

ASPM

Arbeitskreis Studium Populärer Musik e.V.

Der ASPM ist der mitgliederstärkste Verband der Populärmusikforschung in Deutschland.

Der ASPM fördert fachspezifische und interdisziplinäre Forschungsvorhaben in allen Bereichen populärer Musik (Jazz, Rock, Pop, Neue Volksmusik etc.).

Der ASPM sieht seine Aufgaben insbesondere darin

- Tagungen und Symposien zu organisieren,
- Nachwuchs in der Populärmusikforschung zu fördern,
- Informationen auszutauschen,
- wissenschaftliche Untersuchungen anzuregen und durchzuführen.

Der ASPM ist ein gemeinnütziger Verein und arbeitet international mit anderen wissenschaftlichen und kulturellen Verbänden und Institutionen zusammen.

Der ASPM gibt die Zeitschriften *Beiträge zur Populärmusikforschung* und *Samples. Notizen, Projekte und Kurzbeiträge zur Populärmusikforschung* (www.aspm-online.de) sowie die Schriftenreihe *texte zur populären musik* heraus.

Informationen zum Verband und zur Mitgliedschaft:

Arbeitskreis Studium Populärer Musik (ASPM)
Geschäftsstelle
Ahornweg 154
25469 Halstenbek

E-Mail: fk8a003@uni-hamburg.de

Neuerscheinungen 2003:

Dietrich Helms,
Thomas Phleps (Hg.)

Clipped Differences

Geschlechterrepräsentationen
im Musikvideo

(Beiträge zur Populärmusik-
forschung 31, hg. von Dietrich
Helms und Thomas Phleps)

Oktober 2003, 130 Seiten,
kart., 14,80 €,
ISBN: 3-89942-146-9

Musikvideos bilden ein beredtes
Medium zur Repräsentation der Ge-
schlechterdifferenz. In den hier in-
szenierten (Sub-)Kulturen werden
Frauen typischerweise als »schmük-
kendes Beiwerk« männlicher Stars,
Statussymbole protzender Rapper
oder als »Anmache« für das zahlen-
de Publikum stilisiert. Andererseits
nutzen Frauen wie Madonna oder
Lil' Kim das Video zur Auseinander-
setzung mit dem männlich domi-
nierten Musikbusiness und zur sub-
tilen Abrechnung mit den frauen-
verachtenden Diskursen einiger
Musikkulturen.

Der Band bringt Beiträge aus der
Musik-, Kunst- und Kulturwissen-
schaft zusammen, um bekannte An-
sätze der Videoanalyse einer kriti-
schen Neubewertung zu unterzie-
hen und innovative Lesarten zur
Diskussion zu stellen.

Petra Schneidewind,
Martin Tröndle (Hg.)

Selbstmanagement im Musikbetrieb

Handbuch für Musikschaaffende

Mai 2003, 310 Seiten,
kart., 26,80 €,
ISBN: 3-89942-133-7

Absolventen von Musikhochschulen
genau wie Profimusiker machen
immer öfter die Erfahrung, dass in-
strumentales oder vokales Können
alleine nicht ausreicht, um auf dem
heutigen Musikmarkt bestehen zu
können. Dieses Handbuch versam-
elt das für die Professionalisierung
von Musikschaaffenden notwendige
Managementwissen und stellt es in
kompakter und auf den praktischen
Gebrauch zugeschnittenen Form
bereit.

Die Themen des Handbuchs sind
u.a. Projektmanagement, Marketing
und Öffentlichkeitsarbeit, Projekt-
förderung, Konzertkonzeptionen,
soziale Absicherung, Urheber- und
Verwertungsrechte sowie die Ar-
beitsweisen von Agenturen, Veran-
staltern und Tonträgerproduzenten.
Das von ausgewiesenen Fachleuten
des Musikbetriebes verfasste Hand-
buch richtet sich an Musikschaaf-
ende im gesamten deutschsprachigen
Raum.

Leseproben und weitere Informationen finden Sie unter:

www.transcript-verlag.de

Weitere Titel zum Thema:

Jannis Androutsopoulos (Hg.)

HipHop

Globale Kultur - lokale

Praktiken

(Cultural Studies 3, hrsg. von
Rainer Winter)

Juni 2003, 338 Seiten,

kart., 26,80 €,

ISBN: 3-89942-114-0

Udo Göttlich, Lothar Mikos,

Rainer Winter (Hg.)

Die Werkzeugkiste der

Cultural Studies

Perspektiven, Anschlüsse und
Interventionen

(Cultural Studies 2, hrsg. von
Rainer Winter)

2001, 348 Seiten,

kart., 25,80 €,

ISBN: 3-933127-66-1

Rainer Winter,

Lothar Mikos (Hg.)

Die Fabrikation des

Populären

Der John Fiske-Reader

(Cultural Studies 1, hrsg. von
Rainer Winter)

Übersetzt von Thomas Hartl

2001, 374 Seiten,

kart., 25,80 €,

ISBN: 3-933127-65-3

Dietrich Helms,

Thomas Phleps (Hg.)

Clipped Differences

Geschlechter-

repräsentationen

im Musikvideo

(Beiträge zur Popular-
musikforschung 31,

hg. von Dietrich Helms
und Thomas Phleps)

Oktober 2003, 130 Seiten,

kart., 14,80 €,

ISBN: 3-89942-146-9

Lydia Grün,

Frank Wiegand (Hg.)

musik netz werke

Konturen der neuen

Musikkultur

Oktober 2002, 218 Seiten,

kart., inkl. Begleit-CD-ROM, 24,80 €,

ISBN: 3-933127-98-X

Petra Schneidewind, Martin

Tröndle (Hg.)

Selbstmanagement im

Musikbetrieb

Handbuch für Musikschaaffende

Mai 2003, 310 Seiten,

kart., 26,80 €,

ISBN: 3-89942-133-7

Leseproben und weitere Informationen finden Sie unter:

www.transcript-verlag.de