

Inhalt

Klaus Neumann-Braun/Axel Schmidt: McMusic. Einführung 7

I. Pop und die Politik des Vergnügens

Ulrich Wenzel: Pawlows Panther. Musikvideos zwischen bedingtem Reflex und zeichentheoretischer Reflexion 45

Eggo Müller: Populäre Visionen. Ein Sampler zur Debatte um Musikclips und Musikfernsehen in den Cultural Studies 74

II. Musikfernsehen: Mythen – Markt – Monopoly

Axel Schmidt: Sound and Vision Go MTV. Die Geschichte des Musiksenders bis heute 93

Lutz Hachmeister/Jan Lingemann: Das Gefühl VIVA. Deutsches Musikfernsehen und die neue Sozialdemokratie . . 132

III. Kunst für die Massen: Videoclips

Ramona Curry: Madonna von Marilyn zu Marlene: Pastiche oder Parodie? 175

Kobena Mercer: Die Monster-Metapher. Anmerkungen zu Michael Jacksons *Video Thriller* 205

Michael Altrogge: *Alphabet Street*. Prince oder Die Kunst der Re-de-Konstruktion. 230

Michael Barth/Klaus Neumann-Braun: Mythos Straße oder Die erfolgreiche Verkehrspolitik von Prince alias TAFKAP 256

Hans J. Wulff: The Cult of Personality – authentisch simulierte Rockvideos 262

Achim Doderer/Klaus Neumann-Braun: Traumpfade und *Fable(s)* – die Techno-Trance des Robert Miles. Eine musikwissenschaftliche Chipanalyse 279

Michaela Pfadenhauer: Tanz in den Ruinen. Members of Maydays <i>Sonic Empire</i>	294
Eva Schmidt: Eine Jagd durch die Nacht. The Prodigy und ihr ausgezeichnete/zensierter Clip <i>Smack my bitch up</i>	307

IV. Partnerwahl: Nutzung und Rezeption des Musikfernsehens

Michael Schmidbauer/Paul Löhr: See me, feel me, touch me! Das Publikum von MTV Europe und VIVA	325
<i>Die Autorinnen und Autoren</i>	351