

Call for Paper
„Methoden der Populärkulturforschung“
07. bis 08. Januar 2010, Köln

ORT:

Hochschule für Musik und Tanz, Köln

VERANSTALTER:

Dr. Marcus S. Kleiner

(Universität Siegen | Medienwissenschaft)

Prof. Dr. Michael Rappe

(Hochschule für Musik und Tanz Köln | Geschichte und Theorie der Populären Musik)

3. Jahrestagung der *AG Populärkultur und Medien (GfM)* in Kooperation mit der *Hochschule für Musik und Tanz*. Die Tagung steht im forschungslogischen Anschluss an die letzte Jahrestagung im Januar 2010 (*Theorien des Populären*) in Paderborn und an die Tagung *Performativität und Medialität Populärer Kulturen* in Halle/Saale im Dezember 2010.

GEGENSTAND

Im Kontext der Populärkulturforschung hat bisher kaum eine Methodendebatte stattgefunden. Eben so wenig eine explizite Reflexion auf die *Wege* der Populärkulturforschung als inter- und transdisziplinäres Projekt – abgesehen von den Cultural Studies.

Welche quantitativen und/oder qualitativen Methoden können zur eigensinnigen Analyse des Populären bzw. zu seiner empirischen *Vermessung* verwendet werden? Ist das bestehende sozial-, kultur-, kommunikations- und medienwissenschaftliche Methodenarsenal überhaupt 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? Welche Formen und Praktiken der Inter- und Transdisziplinarität lassen sich im Kontext der Populärkulturforschung konkret identifizieren? Zur Beantwortung dieser Fragen werden im Kontext der Tagung unterschiedliche Methoden und Forschungsperspektiven streng fall- sowie praxisorientiert *erprobt*, also Möglichkeiten und Grenzen der Methodendebatten bezüglich der Populärkulturforschung ausgelotet.

Ausgangspunkt hierbei ist die These, dass eine wissenschaftlich-systematische Untersuchung der Populärkultur nicht nur durch Theorien, Geschichtsschreibung, Phänomenanalysen geleistet werden kann, sondern ebenso, wie alle Gegenstände der Medien-, Kommunikations-, Sozial- und

Kulturwissenschaften auch, eine Methodendebatte benötigt, um Populärkultur als *repräsentative Kultur* nicht nur zu behaupten, sondern auch empirisch belegen und differenziert darstellen zu können. Methodische Forschung stellt für uns allgemein, hier folgen wir Uwe Flick (2009: 12), stets „eine Art Werkzeugkasten in der Auseinandersetzung mit praktischen Fragen und Problemen“ dar.

Pop, Pop-Kultur und Populäre Kultur (verwenden wir synonym mit Populärkultur) dürfen nicht, wie Marcus S. Kleiner (2008: 14f.) hervor hebt, synonym und singular verwendet werden, eben so wenig, wie die Populäre Kultur mit der Gesamtkultur gleichgesetzt werden kann. Pop und Pop-Kultur sind Bestandteile Populärer Kultur. Unter Pop versteht Kleiner im Wesentlichen einen weit gefassten musikzentrierten Traditionsbegriff – der ab Mitte der 1950er Jahre, ausgehend vom Rock'n'Roll, seine spezifische Bedeutung erhält.

Hiervon ausgehend kann Pop als offenes Feld bzw. als spezifische kulturelle Formation beschrieben werden, in der es u.a. um Musik, Mode, Sexualität, Jugend, Filme, Medien, Ideologien, alltägliche Machtkämpfe oder Szenebildungen geht. Mit Popkultur bezeichnen wir, Bezug nehmend auf Kleiner (2008: 15), alle Formen der Vergemeinschaftung, die von diesem Popverständnis ausgehen, zunehmend unabhängig vom Lebensalter ihrer Akteure (vgl. Kleiner 2010).

Populäre Kultur kann, um eine Überlegung von Christoph Jacke (2004: 21; vgl. Jacke 2009) aufzugreifen, „insgesamt als der kommerzialisierte, gesellschaftliche Bereich verstanden werden, der Themen industriell produziert, massenmedial vermittelt und durch zahlenmäßig überwiegende Bevölkerungsgruppen mit Vergnügen (als Informations- und Unterhaltungsangebote) genutzt und weiterverarbeitet wird.“

Populäre Kultur wird hierbei wesentlich, in Anlehnung an Hans Otto Hügel (2003c: 74), als Unterhaltungskultur aufgefasst, wobei zwischen Unterhaltung als Kommunikationsweise, als Funktion der Massenmedien, als soziale Institution und als ästhetische Kategorie unterschieden werden kann.

Die *Epoche* des Populären beginnt für Hügel (ebd.: 3, 6) ab Mitte des 19. Jahrhunderts, ist ein kultureller Zusammenhang moderner Gesellschaften und wird durch die *Verbürgerlichung der Unterhaltung* bestimmt: „Generell hatte die traditionale, die vormoderne Gesellschaft keine Möglichkeit, Populäre Kultur auszubilden. Solange feste soziale, kirchliche und ständische Ordnungen vorherrschen, geht den kulturellen Phänomenen jener Deutungsspielraum ab, der für Populäre Kultur charakteristisch ist. [...] Ohne Rezeptionsfreiheit, verstanden sowohl als Freiheit, das zu Rezipierende auszuwählen, als auch den Bedeutungs- und Anwendungsprozess mitzubestimmen – also ohne ein bestimmtes Maß an bürgerlichen Freiheiten –, gibt es keine Populäre Kultur.“

Im Anschluss an Christoph Jacke und Marcus S. Kleiner (2010) ist die Konstitution einer Popmusikwissenschaft als Bestandteil einer Medienkulturwissenschaft hierbei ausschlaggebend. Es geht dabei nicht um die Analyse populärer Medien, wie Film, Fernsehen, Internet usw. an sich, also um das Angebot einer Alternativkonzeption zu bisherigen film- und fernsehwissenschaftlichen sowie medientheoretischen Modellen. Vielmehr steht hierbei die Analyse der spezifischen popmusikulturellen Inhalte, Formate bzw. Produktionen in diesen Medien sowie deren kulturellen, historischen, ästhetischen und lebensweltlichen Kontextualisierungen im Zentrum.

Die Aufgabe besteht darin, nicht *einfach* bereits etablierte Methoden der medien- und kulturwissenschaftlichen Forschung in ihrer Tragkraft am Beispiel Populärer Kulturen zu

veranschaulichen, sondern im Gegenteil, gegenstandsorientierte Methodendebatten und Forschungsperspektiven durch ein *close reading* Populärer Kulturen zu erarbeiten, sowie inter- und transdisziplinär orientiert zu sein, um der Multiperspektivität Populärer Kulturen gerecht zu werden. Der Methodenpluralismus im Feld der Medien-, Kommunikations- und Kulturwissenschaften, entspricht der Vielschichtigkeit der Untersuchungsgegenstände Medien, Kommunikation und Kultur sowie der interdisziplinären Prägung dieser Disziplinen. Diese Vielfalt ergibt sich einerseits aus der Zielsetzung, die Untersuchungsgegenstände aus mehreren Perspektiven zu betrachten, andererseits aus divergierenden wissenschaftstheoretischen Grundannahmen. Das Gleiche gilt für die Methodendebatte in der Populärkulturforschung.

Mit der Tagung „Methoden der Populärkulturforschung“ soll darüber hinaus ein Beitrag zum grundlegenden Arbeitsziel der GfM-AG „Populärkultur und Medien“ geleistet werden: eine systematische Konturierung und eine grundlegende Verankerung der Populärkulturforschung im Kontext der Medien- und Kulturwissenschaften.

Flick, Uwe (2009): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek bei Hamburg.

Hügel, Hans-Otto (Hrsg.) (2003a): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart/Weimar.

Hügel, Hans-Otto (2003b): Einführung. In: Ders. (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart/Weimar, 1-22.

Hügel, Hans-Otto (2003c): Unterhaltung. In: Ders. (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart/Weimar, 73-82.

Jacke, Christoph (2004): Medien(sub)kultur. Geschichten, Diskurse, Entwürfe. Bielefeld.

Jacke, Christoph (2009): Einführung Populäre Musik und Medien. Münster.

Jacke, Christoph/Kleiner, Marcus S. (2010): *Let's stick together!* Popmusikforschung(en) in Deutschland als Projekt zwischen Unübersichtlichkeit und Formierung (unveröffentlichtes Manuskript).

Kleiner, Marcus S. (2008): Pop fight Pop. Leben und Theorie im Widerstreit. In: Matejovski, Dirk/Kleiner, Marcus S./Stahl, Enno (Hrsg.): Pop in R(h)einkultur. Oberflächenästhetik und Alltagskultur in der Region. Essen, 11-42.

Kleiner, Marcus S. (2010): Help the aged! Popmusik und Alter(n). In: Göttlich, Udo/Gebhardt, Winfried/Albrecht, Clemens (Hrsg.): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies. 2. Aufl. Köln (im Erscheinen).

THEMENSCHWERPUNKTE

Die Tagung fokussiert sich auf vier Leitthemen:

SEKTION 1 | MUSIK

SEKTION 2 | FILM/FERNSEHEN

SEKTION 3 | INTERNET/COMPUTERSPIELE

SEKTION 4 | KÖRPER/MODE

ABSTRACTS

Die Einreichung der Abstracts muss bis zum 15. September in elektronischer Form an beide Veranstalter erfolgen (max. 1500 Zeichen):

Dr. Marcus S. Kleiner | kleiner@medienwissenschaft.uni-siegen.de

Prof. Dr. Michael Rappe | michael.rappe@gmx.net

Bitte ordnen Sie Ihr Abstract einem der vier Themenschwerpunkte zu und machen Sie deutlich, ob es sich bei Ihrem projektierten Themenvorschlag um einen Originalbeitrag handelt. Die Rückmeldung über Annahme und Ablehnung der Abstracts erfolgt bis spätestens zum 15. Oktober.