

Literaturverzeichnis

- Adgate, Brad, 2010, Why brands need to reengage in the upfront, in: Brandweek, 5/3/2010, Vol. 51, Issue 18
- Altschuler, Glenn C., 2003, All shook up: how rock 'n roll changed America, Oxford Univ. Press, Oxford
- Arvidsson, Adam, 2006, Brands: meaning and value in media culture, Routledge Verlag, London
- Austen, Jake, 2005, TV a-go-go: Rock on TV, from American Bandstand to American Idol, An A Cappella Book, Chicago, Illinois
- Baldwin, Lori; Mizerski, Richard; 1985, An Experimental Investigation Concerning the Comparative Influence of MTV and Radio on Consumer Market Responses to New Music, in: Advances in Consumer Research Vol 12., 1985, S. 476-481
- Balzer, Stephan, 2007, Künstler als Werbeträger, in: Musikwirtschaft und Medien, Schneider, Beate; Weinacht, Stefan (Hrsg.), Nomos, Baden-Baden
- Baranowski, Shelley, 2007, Selling the „Racial Community“: Kraft durch Freude and Consumption in the Third Reich, in: Selling Modernity – Advertising in Twentieth-Century Germany, Swett, Wiesen, Zatlin (Hrsg.), Duke University Press, Durham, London
- Barnouw, Erik, 1966, A history of broadcasting in the United States: A tower in babel: to 1933. New York: Oxford Univ. Pr.
- Barnouw, Erik, 1968, A history of broadcasting in the United States: The golden web: 1933 to 1953. New York: Oxford Univ. Pr.
- Barnouw, Erik; 1979, The sponsor: notes on a modern potentate. Oxford: Oxford Univ. Press
- Barnouw, Erik, 1982a, A history of broadcasting in the United States: The image empire: from 1953. New York: Oxford Univ. Pr.
- Barnouw, Erik, 1982, Tube of plenty: the evolution of American, 4. Aufl., New York: Oxford Univ. Press
- Baumgarth, Carsten (Hrsg.), 2004, Erfolgreiche Führung von Medienmarken: Strategien für Positionierung, Markentransfers und Branding, Gabler, Wiesbaden
- Baun, Christian; Kunze, Marcel; Nimis, Jens; Tai, Stefan; 2011, Cloud Computing, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, Berlin, Heidelberg
- Batey, Mark, 2008, Brand Meaning, Routledge Verlag, New York
- Beall, Eric, 2004, Making Music Make Money: An Insider's Guide to Becoming Your Own Music Publisher, Berklee Press, Boston
- Becker, Jan U.; Clement, Michel; Schusser, Oliver, 2005, Peer-to-Peer-Netzwerk und die Generation Napster, in: Ökonomie der Musikindustrie, Clement, Schusser (Hrsg.) Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden
- Behmer, Markus, 2007, Pressesysteme, in: Mediensysteme in internationalen Vergleich, 2007, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz
- Blaukopf, Kurt, 1996, Musik im Wandel der Gesellschaft, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt

- Bodroghkozy, Aniko, 2003, The ‚Youth Revolution‘ and American Television, in: Hilmes, Michele, 2003, *The television history*, British Film Inst., London
- Book, Albert C., 1980, *The radio and television*. Chicago, Ill.: Crain Books
- Booth, Mark W., 1981, *The experience of songs*, Yale Univ. Pr., New Haven [u.a.]
- Braun, Klaus, 2006, *Videoclips und Musikfernsehen: eine problemorientierte Kommentierung der aktuellen Forschungsliteratur*, Vistas Verlag, Berlin
- Briggs, Asa, Burke, Peter 2003, *A social history of the media: from Gutenberg to the Internet*, Polity Press, Cambridge
- Brooks, Tim, 2005, *Lost sounds: blacks and the birth of the recording industry, 1890-1919*, Univ. of Illinois Press, Urbana, Ill.
- Bronner, Kai (Hrsg.), 2009, *Audio-Branding: Entwicklung, Anwendung, Wirkung akustischer Identitäten in Werbung, Medien und Gesellschaft*, Nomos-Verl.-Ges., Baden-Baden
- Brüssel, Thomas, 2009, *MySpace killed the radio star: die Demokratisierung der Musikproduktion durch die neuen Medien*, Tectum-Verlag, Marburg
- Buchwitz, Lilly Anne, 2009, *Exploring the Life Cycle of Advertising on a New Mass Medium: A Comparison of the Histories of Internet Advertising and Radio Advertising*; in: *Conference on Historical Analysis & Research in Marketing (CHARM)*, 2009
- Burkart, Roland, 2002, *Kommunikationswissenschaft – Grundlagen und Problemfelder*, 4. Aufl., Böhlau Verlage, Wien, Köln, Weimar
- Burrack, Heiko; Nöcker, Ralf, 2008, *Vom Pitch zum Award: wie Werbung gemacht wird; Insights in eine ungewöhnliche Branche*, Frankfurter Allg. Buch, Frankfurt am Main
- Butsch, Richard, 2000, *The making of American audiences: from stage to television, 1750-1990*, Cambridge University Press, Cambridge
- Chapple, Steve; Garofalo, Reebee, 1980, *Wem gehört die Rock-Musik – Geschichte und Politik der Musikindustrie (Rock ‘n’ Roll is Here to Pay)*, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg
- Coshe.com, 2000, *Internet Advertising*, in: *Webvertising*, Edited by SCN Education B.V., Friedr. Vieweg & Sohn Verlagsgesellschaft mbH, Braunschweig/Wiesbaden, S. 19-26
- Creeber, Glen, 2003: *The Origins of Public Service Broadcasting*, in: Hilmes, Michele, 2003, *The television history*, British Film Inst., London
- Crisell, Andrew, 1995, *Understanding radio*, Routledge Verlag, London
- Crowther, Pepela, 2004, *Foundations of Computer Studies 1*, East African Educational Publishers Ltd., Kenya
- Dannen, Fredric, 1991, *Hit Men*, Vintage Books, New York
- Davis, Lance E., 1972, *American Economic Growth: An Economist’s History of the United States*. New York
- DeLong, Thomas A., 1996, *Radio stars: an illustrated biographical dictionary to over 953 performers, 1920 through 1960*, McFarland, Jefferson, NC
- Denisoff, R. Serge, 2002, *Inside MTV*, 2. Aufl., New Brunswick, Transaction Publ., NJ [u.a.]
- Desmond, Mark (Hrsg.), 1996, *Paul Lazarsfelds Wiener RAVAG-Studie 1932: der Beginn der modernen Rundfunkforschung, eine Publikation der Abteilung Musikpädagogik der Hochschule für Musik und Darstellende Kunst in Wien*, Guthmann-Peterson, Wien
- Dill, Mallore, 2002, *Musical Mergers*, in: *Adweek Western Edition*, 11/11/2002, Vol. 52, Issue 45
- Doctor, Jennifer Ruth, 1999, *The BBC and Ultra-Modern Music, 1922-1936*, Cambridge University Press, Cambridge
- Donald, Colin, 2009, *Spelling out the key trends in online TV*, in: *Television*, Jan. 2009, S. 14
- Dru, Jean-Marie, 2007, *How Disruption Brought Order: the story of a winning strategy in the world of advertising*, Palgrave Macmillan Verlag, New York, NY

- Dunning, John, 1998, *On the air: the encyclopedia of old-time radio*, Oxford University Press, New York
- Eberly, Philip K., 1982, *Music in the air: America's changing tastes in popular music, 1920-1980*. New York: Hastings House
- Eliot, Marc, 1989, *Rockonomics - the money behind the music*, Watts, New York
- Elliott, Blanche B., 1962, *A History of English Advertising*, Business Publications Ltd., London
- Emes, Jutta, 2004, *Unternehmergewinn in der Musikindustrie*, Deutscher Universitäts-Verlag/GWW Fachverlage GmbH, Wiesbaden
- Engelman, Ralph, 1997, *Public radio and television in America: a political history*, Sage Publ., Thousand Oaks, Calif.
- Engh, Marcel, 2006, *Popstars als Marke – Identitätsorientiertes Markenmanagement für die musik-industrielle Künstlerentwicklung und -vermarktung*, Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden
- Englis, Basil G., 1991, *Music Television and Its Influences on Consumers, Consumer Culture, and the Transmission of Consumption Messages*, in: *Advances in Consumer Research*, Volum 18, S. 111-114
- Englis, Basil G.; Solomon Michael R.; Olofsson, Anna; 1993, *Consumption Imagery in Music Television: A Bi-Cultural Perspective*, in: *Journal of Advertising* Vol. XXII, Number 4, December 1993, S. 21-33
- Ennis, Philip H., 1992, *The seventh stream: the emergence of Rocknroll in American popular music*, University Press of New England, Hanover
- Erik Neveu, 2004, *Government, the State, and Media*, in: *The SAGE handbook of media studies*, Downing, John (Hrsg.), SAGE Publ., Thousand Oaks, Calif.
- Ewen, David, 1977, *All the years of American popular music* Englewood, Prentice-Hall, Cliffs, NJ
- Fairchild, Charles, 2008, *Pop Idols and Pirates – Mechanisms of Consumption and the Global Circulation of Popular Music*, Ashgate, Aldershot
- Faßler, Manfred, 1997, *Was ist Kommunikation?*, Wilhelm Fink Verlag, München
- Faßler, Manfred, 2001, *Netzwerke – Einführung in die Netzstrukturen, Netzkulturen und verteilte Gesellschaftlichkeit*, Wilhelm Fink Verlag, München
- Faulstich, Werner, 2004, *Medienwandel im Industrie- und Massenzeitalter (1830 - 1900)*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Feldges, Benedikt, 2008, *American icons: the genesis of a national visual language*, Routledge, New York
- Feldmann, Erich, 1972, *Theorie der Massenmedien – Eine Einführung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft*, Ernst Reinhardt Verlag, München/Basel
- Fink, Michael, 1996, *Inside the Music Industry: Creativity, Process, and Business*. New York: Schirmer Books
- Fox, Stephen, 1997, *The Mirror Makers: A History of American Advertising & Its Creators*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press
- Frahm, Christian, 2007, *Die Zukunft der Tonträgerindustrie*, Hülsbusch, Boizenburg
- Frith, Simon, 1990, *The popular music industry*, in: *On Record: rock, pop, and the written word*, Hrsg.: Frith, Simon; Straw, Will; Street, John; Pantheon Books, New York, S. 26-53
- Frith, Simon, 1990a, *Pop music*, in: *On Record: rock, pop, and the written word*, Hrsg.: Frith, Simon; Straw, Will; Street, John; Pantheon Books, New York, S. 93-109
- Firth, Simon, 2001, *The Cambridge companion to pop and rock*, Cambridge Univ. Press, Cambridge
- Fullerton, Ronald A., 1987, *Historicism: What it is, and what it means for consumer research*, in: *Advances in Consumer Research* Volume 12, S. 431-434
- Fünfgeld, Hermann; Mast, Claudia (Hrsg.), 1997, *Massenkommunikation – Ergebnisse und Perspektiven*, Westdeutscher Verlag, Opladen

- Gammond, Peter, 1960, A guide to popular music, Phoenix House, London
- Garnham, Alison, 2003, Hans Keller and the BBC: the musical conscience of British broadcasting, 1959-79, Ashgate, Aldershot
- Gethmann, Daniel, 2006, Die Übertragung der Stimme: Vor- und Frühgeschichte des Sprechens im Radio, Diaphanes, Zürich
- Gershon, Peter R., 1992, Music Videos and Television Commercials: a comparison of production styles, UMI, Ann Arbor, Mich.
- Giddins, Gary, 1993, Call Me Lucky by Bing Crosby – As Told to Pete Martin, Da Capo Press, New York
- Giddins, Gary, 2001, Bing Crosby. A Pocketful of Dreams. The Early Years. 1903-1940, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, USA
- Gillett, Charlie, 1983, The Sound of the City, Revised Edition, Souvenir Press, London
- Godler, Haimo (Hrsg.), 2004, Vom Dampfradio zur Klangtapete: Beiträge zu 80 Jahren Hörfunk in Österreich, Böhlau, Wien
- Goldberg, Isaac, 1930, Tin Pan Alley A Chronicle of the American Popular Music Racket, John Day Company Inc., New York
- Gordon, Steve, 2005, The future of the music business: how to succeed with the new digital technologies; a guide for artists an entrepreneurs, Backbeat books, San Francisco, Calif.
- Goslich, Siegfried, 1971, Musik im Rundfunk, Schneider Verlag, Tutzing
- Gracyk, Tim, 2000, Popular American recording pioneers: 1895-1925, Haworth Press, New York
- Großmann, Rolf, 1991, Musik als Kommunikation – zur Theorie musikalischer Kommunikations-handlungen, Friedr. Vieweg & Sohn Verlagsgesellschaft, Braunschweig
- Grossmann, Rolf, 1995, Sechs Thesen zu musikalischen Interfaces, in: Weltbilder, Bilderwelten, Dencker, Klaus Peter (Hrsg.), Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen Verlag, Hamburg, S. 156-162
- Grossman, Rolf 1997a, Abbild, Simulation, Aktion – Pradigmen der Medienmusik, in: Flessner, Bernd (Hrsg.): Die Welt im Bild: Wirklichkeit im Zeitalter der Virtualität, Rombach, Freiburg im Breisgau
- Grossmann, Rolf, 1997b, Kostruktiv(istisch)e Gedanken zur „Medienmusik“, in: Rusch, Gebhard; Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.), 1999, Konstruktivismus in der Medien- und Kommunikations-wissenschaft, Suhrkamp, Frankfurt am Main
- Grossmann, Rolf, 2008, Die Geburt des Pop aus dem Geist der Phonographischen Reproduktion, in: PopMusicology: Perspektiven der Popmusikwissenschaft/Christian Bielefeldt ... (Hg.), transcript, Bielefeld
- Gruber, Siegfried, 1996, Das Independent-Publikum, in: Mainstream, Underground, Avantgarde: Rockmusik und Publikumsverhalten, Arbeitskreis Studium Populärer Musik e.V.. - Karben : CODA Musikservice + Verl., 1996 (Beiträge zur Populärmusikforschung; 18)
- Gumpelmayer, Barbara, 1990, The Advertising Agency Business in Great Britain, Diplomarbeit an der Wirtschaftsuniversität Wien
- Gushurst, Wolfgang, 2000, Popmusik im Radio: Musik-Programmgestaltung und Analysen des Tagesprogramms der deutschen Servicewellen 1975, Nomos-Verl., Baden-Baden
- Habermas, Jürgen, 1981, Theorie des kommunikativen Handelns. Bd. 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft, Frankfurt a M.
- Habermas, Jürgen, 1990, Strukturwandel der Öffentlichkeit - Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Suhrkamp, Frankfurt am Main
- Hagen, Wolfgang, 2005, Das Radio: zur Geschichte und Theorie des Hörfunks - Deutschland/USA. München, Fink
- Hall, Stewart, 1999, Kodieren/Dekodieren. In: Bromley, R./Göttlich, U./Winter, C. (Hrsg.): Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg

- Hallenberger, Gerd, 2007, Unterhaltungsformate im Fernsehen, in: Mediensysteme in internationalen Vergleich, 2007, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz
- Hampf, Michaela (Hrsg.), 2006, Radio Welten: politische, soziale und kulturelle Aspekte atlantischer Mediengeschichte vor und während des Zweiten, Lit, Münster
- Handke, Christian, 2007, Indies im Aufwind? Die Krise am Tonträgermarkt und ihr Verteilungseffekt, in: Musikwirtschaft und Medien, Schneider, Beate; Weinacht, Stefan (Hrsg.), Nomos, Baden-Baden
- Haseloff, Otto Walter, 1981, Werbung als instrumentelle Kommunikation, in: Die Werbung: Handbuch der Kommunikations- und Werbewirtschaft, Bruno Tietz . (Hrsg.), Verl. Moderne Industrie, Landsberg am Lech
- Hattemer, Klaus, 1981, Die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen der Werbung, in: Die Werbung: Handbuch der Kommunikations- und Werbewirtschaft, Bruno Tietz . (Hrsg.), Verl. Moderne Industrie, Landsberg am Lech
- Hebdige, Dick, 1994, Cut 'n' Mix: culture, identity and Caribbean music, Routledge Verlag, London
- Heinrich, Jürgen, 2001, Medienökonomie, Bd. 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt, Westdt. Verl., Opladen
- Hettinger, Herman Strecker, 1933, A decade of radio advertising, The University of Chicago Press, Chicago, Ill.
- Heyer, Paul, 2005, The medium and the magician: Orson Welles, the radio years, 1934-1952 Rowman & Littlefield, Lanham, Md.
- Hickethier, Knut, 2003, Einführung in die Medienwissenschaft, Verlag J. B. Metzler, Stuttgart, Weimar
- Hiebel, H. H., 1998, Vorwort: Logik, Leistung und Geschichte neuzeitlicher Medien. Zu den Verfahren der Speicherung und Übertragung von Schrift, Bild und Ton, in: Hiebel, H. H., Hiebler, H., Kogler, K., Waltisch, H. (Hrsg.), 1998: Die Medien, Logik – Leistung – Geschichte, München Higgs, Robert, 1971, The Transformation of the American Economy, 1865-1914. New York
- Hilmes, Michele, 2003, The television history, British Film Inst., London
- Higgs, Robert, 1971, The Transformation of the American Economy, 1865-1914. New York
- Hilmes, Michele, 2004, Broadcasting, Cable, and Satellites, in: The SAGE handbook of media studies, Downing, John (Hrsg.), SAGE Publ., Thousand Oaks, Calif.
- Hindley, Diana, 1972, Advertising in Victorian England: 1837-1901, Wayland, London
- Hoffmann-Riem, Wolfgang, 1988, Rundfunkrecht und Wirtschaftsrecht – Ein Paradigmawechsel in der Rundfunkverfassung? In: Media Perspektiven, 2: 57-72
- Hohendahl, Peter Uwe (Hrsg.), 2000, Öffentlichkeit - Geschichte eines kritischen Begriffs, Metzler, Stuttgart [u.a.]
- Holden, Todd Joseph Miles; 2004, Advertising – A Synthetic Approach, in: The SAGE handbook of media studies, Downing, John (Hrsg.), SAGE Publ., Thousand Oaks, Calif.
- Hollis, Nigel, 2008, The global brand: how to create and develop lasting brand value in the world market Palgrave Macmillan, New York
- Hörisch, Jochen, 2004, Eine Geschichte der Medien: von der Oblate zum Internet, Suhrkamp, Frankfurt am Main
- Horkheimer, Max; Adorno, Theodor W., 1944, Kulturindustrie. In: Dialektik der Aufklärung, S. 56-60. Tsd. Frankfurt a. M. 1980
- Hund, Wulf D., Kirchoff-Hund, Bärbel, 1980, Soziologie der Kommunikation, Rowohlt, Reinbek bei Hamburg
- Hower, Ralph M., 1949, The history of an advertising agency: N. W. Ayer & Son at work 1869. Cambridge, Mass.: Harvard Univ. Press

- Imhof, Kurt, 2003, Wandel der Gesellschaft im Licht öffentlicher Kommunikation, in: Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel: Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung, Markus Behmer ... (Hrsg.), Westdt. Verl., Wiesbaden
- Imhof, Kurt, 2003a, Öffentlichkeitstheorien, in: Öffentliche Kommunikation – Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft, Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, Otfried Jarren (Hrsg.), Westdeutscher Verlag, Wiesbaden
- Imhof, Kurt, 2008, Theorie der Öffentlichkeit als Theorie der Moderne, in: Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft: grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen, Carsten Winter ... (Hrsg.), VS Verl. für Sozialwiss., Wiesbaden, 2008
- Jack, Louise, 2009, Brands looking for partners in buyers' market, in: Marketing Week, 6. August 2009, S. 20-22
- Jacke, Christoph 2003, Hinlenkung durch Ablenkung: Medienkultur und die Attraktivität des Verborgenen, LIT Verlag, Münster
- Jacobs, Randy D., 2003, The Role of Advertising Agencies in Radio's Evolution as a Commercial Medium: Comparing the U.S. and U.K.; in: Conference on Historical Analysis & Research in Marketing (CHARM), 2003
- Jenkins, Henry, 2006, Convergence Culture – Where Old and New Media Collide, New York University Press, New York and London
- Jones, Jacqueline, 1998, American work: four centuries of black and white labor, Norton, New York
- Kaplan, Elizabeth Ann, 1991, Rocking Around the Clock: music television, postmodernism, and consumer culture, Routledge, London
- Karmasin, Matthias, 2001, Das Medienunternehmen als kommunikationswissenschaftliches und ökonomisches Betrachtungsobjekt. Konturen einer Theorie der Medienunternehmung, in: Medienwirtschaft und Gesellschaft I, 2001, Karmasin, Knoche, Winter (Hrsg.), Lit Verlag, Münster
- Katz, Helen, The Media Handbook, 2010, 4. Aufl., Routledge, New York & London
- Keazor, Henry; Wübbena, Thorsten, 2007, Video Thrills The Radio Star – Musikvideos: Geschichte, Themen, Analysen, transcript Verlag, Bielefeld
- Keith, Michael C. (Hrsg.), 2008, Radio Cultures: the sound medium in American, LANG, New York
- Kemmler, Sebastian (Hrsg.), 2004, Die Depression der Werbung: Berichte von der Couch, Berliner KommunikationsFORUM, Business Village, Göttingen
- Kepper, Gaby, 1994, Qualitative Marktforschung – Methoden, Einsatzmöglichkeiten und Beurteilungskriterien, Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden
- Keusen, Kai-Peter, 1995, Die werbetreibende Wirtschaft auf der Suche nach der „zappingfreien Zone“ – Zur Ausdifferenzierung der Werbeformen und ihren rundfunkrechtlichen Bestimmungen, in: Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.), 1995, Werbung, Medien und Kultur, Westdt. Verlag, Op-laden
- Klanten, Rober [Ed.], 2005, On Air: the visual messages and global language/MTV, Music Television, Die-Gestalten-Verl., Berlin
- Kleinschmidt, Christian, 2008, Konsumgesellschaft, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen
- Kleinstauber, Hans J., 1995, Radio von unten – Technik von unten? In: Radiokultur von morgen: Ansichten, Aussichten, Alternativen, Johanna Dorer (Hrsg.), Buchkultur Verlag, Wien
- Kleinstauber, Hans J., 2007, Nordamerika, in: Mediensysteme in internationalen Vergleich, 2007, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz
- Kleinstauber, Hans J., 1973, Fernsehen und Geschäft – Kommerzielles Fernsehen in USA und Großbritannien – Lehren für die Bundesrepublik, Hoffmann und Campe Verlag, Hamburg

- Kniep, Uli, 2007, Musik, die sich sehen lässt: Formate im Fernsehen, in: Musikwirtschaft und Medien, Schneider, Beate; Weinacht, Stefan (Hrsg.), Nomos, Baden-Baden
- Knoche, Manfred, 2007, Medienkonzentration, in: Mediensysteme in internationalen Vergleich, 2007, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz
- Knopper, Steve, 2009, Appetite for self-destruction: the rise and fall of the record industry in the digital age, Simon & Schuster, London
- Köcher, Anette, 2004, Was kostet die Medien? Preise in der Mediengesellschaft, in: Medien und Ökonomie, Altmeyden, Karmasin (Hrsg.), Westdt. Verl., Wiesbaden/Koenig, Karl (Hrsg.), 2002, Jazz in print (1859 - 1929): an anthology of selected early readings in jazz history, Pendragon Press, Hillsdale, NY
- Kolsky, Richard; Calder, Bobby J., 2004, The Integration of Advertising and Media Content: Ethical and Practical Considerations, in: The SAGE handbook of media studies, Downing, John (Hrsg.), SAGE Verlag, Thousand Oaks, Calif.
- Kot, Greg, 2009, Ripped, How the wired Generation Revolutionized Music, Scribner, New York
- Krasilovsky, M. William, 2003, This business of music: the definitive guide to the music industry, 9. Aufl., Billboard Books, New York
- Kratzberg, Fabian, 2008, Die Musikindustrie im digitalen Zeitalter: Veränderungen von Wertschöpfungsprozessen durch den Einfluss von neuen Medien und Entrepreneurship, VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken
- Kromer, Eberhard, 2008, Wertschöpfung in der Musikindustrie: zukünftige Erfolgsfaktoren bei der Vermarktung von Musik, Reinhard Fischer, München/Krotz, Friedrich, 2001, Die Übernahme öffentlicher und individueller Kommunikation durch die Privatwirtschaft. Über den Zusammenhang zwischen Mediatisierung und Ökonomisierung, in: Medienwirtschaft und Gesellschaft I, 2001, Karmasin, Knoche, Winter (Hrsg.), Lit Verlag, Münster
- Krotz, Friedrich, 2003, Zivilisationsprozess und Mediatisierung: Zum Zusammenhang von Medien- und Gesellschaftswandel, in: Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel: Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung, Markus Behmer ... (Hrsg.), Westdt. Verl., Wiesbaden
- Krotz, Friedrich, 2007, Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation, VS Verlag, Wiesbaden
- Krug, Hans-Jürgen, 2002, Radiolandschaften: Beiträge zur Geschichte und Entwicklung des Hörfunks, Lang, Frankfurt am Main, Wien
- Kubacki, Krzysztof; Croft, Robin, 2004, Mass Marketing, Music, and Morality, in: Journal of Marketing Management, 2004, 20, S. 577-590
- Kubicek, Herbert; Schmid, Ulrich; Wagner, Heiderose; 1997, Bürgerinformation durch „neue“ Medien? Analysen und Fallstudien zur Etablierung elektronischer Informationssysteme im Alltag/Westdeutscher Verlag, Opladen
- Kümmel, Albert (Hrsg.), 2004, Einführung in die Geschichte der Medien, Fink Verlag, Paderborn
- Kyvig, David E., 2002, Daily life in the United States, 1920-1939: decades of promise and pain, Greenwood Press, Westport
- Lackner, Thomas, 2004, Bing Crosby - seine Entwicklung vom Sweet Jazzband Sänger zum Crooner (1920 - 1933), Wien, Univ., Dipl.-Arb., 2004
- Laird, Ross, 2001, Brunswick records: a discography of recordings, 1916-1931, Greenwood Press, Westport, Conn.
- Langenbucher, Wolfgang R., 1981, Die Kommunikationswissenschaft, in: Die Werbung: Handbuch der Kommunikations- und Werbewirtschaft, Bruno Tietz . (Hrsg.), Verl. Moderne Industrie, Landsberg am Lech
- Lasswell, Harold D., 1948, The Structure and Functin of Communication in Society. In: Schramm, Wilbur (Hrsg.): Mass Communications. Urbana, Chicago, London 1960

- Leiberich, Peter, 1981, Die Werbung als Kommunikationssystem, in: Die Werbung: Handbuch der Kommunikations- und Werbewirtschaft, Bruno Tietz . (Hrsg.), Verl. Moderne Industrie, Landsberg am Lech
- Leschke, Rainer, 2003, Einführung in die Medientheorie, Willhelm Fink Verlag, München
- Leo, Hildegund, 1999, Musik im Fernsehwerbespot, Lang; Frankfurt am Main, Wien
- Lévy, Maurice, 2008, Born in 1842 – Eine Geschichte der Werbung : Hong Kong: Taschen
- Lewis, Thomas S., 1991, Empire of the air: the men who made radio, Edward Burlingame Books, New York
- Lopes, Paul, 2002, The rise of a jazz art world, Cambridge: Cambridge University Press, 2002
- Lindner, Livia, 2007, Radiotheorie und Hörfunkforschung: zur Entwicklung des trialen Rundfunksystems in Deutschland, Österreich und der Schweiz, Kovač, Hamburg
- Lucanio, Patrick, 2002, Smokin' rocket: the romance of technology in American film, radio and television, 1945 – 1962, McFarland, Jefferson, NC
- Luhmann, Niklas, 1987, Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt a. M.
- Luhmann, Niklas, 1996, Die Realität der Massenmedien. 2., erw. Aufl., Westdt. Verl., Opladen
- Maletzke, Gerhard, 1963, Psychologie der Massen Kommunikation – Theorie und Systematik, Verlag Hansbredow-Institut, Hamburg
- Maier, Matthias, 2001, Bausteine zu einer Theorie der Medienproduktion, in: Medienwirtschaft und Gesellschaft I, 2001, Karmasin, Knoche, Winter (Hrsg.), Lit Verlag, Münster
- Marchand, Roland, 1985, Advertising the American dream: making way for modernity, 1920 – 1940, Univ. of Calif. Pr., Berkeley
- Marßolek, Inge (Hrsg.), 1998, Radio im Nationalsozialismus: zwischen Lenkung und Ablenkung, Ed. Diskord, Tübingen
- Martens, Peter, 2010, Die Depression der US-Zeitungen, in: Die Presse am Sonntag, 23.5.2010, S. 45
- Marx, Karl, 1857/58: Grundrisse der Kritik der politischen Ökonomie. Frankfurt a. M
- Mattelart, Armand, 2003, Histoire de la société de l'information <dt.> Kleine Geschichte der Informationsgesellschaft, Avinus-Verlag, Berlin
- Mayring, Philipp, 2002, Einführung in die qualitative Sozialforschung: eine Anleitung zu qualitativem Denken, Beltz Verlag, Weinheim
- Mayring, Philipp, 2008, Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, Beltz Verlag, Weinheim
- McDonald, Colin; Scott Jane, 2007, A Brief History of Advertising, in: The SAGE handbook of advertising, ed. by Gerard J. Tellis; Tim Ambler, SAGE Publ., London
- McLaren, Carrie; Prelinger, Rick, 1998, Salesnoise: The Convergence of Music and Advertising, Stay Free! Fall 1998
- McLuhan, Marshall, 1997, Medien verstehen: der McLuhan-Reader. Hrsg. von Martin Baltes Bollmann, Mannheim
- McQuail, Denis, 1994, Mass Communication Theory, Sage, London
- Merten, Klaus; Westerbarkey, Joachim, 1994, Public Opinion and Public Relations, in: Die Wirklichkeit der Medien: eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Klaus Merten (Hrsg.), Westdt. Verl., Opladen
- Merten Klaus, 1994, Evolution der Kommunikation, in: Die Wirklichkeit der Medien: eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Klaus Merten (Hrsg.), Westdt. Verl., Opladen
- München, Thomas, 2008, Musik in den Medien, in: Musikpsychologie, Bruhn/Kopiez/Lehmann (Hrsg.), Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg, S. 253-265
- Müller-Doohm, Stefan, 2008, Von der Kulturindustrieanalyse zur Idee partizipativer Öffentlichkeit. Reflexionsstufen kritischer Medientheorien, in: Theorien der Kommunikations- und Medien-

- wissenschaft: grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen, Carsten Winter ... (Hrsg.), VS Verl. für Sozialwiss., Wiesbaden, 2008
- Münch, Richard, 1991, *Dialektik der Kommunikationsgesellschaft*, 1. Aufl., Suhrkamp, Frankfurt am Main
- Mundy, John, 2006, *Television, The Pop Industry and the Hollywood Musical*, in: *Film's Musical Moments* eds Ian Conrich and Estella Tincknell, Edinburgh University Press, pp.42-55.
- Nachmann, Gerald, 2000, *Raised on Radio: in quest of The lone ranger, Jack Benny, Amos'n' Andy, The shadow, Mary Noble, The great Gildersleeve, Fibber McGee and Molly, Bill Stern, Our Miss Brooks, Henry Aldrich, The quiz kids, Mr. first nighter, Fred Allen, Vic and Sade, The cisco kid, Jack Armstrong, Arthur Godfrey, Bob and Ray, The Barbour family, Henry Morgan, Joe Friday, and other lost heroes from radio's heyday*, Univ. of California Press, Berkeley, Calif.
- Negus, Keith, 1992, *Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music*, Arnold Verlag, London
- Negus, Keith, 1996, *Popular Music in Theory*, Polity Press, Cambridge, UK
- Negus, Keith, 2003, *Kreativität und die Kulturen der Produktion*, in: *Norm der Abweichung*, Marion von Osten (Hg.), Springer, Wien, New York/Neumann-
- Neubauer, Jan (Hrsg.), 2001, *Nebensache Musik: Beiträge zur Musik in Film und Fernsehen*, Bockel Verlag, Hamburg
- Nevett, Terry R., 1982, *Advertising in Britain: a history*, Heinemann, London [u.a.]
- Nocturnecom, 2000, *Webvertising in an Accidental Industry*, in: *Webvertising*, Edited by SCN Education B.V., Friedr. Vieweg & Sohn Verlagsgesellschaft mbH, Braunschweig/Wiesbaden, S. 31-37
- Norris, James D., 1990, *Advertising and the Transformation of American Society 1865 – 1920*. New York: Greenwood Press
- Odi, Pamela, 2007, *Advertising in Modern & Postmodern Times*, Sage, London
- Ogren, Kathy J., 1989, *The jazz revolution: twenties America & the meaning of jazz*, Oxford University Press, New York
- O'Malley, Tom, 2003, *The BBC Adapts to Competition*, in: Hilmes, Michele, 2003, *The television history*, British Film Inst., London
- O'Sullivan, Tim, 2003, *Post-war Television in Britain: BBC and ITV*, in: Hilmes, Michele, 2003, *The television history*, British Film Inst., Londo
- Parks, Lisa, 2003: *US Television Abroad: Exporting Culture*, in: Hilmes, Michele, 2003, *The television history*, British Film Inst., London
- Passman, Donald S., 2000, *All You Need to Know About the Music Business*, Simon & Schuster Verlag, New York
- Pepels, Werner, 2005, *Marketing-Kommunikation: Werbung, Marken, Medien*, Merkur-Verlag, Rinteln
- Peritz, Rudolph J. R., 1996, *Competition policy in America: 1888 – 1992*, New York, Oxford Univ. Press, NY [u.a.]
- Peterson, Richard A., 1990, *Why 1955? Explaining the advent of rock music*, in: *Popular Music* (1990), Volume 9/1
- Pincas, Stéphane; Loiseau Marc [Konzept], 2008, *Born in 1842 - a history of advertising (Eine Geschichte der Werbung)*, Taschen Verlag, Hong Kong
- Pope, Daniel, 1946, *The Making of modern advertising*. New York: Basic Books
- Preiser, Wolfram, 2003, *Gesellschaftswandel – Generation – Medienwandel, Generation als Träger von Veränderungen in der Gesellschaft und in den Medien*, in: *Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel: Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung*, Markus Behmer (Hrsg.), Westdt. Verl., Wiesbaden
- Presbrey, Frank, 1929, *The History and Development of Advertising*. NY: Garden City

- Priest, Daniel B., 1978, *American Sheet Music: a guide to collecting Sheet Music from 1775 to 1975; with prices*. Des Moines, Iowa: Wallace-Homestead
- Pross, Harry, 1972, *Medienforschung*, Carl Habel Verlagsbuchhandlung, Darmstadt
- Pross, Harry, 1996, *Der Mensch im Mediennetz, Orientierung in der Vielfalt*, Artemis & Winkler Verlag, Düsseldorf & Zürich
- Prott, Jürgen, 1994, *Ökonomie und Organisation der Medien*, in: *Die Wirklichkeit der Medien*, Westdeutscher Verlag, Opladen
- Pundt, Christian, 2008, *Medien und Diskurs: zur Skandalisierung von Privatheit in der Geschichte des Fernsehens*, transcript-Verl., Bielefeld
- Reay, Pauline, 1994, *Music in film: soundtracks and synergy*, Wallflower Verlag, London
- Reichert, Jürgen, 2007, *Promotion*, in: *Musikwirtschaft und Medien*, Schneider, Beate; Weinacht, Stefan (Hrsg.), Nomos, Baden-Baden
- Repp, Keven, 2007, *Marketing, Modernity, and „the German People’s Soul“: Advertising and Its Enemies in Late Imperial Germany, 1896-1914*, in: *Selling Modernity – Advertising in Twentieth-Century Germany*, Swett, Wiesen, Zatlin (Hrsg.), Duke University Press, Durham, London
- Reus, Gunter, 2008, *Musikjournalismus – Ergebnisse aus der wissenschaftlichen Forschung*, in: *Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien*, Weinacht, Stefan (Hrsg.), Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden
- Richter, William A., 2006, *Radio: a complete guide to the industry*, Lang, New York
- Rojek, Chris, 2004, *Frank Sinatra*, Polity Press, UK, USA
- Pross, Harry, 1972, *Medienforschung: Film, Funk, Fernsehen*. Habel, Darmstadt
- Raible, Wolfgang, 2006, *Medien-Kulturgeschichte – Mediatisierung als Grundlage unserer kulturellen Entwicklung*, Winter, Heidelberg
- Rode, Friedrich A. 1989, *Der Weg zum neuen Konsumenten: Wertewandel in der Werbung*, Gabler, Wien, Manz, Wiesbaden
- Ross, Corey, 2007, *Visions of Prosperity: The Americanization of Advertising in Interwar Germany*, in: *Selling Modernity – Advertising in Twentieth-Century Germany*, Swett, Wiesen, Zatlin (Hrsg.), Duke University Press, Durham, London
- Rotter, Frank, 1985, *Musik als Kommunikationsmedium: soziologische Medientheorien u. Musiksoziologie*, Duncker & Humblot, Berlin
- Ruhlmann, Ruhlmann, William, 2004, *Breaking Records*, Routledge, New York
- Rusch, Gebhard, 1999, *Eine Kommunikationstheorie für kognitive Systeme. Bausteine einer konstruktivistischen Kommunikations- und Medienwissenschaft*, in: *Rusch, Gebhard; Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.), 1999, Konstruktivismus in der Medien- und Kommunikationswissenschaft*, Suhrkamp, Frankfurt am Main
- Sanjek, Russell, 1983, *From print to plastic: publishing and promoting America's popular music; 1900 - 1980 / Russell Sanjek*, Inst. for Studies in American Music, Conservatory of Music, Brooklyn College of the City Univ. of New York, Brooklyn, NY
- Sanjek, Russell, 1988, *American popular music and its business: the first four hundred years*, Band 2: *From 1790 to 1909*. New York: Oxford Univ. Pr.
- Sanjek, Russell, Sanjek, David, 1996, *Pennis From Heaven – The American Popular Music Business in the Twentieth Century*, Da Capo Press, New York
- Scannell, Paddy; Cardiff, David, 1991, *A Social History of British Broadcasting, Volume One 1922-1939*, Basil Blackwell, Oxford
- Schäfer, Burkhard, 2007, *Generationspezifische Medienpraxiskulturen und Macht*, in: *Medien – Macht – Gesellschaft*, Fromme, Johannes; Schäffer, Burkhard (Hrsg.), VS Verlag, Wiesbaden
- Schäfer, Burkhard, 2010, *Medien und Generation*, in: *Handbuch Mediensozialisation*, VS Verlag, Wiesbaden

- Schatz, Thomas; Perren, Alisa; 2004, Hollywood, in: The SAGE handbook of media studies, Downing, John (Hrsg.), SAGE Publ., Thousand Oaks, Calif.
- Schierl, Thomas, 2002, Der Werbeprozess aus organisationsorientierter Perspektive. In: Die Gesellschaft der Werbung. Herbert Willems (Hrsg.), Westdt. Verl., Wiesbaden
- Schmidt, Siegfried J., 1991, Grundriß der empirischen Literaturwissenschaft, Suhrkamp Frankfurt am Main
- Schmidt, Siegfried J., 1994, Die Wirklichkeit des Beobachters, in: Die Wirklichkeit der Medien, Westdeutscher Verlag, Opladen
- Schmidt, Siegfried J., 1995, Werbung zwischen Wirtschaft und Kunst, in: Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.), 1995, Werbung, Medien und Kultur, Westdt. Verlag, Opladen
- Schmidt, Siegfried J., 1996, Die Welten der Medien: Grundlagen und Perspektiven der Medienbeobachtung, Vieweg, Braunschweig [u.a.]
- Schmidt, Siegfried J., 1999, Blickwechsel. Umriss einer Medienepistemologie, in: Rusch, Gerhard; Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.), 1999, Konstruktivismus in der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Suhrkamp, Frankfurt am Main
- Schmidt, Siegfried J., 2000, Kalte Faszination: Medien, Kultur, Wissenschaft in der Mediengesellschaft, Velrück Wissenschaft, Weilerswist
- Schmidt, Siegfried J., Zurstiege, Guido, 2000, Orientierung Kommunikationswissenschaft, rowohlt enzyklopädie im Rowohlt Taschenbuch Verlag
- Schmidt, Siegfried J., 2003, Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel, in: Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel: Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung, Markus Behmer ... (Hrsg.), Westdt. Verl., Wiesbaden
- Schmidt, Siegfried J., 2004, Zwiespältige Begierden: Aspekte der Medienkultur, Rombach Verlag, Freiburg im Breisgau
- Schmidt, Siegfried J., Zurstiege, Guido, 2000, Orientierung Kommunikationswissenschaft, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg
- Schneider, Beate; Weinacht, Stefan (Hrsg.), 2007, Musikwirtschaft und Medien: Märkte - Unternehmen - Strategien, Fischer Verlag, München
- Schramm, Holger, 2005, Mood Management durch Musik: die alltägliche Nutzung von Musik zur Regulierung von Stimmungen, Halem Verlag, Köln
- Schramm, Holger; Kopiez, Reinhard, 2008, Die alltägliche Nutzung von Musik, in: Musikpsychologie, Bruhn/Kopiez/Lehmann (Hrsg.), Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg, S. 266-289
- Schumann, Matthias; Hess, Thomas, 2002, Grundfragen der Medienwirtschaft, 2. Auflage, Springer, Berlin
- Schumpeter, Joseph Alois, 2006, Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, Nachdr. der 1. Aufl. von 1912/hrsg. und erg. um eine Einführung von Jochen Röpkke und Olaf Stiller, Duncker & Humblot, Berlin
- Schutts, Jeff, 2007, „Die erfrischende Pause“: Marketing Coca-Cola in Hitler's Germany, in: Selling Modernity - Advertising in Twentieth-Century Germany, Swett, Wiesen, Zatlin (Hrsg.), Duke University Press, Durham, London
- Schweiger, Günter; Schrattenecker, Gertraud, 2001, Werbung - eine Einführung, 5. Auflage, Lucius & Lucius, Stuttgart
- Segrave, Kerry, 2005, Endorsements in Advertising: a social history, McFarland & Co., Jefferson, NC
- Shaw, Arnold, 1978, Rock'n'Roll, aus dem Amerikanischen von Teja Schwaner, Rowohlt, Reinbek bei Hamburg
- Shingler, Martin, 1998, On air: methods and meanings of radio Wieringa, Arnold, London

- Siapera, Eugenia, 2010, *Cultural Diversity and Global Media – The Mediation of Difference*, Wiley-Blackwell, UK
- Siegert, Gabriele, 2001, *Medien Marken Management – Relevanz, Spezifika und Implikationen einer medienökonomischen Profilierungsstrategie*, Reinhard Fischer Verlag, München
- Siegert, Gabriele, 2004, *Marketing und Marken: Differenzierungs- und Konkurrenzstrategien*, in: *Medien und Ökonomie*, Altmeyden, Karmasin (Hrsg.), Westdt. Verl., Wiesbaden
- Siegert, Gabriele, 2009, *Theoretische Basis: Die I/P-Matrix zur Systematisierung der Werbung*, in: Siegert, Gabriele, (Hrsg.), 2009, *Werbung im internationalen Vergleich: Zustand und Entwicklung*, Reinhard Fischer, München
- Siegert, Gabriele; Brecheis, Dieter, 2010, *Werbung in der Medien- und Informationsgesellschaft*, 2. Auflage, VS Verlag
- Smulyan, Susan, 1994, *Selling radio, the commercialization of American broadcasting, 1920-1934*, Smithsonian Inst. Press, Washington
- Spangenberg, Peter M., 1995, *Über die soziale Unmöglichkeit, die technischen Bilder auszublenden*, in: *Weltbilder, Bilderwelten*, Dencker, Klaus Peter (Hrsg.), Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen Verlag, Hamburg, S. 108-117
- Steen, Andreas, 2006, *Zwischen Unterhaltung und Revolution: Grammophone, Schallplatten und die Anfänge der Musikindustrie in Shanghai, 1878-1937*, Harrassowitz, Wiesbaden
- Stephens, Robert P., 2007, „Wowman! The World’s Most Famous Drug-Dog“: Advertising, the State, and the Paradox of Consumerism in the Federal Republic, in: *Selling Modernity – Advertising in Twentieth-Century Germany*, Swett, Wiesen, Zatlin (Hrsg.), Duke University Press, Durham, London
- Stein, Thomas M.; Engh, Marcel; Jakob, Hubert, 2005, *Bedeutung des Fernsehens für die Musikindustrie: „Pop Idol“*, in: *Ökonomie der Musikindustrie*, Michel, Schusser (Hrsg.), Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden
- Sterling, Christopher H., Kittross, John Michael, 2002, *Stay tuned: a history of American broadcasting*, 3rd Edition, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, New Jersey
- Stewart, David W.; Farmer, Kenneth M.; Stannard, Charles I.; 1990, *Music As A Recognition Cue in Advertising-Tracking Studies*, in: *Journal of Advertising Research*, August/September 1990
- Straw, Will, 2001, *Consumption*, in: *On Record: rock, pop, and the written word*, Hrsg.: Frith, Simon; Straw, Will; Street, John; Pantheon Books, New York, S. 53-74
- Suisman, David, 2009, *Selling Sounds, The Commercial Revolution in American Music*, Harvard University Press, London
- Swett, Pamela E.; Wiesen, Jonathan S.; Zatlin, Jonathan R.; (Hrsg.), 2007, *Introduction*, in: *Selling Modernity – Advertising in Twentieth-Century Germany*, Duke University Press, Durham, London
- Taylor, Timothy D., 1997, *Global Pop: World Music, World Markets*, Routledge Verlag, New York
- Terrace, Vincent, 2003, *Radio Program, Openings and Closings, 1931-1972*, McFarland & Company, Inc., Publishers, Jefferson, North Carolina, London
- Théberge, Paul, 2001, „Plugged in“: technology and popular music, in: *On Record: rock, pop, and the written word*, Hrsg.: Frith, Simon; Straw, Will; Street, John; Pantheon Books, New York, S. 3-26
- Teubner, Manfred, 2007, *Musik-Shows im Fernsehen*, in: *Musikwirtschaft und Medien*, Schneider, Beate; Weinacht, Stefan (Hrsg.), Nomos, Baden-Baden
- Thiedeke, Udo, 1997, *Medien, Kommunikation und Komplexität*, Westdeutscher Verlag, Opladen/Wiesbaden
- Thomas, Brinley, 1972, *Migration and Urban Development – A Reappraisal of British and American Long Cycles*, Methuen & Co Ltd., London

- Thomaß, Barbara, 2007, Mediensysteme vergleichen / Westeuropa, in: Mediensysteme in internationalen Vergleich, 2007, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz
- Tschmuck, Peter, 2003, Kreativität und Innovation in der Musikindustrie. Innsbruck: Studienverlag
- Turnbull, Peter W., Doherty-Wilson, Lauren, 1989, The Internationalisation of the Advertising Industry, in: Received, March 1989
- Vaughn, Stephen L., Encyclopedia of American journalism, 2007, Routledge, New York
- Vogel, Ines; Gleich, Uli, 2008, Music's in the air – and everywhere ... Musik als Teil des Medienangebots, in: Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien, Weinacht, Stefan (Hrsg.), Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden
- Wang, Xueping, 2005, Musikprogrammierung in den Wiener Hörfunksendern, Diplomarbeit an der WU Wien
- Weber, Stefan, 2003a, Konstruktivistische Medientheorien, in: Theorien der Medien, Weber, Stefan (Hrsg.), UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz
- Weber, Stefan, 2003b, Theorien-Raum der Medienwissenschaft, in: Theorien der Medien, Weber, Stefan (Hrsg.), UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz
- Weiner, Lee, 2000, It's an Ad, Ad World, in: Webvertising, Edited by SCN Education B.V., Friedr. Vieweg & Sohn Verlagsgesellschaft mbH, Braunschweig/Wiesbaden, S. 27-30
- Weisenberg, Siegfried; Hienzsch, Ulrich, 1994, Die Entwicklung der Medientechnik, in: Die Wirklichkeit der Medien, Westdeutscher Verlag, Opladen
- Wernick, Andrew, 1994, Promotional culture: advertising, ideology and symbolic expression, Sage Publ., London
- Wheatley, Helen, 2003: ITV 1955 – 89: Populism and Experimentation, in: Hilmes, Michele, 2003, The television history, British Film Inst., London
- White, Llewellyn, 1947, The American Radio: a report on the broadcasting industry in the United States from the Commission on Freedom of the Press, University of Chicago Press, Chicago, Illinois
- Wikström, Patrik, 2009, The Music Industry, Polity Press, UK, USA
- Williams, Raymond, 1980, Advertising: The Magic System, in: Problems in Materialism and Culture. London: Verso, 170-195
- Winter, Carsten, 2001, Globale Kommerzialisierung von Öffentlichkeit? Perspektiven für eine mediensoziologische Erforschung der Rolle von Medienunternehmen und Medienproduktion im Kontext von Gesellschafts- und Kulturwandel, in: Medienwirtschaft und Gesellschaft I, 2001, Karmasin, Knoche, Winter (Hrsg.), Lit Verlag, Münster
- Winter, Carsten, 2002, Gesellschaften, Ökonomie und Kulturen im Wandel – Medienökonomie im Kontext von Medien- und Kommunikationssoziologie, in: Medienökonomie in der Kommunikationswissenschaft, Siegert, Gabriele (Hrsg.), LIT, Münster
- Winter, Carsten, 2003, Der Zusammenhang von Medienentwicklung und Wandel als theoretische Herausforderung, in: Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel: Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung, Markus Behmer ... (Hrsg.), Westdt. Verl., Wiesbaden
- Winter, Carsten, 2008, Medienentwicklung als Bezugspunkt für die Erforschung von öffentlicher Kommunikation und Gesellschaft im Wandel, in: Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft : grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen, Carsten Winter, Andreas Hepp, Friedrich Kortz (Hrsg.), VS Verl. für Sozialwiss., Wiesbaden
- Woodward, Walt, 1982. An insider's guide to advertising music, Art direction Book, New York
- Zarella, Dan, 2010, the social media marketing book, O'Reilly, Sebastopol, Canada
- Zitzewitz, Magnus von, 2007, Musikvermarktung im Fernsehen, in: Musikwirtschaft und Medien, Schneider, Beate; Weinacht, Stefan (Hrsg.), Nomos, Baden-Baden

- Zuberi, Nabeel, 2004, Sound Exchange – Media and Music Cultures, in: The SAGE handbook of media studies, Downing, John (Hrsg.), SAGE Publ., Thousand Oaks, Calif.
 Zurstiege, Guido, 2007, Werbeforschung, UVK-Verlag, Konstanz

Internet-Links

Geschichte der Musiknotenblätter

- John Kenrick, A History of The Musical Vaudeville
<http://www.musicals101.com/vaude1.htm>
 Rick Reublin, 2000, Advertising in Music:
<http://parlorsongs.com/insearch/vanitymusic/vanitymusic.php>
 Levy Sheet Music Collection:
<https://jscholarship.library.jhu.edu/handle/1774.2/2085>
 Singing the Dream: American Sheet Music at the British Library:
<http://www.bl.uk/eccles/sing.html>
 California Sheet Music Project:
http://fusion.sims.berkeley.edu/CSMP_test/

Geschichte des Rundfunks

- Digital Deli's Golden Age Radio History, Vintage Radio Resources, and Nostalgia pages:
www.digitaldelift.com
 The Happiness Boys:
<http://turtleservices.com/happiness.htm> & <http://www.gracyk.com/happy.shtml>
 Don't Touch That Dial! radio programming in American life, 1920-1960:
<http://www.jfredmacdonald.com/emergence.htm>
 Museum of Broadcast Communications: www.museum.tv:
 Buxton, Rodney: AMERICAN BANDSTAND
 Simon, Ron: THE ED SULLIVAN SHOW
 Auster, Albert: COLUMBIA BROADCASTING SYSTEM
 Bareiss, Warren: ORIGINAL AMATEUR HOUR, THE
 Warner, Charles: PITTMAN, ROBERT W.
 Burns, Gary: MUSIC TELEVISION
 Rutherford, Paul: Advertising
 Tim Faulkner, How Commercial Jingles Work:
<http://money.howstuffworks.com/commercial-jingle.htm>
 Major Bowes and His Original Amateur Hour:
www.originalamateurhour.com
 Geschichten über das "Dampfradio":
<http://members.aon.at/wabweb/>

Entwicklung des Internets

- Blood, Rebecca, 7 September 2000, weblogs: a history and perspective:
http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html

- 6.2.2007, Interview mit der Google-Produktchefin: „Werbung in allen Videos im Internet“:
<http://www.faz.net/artikel/C31306/interview-mit-der-google-produktchefin-werbung-in-allen-videos-im-internet-30101390.html>
- Kai Biermann, 24.4.2009, Facebook will doch nichts für die Ewigkeit:
<http://www.zeit.de/online/2009/08/facebook-agb>
- 30.9.2009, Internet ad spend grows 4.6 per cent:
<http://www.iabuk.net/en/1/adspendgrows300909.mxs>
- 30.9.2009, Online advertising 'overtakes TV':
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/8280557.stm>
- Mercedes Bunz, 9.3.2010, US online ad spend set to overtake print:
<http://www.guardian.co.uk/media/pda/2010/mar/09/us-online-ad-spend>
- Next Big Sound: Brenna Ehrlich, 17.3.2010, Track Your Favorite Band's Online Buzz with Next Big Sound: <http://mashable.com/2010/03/17/next-big-sound/>
- 08.4.2010, Der Standard: Pensionist wollte Street View-Auto mit Spitzhacke verjagen:
<http://derstandard.at/1269449146318/Oberoesterreich-Pensionist-wollte-Street-View-Auto-mit-Spitzhacke-verjagen>
- 2.9.2010, Music labels eager for Google-Apple battle, Yinka Adegoke:
<http://www.reuters.com/article/idUSTRE6815ZQ20100902>
- Drexler, Patrick, 03.09.2010, Facebook blockt Apples soziales Musiknetzwerk Ping:
<http://derstandard.at/1282978841717/Facebook-blockt-Apples-soziales-Musiknetzwerk-Ping>
- Claire Cain Miller, 3.5.2011, Google Takes to TV to Promote Browser
<http://www.nytimes.com/2011/05/04/technology/04chrome.html>
- Claire Cain Miller, 10.5.2011, Google to Unveil Service to Let Users Stream Their Music:
<http://www.nytimes.com/2011/05/10/technology/10google.html>
- Ben Sisario, 23.5.2011, Lady Gaga Sale Stalls Amazon Servers:
<http://www.nytimes.com/2011/05/24/business/media/24gaga.html>
- Roland Lindner und Marcus Theurer, 7.6.2011, Apple kontert Amazon und Google:
<http://www.faz.net/artikel/S31306/musikindustrie-apple-kontert-amazon-und-google-30433956.html>
- 7.7.2011, Google soll Blogger und Picasa umbenennen:
<http://diepresse.com/home/techscience/internet/google/675838/Google-soll-Blogger-und-Picasa-umbenennen>
- JP Mangalindan, 20.7.2011, Clear Channel: What digital music disruption?
<http://tech.fortune.cnn.com/2011/07/20/clear-channel-only-3-percent/>
- Bruce Houghton, 20.7.2011, Look At How Little Selling Music Matters To Apple:
<http://www.hypebot.com/hypebot/2011/07/look-at-how-little-selling-music-matters-to-apple-chart.html>
- Google, Unternehmensprofil:
<http://www.google.at/intl/de/corporate/>

Hybride Werbung

- 4.6.2009, Music & Advertising Keynote: Translation's Steve Stoute:
http://www.billboard.biz/bbbiz/content_display/industry/news/e3if90a53b1b75730c925d8085fae12cf21
- Shakira, K'Naan, Akon & Co.: Die Fußball-WM wird musikalisch, 1.6.2010
<http://www.nachrichten.at/nachrichten/kultur/art16,403721>
- Stacy Perman, 30.8.2010, Translation Advertising: Where Shop Meets Hip-Hop,
<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,2011574,00.html>

BMW: The Hire, Press Release:

www.bmwusa.com/Standard/Content/Uniquely/TVAndNewMedia/BMWFilmPressRelease.aspx

Musikindustrie

Ok Go: Damian Kulash Jr., 19.2.2010, WhoseTube?

<http://www.nytimes.com/2010/02/20/opinion/20kulash.html>

Justin Bieber: Monica Herrera, 19.3.2010, Justin Bieber - The Billboard Cover Story:

<http://www.billboard.com/features/justin-bieber-the-billboard-cover-story-1004074692.story#/features/justin-bieber-the-billboard-cover-story-1004074692.story>

Gregory Brothers: Jenna Wortham, 5.9.2010, From Viral Video to Billboard 100:

<http://www.nytimes.com/2010/09/06/business/media/06tune.html>

Zoe Chace, 30.6.2011, How Much Does It Cost To Make A Hit Song?

<http://www.npr.org/blogs/money/2011/07/05/137530847/how-much-does-it-cost-to-make-a-hit-song>

Beastie Boys: http://www.motor.de/kuenstler/beastie_boys/biografie

Lady Gaga:

Cortney Harding, 7.8.2009, Lady Gaga: The Billboard Cover Story:

<http://www.billboard.com/news/lady-gaga-the-billboard-cover-story-1004001347.story#/news/lady-gaga-the-billboard-cover-story-1004001347.story>

John Jurgensen, 29.1.2010, The Lessons of Lady Gaga:

<http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704094304575029621644867154.html>

Vanessa Grigoriadis, 28.3.2010, Growing Up Gaga:

<http://nymag.com/arts/popmusic/features/65127/>

Leena Rao, 26.5.2010, Lady Gaga's Manager: We Make Music Videos For YouTube:

<http://techcrunch.com/2010/05/26/lady-gagas-manager-we-make-music-videos-for-youtube/>

Thomas Kaplan, 7.3.2011, When Lady Gaga Knows Your Name:

<http://cityroom.blogs.nytimes.com/2011/03/07/when-lady-gaga-knows-your-name/>

7.5.2011, Popstar als Politaktivistin: Lady Gaga gegen Arizona:

<http://www.spiegel.de/panorama/leute/0,1518,761240,00.html>

Keith Caulfield, 31.5.2011, It's Official: Lady Gaga's 'Born This Way' Sells 1.11 Million:

<http://www.billboard.com/news/it-s-official-lady-gaga-s-born-this-way-1005208502.story#/news/it-s-official-lady-gaga-s-born-this-way-1005208502.story>