

Populäre Kultur und Medien

hrsg. von Prof. Dr. Christoph Jacke (Universität Paderborn) und Prof. Dr. Martin Zierold (Karlshochschule International University, Karlsruhe)

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, 2. Auflage 2013, 328 S., 29,90 €, br., ISBN 978-3-643-10141-9

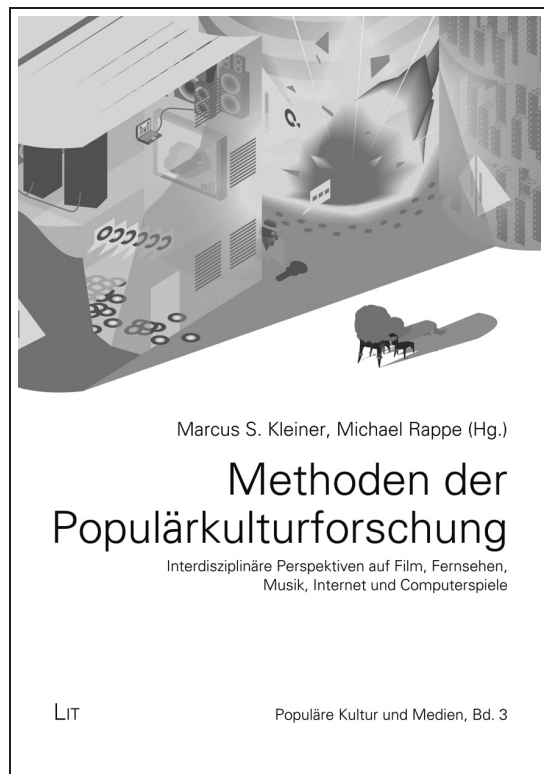
Christoph Jacke; Jens Ruchatz; Martin Zierold (Hg.)

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 Populärkulturfor- schung 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

Zur Kommunikation und Explikation populärkulturellen Wissens

Die Beiträge beschreiben spezifische Erscheinungsformen populärkulturellen Wissens sowie Wissenstransfers zwischen Disziplinen, Codes, Lagerungen, zivilgesellschaftlichen und kommerziellen Akteuren. Sie unternehmen dabei so etwas wie ‚Probebohrungen‘ in einem Forschungsfeld, dessen Konturierung und genauere Bearbeitung am Anfang steht, und weisen dabei nicht nur auf die Herausforderung einer differenzierten Beschreibung dieser Prozesse hin, sondern zeigen auch auf, dass ‚populärkulturelles Wissen‘ für einen an Benennung und Analyse interessierten Zugriff grundsätzlich schwer zu fassen ist, da es sich immer dann zu verflüchtigen scheint, wenn es als Gegenstand des Interesses konkretisiert bzw. expliziert werden soll.
Bd. 5, 2014, 184 S., 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

Von „Dis wo ich herkomm“ bis „Aber hier leben, nein danke“: Gegenstand dieser Studie ist, wie in Popmusiktexten nationale Identität verhandelt wird. Die diskursanalytische Untersuchung zeigt und diskutiert die Deutungsangebote, die in deutschsprachigen Popmusiktexten von MusikerInnen und Bands wie Mia., Samy Deluxe, Xavier Naidoo und Tocotronic aus den Jahren 2003 bis 2009 produziert wurden. Nationale Identität wird somit als diskursiv hervorgebrachte, umkämpfte Konstruktion analysiert, die in gegenwärtigen Medienkulturen auch auf dem Feld der Populärkultur (re-)produziert wird und gesellschaftliche Wissensvorräte aufruft, bekräftigt, aber auch in Frage stellt.
Bd. 7, 2013, 216 S., 19,90 €, br., ISBN 978-3-643-12216-2



Thomas Krämer

Androgynie, Alterität und Alienität

im britischen Glam 1970-74

LIT

Populäre Kultur und Medien, Bd.8

Thomas Krämer

Androgynie, Alterität und Alienität im britischen Glam 1970 – 74

Glam gilt als umfängliche Neuerfindung des Pop jenseits der strengen Heterosexualität seiner Vorläufer: Im Rückgriff auf die Rhizomtheorie von Gilles Deleuze und Félix Guattari wird untersucht, wie die britische Popkultur der 1970er mit spielerischer Verve das tradierte Verständnis von (sexueller) Identität ins Wanken brachte. Der Schwerpunkt liegt auf einer Untersuchung der androgynen *Performatife* dreier maßgeblicher Vertreter des Glam: Marc Bolan, Bryan Ferry und David Bowie. Die Studie macht deutlich, wie diese Pop-Androgynie mit ihren unterschiedlichen Konzepten von Fremdheit ein Verständnis von Identität und Begehren als Kontinuum in Gang setzten, dessen Wirkungen noch immer andauern.
Bd. 8, 2014, 312 S., 34,90 €, br., ISBN 978-3-643-12763-1

Maximilian Zindel

Let the music play

Über den Einsatz und die Rezeption von Musik in digitalen Spielen am Beispiel von Final Fantasy

Ob iPhone-Apps à la „Quizduell“, Retro-Games wie „Pac-Man“ oder aktuelle High-End-Produktionen: Digitale Spiele bedienen sich schon fast immer auditiver Elemente, die das Spielgeschehen unterstützen, kommentieren oder manipulieren. Dieses Buch verknüpft die aktuellen, transdisziplinären Diskurse rund um das Thema Game-Sound, beleuchtet die auditive Ebene digitaler Spiele hinsichtlich ihrer strukturellen Gestaltung und entwickelt Annahmen zur Wirkung auf den Spieler. Diese werden im Rahmen einer empirischen Untersuchung überprüft und die Ergebnisse im weiten Feld der Populärkulturfor- schung verortet.

Bd. 9, 2015, 104 S., 24,90 €, br., ISBN 978-3-643-12800-3

Alex Demeulenaere; Florian Henke;

Christoph Vatter (Hg.)

Interfaces franco-allemandes dans la culture populaire et les médias. Deutsch-französische Schnittstellen in Populärkultur und Medien

Dispositifs de médiation interculturels et formes de perception de l'Autre. Interkulturelle Vermittlungsprozesse und Fremdwahrnehmung

Bd. 10, 2015, 408 S., 39,90 €, br., ISBN 978-3-643-12959-8