKOWSKI/PFETSCH 2008). Damit ist die in den zahlreichen Bestandsaufnahmen bzw. Rückblicken geäußerte Skepsis bezüglich des Schattendaseins der politischen Kommunikationsforschung in der Politikwissenschaft (vgl. bspw. KAASE 1986; KAASE/SCHULZ 1989; MARCINKOWSKI 1993; SCHULZ 1997; SARCINELLI 1998a; JARREN/SARCINELLI

6 Vgl. den von PETER MASSING (2004) herausgegebenen Einführungsband (insbesondere BIEBER 2004). Im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit wird der Begriff ›Mediengesellschaft‹ verwendet (vgl. insbesondere Abschnitt 2.1); vgl. grundlegend IMHOF 2006; die Beiträge in IMHOF/BLUM/BONFADELLI/JARREN 2004; in KROTZ/RÖSSLER 2005 (insbesondere HARTMANN 2005) sowie die Beiträge in MARCINKOWSKI/PFETSCH 2008. Vgl. außerdem – hier mit der international gebräuchlicheren Bezeichnung ›Informationsgesellschaft‹ – die Beiträge in KLUMPP/KUBICEK/ROSSNAGEL 2003 sowie KLUMPP/KUBICEK/ROSSNAGEL/SCHULZ 2006.

1998; KAASE 1998a, 1998b. Im Rückblick: DONGES/JARREN 2001; SCHATZ 2002a) zwar nicht überwunden, aber der Grundstein für eine systematische und den Prozesscharakter berücksichtigende Aufarbeitung ist gelegt (vgl. MARCINKOWSKI 2002a, 2007; SARCINELLI 2002a; GELLNER 2002; JARREN/DONGES 2002a, 2002b; SARCINELLI 2005a; VOWE/DOHLE 2007).⁷

Vor diesem Hintergrund lautet die Zielsetzung für die politikwissenschaftliche Auseinandersetzung: sowohl die gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Trends auf der Systemebene von Politik und Massenmedien als auch die Vorgänge auf der Meso- und Mikroebene der politischen Akteure (in Regierung und Ministerialbürokratie, im Parlament und im vorparlamentarischen Raum) zu untersuchen. Dies bezogen auf die Frage, wie die politischen Akteure diese neuen Gegebenheiten und die daraus resultierenden veränderten Anforderungen an ihr Rollenverhalten wahrnehmen, wie sie damit umgehen und welche Versuche sie unternehmen, um den sich abzeichnenden negativen Folgen einer weiteren Medialisierung des Politischen entgegenzuwirken (SCHATZ/RÖSSLER/NIELAND 2002: 11; grundlegend SARCINELLI 2005a: 26f., 90f., Kap. 16).

Weil die Darstellungspolitik »zunehmend den imagefördernden Impetus von Pop für sich entdecken und dazu übergehen will, popkulturelle Implikationen in ihren (öffentlichen) Auftritt einzubeziehen« (KURP/HAUSCHILD/WIESE 2002: 77), kommt es zu einer Neubestimmung von Politischer Kultur – so die weitgehend geteilte Annahme. Die Frage ist, ob sich diese Veränderungen auch auf die Entscheidungspolitik erstrecken. Tatsächlich weisen zahlreiche Studien nach, dass sich in den letzten Jahren die (Erfolgs-)Kriterien für politische Kommunikation verändern. Andreas Dörner erkennt im Strukturwandel der Öffentlichkeit eine »starke Symbiose« von Politik und Unterhaltung (bspw. 2002b: 317). Zu betonen ist, dass dieser Wandel auf zwei Seiten stattfindet. Auf der einen Seite greifen die politischen Akteure in zunehmendem Maße auf »Instrumente und Stilmittel der professionalisierten Medienunterhaltung zurück, um ihr politisches Marketing im Kontext der medialen Erlebnisgesellschaft erfolgreicher zu gestalten« und auf der anderen

7 Nach einer hauptsächlich auf die Wahlkampfkommunikation konzentrierten Forschung (vgl. den Überblick bei KAASE 2000) haben zur stärkeren Beachtung des Verhältnisses von Politik und Medien insbesondere die Beiträge von SARCINELLI 1987a (sowie die Beiträge in SARCINELLI 1987), JARREN 1988 und vor allem die Arbeit von MARCINKOWSKI 1993 gesorgt. Vgl. auch KAMPS 2007 und die Beiträge in MARCINKOWSKI/PFETSCH 2008. Vgl. für die US-amerikanische Debatte bspw. RAWNSLEY 2005 sowie die in NEGRINE/STANYER 2007 abgedruckten Schlüsseltexte.

Seite verstärkt auch die Unterhaltungskultur ihre Anstrengungen, »von den neuen Verhältnissen zu profitieren, indem sie immer häufiger Figuren, Themen, Settings, Mythen und Symbole aus der Sphäre der Politik als Material zum Aufbau ihrer fiktionalen Welten verwendet« (ebd.: 317f.; vgl. bspw. DÖRNER/VOGT 2002c: 71). Dies stellt bereits insofern eine Erweiterung dar, als die Standardwerke weiterhin nur die Prestigemedien und die Informationsangebote in den Blick nehmen (vgl. bspw. JARREN/DONGES 2002a, 2002b; auch KEPPLINGER 1998). Die grundlegende Systematisierung von »Politik als Unterhaltung« stammt von Ulrich Saxer (2007). Er stellt die »Entertainisierung« von Politik und Öffentlichkeit in einen mediengesellschaftlichen Zusammenhang. Saxer stellt unter anderem fest, dass mit der »Entertainisierung« der modernen Gesellschaften im Zuge der 4 Meta-Trends – nämlich »funktionale Differenzierung«, »institutioneller Wandel«, »Realitätslabilisierung« und »Individualisierung« – und der Medialisierung auch die Unterhaltungskultur expandiert und damit die Nachfrage nach Unterhaltungserlebnissen (und zwar auch politischen Unterhaltungserlebnissen) steigt.⁸

Zunächst lohnt – ohne an dieser Stelle auf die Debatte zur Amerikanisierung der politischen (Wahlkampf-)Kommunikation (vgl. bspw. RADUNSKI 1996; SCHULZ 1998; PLASSER 2000; die Beiträge in KAMPS 2000, insbesondere DONGES 2000; HOLTZ-BACHA 2000b; PFETSCH 2001)⁹ einzugehen – der (Rück-)Blick auf die USA. Denn der eingangs beschriebene Vorgang lässt sich dort schon länger beobachten (vgl. umfassend AULT 1981): Das Zusammenspiel von Politics and Popular Culture bezeichnete James Combs bereits 1984 als *Polpop*. Zu Beginn seiner Analyse stellt er fest, dass »popular culture both shapes and reflects our ideas, therefore affecting our perceptions and actions about politics« (1984: 3) und versucht »politics in popular culture and politics as popular culture« (ebd.: 16) zu untersuchen.¹⁰

Wenngleich ohne Bezüge zu den Begriffen und Befunden von Combs, verdient für den im Folgenden zu untersuchenden Zusammenhang die Arbeit von Lisbeth van Zoonen aus dem Jahr 2005 mit dem Titel *Entertai-*

8 Im Rahmen der vorliegenden Arbeit erfolgt keine vertiefende Behandlung von Saxers Ansatz, weil die Dissertationsschrift vor dem Erscheinen von Saxers Arbeit eingereicht und bewertet wurde.

9 Vgl. – zur »internationalen Beurteilung« – das Themenheft: »The »Americanization« of Political Communication: A Critique« der Zeitschrift *Press/Politics* 1/1996.

10 Im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit wird der Begriff »Polpop« von James Combs übernommen. Vgl. zur Begründung und zur Abgrenzung gegenüber den Begriffen Andreas Dörner (Politainment) oder Olaf Karnik (Politpop) Abschnitt 4.1.1.

ning the citizen besondere Beachtung. Van Zoonen kann nachweisen, dass die Betrachtungen der Unterhaltungsangebote (sie beschäftigt sich mit Daily Soaps, politischer Popmusik sowie den Sendungen *West Wing*, *American Idol* und *Big Brother*) und des Fanverhaltens Aufschlüsse über den Erfolg (vor allem der Darstellungspolitik und seiner Inszenierungsstrategien), die Repräsentativität und die Legitimität moderner Politik erlauben. Sie schlussfolgert, dass die gut unterhaltenen Bürger das Reservoir für eine neue soziale Bewegung und neue Formen der Delibation abgeben können.¹¹

Der ›Klassiker‹ unter den Abhandlungen über die Beziehung von *Politics and Popular Culture* stammt von John Street (1992). Auch Street wählt zwei Perspektiven: »from popular culture to politics« und »from politics to popular culture«. Ausführlich grenzt Street in seiner Untersuchung sowohl ›politics‹ als auch ›popular culture‹ gegen ›populism‹ ab.¹² Zur Bedeutung der Popkultur resümiert Street: »Popculture does not substitute for politics, it becomes instead a way we experience our feelings and passions, a way, we identify ourselves« (1992: 167).

Douglas Kellner fällt ein weniger optimistisches Urteil. Er diagnostiziert den Übergang der modernen Gesellschaften in die ›Spektakelkultur‹: »In the past decades, spectacle culture has significantly evolved. Every form of culture and more and more spheres of social life are permeated by the logic of the spectacle« (2002: 2). Diese Entwicklung besitzt laut Kellner enorme Tragweite, denn »these dramatic media passion plays define the politics of the time, and attract audience to their programming, hour after hour, day after day« (ebd.). In Erweiterung der klassischen Analysen der politikwissenschaftlichen Kommunikationsforschung – von Boorstin (1961), über Edelman (1976, 1988, 1995), Graber (1989) bis zu Patterson (1993) – behauptet Kellner »we are entering a new form of technocapitalism marked by synthesis of capital and technology, and the information and entertainment industries, which is producing a new form of ›infotainment society‹ and spectacle culture« (2002: 9).

Die Studie von Kellner markiert den vorläufigen Höhepunkt us-amerikanischer Analysen der populären Medienkultur (vgl. insbesondere

11 Vgl. grundlegend zur Bedeutung der Massenmedien für neue soziale Bewegungen SCHMITT-BECK 1990; zum Verhältnis von Medienmedien, Öffentlichkeit und Interessensvermittlung NEIDHARDT 2007 sowie zur Delibation vor allem LEGGEWIE 2006.

12 Zum Populismus vgl. die Beiträge in DUBIEL 1998; in WERZ 2003 (insbesondere KORTE 2003c) sowie in DECKER 2006. Vgl. aus medien- und kulturwissenschaftlicher Sicht die Beiträge in BLASEIO/POMPE/RUCHATZ 2005.

KELLNER 1995; FISKE 1996).¹³ Die in diesen Arbeiten vollzogene Bezugnahme zur Popkultur baut auf einer Vielzahl von Studien der Cultural Studies auf. Hier wird eingelöst, was jüngst bei der Erörterung der Zukunft der Politischen Kommunikationsforschung in den USA¹⁴ als Herausforderung betont wurde: »redefining the content of political communication« und die Wahrnehmung der »citizens as active information gatherers« (MUTZ 2001: 231f.). Und in der bereits erwähnten Arbeit von van Zoonen (2005) konnte gezeigt werden, wie Dramaturgie von Daily Soaps und die Aussagen in Popsongs mit den »Plots« der Politik zusammenhängen. »Entertaining the citizen« kann mit Demokratiegewinnen verbunden sein.

Während in der us-amerikanischen Forschung sowohl im Hinblick auf die Begrifflichkeit als auch bezüglich der Berücksichtigung der popkulturellen Einflüsse seit Längerem und zum Teil ausführliche Analysen vorliegen, bewegen sich die bundesdeutschen Forschungsanstrengungen noch in einer »Vorphase«. Das Teilphänomen wird mit Labeln wie »Schreinemakerisierung der Medienwelt« (Weischenberg); »Entertainisierung« (Holtz-Bacha), »Skandalisierung« (Kepplinger), »Talkshowisierung« (Sarcinelli/Tenscher) und »Mediokratie« (Meyer) oder »Theatokratie« (Tänzler) belegt, aber unbefriedigend bleibt – mit Ausnahme der Arbeiten von Andreas Dörner (insbesondere 2000a, 2001)¹⁵ – das Fehlen des Bezugs zur Popkultur.

Dies erstaunt umso mehr, da gleichzeitig eine Vielzahl von Beschreibungen und Kommentierungen der neuen Rolle der Popkultur existiert. Es handelt sich dabei mehrheitlich um Dokumentationen zu verschiedenen Veranstaltungen oder Jubiläen (vgl. bspw. die Beiträge in GORNY/STARK 1998, 2002; in KEMPER/LANGHOFF/SONNENSTEIN 1999; WAGNER 1999) sowie Ausstellungen des Rock- und Popmuseums (NIELAND/REISEL 2005; KRÜGER/SCHUSTER 2005; LINDNER 2005),¹⁶ um Deutungen aus Sicht von Künstlern

13 Vgl. eine Gegenüberstellung der Ansätze und Arbeiten von Kellner und Fiske bei DÖRNER 2000a (Kapitel 3.3); außerdem zur Einordnung der Arbeiten von Fiske die Beiträge in WINTER/MIKOS 2001.

14 Versammelt sind die Beiträge in der Zeitschrift *Political Communication* Volume 18, Nummer 2, 2001. Vgl. für die bundesdeutsche Debatte: MARCINKOWSKI 2001a, 2002a, 2002b; SARCINELLI 2001b, 2002a; GELLNER 2002.

15 Andreas Dörner (1997, 1999a, 2000a, 2001) arbeitet mit dem Begriff der Unterhaltungsöffentlichkeit; zu seinen Gegenständen zählen vor allem us-Serien (die Familienserien *The Bill Cosby Show* und die Zeichentrickserie *The Simpsons*), Hollywood-Filme (insbesondere solche, die die Präsidentschaft behandeln) sowie bundesdeutsche Familienserien (*Lindenstraße*, *Forsthaus Falkenau*) und *Sabine Christiansen*; vgl. außerdem DÖRNER/VOGT 2002b; 2002c.

16 Hingewiesen sei auf die 50 Bände umfassende Dokumentation (inklusive Diskografie) aus der Mediathek der *Süddeutschen Zeitung*.

(vgl. bspw. die Beiträge in HÖLLER 2001)¹⁷, um Abhandlungen zum Pop-Diskurs (vgl. BÜSSER 1998; DIEDRICHSEN 1999, 2004², 2005) oder journalistische Kommentare (vgl. bspw. GROSS 2000). Herausragende Bedeutung fällt dem *Lexikon der populären Kultur* von Hans-Otto Hügel zu (2003) und dem von Grasskamp, Krützen und Schmitt (2004) herausgegebenen Band *Was ist Pop?* zu. Bausteine einer Poptheorie wurden von Marvin Chalada und Marcus S. Kleiner (2001; 2003), Gabriele Klein (2004²), Roger Behrens (2003) und Christoph Jacke (2004) vorgelegt. Weil sich aber die Mehrzahl der Auseinandersetzungen mit Pop, Popkultur(en) und Popmusik einzelnen Pop-Feldern bzw. Pop-Stilen oder Pop-Epochen widmet, fehlen verallgemeinerbare Konzeptionalisierungen. Marcus S. Kleiner (2008: 15f.) hat in diesem Zusammenhang drei Probleme identifiziert – nämlich das ›hermeneutische Problem‹, das ›Voraussetzungsproblem‹ und das ›methodische Problem‹ – und zehn Aspekte zur ihrer Überwindung vorgeschlagen. Ein transdisziplinäres Forschungsdesign zur Entwicklung einer eigensinnigen Poptheorie ruft er unter anderem deshalb auf, weil die Popkultur immer mehr zum Motor des gesellschaftlichen und kulturellen Wandels geworden ist, kurz: ihr als *repräsentative Kultur* fundamentale sozial-politische Bedeutung zukommt (ebd.: 17).

Bearbeitet wird inzwischen auch in Deutschland das Thema ›Musikfernsehen‹ (vgl. die Beiträge in NEUMANN-BRAUN 1999; KURP/HAUSCHILD/WIESE 2002) sowie das Verhältnis zwischen Musik und Medien (vgl. die Beiträge in SCHNEIDER/WEINACHT 2007 sowie WEINACHT/SCHERER 2008).¹⁸ Es vergrößert sich auch stetig die Zahl der Arbeiten, die einen ›Anschluss‹ an den Cultural Studies Approach suchen bzw. seine Brauchbarkeit testen (vgl. insbesondere die Beiträge in HOLERT/TERKESSIDIS 1997; in HEPP/WINTER 1997; in HEPP/WINTER 2003; in GÖTTLICH/WINTER 2000; in GÖTTLICH/ALBRECHT/GEBHARDT 2002; in WINTER/HÖRNING 2002; in GÖTTLICH/MIKOS/WINTER 2003).¹⁹ Die Cultural Studies besitzen eine Tradition der Beschäftigung mit der Popkultur. Sie bemühen sich »um die Analyse kultureller

17 Vgl. das Doppelheft der Zeitschrift *Kunstforum* 2-3/1996. Als Quellen und ›Sprachrohre‹ gelten die Zeitschriften *Spex* und *testcart*. Vgl. auch www.popzoot.tv.

18 Vgl. in diesem Zusammenhang auch das von Holger Schramm herausgegebene Themenheft der Zeitschrift *Medien- & Kommunikationswissenschaft* ›Musik und Medien‹ (2007) sowie die Arbeit von Holger Schramm (2006) zum ›Mood Management‹

19 ›Ordnung‹ in die Vielzahl der Publikationen bringen die jeweiligen Einleitungskapitel der ausgezählten Bände. Alle genannten Bände enthalten zentrale Texte der britischen und us-amerikanischen Cultural-Studies-Vertreter. Erwähnenswert sind außerdem der *Fiske-Reader* (herausgegeben von Lothar Mikos und Rainer Winter) sowie der *Douglas-Kellner-Reader* (herausgegeben von Rainer Winter).

Kontexte sowie die Erforschung und Kritik der Bedingungen der Möglichkeiten kultureller Selbstvergewisserung von Einzelpersonen gleichwie von gesellschaftlichen Gruppen in ihrem Alltag und ihrer kulturellen Praxis« (GÖTTLICH/WINTER 2000: 26). So auch der Anspruch an eine kritische Analyse im Sinne von Douglas Kellner (2002): »Die Politisierung der Theorie und die Theoretisierung der Politik ist die Folge« (GROSSBERG 1997: 14).

Auch wenn die Popkultur im Allgemeinen in den Geistes- und Gesellschaftswissenschaften zunehmend beachtet wird, so sind doch »Politikwissenschaft und Popmusik bislang kaum zusammen anzutreffen. Man könnte sogar sagen, es sei ihnen peinlich, miteinander gesehen zu werden« (STREET 2007: 191).²⁰ John Street zählt (ebd.: 1991f.) fünf Politikwissenschaftler auf, die die Ausnahme bilden: John Ormans (1984), Anthony Arblaster (1992), Martin Cloonans (1996), Mark Matterns (1998) und James Miller, den Mitherausgeber von *The Rolling Stone Illustrated History of Rock and Roll*, der auch als Autor von Studien zu Jean-Jacques Rousseau in Erscheinung getreten ist.²¹ Street plädiert dafür, dass sich die Politikwissenschaft der Popmusik stärker annimmt, dies aus zwei Gründen: zum einen, weil Kultur, und besonders Musik, wichtige Fragen für Politikwissenschaftler bereithalten und zum Zweiten, weil die Politikwissenschaft eine Reihe von Theorien und Ansätzen anbietet, um die Beziehung zwischen Musik und Politik bis auf den Grund zu analysieren.

Die vorliegende Arbeit reagiert auf zwei Entwicklungen innerhalb der politikwissenschaftlichen Forschung. Zum einen den durch die Literatur- und Kulturwissenschaften angestoßenen und in den Sozialwissenschaften vielfach übernommenen »*cultural turn*« sowie zum Zweiten den »*institutional turn*«, der (wieder) an die Bedeutung der Institutionenanalyse für die Politikwissenschaft erinnert.

Der »Boom des Kulturellen« (Dörner) hat eine außer- und eine innerwissenschaftliche Dimension. Die innerwissenschaftliche Konjunktur des Kulturellen äußert sich zum einen in den neuen Formen, kulturelle Praxen zu beschreiben, zu analysieren und zu interpretieren sowie zum anderen in der Überwindung der tradierten Instrumentarien und Theorien (DÖRNER 2000a: 98). Zum Verständnis des *cultural turn* ist auf den Aufstieg des »bedeutungswissenden und symbolorientierten Kulturver-

20 Teile der deutschen Soziologie sind auf diesem Feld deutlich weiter vorangeschritten, wie die Dokumentation des internationalen Bob-Dylan-Kongresses 2006 in Frankfurt/M. dokumentiert; HONNETH/KEMPER/KLEIN 2007.

21 In seinen Arbeiten über Rockmusik schreibt er als Jim Miller (zit. n. STREET 2007: 191).

ständnisses und die damit verbundene Kontingenzperspektive für das kulturwissenschaftliche Forschungsprogramm« hinzuweisen (RECKWITZ 2004: 7). Obwohl der Kulturbegriff in der Politikwissenschaft einen prominenten Platz hat, fand der *cultural turn* erst spät Resonanz. Thomas Mergel (2004: 413) erklärt diesen zunächst paradoxen Befund damit, dass »die Semantik des Kulturbegriffs, wie er seit den frühen 1960er-Jahren durch das wegweisende Konzept der Politischen Kultur eingeführt wurde, in eine ganz andere Richtung wies als die Ansätze, die man heute gemeinhin mit dem kulturalistischen Ansatz verbindet.« Die symbol- und zeichentheoretischen Ansätze, der *linguistic turn* oder interaktionistische Konzepte, erhielten in der Politikwissenschaft kaum Aufmerksamkeit, weil zum einen die »unmittelbare Zeitbindung« und Verschließung gegenüber den offensichtlichen, vielleicht unbewussten Dimensionen politischer Strukturen und politischen Handelns und zum Zweiten die Verwendung von quantifizierenden Methoden, großen Datenmengen und Makroperspektiven vorherrschte (ebd.).

Neben dem »cultural turn« bezieht sich die vorliegende Arbeit auf einen zweiten Trend innerhalb der deutschen Politikwissenschaft, den *institutional turn*. In diesem Zusammenhang gewinnt der Begriff an Bedeutung. »Governance« ist in der internationalen Politikwissenschaft zu einem »Catch-all-Begriff« geworden. Gleichwohl wird dem Konzept enorme Erklärungskraft bescheinigt (vgl. bspw. MARSCHALL/STRÜNCK 2004; die Beiträge in BENZ 2004 und in SCHUPPERT 2005). Das Konzept reagiert auf die Zunahme von Komplexität und Interdependenz in modernen Demokratien. Moderne Demokratien zeichnen sich *erstens* durch komplexe nicht-hierarchische Koordinationsprozesse in plurizentrischen Netzwerkstrukturen, *zweitens* durch die Aufweichung der Grenze zwischen öffentlichen und privaten Akteuren (in komplexen Kooperationsbeziehungen, *drittens* durch Mehrebenen-Strukturen und -prozesse, *viertens* durch den Bedeutungsgewinn von Information und Persuasion (anstelle von Macht) sowie *fünftens* durch die wachsende Verpflechtung der Politikfelder bei gleichzeitig sinkender Überschaubarkeit und sinkender Zurechenbarkeit von Politik-Ergebnissen zu Urhebern aus (SCHMITT-BECK 2005²²).

22 Die Aufstellung greift auf eine Systematisierung zurück, die Rüdiger Schmitt-Beck im Kolloquium des Instituts für Politikwissenschaft der Universität Duisburg-Essen am 19.10.2005 vorstellte. Der Titel seiner Präsentation lautete: »»Modern Democratic Governance«« und Öffentliche Meinung«; hier zit. n. Folie 8.

Die Governance-Perspektive ist primär interessiert an Throughput- und Output-Strukturen und -Prozessen – und weniger an der Beachtung der Input-Dimension. Gegenstand sind institutionelle und organisierte Akteure des politisch-administrativen Systems (ebd.). Dahinter steht die Überlegung, dass die Politik ihre Legitimität nicht allein durch die Beteiligung der Bürger und die Verantwortlichkeit der Regierung gewinnt,²³ sondern auch durch Effektivität, die sachliche Qualität der Politik und Orientierung am Gemeinwohl.

1.3 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit steht auf zwei Säulen: zum einen einer Untersuchung der politischen Popkultur und zum Zweiten der neuen Kulturpolitik unter der rot-grünen Bundesregierung (insbesondere der ›Bundes-Popkultur-Politik‹). In den beiden Bereichen sind jeweils spezifische Zugänge, Analysemodelle und auch unterschiedliches methodisches Vorgehen nötig (vgl. Abschnitt 3). Aufgrund der Unterschiedlichkeit dieser Zugänge erfolgt in den jeweiligen Abschnitten eine genauere Beschreibung des Forschungsstandes, der Thesen, des Untersuchungsgegenstands und der Forschungsfragen.

In Abschnitt 1 wurden der Forschungsbedarf, die Ausgangsfragen, die zentralen Begriffe sowie der politikwissenschaftliche Bezugsrahmen vorgestellt.

Bevor das Vorgehen – nach dem augenblicklichen Stand der Politischen Kulturforschung und der Politikfeldanalyse – vorgestellt wird, werden die theoretischen Grundlagen in Abschnitt 2 beschrieben. Konkret wird auf die Debatte ›Demokratie in der Mediengesellschaft‹ sowie den ›Popdiskurs‹ Bezug genommen. Zentrale Bedeutung kommt dem *cultural turn* auf der einen Seite und dem *institutional turn* auf der anderen Seite zu. Abschnitt 2 dient der Identifikation der Grundlagen und Bezüge; es ist nicht der Anspruch, einen eigenen theoretischen Ansatz zu entwerfen oder das Wechselverhältnis zwischen Politik und Popkultur in einen analytischen Rahmen ›zu gießen‹. Es wird auch darauf verzichtet, eigene Begriffe

23 Diese Zusammenhänge beleuchten Analysen mit dem Schwerpunkt auf der ›Input-Perspektive‹.

zu prägen.²⁴ Die theoretischen Grundlagen dienen der vorliegenden Arbeit als ›Leitplanken‹.

Es ist darauf hinzuweisen, dass die explorative Studie weder bei der Auswahl der zu untersuchenden Gegenstände noch bei den Analysemodellen auf Vorbilder zurückgreifen konnte. Dieser Umstand hat Auswirkungen auf das in Abschnitt 3 vorzustellende methodische Vorgehen. Erläutert wird dort, warum bei der Untersuchung der politischen Unterhaltung ein interpretatives Verfahren zum Tragen kommt. Ebenfalls beschrieben werden die methodischen Anforderungen, die für eine Politikfeldanalyse gelten. Die explorative Studie soll – so die Hoffnung – weitere quantitative, vergleichende sowie über einen längeren Zeitraum angelegte Arbeiten nach sich ziehen können.

Teil 2 der Arbeit beschäftigt sich mit der politischen Popkultur. Dazu werden in Abschnitt 4 zunächst die Kriterien für politische Musik vorgestellt – eine intensive Auseinandersetzung mit der Popmusikentwicklung erfolgte an anderer Stelle (vgl. NIELAND/REISEL 2005). Danach wird ein Bezug zur Elitendebatte hergestellt und die Haltung von ausgewählten Künstlern rekonstruiert. Die der Analyse zugrunde liegende Beobachtung lautet: Zwischen Popkünstlern und der politischen Eliten bestehen enge Beziehungen (Personality-Shows, Talkshows, außerdem Wahlkampfveranstaltungen). Gefragt wird nach den Bewertungen, Berührungspunkten und damit den neuen Formen des ›Polpop‹. Aus dieser Erhebung werden Konsequenzen für die Betrachtung von Popkultur abgeleitet. Reflektiert wird die Rolle der Terroranschläge des 11. September 2001 sowie die Neupositionierung der kritischen Gesellschaftstheorie. Neben den Popkünstlern Wolfgang Niedecken, Konstantin Wecker und Christoph Schlingensief werden auch neue Formen der Gesellschaftskritik vorgestellt.

Teil 3, die zweite Säule der vorliegenden Arbeit, greift auf die Erkenntnisse der Politikfeldforschung zurück. Nachdem bei der Politischen Kulturforschung auf den *cultural turn* reagiert wurde, geht es ab Abschnitt 5 um den *institutional turn*. Konkret wird die Kulturpolitik unter der rot-grünen Bundesregierung untersucht. Erläutert werden unterschiedliche kulturpolitische Begründungsweisen sowie die zentralen institutionellen Veränderungen in diesem Politikfeld. Die Berufung eines Staatsministers für Kultur und Medien, die Festschreibung einer Kulturverträ-

24 Die Stärke der Arbeit von Andreas Dörner erwächst aus seiner Begriffsbildung (›Politainment‹). In Abschnitt 5.1 ist begründet, warum der Begriff ›Polpop‹ verwendet wird.

lichkeitsprüfung im rot-grünen Koalitionsvertrag sowie die Gründung der Bundeskulturstiftung markieren diese grundlegenden institutionellen Veränderungen. Die Analyse konnte nicht problembezogen oder vergleichend erfolgen, sondern bezieht sich zunächst auf die Etablierung eines neuen kulturpolitischen Ansatzes unter Rot-Grün. Abschnitt 6 beschreibt die Entwicklung im Bereich der Kultur- und Medienpolitik – und zwar mit Schwerpunkt auf der Entwicklung des Musikfernsehens und der Krise der Musikindustrie. Aufgearbeitet werden die aktuellen Steuerungskonzepte in der Medienpolitik, insbesondere die Situation in der Musikwirtschaft. Abschnitt 7 beschreibt die verschiedenen Phasen der Bundes-Popkultur-Politik. Den Einstieg bildet eine Umfrage bei den Bundestagsabgeordneten zu deren Popkulturverständnis, ihrer Einschätzung und Nutzung von verschiedenen Medienangeboten (insbesondere im Unterhaltungsbereich) sowie ihrer Bewertung des Politainments. Es schließt sich eine Bestandsaufnahme des deutschen Musikmarktes und des Gesprächsangebotes des Bundesbeauftragten für Kultur und Medien an die Musikindustrie an. Abschließend wird der (vorläufige) Höhepunkt, die Expertenanhörung zur Musikquote des Bundestags im Herbst 2004, behandelt.

In Teil 4 werden die Ergebnisse zusammengetragen und einer politikwissenschaftlichen Bewertung zugeführt: Zum einen geht es um Bedeutung der politischen Popkultur in der Spektakelgesellschaft. Zum Zweiten wird die Policy-Studie zur Popkultur-Politik bewertet. Die Unterfrage lautet hier: Konnten Antworten auf die Krisen der Musikindustrie gefunden werden? Der Unterabschnitt 8.3 zum Thema ›Pop und Politik in der Berliner Republik‹ geht hypothesengenerierend vor. Abschließend sind – in Abschnitt 8.4 – die politikwissenschaftlichen Schlussfolgerungen zu ziehen, d.h. es werden Empfehlungen für weitere Forschungen entwickelt.