



Hip-Hop zwischen Kommerzialisierung und Authentizität

By Till Zier

GRIN Verlag GmbH Jun 2007, 2007. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 211x146x7 mm. Neuware - Studienarbeit aus dem Jahr 2005 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Sonstiges, Note: 1,0, Hochschule Fresenius; Köln, 57 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: 'I live wireless', erzählt Russell Simmons, Vorstandsvorsitzender und Hauptgeschäftsführer von Rush Communications, sowie Mitbegründer und Aufsichtsratsvorsitzender von Def Jam Records, dem Auditorium der CITA Wireless 2004, 'right now I've got a phone in my ear, a phone in my lap and a BlackBerry in my left hand. That's just what I do.' Wer Russell Simmons genauer kennt, wird sich mit Verwunderung fragen, warum einer der Hip-Hop-Pioniere auf der weltweit größten und bekanntesten Messe für drahtlose Informationstechnologie und Kommunikation referiert. Simmons, der mit Rick Rubin 1984 Def Jam Records gegründet hat, hatte schon immer das richtige Gespür für profitable Geschäfte. Sein Label hat u.a. Run-DMC, Public Enemy, LL Cool J, Jay-Z, DMX und die Beastie-Boys vermarktet und ist das erfolgreichste Hip-Hop-Label der Musikgeschichte. Dabei hat Russell Simmons Hip-Hop von Anfang an begleitet und zu 'America's most compelling cultural explosion of the latter 20th century' gemacht. Heute ist Hip-Hop ein milliardenschwerer Teil der Unterhaltungsbranche, der sich nicht nur in der Musik, sondern auch in Fernsehen, Kino,...



READ ONLINE
[7.35 MB]

Reviews

This book will be worth buying. Better than never, though i am quite late in start reading this one. You may like how the blogger compose this publication.

-- **Mrs. Kylie Oberbrunner II**

Good e-book and beneficial one. I was able to comprehend everything out of this published e pdf Once you begin to read the book, it is extremely difficult to leave it before concluding.

-- **Mariana Schaden II**