

testcard  
#15

THE MEDIUM  
IS THE MESS



# INHALT

Editorial 4

**Roger Behrens.** Galaxy Quest. Ein Versuch zur kritischen Theorie der Netzwelt. 6

**Oona Leganovic.** »Alles kann auseinander geschnitten und neu zusammengesetzt werden«. Das Festhalten von Klängen und die Entfesselung des ›Soundk«. 14

»Die Archäologender Zukunft haben einen ziemlichen Scheiss-Job.« Statements aus ›Become the media«. 24

**Thomas Venker.** Radio Gaga. Überlegungen und Meinungen zum Status quo der Radiokultur in diesem Land. 28

**Clemens Beier.** Radio Days. Alternative Musikvermittlung im Nicht-Kommerziellen Lokalradio. 40

**Klaus Walter.** Dylan on Air. Im Gespräch mit Greil Marcus. 44

**Martin Büsser.** Sprotten im Haifischbecken. Zur Situation unabhängiger Plattenläden, Mailorder und Vertriebe. 50

**Jochen Kleinhenz.** Andere Zeiten, andere Labels. 60

**Peter Kaemmerer.** How to survive. Neue Independent-Strategien nach dem Jahrzehnt der Apathie. 67

**Johannes Ullmaier.** Das Rad wurde auch schon runder neu erfunden. Ein Gespräch mit Rolf Hofecker, dem Vorsitzenden des Dachverbands der Anonymen Rezipienten (DAR). 78

**Christoph Jacke / Sebastian Jünger.** Die Kritikindustrie: Wir sind Papst und wollen keinen. 85

**Oona Leganovic / Philip Steffan.** »Meistens sollte das Buch aufklappbar sein«. Filesharing zwischen technischen Möglichkeiten und gegenwärtigem Recht. 90

**Matthias Rauch.** Star-Bilder. Über die mediale Herstellung von Authentizität in der Popkultur. 98

**Jens Thomas.** Die Smarten zwischen den Harten. In den letzten Jahren gab es einen gewaltigen Boom von Frauen an den Mikrofonen. Welches Rollenmuster wird vermittelt? 104

**Jürgen Hofbauer / Christoph Marek.** Basics in Stereo. Wider eine Kultur des Vergessens. 114

**Jörg-Uwe Nieland.** Und der Letzte macht das Licht aus! Vom Anspruch und Scheitern sozialdemokratischer Popkulturpolitik. 119

**Johannes Ullmaier.** »Hat jemand etwas anderes behauptet?« Über Wirklichkeit als Medium. 125

**Christoph Jacke.** Museum, Archiv, Netz. Popgeschichte(n) als Mediengeschichte(n). 132

# MUSEUM, ARCHIV, NETZ POPGESCHICHTE(N) ALS MEDIENGESCHICHTE(N)<sup>1</sup>

»Zeitverkürzende Mittel. Zeitbeschleunigende Mittel, zeitvernichtende Mittel. Als ob das rasende Fortschreiten der Zeit irgendwas Bedauerndes wäre. Als ob das rasende Fortschreiten der Zeit irgendwie aufzuhalten wäre. Gegenwart als Alles. Gegenwart als Alles und als Nichts. (Die Gegenwart dauert nur den Bruchteil einer Sekunde.) Pop sagt: Sei froh, dass du nicht im Zeitalter der Schnurkeramik aufwachsen musstest, sei froh, dass du nicht im schier endlos währenden Zeitalter der Glockenbecherkultur aufwachsen musstest.«

(Neumeister 2001: 22)

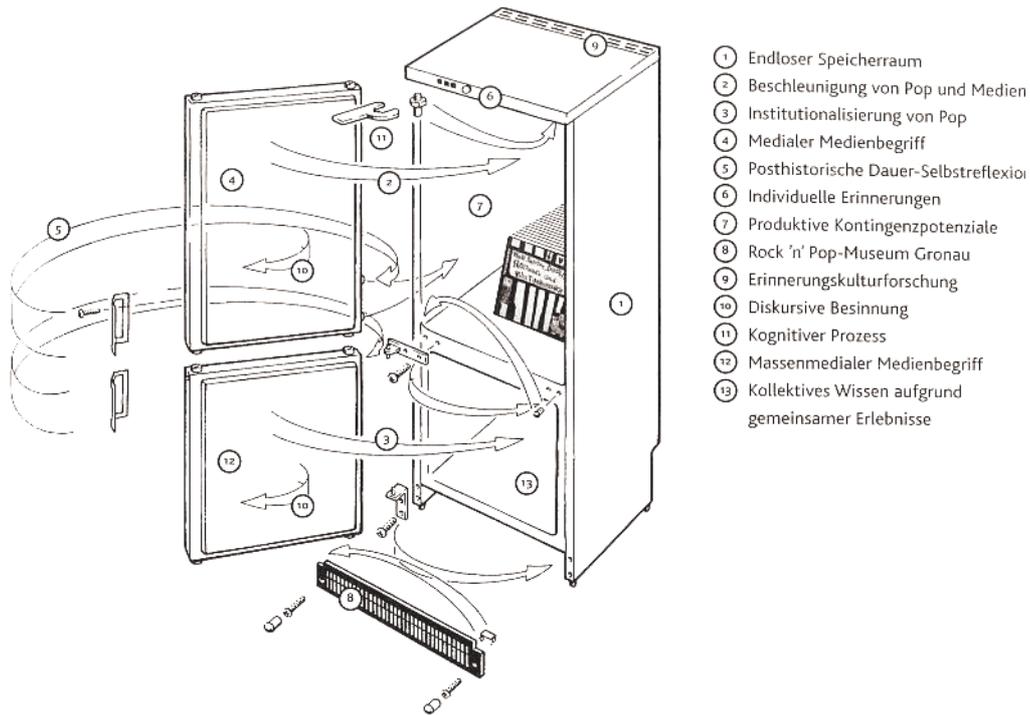
## Intro

Nichts scheint – dies wird anhand des Zitats von Andreas Neumeister klar – schneller und vergänglicher als Pop. Aber ist Pop wegen seines Tempos auch gleich oberflächlich? Und bedeutet Oberflächlichkeit auch gleich Vergesslichkeit? Auch die an Pop gekoppelten Medien scheinen unsere tägliche Portion Welterzeugung zu beschleunigen – nichts ist bekanntlich so alt wie die Tageszeitung von gestern, nichts so vergangen (und vergessen?) wie die siebte Minute im Live-Ticker eines Bundesligaspiels von vor fünf Minuten. Auf der einen Seite

steht nun also die Beschleunigung von Pop und Medien, die unweigerlich nur aneinander gekoppelt funktionieren und damit die vermeintliche Vergessenheit gegenüber ihren eigenen Geschichten. Auf der anderen Seite taucht in Bezug auf Pop und Medien immer wieder – und nicht nur im Feuilleton – das Argument auf, Pop und Medien sammeln und archivieren wie keine gesellschaftliche Formation zuvor. Das Internet etwa gilt als schier endloser Speicherraum, in dem alles abgelegt werden kann. Ebenso gilt das Netz als Bild für das Verschwinden und Spiel mit Identitäten – um so mehr bemüht man sich um das Festhalten im Alltag und insbesondere im Pop.

Die Entwicklung zunehmender Archivierung und Institutionalisierung von Pop manifestiert sich in den in letzter Zeit zunehmend zu beobachtenden Ausstellungen zu Pop im weitesten Sinne, also etwa das *Rock 'n' Pop-Museum* in Gronau oder die Ausstellungen *Coolhunters* am ZKM in Karlsruhe und *Les Grands Spectacles* am Museum der Moderne in Salzburg.<sup>2</sup> Grund genug also, sich mit Pop, Medien und Gedächtnis zu beschäftigen.

Anstatt die Differenz zwischen einem (obendrein notorisch vagen und wenig expliziten) normativen Konzept mit beobachteten gesellschaftlichen Prozessen als Krise jedes Gedächtnisses aller Erinnerung zu beschreiben, wäre es, so die These, sehr viel produktiver, mit abstrakten, aber expliziten Begriffen von Gedächtnis und Erinnerung zu beobachten,



welche *unterschiedlichen* Formen von Erinnerung es auch heute beispielsweise im Pop gibt, welche *Veränderungen* sich beschreiben lassen usw.

### Pop – Medien – Gedächtnis

Ich begreife Popkultur als den kommerzialisierten gesellschaftlichen Bereich, der Themen industriell produziert, medial (im Sinne von massenmedial) vermittelt und von zahlreichen Personen mit Vergnügen genutzt und weiterverarbeitet wird. In diesem Verständnis ist ein massenmedialer Medienbegriff bereits inhärent, der sich in die sich gegenseitig wechselwirkenden Komponenten der Kommunikationsinstrumente (Sprache, Bilder, Töne etc.), Medientechnologien (Druck, Internet etc.), sozialsystemischen Institutionen (Verlage, Redaktionen, Schulen etc.) und Medienangebote (Zeitungsartikel, CD-Rezension, Werbespot etc.) einteilen lässt. Da immer alle meinen, etwas zu Pop und Medien sagen zu können und dabei selten an eine einigermaßen konsistente Definition denken, erscheint mir diese vorläufige Festlegung wichtig. Somit ist eben nicht von Subversion

als Pop oder Songs/Tracks als Medien die Rede.<sup>3</sup> Als wären diese beiden Begriffe nicht schon undefinierbar genug, gesellt sich mit dem Gedächtnis ein weiterer Problemfall hinzu. Das gesellschaftliche Gedächtnis (und der dazugehörige Begriff der Erinnerung) soll hier als Diskursfunktion, als verhandelte Vorstellung von etwas, das es so nicht gibt, gedacht werden. Aus diesem kollektiven Wissen aufgrund gemeinsamer Erlebnisse, Geschichten und Diskurse können dann ähnliche individuelle Erinnerungen abgeleitet werden. Gedächtnis und Erinnerungen sind dabei eben nicht fix und als Bestand zu denken, sondern als Funktion des Gehirns (Gedächtnis) und als ständig ablaufender kognitiver Prozess in der Gegenwart, der das Gedächtnis in Anspruch nimmt (Erinnerung).<sup>4</sup> Dass diese Prozesse durch neu emergierende Medientechnologien unterschiedlich beeinflusst werden, also Buchdruck die Speicher-Metapher, elektronische Massenmedien die Archiv-Metapher und Internettechnologie die Netzmetapher evoziert, erscheint nahe liegend, wurde aber bis dato, vor allem von Medienkultur- und Popwissenschaftlern, wenig berücksichtigt.

## Pop – Kultur – Wissenschaft

Warum habe ich mir das Feld der Popkultur als Phänomenbereich für meine Überlegungen zu Gedächtnis und Erinnerung eigentlich ausgesucht? – Zum einen, weil sich in der Medienkulturwissenschaft implizit immer wieder mit gesellschaftlichen Bereichen wie Werbung oder Literatur auseinandergesetzt wird, die im Grunde Anlieferer der Popkultur sind, letztere aber eben immer noch eher selten explizit erforscht wird.<sup>5</sup> Dabei möchte ich noch einmal deutlich machen, dass es mir wie bei dem Erinnerungsbegriff auch beim Popbegriff um eine wertfreie Terminologie geht. Dies ist bekanntermaßen nicht selbstverständlich, und auch der prinzipiell ähnlich argumentierende Kunsttheoretiker Boris Groys bleibt in seiner Definition vom »Pop-Geschmack« nicht gänzlich wertfrei:

»Der Pop-Geschmack definiert sich als Vorliebe für alles, was populär ist, was sich medial verbreitet, was eine Massenwirkung erzeugt, was gute Statistiken in den Umfragen und gute Verkaufszahlen aufweist. Und das bedeutet zunächst einmal: Der Pop-Geschmack als solcher ist mit dem Massengeschmack keineswegs identisch.« (Groys 2004)

Groys unterscheidet Pop- von Massengeschmack, weil ersterer reflektiert und kontextualisierend beobachtet, letzterer dagegen sich, vermeintlich minderwertig, nur am Werk selbst orientiert. Ich hingegen verstehe Popkultur als Massenkultur und nicht als etwas Elitäres/Intellektuelles. Bei diesem Verständnis von Popkultur, welches auch durch Siegfried J. Schmidts Kultur-als-Programm-Begriff geprägt ist, erscheint offensichtlich, dass dieser Bereich gewissermaßen quer zu bestimmten Systemen bei Schmidt wie Werbung und Literatur liegt.<sup>6</sup> Interessanterweise hat sich Schmidt trotz seiner umfassenden Überlegungen zu Kultur nur sehr selten zu Pop- und Subkulturen geäußert.<sup>7</sup> Zum anderen lässt sich – losgelöst von Schmidt – an den in der Popkultur zu beobachtenden Formen von Erinnerung und Vergessen geradezu seismographisch ablesen, was in gesamtgesellschaftlichen Zusammenhängen ebenfalls zu beobachten ist – nur dort oft erst wesentlich verzögert. So wie Gedächtnis und Erinnerung begrifflich ab-

strahiert wurden, um sie anwendbar und motivunverdächtiger zu machen, so wurde nun also auch Popkultur zunächst einmal weitgehend entnormativiert oder zumindest entlastet. In diesem Verständnis ist demnach Popkultur nicht *per se* reflektiert wie bei Groys oder progressiv, innovativ, politisch links wie bei anderen Autoren. Ebenso wenig ist Popkultur als Massenkultur grundsätzlich trivial, oberflächlich oder gar schlecht. Resultate von Handlungen im Bereich Popkultur (Schmidt würde vom Kulturprogramm Pop sprechen, in meinem Verständnis ist dies eine *Main*-Ebene von Kultur, in der sich dann *Sub*-Programme ausbilden.<sup>8</sup>) können mit all diesen Attributen beschrieben werden, dies ist bekanntlich beobachterabhängig. Bemüht man sich als professioneller, medienkulturwissenschaftlicher Beobachter von Popkultur also um Motivunverdächtigkeit (der Popforscher muss kein Fan sein), kann man sich im Rahmen klarer Begriffe eine gewisse Ordnung im Chaos der Popkultur und ihrer Ausdifferenzierungen erarbeiten – und zwar durchaus mit Vergnügen.

Um nun eine erste Spur für die dynamische Kombination von Popkultur- und Erinnerungskulturforschung zu legen, möchte ich mit einigen Beobachtungen zum bisher äußerst wenig behandelten Bereich von Pop und Erinnerung fortfahren: Wenn ich Martin Zierolds jüngste Thesen (2005) zu Gedächtnis und hier vor allem Erinnerung(skultur) richtig lese, dann stehen wir in popkulturellen Zusammenhängen geradezu exemplarisch vor der folgenden, zentralen Ambivalenz höherer Beobachtungsordnung. Zur Erinnerung: Wir reden hier auch vom Reden über Pop und nicht nur von Pop: Pop wird einerseits als besonders vergesslich oder erinnerungslos verurteilt. Der Literaturwissenschaftler und *testcard*-Mitherausgeber Johannes Ullmaier bezeichnet Pop zunächst sogar als ahistorisch<sup>9</sup>:

»Abgesehen vom Primat einer permanenten Aktualität, die auf fortwährende Überbietung im präsentischen Mikrobereich von Attraktion zu Attraktion, von Hit zu Hit geeicht und wirtschaftlich angewiesen ist, steht das Historische der Popkultur auch insofern entgegen, als jede Art geschichtlicher Bezugnahme ein Mindestmaß an diskursiver Besinnung und Nüchternheit erfordert, welches dem Pop in seiner

naiven Reinform notwendig äußerlich bleiben muss.« (Ullmaier 1995)

Ullmaier beobachtet für die frühen 1980er den Endpunkt der popgeschichtlichen Entwicklung, da mit Stilen wie Punk, New Wave und Industrial die Phase der posthistorischen Dauer-Selbstreflexion und -Ausdifferenzierung anbrach.

Andererseits wird am Pop eben dieses ständige sich selbst zitierende Recycling und der damit einhergehende Mangel an Neuheit wiederum negativ kritisiert. Darauf wird im Anschluss noch einmal genauer einzugehen sein. In einer ähnlich seltsamen Paradoxie leben übrigens auch Pop-Forschende. Wenn etwa Carsten Rohde in der Zeitschrift *Ästhetik & Kommunikation* leicht ironisch feststellt: »Altes und langsames Wissen erscheint dem Pop-intellektuellen unzeitgemäß« (Rohde 2004), dann wird das Flüchtige am Nachdenken über Pop als Pop betont. Demgegenüber wird Wissenschaftlern, die sich mit Pop beschäftigen, ebenso gerne eine gewisse, humorlose Theorielastigkeit und Pedanterie vorgeworfen, das Unerklärbare erklären zu wollen. Treffend beschreibt Groys die paradoxe Situation des Pop-Wissenschaftlers:

»Der heutige Intellektuelle will konsequent nonkonformistisch und gleichzeitig konsequent konformistisch sein. Und das ist gerade der Wunsch, dem die Pop-Sensibilität auf eine ideale Weise entspricht, denn sie erlaubt es, den konsequenten Nonkonformismus mit dem konsequenten Konformismus so zu verbinden, dass dabei überhaupt kein Widerspruch entsteht.« (Groys 2004)

Aber zurück zum Pop: Wenn es im Pop eine Erinnerung gäbe, wären popkulturelle Programmanwendungen permanent neu und voraussetzungslos. Wenn Pop wiederholen würde, ohne zu verändern, wäre Pop längst vollkommen in Schlaufen gefangen und für Produktion und Rezeption *out*. Das Programm Popkultur muss – dies lässt sich mit Schmidts Kulturbegriff (2004a) und meinen Modifikationen (2004) erklären – wie alle Kulturprogramme gleichzeitig lernfähig und stabil sein. Und entgegen anderer Thesen möchte ich behaupten, dass im Pop gerade besonders produktive Formen des Umgangs mit seinen eigenen Voraussetzungen

entwickelt worden sind, die in spezifischer Weise zur sozusagen dynamischen Stabilität beitragen. Pophistorische Zusammenhänge können eben kulturprogrammlich nicht ausgeblendet werden.<sup>10</sup> Um gleichzeitig aber produktive Kontingenzpotenziale zu schaffen und sich vom Voraussetzungsgestrüpp zu befreien, müssen Anwendungen von Popkulturprogrammen punktuell vergessen können oder zumindest so tun als ob. Dass popkulturelle Programmanwendungen alles andere als referenzlos sein müssen, bebildert ein Zitat von Diederichsen, der sich im Übrigen jüngst von der Popkultur-Theorie ab- und der Kunsttheorie zugewandt hat:

»Pop-Musik-Rezeption wirkt so weit und so nachhaltig in die Existenz der Leute hinein, dass sich die Vierzig- und Fünfzigjährigen von heute nicht an ihr Leben, aber an ihre Plattensammlung erinnern können. Wenn also Pop-Musik zu gut im Sinne dieser grenzüberschreitenden Wirkung zum Leben hin organisiert wird, dann weicht gerade alles Leben aus ihr, und sie zerfällt zu dem Staub, der sich so gerne auf Schallplattensammlungen niederlässt.« (Diederichsen 2005)

Die Bedeutung von Popkultur bzw. bei Diederichsen ihrem Phänomen-Nukleus Pop-Musik – diese kleine Unsauberkeit sei hier erlaubt – ist wohl unübersehbar. Allerdings verfällt Diederichsen eben auch wieder in einen popkulturpessimistischen Duktus. Denn Popkultur und Popmusik können zwar autobiographisch unterschiedlichen Bewertungskarrieren unterliegen. In unserer abstrakteren Herangehensweise müssen sie sich aber permanent re-aktualisieren – und sei es über Popkulturtechniken wie Retroisierungen, Zitationen, Kopien oder Samplings.<sup>11</sup>

Wegen des andauernden Innovationsdrucks der Aufmerksamkeitsökonomie entsteht oftmals der Anschein, Pop sei schnelllebig, überhole sich selbst und erzeuge seine Zukunft in unserem Rücken. Dabei operieren popkulturelle Programmanwendungen lediglich besonders selbstreflexiv, schaffen ständig neue Erinnerungsanlässe<sup>12</sup> und generieren dabei geringste Neuerungen, Umwertungen und Verschiebungen (z.B. in repetitiven *Minimal-Dub*-, *-House*- oder *-Techno*-Tracks). Mikropolitisch ver-

ändert sich Pop also ständig, meso- oder makropolitisch bleiben popkulturelle Anwendungen eher wirkungslos. Deswegen kann man mit Pop-Songs auch nicht die Welt verändern – auch wenn das der *Band-* und *Live-Aid*-Organisator Sir Bob Geldof immer wieder proklamiert.

### Medien – Kultur – Wissenschaft

Betrachtet man die mediengeschichtliche Entwicklung, so fallen ganz ähnliche Kritikpunkte pessimistischer Prägung wie im Falle der Beobachtung von Pop(geschichten) auf. Auch hier – insbesondere beim Eintritt neuer Medientechnologien in die Mediengeschichte<sup>13</sup> – wird den Medien sowohl dauerhaftes Vergessen oder zumindest dessen Präsupposition vorgeworfen, etwa wenn der schon erwähnte Groys in Bezug auf die Marktmechanismen der Medien schreibt:

»Der globale Medienmarkt hat kein historisches Gedächtnis, das es erlauben könnte, die Vergangenheit und die Gegenwart miteinander zu vergleichen und auf diese Weise festzustellen, was an der Gegenwart wirklich neu und genuin gegenwärtig ist. Das alte Angebot wird auf dem Medienmarkt ständig durch ein neues Angebot abgelöst.« (Groys 2003)

Und ebenso vergleichbar mit Pop sind die auch den Medien vorgeworfenen ewigen Wiederverwendungen und Recyclings, die nichts Neues mehr erschaffen können. Auch aus dieser Beurteilungs-Krux kommt man theoretisch nur heraus, wenn man sich zunächst von Bewertungen weit gehend befreit und Medien als den schon erwähnten wechselwirkenden Zusammenhang versteht. Dann wird zudem klar, inwiefern Medien popkulturelle Programmanwendungen manifestieren und auf Kommunikation stellen und damit immer wieder Erinnerungsanlässe schaffen. Nur über Medien und vor allem Medientechnologien lassen sich die Praktiken des Sekundären – wie es die Kulturwissenschaftler um Gisela Fehrmann in ihrem Sammelband *Originalkopie* von 2004 bezeichnet haben – ausüben. Statt sozusagen theorie-proletisch auf der ersten Ebene stehen zu bleiben und bewertungsfundamentalistisch in Dichotomien wie high/low, gut/schlecht oder auch originär/kopiert zu verfallen,

müssen sich auch die medienkulturtheoretischen Positionen weiter ausdifferenzieren.

»Als ›Praktiken des Sekundären‹ sollen hier jene kulturellen und medialen Verfahren verstanden werden, die gezielt auf den Status des Vorgefundenen, des Nicht-Authentischen oder des Abgeleiteten ihres Gegenstandes bzw. Materials setzen – oder aber derartige Zuschreibungen bewusst problematisieren. Es ist diese dezidierte Aneignung, die Praktiken des Sekundären von Produktionsweisen unterscheidet, die zwar notwendig auch auf Traditionsbestände zurückgreifen, dies jedoch – häufig unter den Vorzeichen von Originalität und Authentizität – unterschlagen, verdrängen oder zumindest nicht explizit ausweisen.« (Fehrmann et al 2004)

Diese ausdifferenzierten Beobachtungen lassen sich nur mit höchst abstrakten und dementsprechend voraussetzungsvollen Begriffen von Medien, Pop, Kultur und Erinnerung erreichen. Hierzu sollte ein erster Anstoß gegeben werden.

### Fazit

Eine Popwissenschaft jenseits von Wissenschaftspop – dieser sei den Journalisten überlassen – benötigt Geschichtsschreibungen und dazu eben genaue Begriffe von Pop, Medien, Gedächtnis und Erinnerung. Denn gerade an den Popgeschichten lassen sich gesellschaftliche Entwicklungen vor- und nachablesen. Wenn man die individuellen Erinnerungen anhand der rekonstruierten Erlebnisse um die eigenen Plattensammlungen koppelt, kann es gelingen, größere Zusammenhänge zu erschließen, die eben nicht nur in den typischen persönlichen Charts oder pauschalen Allgemeinplätzen münden. Kollektivierte Erinnerungsanlässe können dabei insbesondere Institutionen wie Ausstellungen, Museen und Archive sein. Nur das Katalogisieren des ewig Beschleunigten kann als Anlass – und nicht als Speicher – für Pop-Erinnerungen dienen und zudem belegen, wie verflochten und eben diachron sowie synchron geschichtenträchtig Pop und Medien sind. Und wem das zu pedantisch ist, der sollte daran denken, dass dies Anlässe sind, die man eben auch lassen und somit vor der individuellen Erinnerung bewahren kann. ■■■■■

## Anmerkungen

- 1 Dieser Artikel basiert auf dem am 11.11.2005 mit Martin Zierold gehaltenen Vortrag *Pop – die vergessliche Erinnerungsmaschine* auf einem Workshop zu Ehren Siegfried J. Schmidts an der Universität Halle-Wittenberg.
- 2 Ausgehend von diesen allgemeineren Überlegungen wären konkrete Analysen zu den genannten Phänomenen von Katalogisierung und Musealisierung von Pop ertragreich. Vgl. zu *Coolhunters* etwa Jacke 2005a.
- 3 Vgl. zur ausführlichen Diskussion von Popkultur Jacke 2004, 2005b.
- 4 Vgl. zur Gedächtnisforschung bereits Schmidt 1991 und aktuell Esposito 2002 sowie vor allem Zierold 2005.
- 5 Vgl. dazu ausführlich Jacke 2005b.
- 6 Hierbei verstehe ich – wie bereits gesagt – Medien als Massenmedien und im Sinne von Schmidt 2002, der massenmediale Kommunikationsprozess wiederum wird ebenfalls mit Schmidt (2002) in Produktion, Distribution, Rezeption/Nutzung und Weiterverarbeitung eingeteilt. Vgl. zum Zusammenhang von Werbung und Popkultur auch Jacke & Zurstiege 2005.
- 7 Wenn man Unterhaltung als Popkultur der Kommunikation versteht, dann hat allerdings auch Schmidt jüngst (2004b: 85) zumindest deren Stiefkind-Status bescheinigt.
- 8 Vgl. dazu ausführlich Jacke 2004.
- 9 Ullmaier relativiert diese Perspektive allerdings im Laufe seiner Analyse deutlich und spricht sich letztlich sogar für eine »Pophistorie als Wissenschaft« (Ullmaier 1995: 69) aus.
- 10 Wie solcherlei Referenzen auch gezielt instrumentalisiert werden können, zeigen die zahlreichen Verweise auf andere Formate der Popkulturgeschichte im neuesten *Asterix – Gallien in Gefahr* (Band 33, 2005).
- 11 Vgl. zum Konzept der Retroisierungen Keller 2005, zum Sound-Sampling Binas 2004, zu spezifischen Arten des Samplings Bonz 2005 und zu Montage und Sampling Diederichsen 2005b. Vgl. allgemein zu Erzählungen der Entwicklungsgeschichte der Technik und Geräte, zum produzierten und verwendeten Material und dessen Geschichte bzw. zur medientheoretischen Ebene (Processing) des Samplings das vernetzte Glossar bei Mayer/Pick 2005.
- 12 Dabei wird insbesondere von der Kommunikations- und Medienwissenschaft die Rolle von Musik für Erinnerung bisher nahezu ausgeklammert: »Die besondere Fähigkeit von Musik, die wohl nur noch von Gerüchen übertroffen wird, auf wie auch immer nostalgische Weise Erinnerungen an frühere Phasen der je eigenen Lebensgeschichte aufkommen zu lassen, ist an Melodie, Klang und

Interpretation der jeweiligen Musik gebunden.« (Hinze 2004: 259)

13 Vgl. zu den Konstanten der Medienrevolution Schmidt & Zurstiege 2000: 206–210. Dieser sinnvolle, erste Aufriss jenseits von Pessimismus und Euphorie müsste dringend erweitert und empirisch überprüft werden.

## Literatur

- Binas, Susanne** (2004): »Echte Kopien – Sound-Sampling in der Popmusik.« In: Fehrmann, Gisela / Linz, Erika / Schumacher, Eckhard / Weingart, Brigitte (Hrsg.): *Originalkopie. Praktiken des Sekundären*. Köln: DuMont, S. 242–257.
- Bonz, Jochen** (2005): *Sampling: Eine postmoderne Kulturtechnik*. In: Jacke, Christoph / Kimminich, Eva / Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): *Kulturschutt. Über das Recycling von Theorien und Kulturen*. Bielefeld: Transcript (in Vorbereitung).
- Diederichsen, Dierich** (2005a): *Schreiben im Musikzimmer*. In: Ders.: *Musikzimmer. Avantgarde und Alltag*. Köln: Kiepenheuer & Witsch, S. 11–27.
- Diederichsen, Dierich** (2005b): *Von der Makromontage zum Mikrosampling*. In: Buchmann, Sabeth et al. (Hrsg.): *Wenn sonst nichts klappt: Wiederholung wiederholen in Kunst, Popkultur, Film, Musik, Alltag, Theorie und Praxis*. Hamburg und Berlin: Materialverlag und b\_books / polypen, S. 137–151.
- Esposito, Elena** (2002): *Soziales Vergessen. Formen und Medien des Gedächtnisses der Gesellschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Fehrmann, Gisela** / Linz, Erika / Schumacher, Eckhard / Weingart, Brigitte (2004): *Originalkopie. Praktiken des Sekundären. Eine Einleitung*. In: Fehrmann, Gisela; Linz, Erika; Schumacher, Eckhard; Weingart, Brigitte (Hrsg.): *Originalkopie. Praktiken des Sekundären*. Köln: DuMont, S. 7–17.
- Groys, Boris** (2003): *Topologie der Kunst*. München: Carl Hanser.
- Groys, Boris** (2004): *Der Pop-Geschmack*. In: Grasskamp, Walter; Krützen, Michaela; Schmitt, Stephan (Hrsg.): *Was ist Pop? Zehn Versuche*. Frankfurt a.M. Fischer, S. 99–113.
- Hinze, Ralf** (2004): *Die hohe Kunst der Kopie. Überlegungen zur Geschmackssoziologie der Coverversion in der populären Musik*. In: Fehrmann, Gisela; Linz, Erika; Schumacher, Eckhard; Weingart, Brigitte (Hrsg.): *Originalkopie. Praktiken des Sekundären*. Köln: DuMont, S. 258–272.
- Jacke, Christoph** (2004): *Medien(sub)kultur. Geschichten – Diskurse – Entwürfe*. Bielefeld: Transcript.
- Jacke, Christoph** (2005a): *Coolhunters. Marketing jagt Jugend jagt Coolness*. In: *De:Bug*, Heft 93, Juni 2005, S. 40.
- Jacke, Christoph** (2005b): *Gesamtgesellschaftlicher Seismograph. Dichte Beschreibungen, die aus der Praxis so nicht geleistet werden: Umriss einer universitär verankerten Popkulturwissenschaft*. In: *Frankfurter Rundschau* vom 25.10.2005, S. 26.
- Jacke, Christoph** / Zurstiege, Guido (2005): *Schöner Schrott: Werberauschen im Kultur-Programm. Werbung und/als Popkultur*. In: Jacke, Christoph; Kimminich, Eva; Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): *Kulturschutt. Über das Recycling von Theorien und Kulturen*. Bielefeld: Transcript (in Vorbereitung).
- Keller, Katrin** (2005): *Wiedererverwertungen. Retro und die Reflexivität des Reload*. In: Jacke, Christoph; Kimminich, Eva; Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): *Kulturschutt. Über das Recycling von Theorien und Kulturen*. Bielefeld: Transcript (in Vorbereitung).
- Mayer, Alexander** / Pick, Erich (2005): *Neuaufgabe*. In: Buchmann, Sabeth et al. (Hrsg.): *Wenn sonst nichts klappt: Wiederholung wiederholen in Kunst, Popkultur, Film, Musik, Alltag, Theorie und Praxis*. Hamburg und Berlin: Materialverlag und b\_books / polypen, S. 153–178.
- Neumeister, Andreas** (2001): *Pop als Wille und Vorstellung*. In: Bonz, Jochen (Hrsg.): *Sound Signatures. Pop-Splitter*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 19–26.
- Rohde, Carsten** (2004): *Die Pop-Intellektuellen. Eine kleine Phänomenologie*. In: *Ästhetik & Kommunikation*, 35. Jg., Heft 126: *Wozu Kulturwissenschaften*, S. 71–74.
- Schmidt, Siegfried J.** (1991): *Gedächtnisforschungen: Positionen, Probleme, Perspektiven*. In: Ders. (Hrsg.): *Gedächtnis, Probleme und Perspektiven der interdisziplinären Gedächtnisforschung*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 9–55.
- Schmidt, Siegfried J.** (2002): *Medienwissenschaft und Nachbardisziplinen*. In: Rusch, Gebhard (Hg.): *Einführung in die Medienwissenschaft. Konzeptionen, Theorien, Methoden, Anwendungen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 53–68.
- Schmidt, Siegfried J.** (2004a): *Untermehmenskultur: Die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen*. Cöttingen: Velbrück.
- Schmidt, Siegfried J.** (2004b): *Zwespältige Begierden. Aspekte der Medienkultur*. Freiburg im Breisgau: Rombach.
- Schmidt, Siegfried J.** / Zurstiege, Guido (2000): *Orientierung Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Ullmaier, Johannes** (1995): *Pop Shoot Pop. Über Historisierung und Kanonbildung in der Popmusik*. Rüsselsheim: Frank Hofmann.
- Zierold, Martin** (2005): *Gesellschaftliche Erinnerung. Eine medienkulturwissenschaftliche Perspektive*. Inaugural-Dissertation. Universität Münster.