

Literatur

- Abelson, Robert P. (1981): „Psychological Status of the Script Concept“. *American Psychologist* 36, S. 715–729.
- Adler, Moshe (1985): „Stardom and Talent“. *The American Economic Review* 75, S. 208–212.
- Adorno, Theodor W. (1967): „Résumé über Kulturindustrie“. In: T. W. Adorno (Hrsg.): *Ohne Leitbild: parva aesthetica*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 60–70.
- (1973): „On Popular Music“. In: D. Prokop (Hrsg.): *Kritische Kommunikationsforschung: Aufsätze aus der Zeitschrift für Sozialforschung*. München: Hanser, S. 66–77. (Erstveröffentlichung 1941)
- (1982): „Über den Fetischcharakter in der Musik und die Regression des Hörens“. In: T. W. Adorno (Hrsg.): *Dissonanzen: Musik in der verwalteten Welt*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, S. 9–45. (Erstveröffentlichung 1938)
- (1986): „Kann das Publikum wollen?“ In: R. Tiedemann (Hrsg.): *Theodor W. Adorno – Gesammelte Schriften*. Bd. 20,1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 342–347. (Erstveröffentlichung 1963)
- (1989): *Einleitung in die Musiksoziologie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp. (Erstveröffentlichung 1962)
- Agardy, Susan und Lawrence Zion (1997): „The Australian Rock Music Scene“. In: A. J. Ewbank und F. T. Papageorgiou (Hrsg.): *Whose Master's Voice? The Development of Popular Music in Thirteen Cultures*. London: Greenwood Press, S. 11–26.
- Ahlkvist, Jarl A. (2001): „Programming philosophies and the rationalization of music radio“. *Media, Culture and Society* 23, S. 339–358.
- Ahlkvist, Jarl A. und Gene Fisher (2000): „And the hits just keep on coming: Music programming standardization in commercial radio“. *Poetics* 27, S. 301–325.
- Aksoy, Asu und Kevin Robins (1992): „Hollywood for the 21st century: global competition for critical mass in image markets“. *Cambridge Journal of Economics* 16, S. 1–22.
- Alexander, Peter J. (1994): „Entry Barriers, Release Behavior, and Multi-Product Firms in the Music Recording Industry“. *Review of Industrial Organization* 9, S. 85–98.
- (1996): „Entropy and Popular Culture: Product Diversity in the Popular Music Recording Industry“. *American Sociological Review* 61, S. 171–174.
- (1997): „Product variety and market structure: A new measure and a simple test“. *Journal of Economic Behavior & Organization* 32, S. 207–214.
- Allmendinger, Jutta und Thomas Hinz (Hrsg.) (2002): *Organisationssoziologie*. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie Sonderheft 42. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Anders, Günther (2002): *Die Antiquiertheit des Menschen 1: Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution*. München: Beck. (Erstveröffentlichung 1956)

- (2002): *Die Antiquiertheit des Menschen 2: Über die Zerstörung des Lebens im Zeitalter der dritten industriellen Revolution*. München: Beck. (Erstveröffentlichung 1980)
- Anderson, Benedict (2005): *Die Erfindung der Nation: Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts*. Frankfurt a. M., New York: Campus. (Erstveröffentlichung 1983)
- Ang, Ien (1986): *Das Gefühl Dallas: Zur Produktion des Trivialen*. Bielefeld: Daedalus.
- (2003): „Im Reich der Ungewißheit: Das globale Dorf und die kapitalistische Postmoderne“. In: A. Hepp und C. Winter (Hrsg.): *Die Cultural Studies Kontroverse*. Lüneburg: zu Klampen, S. 84–110.
- Anheier, Helmut K., Jürgen Gerhards und Frank P. Romo (1995): „Forms of Capital and Social Structure in Cultural Fields: Examining Bourdieu's Social Topography“. *American Journal of Sociology* 100, S. 859–903.
- Appadurai, Arjun (1990): „Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy“. In: M. Featherstone (Hrsg.): *Global Culture: Nationalism, globalization and modernity*. Theory, Culture & Society. London, Newbury Park, New Delhi: Sage Publications, S. 295–310.
- (1996): *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.
- Bagdikian, Ben H. (2004): *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Bairoch, Paul (2000): „The Constituent Economic Principles of Globalization in Historical Perspective: Myth and Reality“. *International Sociology* 15, S. 197–214.
- Balibar, Etienne (1990): „Die Nation-Form: Geschichte und Ideologie“. In: E. Balibar und I. Wallerstein (Hrsg.): *Rasse/Klasse/Nation: Ambivalente Identitäten*. Hamburg: Argument, S. 107–130.
- Ballstaedt, Andreas (1998): „Unterhaltungsmusik“. In: L. Finscher (Hrsg.): *Die Musik in Geschichte und Gegenwart*. Bd. 9. Kassel: Bärenreiter, S. 1186–1199.
- Banks, Jack (1996): *Monopoly Television: MTV's quest to control the music*. Critical Studies in Communication and in the Cultural Industries. Boulder, Oxford: Westview Press.
- Barnard, Stephen, Donna Halper und Dave Laing (2003): „Radio“. In: J. Shepherd, D. Horn und D. Laing (Hrsg.): *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World*. London, New York: Continuum, S. 451–461.
- Barnes, Ken (1988): „Top 40 Radio: A Fragment of the Imagination“. In: S. Frith (Hrsg.): *Facing the Music*. New York: Pantheon Books, S. 9–50.
- Barnet, Richard D. und Larry L. Burriss (2001): *Controversies of the Music Industry*. Contemporary Controversies. London: Greenwood Press.
- Barta, Erwin und Reinhold Westphal (2004): *Hallo! Swing-Swing! Unterhaltungsmusik der vierziger und fünfziger Jahre im Wiener Konzerthaus*. Musikleben. Studien zur Musikgeschichte Österreichs Bd. 11. Frankfurt a. M., Berlin, Wien: Peter Lang.

- Barth, Christoph und Thomas Münch (1997): „Hörfunk im Internet: Angebotsformen und Entwicklungschancen in den USA und in Deutschland“. *Media Perspektiven* 1997, S. 619–626.
- Bauer, Daniel (2005): „Radioquoten als Marketinginstrument zur Bekämpfung der Krise in der Musikindustrie?“. Magisterarbeit, Wirtschaftsuniversität Wien, Wien.
- Baumann, Max Peter (Hrsg.) (1992): *World Music. Musics of the World. Aspects of Documentation, Mass Media and Acculturation*. Wilhelmshaven: Noetzel.
- Beck, Ulrich (1997): *Was heißt Globalisierung?* Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Becker, Gary S. (1998): *Accounting for Tastes*. Cambridge, London: Harvard University Press.
- Becker, Howard (1982): *Art worlds*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- (1997): „Kunst als kollektives Handeln“. In: J. Gerhards (Hrsg.): *Soziologie der Kunst: Produzenten, Vermittler und Rezipienten*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 23–40. (Erstveröffentlichung 1974)
- Beigewum (Hrsg.) (2005): *Mythen der Ökonomie: Anleitung zur geistigen Selbstverteidigung in Wirtschaftsfragen*. Hamburg: VSA.
- Beisheim, Marianne, Sabine Dreher, Gregor Walter, Bernhard Zangl und Michael Zürn (1999): *Im Zeitalter der Globalisierung? Thesen und Daten zur gesellschaftlichen und politischen Denationalisierung*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Berger, Peter L. und Thomas Luckmann (1969): *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit: Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Berger, Ulrike und Isolde Bernhard-Mehlich (2002): „Die Verhaltenswissenschaftliche Entscheidungstheorie“. In: A. Kieser (Hrsg.): *Organisations-theorie*. Stuttgart: Kohlhammer, S. 133–168.
- Berry, Steven T. und Joel Waldfogel (2001): „Do Mergers Increase Product Variety? Evidence from Radio Broadcasting“. *The Quarterly Journal of Economics*, S. 1009–1024.
- Besseler, Heinrich (1978): „Grundfragen des musikalischen Hörens“. In: H. Besseler (Hrsg.): *Aufsätze zur Musikästhetik und Musikgeschichte*. Leipzig: Reclam, S. 29–53.
- Biernatzky, William (1997): „Globalization of Communication“. *Communication Research Trends* 17, S. 3–29.
- Billboard (2000): „Merger Withdrawn by Warner, EMI“. *Billboard*, October 14, 2000, S. 1.
- (2001): „Music Television: A Global Status Report“. *Billboard*, February 17, 2001.
- (2003): *International Buyer's Guide 2004*. North Hollywood: Billboard.
- Binas, Susanne (2001): „Populäre Musik als Prototyp globalisierter Kultur“. In: B. Wagner (Hrsg.): *Kulturelle Globalisierung – Zwischen Weltkultur und kultureller Fragmentierung*. Essen: Klartext, S. 93–105.

- Black, Michael und Douglas Greer (1987): „Concentration and Non-Price Competition in the Recording Industry“. *Review of Industrial Organization* 3, S. 13–37.
- Blaukopf, Kurt (1982): *Musik im Wandel der Gesellschaft: Grundzüge der Musiksoziologie*. München: Piper.
- (1989): *Beethovens Erben in der Mediamorphose: Kultur- und Medienpolitik für die elektronische Ära*. Heiden.
- Blaukopf, Kurt und Desmond Mark (Hrsg.) (1976): *The Cultural Behaviour of Youth: Towards a Cross-Cultural Survey in Europe and Asia*. Wien: Universal Edition.
- Blaukopf, Kurt und Hermann Rauhe (1994): „Kulturelle Marktwirtschaft als Antwort auf die Mediamorphose“. In: H. Rauhe und C. Demmer (Hrsg.): *Kulturmanagement: Theorie und Praxis einer professionellen Kunst*. Berlin: de Gruyter, S. 91–100.
- Borgatti, Stephen P. und Pacey C. Foster (2003): „The Network Paradigm in Organizational Reserach: A Review and Typology“. *Journal of Management* 29, S. 991–1013.
- Bourdieu, Pierre (1983): „Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital und soziales Kapital“. In: R. Kreckel (Hrsg.): *Soziale Ungleichheiten*. Soziale Welt Sonderband 2. Göttingen, S. 183–198.
- (1987a): *Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilkraft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- (1987b): *Sozialer Sinn: Kritik der theoretischen Vernunft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- (1988): *Homo academicus*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- (1989): „Antworten auf einige Einwände“. In: K. Eder (Hrsg.): *Klassenlage, Lebensstil und kulturelle Praxis. Theoretische und empirische Beiträge zur Auseinandersetzung mit Pierre Bourdieus Klassentheorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 395–410.
- Bourdieu, Pierre und Jean-Claude Passeron (1990): *Reproduction in Education, Society and Culture*. Theory, Culture & Society. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publication. (Erstveröffentlichung 1970)
- Brackett, David (2002): „(In search of) musical meaning: genres, categories and crossover“. In: D. Hesmondhalgh und K. Negus (Hrsg.): *Popular Music Studies*. London: Arnold, S. 65–83.
- Breen, Marcus (1999): *Rock Dogs: Politics and the Australian Music Industry*. Annandale: Pluto Press.
- Breidenbach, Joana und Ina Zukrigl (1998): *Tanz der Kulturen: Kulturelle Identität in einer Globalisierten Welt*. München.
- (2001): „Up and down the music world. An anthropology of globalization“. In: A. Gebesmair und A. Smudits (Hrsg.): *Global repertoires: Popular music within and beyond the transnational music industry*. Aldershot et al.: Ashgate, S. 105–117.

- Breunig, Christian (1995): „Pay radio – ein neues Hörfunkangebot. Anbieter, Inhalte und Marktchancen“. *Media Perspektiven* 7, S. 375–385.
- Brinkmann, Ulrich (2002): „‘Unternehmenskultur’“. In: U. Helduser und T. Schwietring (Hrsg.): *Kultur und ihre Wissenschaft: Beiträge zu einem reflexiven Verhältnis*. Konstanz: UVK Universitätsverlag, S. 203–230.
- Bromley, Roger, Udo Göttlich und Carsten Winter (Hrsg.) (1999): *Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: zu Klampen.
- Bronson, Fred (1994): „Chart Histories“. *Billboard 100th Anniversary Issue*, Nov. 1 1994, S. 262–273.
- Broughton, Simon, Mark Ellingham, David Muddyman und Richard Trillo (Hrsg.) (1999): *World Music Volume 1: Africa, Europe and the Middle East*. The Rough Guide Bd. 1. London et al.: The Rough Guide.
- Bryson, Bethany (1996): „„Anything but Heavy Metal“: Symbolic Exclusion and Musical Dislikes“. *American Sociological Review* 61, S. 884–899.
- Bundesverband der phonographischen Wirtschaft (2005): *Jahrbuch 2005*. Hamburg.
- Burke, Andrew E. (2003): „Music Business“. In: R. Towse (Hrsg.): *A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar, S. 321–330.
- Burnett, Robert (1990): *Concentration and Diversity in the International Phonogram Industry*. Gothenburg Studies in Journalism and Mass Communication. Gothenburg: University of Gothenburg.
- (1996): *The Global Jukebox. The International Music Industry*. London, New York: Routledge.
- (2001): „Global strategies and local markets: Explaining Swedish Music Export Success“. In: A. S. Gebesmair, Alfred (Hrsg.): *Global Repertoires. Popular music within and beyond the transnational music industry*. Aldershot et al.: Ashgate, S. 9–20.
- Burt, Ronald S. (1992): *Structural Holes. The social structure of competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- (2001): „Structural Holes versus Network Closure as Social Capital“. In: N. Lin, K. Cook und R. S. Burt (Hrsg.): *Social Capital: Theory and Research*. New York: Aldine de Gruyter, S. 31–56.
- (2004): „Structural Holes and Good Ideas“. *American Journal of Sociology* 110, S. 349–99.
- Carveth, Rod (1992): „The Reconstruction of the Global Media Market Place“. *Communication Research* 19, S. 705–723.
- Castells, Manuel (2001): *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft: Teil 1 der Trilogie Das Informationszeitalter*. Bd. Teil 1: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Opladen: Leske+Budrich. (Erstveröffentlichung 1996)
- Castles, Stephen und Mark J. Miller (1993): *The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World*. Houndmills et al: Macmillan Press.
- Caves, Richard E. (2000): *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, London: Harvard University Press.

- Chapple, Steve und Reebee Garofalo (1980): *Wem gehört die Rock-Musik? Geschichte und Politik der Musikindustrie*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Christianen, Michael (1995): „Cycles in symbolic production? A new model to explain concentration, diversity and innovation in the music industry“. *Popular Music* 14, S. 55–93.
- Christman, Ed (2000): „Jive Scores Hat Trick With Spears“. *Billboard*, June 3, 2000, S. 5.
- Christopherson, Susan und Michael Storper (1986): „The city as studio, the world as back lot: The impact of vertical disintegration on the location of the motion picture industry“. *Environment and Planning D: Society and Space* 4, S. 305–320.
- Clarke, John (1976): „Style“. In: S. Hall und T. Jefferson (Hrsg.): *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. London, New York: Routledge, S. 175–191.
- Coleman, James S. (1986): „Social Theory, Social Research, and a Theory of Action“. *American Journal of Sociology* 91, S. 1309–35.
- (1988): „Social Capital in the Creation of Human Capital“. *American Journal of Sociology* 94, S. 95–120.
- Council of Europe/Council for Cultural Co-Operation (1980): „The State's Role vis-a-vis the Cultural Industries“. Council of Europe, Strasbourg.
- Cowen, Tyler (2002): *Creative Destruction. How Globalization Is Changing the World's Culture*. Princeton, Oxford: Princeton University Press.
- Cox, Raymond A. K. und James M. Felton (1995): „The Concentration of Commercial Success in Popular Music: An Analysis of the Distribution of Gold Records“. *Journal of Cultural Economics* 19, S. 333–340.
- Crane, Diana (1989): *The Transformation of the Avant-Garde: The New York Art World, 1940–1985*. London, Chicago: The University of Chicago Press.
- Cyert, Richard M. und James G. March (1992): *A Behavioral Theory of the Firm*. Malden, Oxford: Blackwell. (Erstveröffentlichung 1963)
- Dannen, Frederic (1998): *Hit Men : Makler der Macht und das schnelle Geld im Musikgeschäft*. Frankfurt a. M.: Zweitausendeins.
- Däubler-Gmelin, Hertha (1999): „Private Vervielfältigung unter dem Vorzeichen digitaler Techniken“. *Musikforum* 91, S. 94–101.
- Davis, Thulani (2004): „The Height of Disrespect“. *The Village Voice*, March 17–23, 2004.
- de Swan, Abram (1995): „Die soziologische Untersuchung der transnationalen Gesellschaft“. *Journal für Sozialforschung* 35, S. 35–48.
- Deutscher Bundestag (2001): „Bestandsaufnahme und Perspektiven der Rock- und Popmusik in Deutschland. Antwort der Bundesregierung auf die Große Anfrage der Abgeordneten Steffen Kampeter, Dr. Norbert Lammert, Bernd Neumann (Bremen), weiterer Abgeordneter und der Fraktion der CDU/CSU“.

- 349

- Ebers, Mark und Wilfried Gotsch (2002): „Institutionenökonomische Theorien der Organisation“. In: A. Kieser (Hrsg.): *Organisationstheorien*. Stuttgart: Kohlhammer, S. 199–251.
- Eco, Umberto (1984): „Massenkultur und ‚Kultur-Niveaus‘“. In: U. Eco (Hrsg.): *Apokalyptiker und Integrierte. Zur kritischen Kritik der Massenkultur*. Frankfurt a. M.: Fischer, S. 37–58.
- Edlund, Martin (2004): „Hip-Hop’s Crossover to the Adult Aisle“. *New York Times*, March 7, 2004, S. 1.
- Elderen, van P.L. (1984): „Music and meaning behind the dykes: the new wave of Dutch rock groups and their audiences“. *Popular Music* 4, S. 97–116.
- (1989): „Pop and government policy in the Netherlands“. In: S. Frith (Hrsg.): *World music, politics and social change*. Manchester, New York: Manchester University Press, S. 190–197.
- Emirbayer, Mustafa und Jeff Goodwin (1994): „Network Analysis, Culture, and the Problem of Agency“. *American Journal of Sociology* 99, S. 1411–1454.
- Eppstein, Ury (1994): *The beginnings of Western music in Meiji era Japan*. Lewiston: Mellen.
- Esser, Hartmut (1990): „‘Habits’, ‘Frames’ und ‘Rational Choice’: Die Reichweite von Theorien der rationalen Wahl (am Beispiel der Erklärung des Befragtenverhaltens)“. *Zeitschrift für Soziologie* 19, S. 231–247.
- (1999): *Soziologie: Allgemeine Grundlagen*. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- (2001): *Sinn und Kultur. Soziologie. Spezielle Grundlagen Bd. 6*.
- Fabbri, Franco (1989): „The system of canzone in Italy today“. In: S. Frith (Hrsg.): *World music, politics and social change*. Manchester, New York: Manchester University Press, S. 122–142. (Erstveröffentlichung 1981)
- Faulkner, Robert R. und Andy B. Anderson (1987): „Short-Term Projects and Emergent Careers: Evidence from Hollywood“. *American Journal of Sociology* 92, S. 879–909.
- Fejes, Fred (1981): „Media imperialism: an assessment“. *Media, Culture and Society* 3, S. 281–289.
- Ferguson, Marjorie und Peter Golding (Hrsg.) (1997): *Cultural Studies in Question*. London, New Delhi: Thousand Oaks.
- Fink, Michael (1996): „Inside the Music Industry“. New York: Schirmer Books.
- Fiori, Umberto und Michael Burgoyne (1984): „Rock music and politics in Italy“. *Popular Music* 4, S. 261–277.
- Fiske, John (2000): *Lesearten des Populären*. Cultural Studies Band 1. Wien: Turia + Kant. (Erstveröffentlichung 1989)
- Frith, Simon (1981): *Jugendkultur und Rockmusik: Soziologie der englischen Musikszene*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- (1987): „The Industrialization of Popular Music“. In: J. Lull (Hrsg.): *Popular Music and Communication*. Newbury Park et al.: Sage Publications, S. 53–77.
- (1988): „Video Pop: Picking Up the Pieces“. In: S. Frith (Hrsg.): *Facing the Music*. New York: Pantheon Books, S. 88–130.

- (1996): *Performing rites: on the value of popular music*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Frith, Simon und Howard Horne (1987): *Art into pop*. London; New York: Methuen.
- Gans, Herbert J. (1999): *Popular culture & high culture: an analysis and evaluation of taste*. New York: Basic Books. (Erstveröffentlichung 1975)
- Garner, Ken (2003): „Playlist“. In: J. Shepherd, D. Horn und D. Laing (Hrsg.): *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World*. London, New York: Continuum, S. 449.
- Garnham, Nicholas (1990): *„Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information“*. London: Sage.
- Garofalo, Reebee (1987): „How Autonomous is Relative: Popular Music, the Social Formation and Cultural Struggle“. *Popular Music* 6, S. 77–92.
- (1992): „Understanding Mega-Events: If We are the World, Then How Do We Change it?“ In: R. Garofalo (Hrsg.): *Rockin' the boat: mass music and mass movements*. Boston: South End Press, S. 15–35.
- (1993a): „Black Popular Music: Crossing Over or Going Under?“ In: T. Bennett, S. Frith, L. Grossberg, J. Shepherd und G. Turner (Hrsg.): *Rock and Popular Music: Politics, Policies, Institutions*. London, New York: Routledge, S. 231–248.
- (1993b): „Whose World, What Beat: The Transnational Music Industry, Identity, and Cultural Imperialism“. *the world of music* 35, S. 16–32.
- (1997): *Rockin' Out – Popular Music in the USA*. Boston et al.: Allyn & Bacon.
- Gebesmair, Andreas (2000): „Musik und Globalisierung: Zur Repertoireentwicklung der transnationalen Phonoiindustrie unter besonderer Berücksichtigung des österreichischen Musikmarktes. Forschungsbericht an das Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur“. Mediacult, Wien.
- (2001a): „Bürgerliche Öffentlichkeit und Distanzierung. Zur gesellschaftlichen Verortung pianistischer Darbietungen“. In: M. Huber, D. Mark, E. Ostleitner und A. Smudits (Hrsg.): *Das Klavier in Geschichten und Gegenwart*. Strasshof, S. 92–104.
- (2001b): *Grundzüge einer Soziologie des Musikgeschmacks*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- (2002): „Hybrids in the Global Economy of Music: How the Major Labels Define the Latin Music Market“. In: G. Steingress (Hrsg.): *Songs of the Minotaur – Hybridity in the Era of Globalization*. Populäre Musik und Jazz in der Forschung. Münster, Hamburg, London: Lit, S. 1–19.
- (2004): „Renditen der Grenzüberschreitung: Zur Relevanz der Bourdieuschen Kapitaltheorie für die Analyse sozialer Ungleichheiten“. *Soziale Welt* 55, S. 181–204.
- (2006): „Von der „Kultur für alle“ zur „Allesfresser“-Kultur. Unintendierte Folgen der Kulturpolitik?“ In: K.-S. Rehberg (Hrsg.): *Soziale Ungleichheit*

- *Kulturelle Unterschiede*. 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie. Frankfurt a. M.: Campus, S. 882–897.
- (2007): „Populärmusik in Tirol“. In: K. Drexel und M. Fink (Hrsg.): *Musikgeschichte Tirols*. Innsbruck: Universitätsverlag Wagner, im Erscheinen.
- Gelatt, Roland (1977): *The Fabulous Phonograph 1877–1977*. New York, London: Macmillan Publishing. (Erstveröffentlichung 1954)
- George, Nelson (2002): *ReB. Die Geschichte der schwarzen Musik*. Freiburg: orange-press. (Erstveröffentlichung 1988)
- Gerhards, Jürgen und Jörg Rösler (1999): „Zur Transnationalisierung der Gesellschaft der Bundesrepublik: Entwicklungen, Ursachen und mögliche Folgen für die europäische Integration“. *Zeitschrift für Soziologie* 28, S. 325–344.
- Giddens, Anthony (1996): *Konsequenzen der Moderne*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Gillespie, Marie (1995): *Television, Ethnicity and Cultural change*. London: Routledge.
- Goffman, Erving (1973): *Asyle. Über die soziale Situation psychiatrischer Patienten und anderer Insassen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp. (Erstveröffentlichung 1961)
- (1975): *Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp. (Erstveröffentlichung 1963)
- Golding, Peter und Graham Murdock (2000): „Cultur, Communications and Political Economy“. In: J. Curran und M. Gurevitch (Hrsg.): *Mass Media and Society*. London, New York: Arnold, Oxford University Press, S. 71–92.
- Gomery, Douglas (1989): „Media Economics: Terms of Analysis“. *Critical Studies in Mass Communication* 6, S. 43–60.
- Graninger, Gernot (1998): „Wahrnehmungsverträge“. In: M. Finkentey (Hrsg.): *Handbuch für Musikschaffende*. Wien: Buchkultur, S. 31–50.
- Granovetter, Mark (1973): „The Strength of Weak Ties“. *American Journal of Sociology* 78, S. 1360–1380.
- (1985): „Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness“. *American Journal of Sociology* 91, S. 481–510.
- Grisold, Andrea (2004): *Kulturindustrie Fernsehen: Zum Wechselverhältnis von Ökonomie und Massenmedien*. Wien: Löcker.
- Gronow, Pekka (1983): „The record industry: the growth of a mass medium“. *Popular Music* 3, S. 53–75.
- Gronow, Pekka und Ilpo Saunio (1998): *An International History of the Recording Industry*. London, New York: Cassell.
- Grossberg, Lawrence (1994): „Cultural Studies. Was besagt ein Name?“ *IKUS LECTURES* 3, S. 11–40.
- Guillén, Mauro F. (2001): „Is Globalization Civilizing, Destructive or Feeble? A Critique of Five Key Debates in the Social Science Literature“. *Annual Review of Sociology* 27, S. 235–60.
- Günther, Robert (Hrsg.) (1982): *Die Musikkulturen Lateinamerikas im 19. Jahrhundert*. Regensburg: Gustav Bosse.

- Habermas, Jürgen (1988): *Der philosophische Diskurs der Moderne: Zwölf Vorlesungen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Hachmeister, Lutz und Jan Lingemann (1999): „Das Gefühl VIVA: Deutsches Musikfernsehen und die neue Sozialdemokratie“. In: K. Neumann-Braun (Hrsg.): *VIVA MTV! Popmusik im Fernsehen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 132–172.
- Hachmeister, Lutz und Günther Rager (Hrsg.) (2000): *Wer beherrscht die Medien? Die 50 größten Medienkonzerne der Welt. Jahrbuch 2000*. München
- (Hrsg.) (2005): *Wer beherrscht die Medien? Die 50 größten Medienkonzerne der Welt. Jahrbuch 2005*. München
- Hall, Stuart (1999): „Kodieren/ Dekodieren“. In: R. Bromley, U. Göttlich und C. Winter (Hrsg.): *Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: zu Klampen, S. 92–110. (Erstveröffentlichung 1980)
- Hall, Stuart und Tony Jefferson (Hrsg.) (1976): *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. London, New York: Routledge.
- Haller, Albrecht (1998): „Urheberrecht und verwandte Schutzrechte“. In: M. Finkentey (Hrsg.): *Handbuch für Musikschafter*. Wien: Buchkultur, S. 15–30.
- Hamlen, William A. (1991): „Superstardom in Popular Music: Empirical Evidence“. *The Review of Economics and Statistics* 73, S. 729–733.
- Hannerz, Ulf (1990): „Cosmopolitans and Locals in World Culture“. In: M. Featherstone (Hrsg.): *Global Culture: Nationalism, globalization and modernity*. Theory, Culture & Society. London, Newbury Park, New Delhi: Sage Publications, S. 237–251.
- (1992): *Cultural Complexity: Studies in the Social Organisation of Meaning*. New York: Columbia University Press.
- Hargittai, Eszter und Miguel Angel Centeno (2001): „Introduction: Defining a Global Geography“. In: E. Hargittai und M. A. Centeno (Hrsg.): *Mapping Globalization*. American Behavioral Scientist Bd. 44. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, S. 1545–1560.
- Harker, Dave (1997): „The wonderful world of IFPI: music industry rhetoric, the critics and the classical marxist critique“. *Popular Music* 16, S. 45–79.
- (1998): „It's a jungle sometimes: The music industry, the crisis and the state“. Bd. 1999. <https://www2.rz-hu-berlin/fpm/texte/harker.htm>.
- Hasse, Raimund und Georg Krücken (1999): *Neo-Institutionalismus*. Bielefeld: transcript.
- Hebdige, Dick (1979): *Subculture: The Meaning of Style*. London, New York: Routledge.
- Heinrich, Jürgen (2002): *Medienökonomie. Band 2: Hörfunk und Fernsehen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Held, David, Anthony McGrew, David Goldblatt und Jonathan Perraton (1999): *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Hendy, David (2000a): „Pop music radio in the public service: BBC Radio 1 and new music in the 1990s“. *Media, Culture and Society* 22, S. 743–761.

- (2000b): *Radio in the Global Age*. Cambridge: Polity Press.
- Hepp, Andreas (1999): *Cultural Studies und Medienanalyse: Eine Einführung*. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- (2004): *Netzwerke der Medien: Medienkulturen und Globalisierung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hepp, Andreas und Carsten Winter (Hrsg.) (2003): *Die Cultural Studies Kontroverse*. Lüneburg: zu Klampen.
- Herman, Edward S. und Robert W. McChesney (1997): *The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism*. London, Washington: Cassell.
- Hernandez, Deborah Pacini (2001): „Race, ethnicity and the production of Latin/o popular music“. In: A. Gebesmair und A. Smudits (Hrsg.): *The production of global repertoires: Popular music within and beyond the transnational music industry*. Aldershot: Ashgate, S. 57–72.
- Hesmondhalgh, David (1996): „Flexibility, post-Fordism and the music industries“. *Media, Culture and Society* 18, S. 469–488.
- (2002): *The Cultural Industries*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publication.
- Hirsch, Paul M. (1969): „The Structure of the Popular Music Industry: An Examination of the Filtering Process by which Records are Preselected for Public Consumption“. O.O. (Michigan).
- (1972): „Processing Fads and Fashions: An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems“. *American Journal of Sociology* 77, S. 639–659.
- Holzer-Söllner, Beate (2004): „Die Geschichte der Rockmusik in Frankreich im Überblick“. Magisterarbeit, Universität für Musik und darstellende Kunst, Wien.
- Horak, Roman, Wolfgang Maderthaner, Siegfried Mattl, Lutz Musner und Otto Penz (Hrsg.) (2004): *Randzone. Zur Theorie und Archäologie von Massenkultur in Wien 1950–1970*. Wien: Turia + Kant.
- Horkheimer, Max und Theodor W. Adorno (1988): *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente*. Frankfurt a. M.: Fischer. (Erstveröffentlichung 1944)
- Hörning, Karl H. und Rainer Winter (Hrsg.) (1999): *Widerspenstige Kulturen: Cultural Studies als Herausforderung*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Hoskins, Colin und Rolf Mirus (1988): „Reasons for the US dominance of the international trade in television programmes“. *Media, Culture and Society* 10, S. 499–515.
- Hottelling, Harold (1929): „Stability in Competition“. *Economic Journal* 39, S. 41–57.
- Huber, Harald (2001a): „Style analysis: How to analyse musical genre? (Example: Hubert von Goisern)“. In: A. Gebesmair und A. Smudits (Hrsg.): *The production of global repertoires: Popular music within and beyond the transnational music industry*. S. 153–169.
- Huber, Michael (2001b): „Die Geschichte der Vienna Electronica“. In: R. Harauer (Hrsg.): *Vienna Electronica. Die Szenen der Neuen Elektronischen Musik in Wien*. mediacult.doc Bd. 05/01. Wien, S. 7–48.

- Hügel, Hans-Otto (2001): „Nicht identifizieren – Spannungen aushalten!“ In: C. Bullerjahn und H.-J. Erwe (Hrsg.): *Das Populäre in der Musik des 20. Jahrhunderts*. Hildesheim, Zürich, New York: Georg Olms, S. 11–37.
- Hull, Geoffrey (1998): *The Recording Industry*. Boston et al.: Allyn & Bacon.
- Hung, Michèle und Esteban Garcia Morencos (1990): *World Record Sales 1969–1990. A Statistical History of the World Recording Industry*. London.
- Huygens, Marc et al (2001): „Co-Evolution of Firm Capabilities and Industry Competition: Investigating the Music Industry, 1877–1997“. *Organization Studies* 22, S. 971–1011.
- IFPI (2005a): *IFPI:05 Digital Music Report*. London: IFPI.
- (2005b): *The recording industry 2005 commercial piracy report*. London: IFPI.
- (2005c): *The Recording Industry in Numbers 2005*. London.
- Jansen, Dorothea (1999): *Einführung in die Netzwerkanalyse: Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Lehrtexte Soziologie. Opladen: Leske+Budrich.
- Jarren, Otfried und Werner A. Meier (1999): „Globalisierung der Medienlandschaft und ihre medienpolitische Bewältigung: Ende der Medienpolitik oder neue Gestaltungsformen auf regionaler und nationaler Ebene?“ In: P. Donges (Hrsg.): *Globalisierung der Medien: Medienpolitik in der Informationsgesellschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 231–249.
- Just, Natascha und Michael Latzer (2003): „Medienökonomie“. In: S. Weber (Hrsg.): *Theorien der Medien*. Konstanz: UVK Universitätsverlag, S. 81–107.
- Kapner, Gerhardt (1980): „Autonomietendenzen in der Kunst seit dem 18. Jahrhundert“. *Beiträge zur historischen Sozialkunde*, S. 19–24.
- Katz, Elihu und Tamar Liebes (1990): „The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of American TV“. In: P. Larsen (Hrsg.): *Import, export: international flow of television fiction*. Paris: Unesco, S. 69–82.
- Kawabata, Shigeru (1991): „The Japanese record industry“. *Popular Music*. Bd. 10/3. S. 327–345.
- Kealy, Edward R. (1982): „Conventions and the Production of the Popular Music Aesthetic“. *Journal of Popular Culture* 16, S. 100–115.
- (1990): „From Craft to Art: The Case of Sound Mixers and Popular Music“. In: S. Frith und A. Goodwin (Hrsg.): *On Record: Rock, Pop, and the Written Word*. New York: Pantheon, S. 207–220.
- Kiefer, Marie Luise (1994): „Wettbewerb im dualen Rundfunksystem? Betrachtungen aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht“. *Media Perspektiven*, S. 430–438.
- (2001): *Medienökonomik: Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien*. Lehr- und Handbücher der Kommunikationswissenschaft. München, Wien: R. Oldenbourg.
- Kieser, Alfred (Hrsg.) (2002): *Organisationstheorien*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Kraidy, Marwan M. (2002): „Hybridity in Cultural Globalization“. *Communication Theory* 12, S. 316–339.

- Krappmann, Lothar (1969): *Soziologische Dimensionen der Identität: Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen*. Stuttgart: Klett.
- Kretschmer, Martin (1998): „Die Mythen des Urhebers: Geistiges Eigentum in der Musik“. *Dissonanz* 57, S. 4–13.
- Kretschmer, Martin, George Michael Klimis und Roger Wallis (1999): „The Changing Location of Intellectual Property Rights in Music: A Study of Music Publishers, Collecting Societies and Media Conglomerates“. *Prometheus* 17, S. 163–186.
- Kruse, Jörn (1996): „Publizistische Vielfalt und Medienkonzentration zwischen Marktkräften und politischen Entscheidungen“. In: K.-D. Altmeppen (Hrsg.): *Ökonomie der Medien und des Mediensystems*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 25–52.
- Kulle, Jürgen (1998): *Ökonomie der Musikindustrie: Eine Analyse der körperlichen und unkörperlichen Musikverwertung mit Hilfe von Tonträgern und Netzen*. Hohenheimer Volkswirtschaftliche Schriften Bd. 32. Frankfurt a. M., Berlin, Wien: Peter Lang.
- Laing, Dave (1986): „The music industry and the ‘cultural imperialism’ thesis“. *Media, Culture and Society* 8, S. 331–341.
- (1992): „‘Sadness’, Scorpions and single markets: national and transnational trends in European popular music“. *Popular Music* 11, S. 127–140.
- Lamb, Andrew und Charles Hamm (1980): „Popular music“. In: S. Stanley (Hrsg.): *The Grove Dictionary of Music and Musicians*. London: Macmillan Press, S. 87–121.
- Lang, Günter (2004): „Strategie und Vielfalt: Eine Anwendung des Hotelling’schen Positionierungsmodells auf Medienmärkte“. In: G. Siegert und F. Lobigs (Hrsg.): *Zwischen Marktversagen und Medienvielfalt*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, S. 100–112.
- Lang, Rainhart, Ingo Winkler und Elke Weik (2001): „Organisationskultur, Organisationaler Symbolismus und Organisationaler Diskurs“. In: E. Weik und R. Lang (Hrsg.): *Moderne Organisationstheorien: Eine sozialwissenschaftliche Einführung*. Wiesbaden: Gabler, S. 2001–2252.
- Lanz, Peter (1998): *Falco: Die Biographie*. Wien: Molden.
- Larkey, Edward (1993): *Pungent Sounds: Constructing Identity with Popular Music in Austria*. New York: Peter Lang.
- Lash, Scott und John Urry (1994): *Economies of Signs and Space*. Theory, Culture & Society. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publication.
- Laufenberg, Frank und Ingrid Laufenberg (1998): *Rock & Pop-Lexikon 1 & 2*. Düsseldorf: Econ.
- Launey, Guy de (1995): „Not-so-big in Japanese market“. *Popular Music*. Bd. Vol. 14/. S. 203–225.
- Leblebici, Huseyin (1995): „Radio Broadcasters“. In: G. R. Carrol und M. T. Hannan (Hrsg.): *Organizations in Industry*. New York, Oxford: Oxford University Press, S. 308–331.

- Leblebici, Huseyin, Gerlad R. Salancik, Anne Copay und Tom King (1991): „Institutional Change and the Transformation of Interorganizational Fields: An Organizational History of the U.S. Radio Broadcasting Industry“. *Administrative Science Quarterly* 36, S. 333–363.
- Lee, Steve S. (2004): „Predicting cultural output diversity in the radio industry, 1989–2002“. *Poetics* 32, S. 325–342.
- Legrand, Emmanuel (2000): „Industry hails new French quota law“. *Music & Media*, July 15, 2000, S. 1.
- Lenin, W. I. (1975): „Der Imperialismus als höchstes Stadium des Kapitalismus“. In: W. I. Lenin (Hrsg.): *Ausgewählte Werke*. Moskau: Verlag Progress, S. 183–285. (Erstveröffentlichung 1917)
- Lerdhal, Fred und Ray Jackendoff (1983): *A generative theory of tonal music*. Cambridge, London: MIT Press.
- Lévi-Strauss, Claude (1973): *Das wilde Denken*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Levitt, Theodore (1983): „The globalization of markets“. *Harvard Business Review*, S. 92–102.
- Liebes, Tamar (1988): „Cultural Differences in the Retelling of Television Fiction“. *Critical Studies in Mass Communication* 5, S. 277–292.
- Light, Alan (Hrsg.) (1999): *The Vibe History of Hip Hop*. London: Plexus Publishing.
- Lin, Nan (2001): *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Structural Analysis in the Social Sciences 19. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lindenberg, Siegwart (1989): „Social production Functions, Deficits, and Social Revolutions“. *Rationality and Society* 1, S. 51–77.
- Lopes, Paul D. (1992): „Innovation and Diversity in the Popular Music Industry 1969 to 1990“. *American Sociological Review* 57, S. 56–71.
- Luhmann, Niklas (1987): *Soziale Systeme: Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Lutter, Christina und Markus Reisenleitner (1998): *Cultural Studies: Eine Einführung*. Cultural Studies Band 0. Wien: Turia + Kant.
- Maase, Kaspar (1997): *Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850–1970*. Europäische Geschichte. Frankfurt a. M.: Fischer.
- MacBride, Sean (1980): *Many Voices – One World. Towards a new more just and more efficient world information and communication order*. Paris: Unesco.
- MacDonald, Glenn M. (1988): „The Economics of Rising Stars“. *The American Economic Review* 78, S. 155–166.
- Machill, Marcel (1996): „Frankreichs Hörfunk zwischen Kommerzialisierung und Kulturprotektionismus“. *Media Perspektiven* 1996, S. 144–152.
- Malm, Krister (2001): „Globalization-localization, homogenization-diversification and other discordant trends: A challenge to music policy makers“. In: A. Gebesmair und A. Smudits (Hrsg.): *Global repertoires: Popular music within and beyond the transnational music industry*. Aldershot et al: Ashgate, S. 89–96.
- Mankiw, Gregory N. (2001): *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre*. Stuttgart: Schäffer-Poeschl.

- Manuel, Peter (1988): *Popular Musics in the Non-Western World. An introductory survey*. New York, Oxford.
- (1991): „The cassette industry and popular music in North India“. *Popular Music* 10, S. 189–204.
- (1993): *Cassette Culture. Popular Music and Technology in North India*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- March, James G. und Herbert Simon (1958): *Organizations*. New York, London, Sydney: John Wiley & Sons.
- Marcuse, Herbert (1987): *Der eindimensionale Mensch: Studien zur Ideologie der fortgeschrittenen Industriegesellschaft*. Darmstadt, Neuwied: Luchterhand. (Erstveröffentlichung 1964)
- (1987): *Triebstruktur und Gesellschaft: Ein philosophischer Beitrag zu Sigmund Freud*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp. (Erstveröffentlichung 1955)
- Martin, Hans-Peter und Harald Schumann (1996): *Die Globalisierungsfalle: Der Angriff auf Demokratie und Wohlstand*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Martinelli, Alberto (1994): „Entrepreneurship and Management“. In: N. J. Smelser und R. Swedberg (Hrsg.): *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, S. 476–503.
- Marx, Karl (1989): *Das Kapital: Kritik der politischen Ökonomie*. Bd. 1. Berlin: Diez.
- Matheus, Kirsten, Rolf Morich und Will Specks (2005): „Marktchancen von DAB und DVB-T“. *Media Perspektiven* 2005, S. 142–151.
- Mattelart, Armand (1982): *Multinational Corporations & the Control of Culture: The Ideological Apparatuses of Imperialism*. Sussex, Atlantic Highlands.
- Mattelart, Armand und Ariel Dorfman (1975): *How to Read Donald Duck*. New York: International General.
- McAnany, Emile G. (2002): „Globalization and the Media: The Debate Continues“. *Communication Research Trends* 21, S. 3–19.
- McAnany, Emile G. und Kenton T. Wilkinson (1992): „From Cultural Imperialists to Takeover Victims? Questions on Hollywood's Buyout From the Critical Tradition“. *Communication Research* 19, S. 724–748.
- McDonald, Daniel G. und John Dimmick (2003): „The Conceptualization and Measurement of Diversity“. *Communication Research* 30, S. 60–79.
- McGuigan, Jim (1992): *Cultural populism*. London: Routledge.
- Mediacult (Hrsg.) (1993): *The cultural impact of media policy in the european region*. Balkan Media Special Focus. Sofia: Balkan Media.
- Merton, Robert (1964): „Patterens of Influence: Local and Cosmopolitan Influentials“. In: R. Merton (Hrsg.): *Social theory & social structure*. Glencoe, Ill.: Free Press, S. 387–420. (Erstveröffentlichung 1959)
- (1968): „The Matthew Effect in Science“. *Science* 159, S. 56–63.
- Metze-Mangold, Verena und Christine M. Merkel (2006): „Magna Charta der internationalen Kulturpolitik: Die UNESCO-Konvention vor der Ratifizierung“. *Media Perspektiven*, S. 362–373.

- Meyer, John W. (1997): „World Society and the Nation-State“. *American Journal of Sociology* 103, S. 144–181.
- Meyer, John W. und Brian Rowan (1991): „Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony“. In: W. W. Powell und P. DiMaggio (Hrsg.): *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago, London: University of Chicago Press, S. 41–62. (Erstveröffentlichung 1977)
- Middleton, Richard (1990): *Studying popular music*. Milton Keynes [England]; Philadelphia: Open University Press.
- Miller, Manfred und Peter Schulze (1998): *Geschichte der Popmusik*. Bremen: Bear Family.
- Mitchell, Tony (1996): *Popular Music and Local Identity. Rock, Pop and Rap in Europe and Oceania*. London, New York.
- Mitsui, Toru (1997): „Interactions of Imported and Indigenous Musics in Japan: A Historical Overview of the Music Industry“. In: A. J. Ewbank und F. T. Papageorgiou (Hrsg.): *Whose Master's Voice? The Development of Popular Music in Thirteen Cultures*. London: Greenwood Press, S. 152–174.
- Moles, Abraham A (1971): *Informationstheorie und ästhetische Wahrnehmung*. Köln: DuMont.
- Movsessian, Vera und Fedor Seifert (1995): *Einführung in das Urheberrecht der Musik*. Wilhelmshaven: Noetzel.
- Müller, Klaus (2002): *Globalisierung*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Münch, Thomas (1996): „Medienregulierung und musikalische Vielfalt: Das Beispiel Radio“. In: H. Rösing (Hrsg.): *Step across the border: Neue musikalische Trends – neue massenmediale Kontexte*. Beiträge zur Populärmusikforschung. Karden: CODA, S. 8–30.
- Music & Media (1999): „German music industry ‘divorcing’ radio?“. *Music & Media*, August 28, 1999, S. 1.
- (2000): „MTV offensive in France, Spain, Italy“. *Music & Media*, July 1, 2000, S. 1.
- Music Business International (1999): *MBI World report 1999*. London: Miller Freeman Entertainment.
- National Music Publishers' Association (nmpa) (Hrsg.) (2003): *International Survey of Music Publishing Revenues, 12th edition*. New York
- Negus, Keith (1992): *Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music Industry*. London et al: Edward Arnold.
- (1999): *Music Genres and Corporate Cultures*. London, New York: Routledge.
- Nelson, Richard R. (1994): „Evolutionary Theorizing about Economic Change“. In: N. J. Smelser und R. Swedberg (Hrsg.): *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton, New York: Princeton University Press, Russel Sage Foundation, S. 108–136.
- Neumann-Braun, Klaus (Hrsg.) (1999): *Viva MTV! Popmusik im Fernsehen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Nohria, Nitin Gulati, Ranjay (1994): „Firms and Their Environments“. In: N. J. S. Smelser, Richard (Hrsg.): *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press. S. 529–555.
- OECD (2005): „Digital Broadband Content: Music“. Report prepared on behalf of the Working Party on the Information Economy.
- Ortmann, Günther, Jörg Sydow und Klaus Türk (Hrsg.) (2000): *Theorien der Organisation: Die Rückkehr der Gesellschaft*. Organisation und Gesellschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Perry, Steve (1988): „Ain't No Mountain High Enough: The Politics of Crossover“. In: S. Frith (Hrsg.): *Facing the Music*. New York: Pantheon Books, S. 51–87.
- Peterson, Richard A. (1976): „The Production of Culture: A Prolegomenon“. *American Behavioral Scientist* 19, S. 669–684.
- (1982): „Five Constraints on the Production of Culture: Law, Technology, Market, Organizational Structure and Occupational Careers“. *Journal of Popular Culture* 16, S. 143–153.
- (1990): „Why 1955? Explaining the advent of rock music“. *Popular Music* 9, S. 97–116.
- (1992): „Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore“. *Poetics* 21, S. 243–258.
- (1994): „Culture Studies Through the Production Perspective“. In: D. Crane (Hrsg.): *The Sociology of Culture*. Cambridge, S. 163–189.
- (1997): *Creating Country Music: Fabricating Authenticity*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- (2001): „Globalization and communalization in the production perspective“. In: A. S. Gebesmair, Alfred (Hrsg.): *Global Repertoires. Popular music within and beyond the transnational music industry*. Aldershot: Ashgate, S. 119–136.
- (2005): „Problems in comparative research: The example of omnivorousness“. *Poetics* 33, S. 257–282.
- Peterson, Richard A. und N. Anand (2004): „The Production of Culture Perspective“. *Annual Review of Sociology* 30, S. 311–334.
- Peterson, Richard A. und David G. Berger (1971): „Entrepreneurship in Organizations: Evidence from the Popular Music Industry“. *Administrative Science Quarterly* 16, S. 158–173.
- (1975): „Cycles in Symbol Production: The Case of Popular Music“. *American Sociological Review* 40, S. 158–173.
- (1996): „Measuring Industry Concentration, Diversity, and Innovation in Popular Music“. *American Sociological Review* 61, S. 175–178.
- Peterson, Richard A. und Roger M. Kern (1996): „Changing Highbrow Taste. From Snob to Omnivore“. *American Sociological Review* 61, S. 900–907.
- Pfeffer, Jeffrey und Gerlad R. Salancik (2003): *The External Control od Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Stanford: Stanford University Press. (Erstveröffentlichung 1978)

- Phillips, Dennis D. und Tim Schlattmann (1990): „Strip Mining for Gold and Platinum: Record Sales and Chart Performance Pre- and Post-MTV“. *Popular Music and Society* 14, S. 85–95.
- Picard, Robert G (2001): „Relations among Media Economics, Content, and Diversity“. *Nordicom Review* 22, S. 65–69.
- Pieterse, Jan Nedereen (1998): „Der Melange-Effekt: Globalisierung im Plural“. In: U. Beck (Hrsg.): *Perspektiven der Weltgesellschaft*. Frankfurt a. M., S. 87–124.
- Pommerehne, Werner W. und Bruno S. Frey (1993): *Musen und Märkte: Ansätze zu einer Ökonomik der Kunst*. München: Vahlen.
- Popular Music Archive / Tilch (2002): *Rock Archive 1955–2002 (CD-ROM)*. Kirchbrak.
- Portes, Alejandro (1998): „Social Capital: Its Origin and Applications in Modern Sociology“. *Annual Review of Sociology* 24, S. 1–24.
- Poschhardt, Ulf (1997): *DJ Culture: Disjockeys und Popkultur*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Powell, Walter W. (1990): „Neither Market nor Hierarchy: Network Forms of Organization“. *Research in Organizational Behavior* 12, S. 295–336.
- Powell, Walter W. und Paul DiMaggio (Hrsg.) (1991): *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ragozat, Ulrich (1982): *Die Nationalhymnen der Welt*. Freiburg, Basel, Wien: Herder.
- Ramet, Pedro und Sergei Zamascikov (1990): „The Soviet Rock Scene“. *Journal of Popular Culture* 24, S. 149–174.
- Regev, Matti (1997): „Rock Aesthetics and Musics of the World“. *Theory, Culture & Society* 14, S. 125–142.
- Renner, Tim (2004): *Kinder der Tod ist gar nicht so schlimm. Über die Zukunft der Musik- und Medienindustrie*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Ritzer, George (1993): *The McDonaldization of Society*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Robertson, Roland (1998): „Glokalisierung: Homogenität und Heterogenität in Raum und Zeit“. In: U. Beck (Hrsg.): *Perspektiven der Weltgesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 11–39.
- Roe, Keith und Gust de Meyer (2001): „One Planet – One Music? MTV and globalization“. In: A. Gebesmair und A. Smudits (Hrsg.): *The production of global repertoires: Popular music within and beyond the transnational music industry*. Aldershot et al: Ashgate, S. 33–44.
- Röper, Horst (2004): „Formationen deutscher Medienmultis 2003“. *Media Perspektiven*, S. 54–80.
- Rosen, Sherwin (1981): „The Economics of Superstars“. *The American Economic Review* 71, S. 845–858.
- Rosenberg, Bernard und David Manning White (Hrsg.) (1957): *Mass Culture: The Popular Arts in America*. Glencoe: Free Press.

- Rösing, Helmut (2005): „Populäre Musik: Was ist das?“ In: H. Rösing (Hrsg.): *Das klingt so schön hässlich. Gedanken zum Bezugssystem Musik*. Bielefeld: transcript, S. 125–138.
- Rossman, Gabriel (2004): „Elites, Masses, and Media Blacklists: The Dixie Chicks Controversy“. *Social Forces* 83, S. 61–78.
- Rothenbuhler, Eric W (1987): „Commercial Radio and Popular Music. Processes of Selection and Factors of Influence“. In: J. Lull (Hrsg.): *Popular Music and Communication*. Newbury Park, S. 78–95.
- Rothenbuhler, Eric W. und John W. Dimmick, (1982): „Popular Music: Concentration and Diversity in the Industry“. *Journal of Communication* 32, S. 143–147.
- Rutten, Paul (1991): „Local Popular Music on the National and International Markets“. In: W. Straw und J. Shepherd (Hrsg.): *The Music Industry in a Changing World*. Cultural Studies Bd. 5. S. 294–305.
- Samuelson, Paul A. und William D. Nordhaus (1998): *Volkswirtschaftslehre*. Frankfurt a. M., Wien: Ueberreuter.
- Sanders, Clinton R. (1982): „Structural and Interactional Features of Popular Culture Production: An Introduction to the Production of Popular Culture Perspective“. *Journal of Popular Culture* 16, S. 66–74.
- Sanjek, Russell und David Sanjek (1996): *Pennies from Heaven: The American Popular Music Business in the Twenties Century*. New York: Da Capo Press.
- Schank, Roger C. und Robert P. Abelson (1977): *Scripts, Plans, Goals and Understanding. An Inquiry into Human Knowledge Structure*. Hillsdale: Erlbaum.
- Scherer, F. M. und David Ross (1990): *Industrial Market Structure and Economic Performance*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Schiller, Dan (2001): „Vivendi schluckt Universal: Die Raubritter der Kommunikationsindustrie“. *le monde diplomatique*. S. 5.
- Schiller, Friedrich (1965): *Über die ästhetische Erziehung des Menschen in einer Reihe von Briefen*. Stuttgart: Reclam. (Erstveröffentlichung 1795)
- Schiller, Herbert I. (1969): *Mass Communications and American Empire*. Boston: Beacon Press.
- (1979): „Transnational Media and the National Development“. In: K. Nordenstreng und H. I. Schiller (Hrsg.): *National Sovereignty and International Communication*. Norwood, NJ: Ablex Publication, S. 21–32.
- (1989): *Culture, Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Schmidbauer, Michael und Paul Löhr (1996): „Das Programm für Jugendliche: Musikvideos in MTV Europe und VIVA“. *TELEVISION* 9, S. 6–32.
- Schmidt, Axel (1999): „Sound and Vision go MTV – die Geschichte des Musiksenders bis heute“. In: K. Neumann-Braun (Hrsg.): *VIVA MTV! Popmusik im Fernsehen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 93–131.

- Schoenebeck, Mechthild von (1987): *Was macht Musik populär? Untersuchungen zu Theorie und Geschichte populärer Musik*. Frankfurt a.M., Bern, New York, Paris: Peter Lang.
- Schulze, Günther G. (2003): „Superstars“. In: R. Towse (Hrsg.): *A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar, S. 431–436.
- Schumpeter, Joseph A. (1993): *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*. Tübingen: Francke. (Erstveröffentlichung 1942)
- (1997): *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus*. Berlin: Duncker & Humblot. (Erstveröffentlichung 1911)
- Scott, W. Richard (2003): *Organizations. Rational, Natural and Open Systems*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall. (Erstveröffentlichung 1981)
- Shapiro, Dan, Nick Abercrombie, Scott Lash und Celia Lury (1992): „Flexible specialisation in the culture industries“. In: H. Ernste und V. Meier (Hrsg.): *Regional Development and Contemporary Industrial Response: Extending Flexible Specialisation*. London; New York: Belhaven Press, S. 179–194.
- Shepherd, John, David Horn, Dave Laing, Paul Oliver und Peter Wicke (Hrsg.) (2003): *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World. Volume 1: Media, Industry and Society*. London, New York: Continuum.
- Simon, Herbert (1997): *Administrative Behavior*. New York: The Free Press. (Erstveröffentlichung 1945)
- Sinclair, John (1996): „Mexico, Brazil, and the Latin World“. In: J. Sinclair, E. Jacka und S. Cunningham (Hrsg.): *Patterns in Global Television*. Oxford: Oxford University Press, S. 33–66.
- Siriuyusak, Ubonrat (1990): „Commercialising the sound of the people: Pleng Luktoong and the Thai pop music industry“. *Popular Music* 9, S. 61–77.
- Sjurts, Ina (1996): „Wettbewerb und Unternehmensstrategie in der Medienbranche. Eine industrieökonomische Skizze“. In: K.-D. Altmeppen (Hrsg.): *Ökonomie der Medien und des Mediensystems*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 53–80.
- Skocpol, Theda (1985): „Bringing the State Back In“. In: P. B. Evans, D. Rueschemeyer und T. Skocpol (Hrsg.): *Bringing the State Back In*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 3–43.
- Smiers, Joost (2000): „The Abolition of Copyright: Better for Artists, Third World Countries and the Public Domain“. *Gazette* 62, S. 379–406.
- Smudits, Alfred (1998): „Musik und Globalisierung: Die Phonographischen Industrien: Strukturen und Strategien“. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* 23, S. 23–52.
- (2002): *Mediamorphosen des Kulturschaffens: Kunst und Kommunikationstechnologien im Wandel*. Musik und Gesellschaft Band 27. Wien: Braumüller.
- (2003): „A Journey into Sound. Zur Geschichte der Musikproduktion, der Produzenten und der Sounds“. In: T. Phleps und R. v. Appen (Hrsg.): *Pop Sounds. Klangtexturen in der Pop- und Rockmusik. Basics – Stories – Tracks*. Bielefeld: Transcript, S. 65–94.

- Sperlich, Regina (2005): „Populärmusik in der digitalen Mediamorphose: Transformationen von Rockmusik und elektronischer Musik in Österreich“. Dissertation, Universität Wien, Wien.
- Statistik Austria (2006): *Statistik der Lohnsteuer*. Wien: Verlag Österreich.
- Stiglitz, Joseph (2002): *Die Schatten der Globalisierung*. Berlin: Siedler.
- Stock, Ulrich (2005): „Rettet das Radio!“ *Die Zeit*, 1.9.2005.
- Storper, Michael (1989): „The transition to flexible specialisation in the US film industry: external economies, the division of labour, and the corssing of industrial divides“. *Cambridge Journal of Economics* 13, S. 273–305.
- Surowiecki, James (2004): „Paying to Play“. *The New Yorker*, July 12 & 19, 2004.
- Sydow, Jörg und Arnold Windeler (Hrsg.) (2004): *Organisation der Content-Produktion*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Taylor, Timothy D. (1997): *Global Pop: World Music, World Markets*. New York, London: Routledge.
- Teipel, Jürgen (2001): *Verschwende Deine Jugend*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Therborn, Göran (2000): „Globalizations: Dimensions, Historical Waves, Regional Effects, Normative Governance“. *International Sociology* 15, S. 151–179.
- Thommen, Jean-Paul und Ann-Kristin Achleitner (2001): *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht*. Wiesbaden: Gabler.
- Tomlinson, John (1991): *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*. London: Lightning Source.
- Toop, David (2000): *Rap Attack: African Rap to Global Hip Hop*. London: Serpent's Tail. (Erstveröffentlichung 1984)
- Towse, Ruth (1992): „The Earnings of Singers: An Economic Analysis“. In: R. Towse und A. Khakee (Hrsg.): *Cultural Economics*. Berlin et al: Springer, S. 209–217.
- Tschmuck, Peter (2003): *Kreativität und Innovation in der Musikindustrie*. Diskurs: Kultur – Wirtschaft – Politik Bd. 3. Innsbruck, Wien, München, Bozen: Studienverlag.
- Tunstall, Jeremy (1977): *The media are American: Anglo-American media in the world*. London: Constable.
- Türk, Klaus (2000): „Organisation als Institution der kapitalistischen Gesellschaftsformation“. In: G. Ortman, J. Sydow und K. Türk (Hrsg.): *Theorien der Organisation: Die Rückkehr der Gesellschaft*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 124–180.
- Turner, Graeme (1996): *British Cultural Studies: An Introduction*. London: Routledge.
- Ullestad, Neal (1992): „Diverse Rock Rebellions Subvert Mass Media Hegemony“. In: R. Garofalo (Hrsg.): *Rockin' the boat: mass music and mass movements*. Boston: South End Press, S. 37–53.
- UNESCO (2000): *Culture, trade and globalization: Questions and answers*. UNESCO.

- van Eijck, Koen (2001): „Social Differentiation in Musical Taste Patterns“. *Social Forces* 79, S. 1163–1185.
- VAT Koalition (o.J.): *Eine Chance für die Musik: Für eine Mehrwertsteuersenkung auf Tonträger*. London: IFPI.
- Vila, Pablo (1987): „Rock Nacional and Dictatorship in Argentina“. *Popular Music* 6, S. 129148.
- Wagnleitner, Reinhold (1991): *Coca-Colonisation und Kalter Krieg: die Kulturmission der USA in Österreich nach dem zweiten Weltkrieg*. Wien: Verlag für Gesellschaftskritik.
- Walgenbach, Peter (2002): „Institutionalistische Ansätze in der Organisationstheorie“. In: A. Kieser (Hrsg.): *Organisationstheorien*. Stuttgart: Kohlhammer, S. 319–353.
- Wallis, Roger, Charles Baden-Fuller, Martin Kretschmer und George Michael Klimis (1999): „Contested Collective Administration of Intellectual Property Rights in Music: The Challenge to the Principles of Reciprocity and Solidarity“. *European Journal of Communication* 14, S. 5–35.
- Wallis, Roger und Krister Malm (1984): *Big sounds from small peoples: The music industry in small countries*. London: Constable.
- (1993): „From State Monopoly to Commercial Oligopoly. European Broadcasting Policies and Popular Music Output Over the Airwaves“. In: T. Bennett, S. Frith, L. Grossberg, J. Shepherd und G. Turner (Hrsg.): *Rock and Popular Music: Politics, Policies, Institutions*. London, New York: Routledge, S. 156–168.
- Wallnöfer, Pierre Arno (1982): „Die Schallplatte. Ein Medium der Massenkommunikation und seine Darstellung in der österreichischen Publizistik unter besonderer Berücksichtigung der Tagespresse“. Dissertation, Universität Salzburg, Salzburg.
- Wasserman, Stanley und Katharine Faust (1994): *Social network analysis: Methods and Applications*. Structural analysis in the social sciences 8. Cambridge et al: Cambridge University Press.
- Weber, Max (1972): *Die rationalen und soziologischen Grundlagen der Musik*. Tübingen: Mohr.
- (1980): *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriss der verstehenden Soziologie*. Tübingen: Mohr. (Erstveröffentlichung 1921/1922)
- Weber, William (1975): *Music and the Middle Class: The Social Structure of Concert Life in London, Paris and Vienna*. London: Croom Helm.
- Weick, Karl E. (1976): „Educational Organizations as Loosely Coupled Systems“. *Administrative Science Quarterly* 21, S. 1–19.
- (1985): *Der Prozeß des Organisierens*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp. (Erstveröffentlichung 1969)
- (1995): *Sensemaking in Organizations*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publication.
- Weik, Elke und Rainhart Lang (Hrsg.) (2001): *Moderne Organisationstheorien: Eine sozialwissenschaftliche Einführung*. Wiesbaden: Gabler.

- J. Shepherd (Hrsg.): *The Music Industry in a Changing World (Cultural Studies 5/3)*. London: Routledge, S. 306–316.
- Zerubavel, Eviatar (1997): *Social Mindscales: An Invitation to Cognitive Sociology*. Cambridge, London: Harvard University Press.