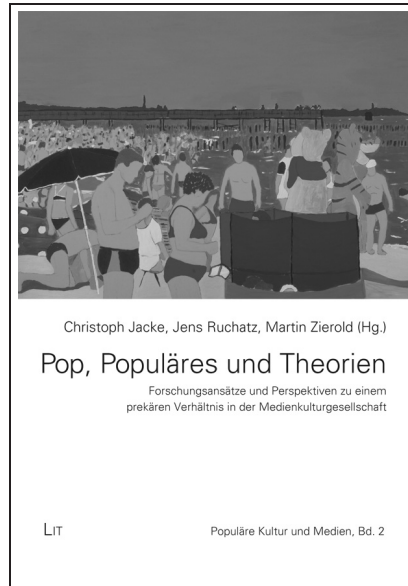
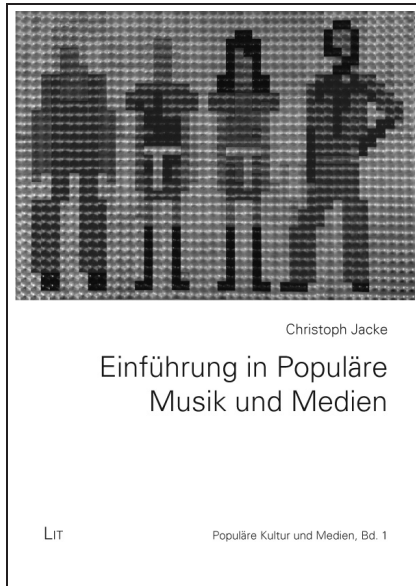


Populäre Kultur und Medien

hrsg. von Prof. Dr. Christoph Jacke (Universität Paderborn)
und Dr. Martin Zierold (Gießener Graduiertenzentrum Kulturwissenschaften (GGK))

Obwohl wir von populärer Kultur und Medien geprägt sind und diese zugleich ständig prägen, gibt es im deutschsprachigen Wissenschaftsraum nur wenige dezidierte, systematische und explizite Untersuchungen dieser Zusammenhänge. Noch immer stehen wir am Anfang der Analyse und Kritik populärer Kultur und ihrer medialen Formen. Die Reihe „Populäre Kultur und Medien“ setzt sich transdisziplinär grundlegend mit popkulturell-medialen Phänomenen und deren alltäglichen Faszinationen theoretisch, empirisch und historisch auseinander. Dabei gilt es, musik-, kommunikations- und medienkulturwissenschaftliche Perspektiven zu verknüpfen und dies – auch über die genannten Disziplinen hinaus – deutlich zu erweitern.



Christoph Jacke

Einführung in Populäre Musik und Medien

Ob im Internet, als Datei, auf Tonträger, als Musikclip oder als Einspielung: Stets wird Popmusik medial produziert (z. B. im Studio), distribuiert (durch Werbung, Vertriebe), genutzt (im Club) und weiterverarbeitet zu neuen Medienangeboten (z. B. durch Fans). Populäre Musik und Medien ist der zentrale, sich gegenseitig bedingende Zusammenhang populärer Kultur.

Diese Einführung ist ein wildernd-systematisierender Streifzug durch die vielseitigen Popmusik-Welten (Pop und Wissenschaft, Pop und Erinnern, Pop und Journalismus, Pop und Stars, Pop und Kritik etc.), der teilnehmend beobachtend erklärt, warum wir aus der Popmusik und ihren zumeist medialen Kontexten etwas über unsere Gesellschaft, Kultur und Medien lernen können – im Idealfall mit Vergnügen. Rezensionen:

„Dieser Einführungsband hat einen guten Groove, denn man geht aus der Lektüre beschwingt heraus ...“

(aus: *Rundfunk und Geschichte* 3-4/2009)

„Was dieses Buch als einen wichtigen und notwendigen Bestandteil der universitären Ausbildung erscheinen lässt, ist die Tatsache, dass grundsätzliche Probleme der wissenschaftlichen Reflexion über populäre Musik kritisch benannt werden.“

(aus: *PUBLIZISTIK* 2/2010)

„Tatsächlich wird der Band seinem Titel gerecht und liefert einen breit gefächerten, fundierten, aktuellen und gut lesbaren Überblick zur Thematik aus einer medienkulturwissenschaftlichen Perspektive.“

(aus: *MEDIENwissenschaft* 2/2010)

Bd. 1, 2009, 328 S., 29,90 €, br., ISBN 978-3-643-10141-9

Christoph Jacke; Jens Ruchatz;

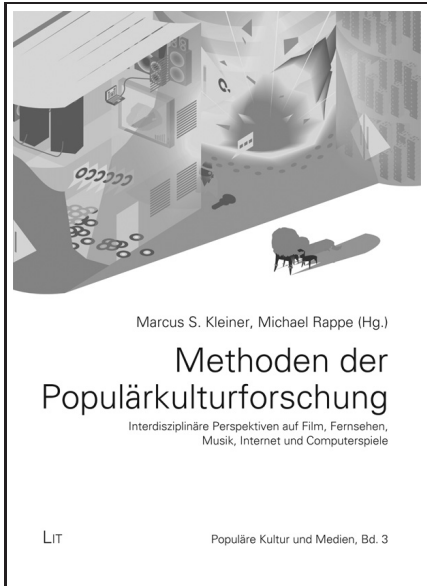
Martin Zierold (Hg.)

Pop, Populäres und Theorien

Forschungsansätze und Perspektiven zu einem prekären Verhältnis in der Medienkulturgesellschaft

Die Populärkultur hat sich lange Zeit über ihre ausdrückliche Distanz zum akademischen Diskurs konstituiert und dabei stets darauf beharrt, Selbstbeschreibungen und Selbstreflexionen im eigenen Register des Populären vorzunehmen. Die erste Quelle für theoretische Überlegungen zum Populären liegt daher auf dem Feld des Pop selbst. Mit der beginnenden Verankerung der Popkulturforschung an den Universitäten stellt sich die Frage nach der Theoriefähigkeit und dem Status des Populären auch im akademischen Kontext. Gleichzeitig mit dem Ruf nach einer stärkeren Theorieorientierung wächst dabei auch ein unbestimmtes Unbehagen: Wie lassen sich Phänomene des Massenhaften, des möglicherweise Subversiven und Singulären, theoretisch adäquat fassen? Ist eine Theorie des Populären möglich – ja, ist sie überhaupt wünschenswert? Differenziert die Medienkulturgesellschaft zwischen Pop und Populärem? Der vorliegende Band präsentiert Beiträge zu Pop-Theorien bzw. Theorien des Populären, die diesen Fragen nachgehen und so auch ein Panorama aktueller Forschungsansätze der wissenschaftlichen Popkulturforschung bieten.

Bd. 2, 2011, 240 S., 24,90 €, br., ISBN 978-3-643-10971-2



Marcus S. Kleiner; Michael Rappe (Hg.)
Methoden der Populärkulturforschung
 Interdisziplinäre Perspektiven auf Film, Fernsehen, Musik, Internet und Computerspiele
 Im Kontext der Populärkulturforschung hat bisher kaum eine Methodendebatte stattgefunden. Welche quantitativen und/oder qualitativen Methoden können zur eigensinnigen Analyse des Populären verwendet werden? Ist das bestehende sozial-, kultur-, kommunikations- und medienwissenschaftliche Methodenarsenal geeignet, um das Eigensinnige von Populärkulturen herauszuarbeiten? Oder dient die Populärkultur bisher nur als eines unter vielen Versuchsfeldern zur Diskussion über die Analysekompetenz bestimmter Methoden? Zur Beantwortung dieser Fragen werden im Kontext des Bandes unterschiedliche Methoden und Forschungsperspektiven fall- sowie praxisorientiert erprobt, also Möglichkeiten und Grenzen der Methodendebatten bezüglich der Populärkulturforschung ausgelotet. Die Aufgabe besteht darin, gegenstandsorientierte Methodendebatten und Forschungsperspektiven durch ein close reading Populärer Kulturen zu erarbeiten.
 „Insgesamt zeichnet der Band eine überaus anregende Debatte nach, die neue Analysefelder erschließt und, indem verschiedene Theorienmodelle auf ihre popkulturelle Anschlussfähigkeit hin untersucht werden, auf einen echten Fortschritt der Populärkulturforschung zielt.“
 (aus: pop-zeitschrift.de)
 Bd. 3, 2012, 464 S., 39,90 €, br., ISBN 978-3-643-11159-3

Florian Evers
Vexierbilder des Holocaust
 Ein Versuch zum historischen Trauma in der Populärkultur
 Diese Analyse widmet sich der kulturellen Phantasiebildung über den Holocaust in Subgenres, die wenig geeignet erscheinen, sich seiner Repräsentationsproblematik anzunehmen.
 Der postklassische Horrorfilm, der Science-Fiction-Film und die Mystery-Fernsehserie bringen jene Vexierbilder des Holocaust hervor, die keine Aussage über Auschwitz treffen wollen: Auschwitz-Versatzstücke sind ihnen zum Zeichen für eigene gesellschaftliche Angstphantasien geworden.
 Bd. 4, 2011, 184 S., 19,90 €, br., ISBN 978-3-643-11190-6

Susanne Binas-Preisendörfer; Jochen Bonz; Martin Butler (Hg.)
Pop-Wissen-Transfers
 Brücken und Blockaden in der Kommunikation populärkulturellen Wissens
 Bd. 5, Sommer 2013, ca. 200 S., ca. 19,90 €, br., ISBN 978-3-643-11770-0

Nicolas Ruth
Was ist ACTA?
 Eine Diskurs- und Medienanalyse zum Ursprung des Urheberrechtsstreits
 „Stoppt ACTA!“, forderten Anfang des Jahres 2012 Internet-Nutzer, Musiker, Politiker, Journalisten und viele andere Betroffene. Doch was genau ist ACTA und was hat dieses internationale Abkommen mit dem Urheberrecht und der Freiheit im Internet zu tun?
 Die wichtigsten Fragen rund um das umstrittene Handelsabkommen werden in diesem Buch geklärt und der mit ACTA verbundene Urheberrechtsdiskurs untersucht. Neben einem historischen Überblick zum Urheberrechtsdiskurs, wichtigen Definitionen zum Thema und möglichen Lösungsansätzen stehen im Zentrum dieser Arbeit eine Videoanalyse des YouTube-Videos „Was ist ACTA?“ und eine Diskursanalyse ausgewählter Medienberichterstattung Anfang 2012. So gewährt dieses Buch neben grundlegenden Informationen zur Urheberrechtsdebatte auch Einblicke in zwei etablierte wissenschaftliche Methoden, die in Kombination in eine popmusikwissenschaftliche Arbeit eingebracht werden.
 Bd. 6, 2013, 128 S., 19,90 €, br., ISBN 978-3-643-12119-6

Merle-Marie Kruse
Pop Macht Nation
 Affirmationen und Irritationen nationaler Identität in Texten deutschsprachiger Popmusik
 Bd. 7, Sommer 2013, ca. 200 S., ca. 19,90 €, br., ISBN 978-3-643-12216-2

Menge	Autor	Hiermit bestellen wir:	Titel	ISBN
.....
.....
.....
Name:			
Straße:			
PLZ, Ort:			
Tel.:			
Zahlung per Bankeinzug Lassen Sie Ihre Rechnungsbeträge bequem abbuchen. Bei Bankeinzug erfolgt die Lieferung versandkostenfrei . Teilen Sie uns die Bankverbindung ggf. in zwei separaten E-Mails mit.				
Bank:	Kto.:.....	BLZ :.....	
E-Mail:			
(bitte unbedingt angeben)				
.....			Datum	Unterschrift

Buchbestellung über jede Buchhandlung oder den

LIT Verlag Berlin – Münster – Wien – Zürich – London
 Fresnostr. 2 48159 Münster Tel.: 0251 / 62 03 20 Fax: 0251 / 922 60 99
 e-Mail: bestellungen@lit-verlag.de http://www.lit-verlag.de S