

# LIT

aktuell

## Populäre Musik

LIT Aktuell bietet Ihnen eine Auswahl aus unserem umfangreichen Programm. Wir dürfen Sie verweisen auf

[www.lit-verlag.de](http://www.lit-verlag.de)

Hier finden Sie unser Verzeichnis „Wissenschaft Aktuell“ (Auflage: 35.000) und mehr als 20 Fachkataloge. Gerne senden wir Ihnen diese auch zu. Verantwortlicher Lektor: Frank Weber (Münster)  
+49 (0) 251/620 32 - 0, [weber@lit-verlag.de](mailto:weber@lit-verlag.de)

### Populäre Kultur und Medien

hrsg. von Prof. Dr. Christoph Jacke  
(Universität Paderborn) und

Prof. Dr. Martin Zierold (Karlsruhochschule  
International University, Karlsruhe)

Christoph Jacke

#### Einführung in Populäre Musik und Medien

Ob im Internet, als Datei, auf Tonträger, als Musikclip oder als Einspielung: Stets wird Popmusik medial produziert (z. B. im Studio), distribuiert (durch Werbung, Vertriebe), genutzt (im Club) und weiterverarbeitet zu neuen Medienangeboten (z. B. durch Fans). Populäre Musik und Medien ist der zentrale, sich gegenseitig bedingende Zusammenhang populärer Kultur.

Diese Einführung ist ein wildernd-systematisierender Streifzug durch die vielseitigen Popmusik-Welten (Pop und Wissenschaft, Pop und Erinnern, Pop und Journalismus, Pop und Stars, Pop und Kritik etc.), der teilnehmend beobachtend erklärt, warum wir aus der Popmusik und ihren zumeist medialen Kontexten etwas über unsere Gesellschaft, Kultur und Medien lernen können – im Idealfall mit Vergnügen.

Bd. 1, 2. Aufl. 2013, 328 S., 29,90 €, br.,  
ISBN 978-3-643-10141-9

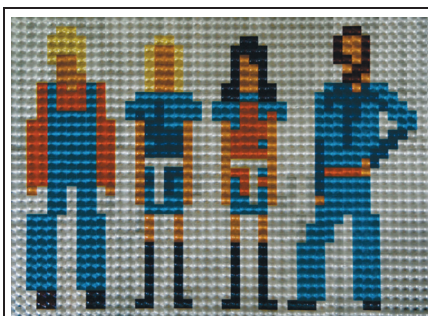
Christoph Jacke; Jens Ruchatz; Martin Zierold (Hrsg.)

#### Pop, Populäres und Theorien

Forschungsansätze und Perspektiven zu einem prekären Verhältnis in der Medienkulturgesellschaft

Die Populärkultur hat sich lange Zeit über ihre ausdrückliche Distanz zum akademischen Diskurs konstituiert und dabei stets darauf beharrt, Selbstbeschreibungen und Selbstreflexionen im eigenen Register des Populären vorzunehmen. Die erste Quelle für theoretische Überlegungen zum Populären liegt daher auf dem Feld des Pop selbst. Mit der beginnenden Verankerung der Popkulturforschung an den Universitäten stellt sich die Frage nach der Theoriefähigkeit und dem Status des Populären auch im akademischen Kontext. Gleichzeitig mit dem Ruf nach einer stärkeren Theorieorientierung wächst dabei auch ein unbestimmtes Unbehagen: Wie lassen sich Phänomene des Massenhaften, des möglicherweise Subversiven und Singulären, theoretisch adäquat fassen? Ist eine Theorie des Populären möglich – ja, ist sie überhaupt wünschenswert? Differenziert die Medienkulturgesellschaft zwischen Pop und Populärem? Der vorliegende Band präsentiert Beiträge zu Pop-Theorien bzw. Theorien des Populären, die diesen Fragen nachgehen und so auch ein Panorama aktueller Forschungsansätze der wissenschaftlichen Popkulturforschung bieten.

Bd. 2, 2011, 240 S., 24,90 €, br.,  
ISBN 978-3-643-10971-2



Christoph Jacke

## Einführung in Populäre Musik und Medien

LIT

Populäre Kultur und Medien, Bd. 1

Marc Pendzich

## Von der Coverversion zum Hit-Recycling

Historische, ökonomische und rechtliche Aspekte eines zentralen Phänomens der Pop- und Rockmusik

Band 11

Populäre Musik und Jazz  
in der Forschung

LIT

Marcus S. Kleiner; Michael Rappe (Hrsg.)

#### Methoden der Populärkulturforschung

Interdisziplinäre Perspektiven auf Film, Fernsehen, Musik, Internet und Computerspiele  
Im Kontext der Populärkulturforschung hat bisher kaum eine Methodendebatte stattgefunden. Welche quantitativen und/oder qualitativen Methoden können zur eigensinnigen Analyse des Populären verwendet werden? Ist das bestehende sozial-, kultur-, kommunikations- und medienwissenschaftliche Methodenarsenal geeignet, um das Eigensinnige von Populärkulturen herauszuarbeiten? Oder dient die Populärkultur bisher nur als eines unter vielen Versuchsfeldern zur Diskussion über die Analysekompetenz bestimmter Methoden? Zur Beantwortung dieser Fragen werden im Kontext des Bandes unterschiedliche Methoden und Forschungsperspektiven fall- sowie praxisorientiert erprobt, also Möglichkeiten und Grenzen der Methodendebatten bezüglich der Populärkulturforschung ausgelotet. Die Aufgabe besteht darin, gegenstandsorientierte Methodendebatten und Forschungsperspektiven durch ein close reading Populärer Kulturen zu erarbeiten.

„Insgesamt zeichnet der Band eine überaus anregende Debatte nach, die neue Analysefelder erschließt und, indem verschiedene Theorienmodelle auf ihre popkulturelle Anschlussfähigkeit hin untersucht werden, auf einen echten Fortschritt der Populärkulturforschung zielt.“  
(aus: pop-zeitschrift.de)

Bd. 3, 2012, 464 S., 39,90 €, br.,  
ISBN 978-3-643-11159-3

Susanne Binas-Preisendörfer; Jochen Bonz; Martin Butler (Hrsg.)

#### POP / WISSEN / TRANSFERS

Zur Kommunikation und Explikation populärkulturellen Wissens

Die Beiträge beschreiben spezifische Erscheinungsformen populärkulturellen Wissens sowie Wissenstransfers zwischen Disziplinen, Codes, Lagerungen, zivilgesellschaftlichen und kommerziellen Akteuren. Sie unternehmen dabei so etwas wie ‚Probebohrungen‘ in einem Forschungsfeld, dessen Konturierung und genauere Bearbeitung am Anfang steht, und weisen dabei nicht nur auf die Herausforderung einer differenzierten Beschreibung dieser Prozesse hin, sondern zeigen auch auf, dass ‚populärkulturelles Wissen‘ für einen an Benennung und Analyse interessierten Zugriff grundsätzlich schwer zu fassen ist, da es sich immer dann zu verflüchtigen scheint, wenn es als Gegenstand des Interesses konkretisiert bzw. expliziert werden soll.

Bd. 5, 2014, 184 S., 19,90 €, br.,  
ISBN 978-3-643-11770-0

Merle-Marie Kruse

#### Pop Macht Nation

Affirmationen und Irritationen nationaler Identität in Texten deutschsprachiger Popmusik  
Von „Dis wo ich herkomm“ bis „Aber hier leben, nein danke“: Gegenstand dieser Studie ist, wie in Popmusiktexten nationale Identität verhandelt wird. Die diskursanalytische Untersuchung zeigt und diskutiert die Deutungsangebote, die in deutschsprachigen Popmusiktexten von MusikerInnen und Bands wie Mia., Samy Deluxe, Xavier Naidoo und Tocotronic aus den Jahren 2003 bis 2009 produziert wurden. Nationale Identität wird somit als diskursiv hervorgebrachte, umkämpfte Konstruktion analysiert, die in gegenwärtigen Medienkulturen auch auf dem Feld der Populärkultur (re-)produziert wird und gesellschaftliche Wissensvorräte aufruft, bekräftigt, aber auch in Frage stellt.

Bd. 7, 2013, 216 S., 19,90 €, br.,  
ISBN 978-3-643-12216-2

Thomas Krämer

#### Androgynie, Alterität und Alienität im britischen Glam 1970 – 74

Glam gilt als unfängliche Neuerfindung des Pop jenseits der strengen Heterosexualität seiner Vorläufer: Im Rückgriff auf die Rhizomtheorie von Gilles Deleuze und Félix Guattari wird untersucht, wie die britische Popkultur der 1970er mit spielerischer Verve das tradierte Verständnis von (sexueller) Identität ins Wanken brachte. Der Schwerpunkt liegt auf einer Untersuchung der androgynen *Performative* dreier maßgeblicher Vertreter des Glam: Marc Bolan, Bryan Ferry und David Bowie. Die Studie macht deutlich, wie diese Pop-Androgynie mit ihren unterschiedlichen Konzepten von Fremdheit ein Verständnis von Identität und Begehren als Kontinuum in Gang setzten, dessen Wirkungen noch immer andauern.

Bd. 8, 2014, ca. 296 S., ca. 34,90 €, br.,  
ISBN 978-3-643-12763-1

Maximilian Zindel

#### Let the music play

Über den Einsatz und die Rezeption von Musik in digitalen Spielen am Beispiel von Final Fantasy

Bd. 9, 2014, ca. 104 S., ca. 24,90 €, br.,  
ISBN 978-3-643-12800-3

LIT Verlag Berlin – Münster – Wien – Zürich – London

Fresnostr. 2 D-48159 Münster Tel. +49 (0) 251 / 620 32 - 0 Fax +49 (0) 251 / 922 60 99 E-Mail: [lit@lit-verlag.de](mailto:lit@lit-verlag.de)  
Schumannstr. 18 D-10117 Berlin Tel. +49 (0) 30 / 280 408 80 Fax +49 (0) 30 / 280 408 82 E-Mail: [berlin@lit-verlag.de](mailto:berlin@lit-verlag.de)  
Krottenhallergasse. 10 A-1080 Wien Tel. +43 (0) 1 / 409 5661 Fax +43 (0) 1 / 409 56 97 E-Mail: [wien@lit-verlag.at](mailto:wien@lit-verlag.at)  
Klosbachstr. 107 CH-8032 Zürich Tel. +41 (0) 44-251 75 05 Fax +41 (0) 44-251 75 06 E-Mail: [zuerich@lit-verlag.ch](mailto:zuerich@lit-verlag.ch)

## ROCK UND POP

Wolfgang Rumpf

### Popmusik und Medien

Mit Grammophon, Schallplatte und Rundfunk beginnt die Entwicklung der heutigen Massenmedien. Seit den 1920er Jahren sind Medien, Phono- und Unterhaltungsindustrie Wachstumsbranchen. Dieser Band zeigt, wie der Markt für Jazz, Schlager und Popmusik entstand und wie rasant sich die Medienlandschaft (Radio, Film, Print) entwickelte: Von der Weimarer Republik über die NS-Zeit zum Nachkriegsdeutschland bis zum modernen Popradio und zum Dualen System, dem Nebeneinander von öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern. Die Darstellung technischer Innovationen sowie der gesellschaftlich-kulturellen Begleitumstände runden das Bild ab.  
*Red Guide*, Bd. 4, 2011, 104 S., 8,80 €, br., ISBN 978-3-643-11104-3

Wolfgang Rumpf

### Music in the Air

AFN, BFBS, Ö3, Radio Luxemburg und die Radiokultur in Deutschland  
Popmusik aus dem Radio ist heute eine mitunter plägende Selbstverständlichkeit. Das war aber nicht immer so: Vor allem in den 1960er Jahren, als die Popkultur – kulminierend in Woodstock – zur jugendlichen Massenbewegung wurde, suchte man die Beatles, Jimi Hendrix, Melanie oder die Rolling Stones in der ARD (bis auf kleine Inseln im Jugendfunk oder beim Beat-Club) vergeblich. Auf der Suche nach Beat und Pop landeten junge Hörer zwangsläufig bei Radio Luxemburg, AFN, BFBS oder Ö3. Warum Pop im ARD-Rundfunk so lange tabu war, klärt diese Studie, die sich nicht nur mit der Radioliteratur und der damals neuen Medienforschung auseinandersetzt, sondern durch Interviews mit Zeitzeugen die Denkhorizonte der damaligen Musikredakteure und Moderatoren in den Blick nimmt. Erst durch diese Sicht hinter die Kulissen in die Welt der Radiomacher lässt sich der Wandel vom elitären Bildungsfunk der Nachkriegsjahre zum serviceorientierten, popmusikgeprägten Dienstleistungsradio der 1970er erklären und nachvollziehen.  
*Medien: Forschung und Wissenschaft*, Bd. 14, 2007, 224 S., 19,90 €, br., ISBN 978-3-8258-0329-2

Christoph Marek

### Pop/Schlager

Eine Analyse der Entstehungsprozesse populärer Musik im US-amerikanischen und deutschsprachigen Raum  
Warum konnte sich im angloamerikanischen Raum eine sehr stabile und prägende Popkultur entwickeln und warum war ein solcher Entwicklungsgang in Deutschland und Österreich nicht möglich? Warum boten insbesondere die USA einen so geeigneten Nährboden für die Entstehung einer global wirkenden und einflussreichen Popmusik? Warum ist der Schlager so typisch deutsch? Wie ist es erklärbar, dass sich im Laufe des 20. Jahrhunderts der angloamerikanische Entwicklungsstrang der populären Musik über den deutschsprachigen gelegt hat? Weshalb setzte sich Pop und nicht etwa der Schlager durch? Was bietet Pop, was der Schlager nicht hat? Dies sind die Fragen, deren Beantwortung sich Christoph Marek in „Pop/Schlager“ zur Aufgabe macht.  
*Kulturwissenschaft*, Bd. 7, 2006, 264 S., 24,90 €, br., ISBN 3-8258-9456-8

Edward Larkey

### Rotes Rockradio

Populäre Musik und die Kommerzialisierung des DDR-Rundfunks  
Ab Mitte der 70er entstand aus westlichen Popmusik einflussreiche eine kulturindustriell strukturierte Popmusikbranche unter Federführung des DDR-Rundfunks ohne durchkonzipierte Planung. In dieser Studie wird die damit in Gang gebrachte allmähliche Verankerung kapitalistischer Rationalitätsprinzipien, Praktiken und Werte im Hörfunk nachgezeichnet,

die zur letztendlichen Durchbrechung der diskursiven Kontrolle der SED und zur Aushöhlung ihrer politischen und kulturellen Legitimität führte. Es soll somit in dieser Studie sichtbar werden, wie populäre Musik zur Auflösung der DDR beitrug.

*Medien und Kultur*, Bd. 2, 2007, 376 S., 29,90 €, br., ISBN 978-3-8258-0163-2

Wolfgang Rumpf

### Pop & Kritik: Medien und Popkultur

Rock'n'Roll, Beat, Rock, Punk Elvis Presley, Beatles/Stones, Queen/Sex Pistols in SPIEGEL, STERN & SOUNDS  
1956 wurde Rock'n'Roll, Bill Haley und Elvis Presley, zum ersten Mal in deutschen Medien zur Kenntnis genommen – mit großer Skepsis und voll denunziatorischer Abwehr. Die Furcht vor Gewalt, Krawall, vor amerikanischem Lebensstil, vor neuen Jugendidolen und Massenhysterie ließ die (unfreiwilligen) Pop-Kritiker der ersten Stunde vor Gefahr und Umsturz warnen. Auch der globale Siegeszug der Beatles und der Rolling Stones wurde argwöhnisch betrachtet, waren doch auch ihre Auftritte mit „Beatlemania“, Krawall und Rebellion verknüpft. Erst nach den artifiziellen Studioalben der Jahre 1967/68 änderte sich langsam der Blick und Pop wurde „feuilletonwürdig“. Eine neue Generation von Journalisten, die mit Popmusik aufgewachsen war, erklärte nach dem Festival in Woodstock Rock, Soul, Avantgarde und bald darauf Punk und New Wave zur Herzensangelegenheit. Dabei gerieten die Pop-Kritiker neuen Stils auch auf journalistisch-ästhetische wie politische Abwege.  
*Beiträge zur Medienästhetik und Mediengeschichte*, Bd. 20, 2004, 224 S., 19,90 €, br., ISBN 3-8258-7745-0

Dietmar Schiller (Hrsg.)

### A change is gonna come: Popmusik und Politik

Empirische Beiträge zu einer politikwissenschaftlichen Popmusikforschung  
Kurz nachdem die Medien am 4. November 2008 Barack Obama zum 44. Präsidenten der USA ausgerufen haben, tritt er gegen Mitternacht im Grant Park in Chicago vor die seit Stunden wartende Menschenmenge. In seiner Ansprache bezieht er sich auf einen der wichtigsten Popsongs der amerikanischen Bürgerrechtsbewegung – „A Change Is Gonna Come“ von Sam Cooke: „It's been a long time coming, but tonight, because of what we did on this date, in this election, at this defining moment: change has come to America“.  
Dieses Ereignis nimmt der Sammelband zum Anlass, aus politikwissenschaftlicher Perspektive das vielschichtige Verhältnis von Popmusik und Politik im Kontext der Erforschung populärer Kulturen zu analysieren: politiktheoretisch, empirisch und praxisbezogen.  
*Politik: Forschung und Wissenschaft*, Bd. 33, 2012, 344 S., 34,90 €, br., ISBN 978-3-643-11429-7

Marc Pendzich

### Von der Coverversion zum Hit-Recycling

Historische, ökonomische und rechtliche Aspekte eines zentralen Phänomens der Pop- und Rockmusik  
Hit-Recycling ist *das* Pop-Phänomen der letzten Jahre rund um Coverversionen und Secondhand-Hits: ein Dauerthema unter Zeitgeistern, Musikhörern und Sammlern. Marc Pendzich liefert mit diesem Buch erstmals die *ganze* „Cover-Story“, von den 1950er Jahren mit den zahlreichen „White Covers“ bis zum allumfassenden Hit-Recycling dieser Tage. Dabei erklärt er – verständlich auch für Nicht-Juristen – wer wann warum covern darf. Der Autor zeigt die Hintergründe und das Ausmaß der Coverversionen-Flut und benennt deren Folgen für Popmusik, Musiker und Musikwirtschaft.  
2. Auflage mit CD-ROM inkl. aktualisierter Datenbank „Coverversionen-Hits in den deutschen Single-Charts 1980-2007“, Literaturverzeichnis und Register sowie dem neuem Kapitel „Hit-Recycling 2008 – aktuelle Entwicklungen des Phänomens Coverversion auf dem deutschen Musikmarkt“.

Systemvoraussetzungen der CD-ROM:  
Ab Pentium, Windows 98/ME/XP/2000, Windows NT mit Service Pack 5 od. 6, Acrobat Reader 5.x od. nachfolgende Versionen

*Populäre Musik und Jazz in der Forschung*, Bd. 11, 3. Aufl. 2013, 464 S., 49,90 €, br., ISBN 978-3-8258-8118-4

Wolfgang Rumpf

### Rockgeschichte

Rock'n'Roll, Twist, Beat, Rock, Soul, Blues, Country, Disco, Punk, NDW, Worldmusic, Hip Hop, Techno, Grunge, New Soul, R&B, Indie-Pop. 50 Jahre Rockmusik von Elvis bis Norah Jones, von Woodstock bis zu MTV. Ein Spaziergang von Memphis nach Liverpool, von Altamont bis zum Raver Beach. Sounds aus 50 Jahren, erzählt über Bands, Stars, Festivals, Radios, Schallplatten – und Lebensgefühle.  
*Sachbuch Wissenschaft*, Bd. 7, 2005, 304 S., 18,80 €, br., ISBN 3-8258-9094-5

Daniel Tödt

### Vom Planeten Mars – Rap in Marseille und das Imaginäre der Stadt

Alltag im Ghetto, Gewalt auf der Straße, aber ein ungebrochener Stolz auf die städtische Herkunft: Weltweit berichtet Rap-Musik von den verrufenen Ecken der Stadt. Am Beispiel von Marseille diskutiert der vorliegende Band popkulturelle Repräsentationen des Urbanen. Auf der Grundlage von Liedtexten, Musikvideos und Medienberichten zeigt der Autor, dass Rap in und aus Marseille mehr ist als eine lokale Kopie des US-amerikanischen HipHop. Die Musik vermittelt vielmehr Besonderheiten der Mittelmeermetropole, wie sie seit langer Zeit in verschiedenen Feldern der Kultur zum Ausdruck kommen.  
*Beiträge zur europäischen Theater-, Film- und Medienwissenschaft*, Bd. 3, 2. Aufl. 2013, 128 S., 19,90 €, br., ISBN-AT 978-3-643-50360-2

## WELTMUSIK

Drago Kunej; Urša Šivic (Eds.)

### Trapped in Folklore?

Studies in Music and Dance Tradition and Their Contemporary Transformations  
Questions like „Trapped in folklore?“ open up many possibilities for reflection and prompt different answers. This thematic publication with a rather provocative title discusses questions as to whether the selected musical phenomena are a fossilised form of tradition, folklore and folklorism and, as such, are trapped in a museum-like image isolated from contemporary cultural life, or whether we are looking at active events, changes and adjustments within contemporary society. The aim of the publication is to present the openness and diversity of views on folklore and to create a connection between (past and present) folklore phenomena, between researchers and between their fields of expertise.  
*Musikethnologie / Ethnomusicology*, vol. 7, 2013, 224 pp., 29,90 €, br., ISBN-CH 978-3-643-90232-0

Karin Bindu

### Percussion Art Forms

Aspekte der Produktion und Kommunikation südindischer *Talas* im *Kūṭiyāṭam*  
*Musikethnologie / Ethnomusicology*, Bd. 8, 2013, 336 S., 29,90 €, br., ISBN-AT 978-3-643-50501-9

Florian Carl

### Berlin/Accra

Music, Travel, and the Production of Space  
*KlangKulturStudien/SoundCultureStudies*, vol. 3, 2009, 208 pp., 29,90 €, pb., ISBN 978-3-8258-1905-7

LIT Verlag Berlin – Münster – Wien – Zürich – London

Fresnostr. 2 D-48159 Münster Tel. +49 (0) 251 / 620 32 - 0 Fax +49 (0) 251 / 922 60 99 E-Mail: lit@lit-verlag.de  
Schumannstr. 18 D-10117 Berlin Tel. +49 (0) 30 / 280 408 80 Fax +49 (0) 30 / 280 408 82 E-Mail: berlin@lit-verlag.de  
Krotenthallergasse. 10 A-1080 Wien Tel. +43 (0) 1 / 409 5661 Fax +43 (0) 1 / 409 56 97 E-Mail: wien@lit-verlag.at  
Klosbachstr. 107 CH-8032 Zürich Tel. +41 (0) 44-251 75 05 Fax +41 (0) 44-251 75 06 E-Mail: zuerich@lit-verlag.ch