lli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hg.): hrung in die Publizistikwissenschaft. München

Hans-Bernd/Haas, Alexander/Koschel, Friederike: oden der empirischen Kommunikationsforschung. Einführung. Wiesbaden 2015.
, Ronald: Kommunikationswissenschaft. Grund- und Problemfelder. Umrisse einer interdisziplinären wissenschaft. Wien/Köln/Weimar 1998.
Norman K./Lincoln, Yvonna: The SAGE Handbook alitative Research. Thousand Oaks 2009.
chsen, Diedrich: Ist was Pop? In: Ders.: Der lange nach Mitte. Der Sound und die Stadt. Köln 1999, 286.
we: Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. ek bei Hamburg 2009.
we/Kardorf, Ernst von/Steinke, Ines: Was ist qualita- orschung? Einleitung und Überblick. In: Dies. (Hg.): tative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek bei Ham- 2000, 13–29.
ndreas: Populärkultur. In: Günter Bentele/Hans- d Brosius/Otfried Jarren (Hg.): Lexikon Kommuni- ns- und Medienwissenschaft. Wiesbaden 2006, 218–

hristine: Virtual Ethnography. London 2000.
acha, Christina/Kutsch, Arnulf (Hg.): Schlüsselwer- r Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden 2002.
Hans Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begrif- eorien und Diskussionen. Stuttgart/Weimar 2003.
Hans Otto: Lob des Mainstreams. Zu Begriff und Ge- hte von Unterhaltung und Populärer Kultur. Köln

, Marcus S./Rappe, Michael (Hg.): Methoden der Po- kulturforschung. Interdisziplinäre Perspektiven auf Fernsehen, Musik, Internet und Computerspiele. ster 2012.
ts, Robert: Netnography: Doing Ethnographic Re- h. London 2009.
ey, Helmut: Empirische Sozialforschung. Modelle Methoden der standardisierten Datenerhebung und nauswertung. Opladen 2002.
Steve (Hg.): Doing Internet Research: Critical Issues Methods for Examining the Net. London 1999.
ke, Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Über- . Opladen 1998.
il, Denis: Mass Communication Theory. London

Lothar/Eichner, Susanne/Prommer, Elizabeth/We- Michael: Die »Herr der Ringe« Trilogie. Attraktion Faszination eines populärkulturellen Phänomens. tanz 2007.
Lothar/Wegener, Claudia (Hg.): Qualitative Medien- hung: ein Handbuch. Konstanz 2005.
-Neumann, Elisabeth/Wilke, Jürgen/Schulz, Winfried): Fischer Lexikon Publizistik. Frankfurt a. M. 2009.
Heinz: Publizistik- und Kommunikationswissen- ft. Ein Handbuch. Konstanz 2003.
Heinz (Hg.): Kommunikationswissenschaft als Sozi- ssenschaft. Konstanz 2015.
, Richard: Das Ende des Virtuellen. Digitale Metho-

den. In: Zeitschrift für Medienwissenschaft, Bd. 5: Empirie. Heft 2. Berlin 2011, 61–77.
Salwen, Michael B./Stacks, Don W. (Hg.): An Integrated Approach to Communication Theory and Research. New York 1996.
Scheufele, Bertram/Engelmann, Ines: Empirische Kommunikationsforschung. Konstanz 2009.
Schmidt, Siegfried J./Zurstiege, Guido: Kommunikationswissenschaft. Reinbek bei Hamburg 2007.
Wersig, Gernot: Einführung in die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Baden-Baden 2009.
Wulff, Hans J.: Filmanalyse. In: Ruth Ayaß/Jörg Bergmann (Hg.): Qualitative Methoden der Medienforschung. Reinbek bei Hamburg 2006, 220–244.
Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkung, Bd. 1: Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. Köln 2008.

Marcus S. Kleiner

59 Medienwissenschaft

In der deutschsprachigen und internationalen Medienwissenschaft spielt die Auseinandersetzung mit Pop und Popkulturen kaum eine Rolle. Dem Populären widmet sich die Medienwissenschaft, ebenso wie die Kommunikationswissenschaft, mit Blick auf populäre Kulturen und populäre Medienkulturen beziehungsweise Medientechnologie (u. a. Musik, Fotografie, Film, Fernsehen, Comic, Internet oder Computerspiele). Interdisziplinäre Forschungskooperationen zwischen der Medien- und Kommunikationswissenschaft finden allerdings kaum statt.

Einen Überblick über das Selbstverständnis, die Lehre und Forschung in den Medienwissenschaften sowie die Abgrenzung zu anderen Fachgesellschaften und Disziplinen vermitteln die jeweiligen Fachgesellschaften – hier insbesondere die einzelnen Arbeitsgruppen, die die Binnendifferenzen in der Medienwissenschaft repräsentieren. Zu den wichtigsten nationalen und internationalen Fachgesellschaften zählen die folgenden: Gesellschaft für Medienwissenschaft (GfM); European Network for Cinema and Media Studies (NECS); Association Française des Enseignants et Chercheurs en Cinéma et Audiovisuel (AFECCAV); Comitato Universitario di Cinema (CUC); Society for Cinema and Media Studies (SCMS).

Arbeitsgruppen

Im Kontext der Gesellschaft für Medienwissenschaft (GfM) gibt es im Unterschied zur deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft (Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft [DGPuK]) eine Arbeitsgruppe, die sich explizit mit populären Kulturen und Popkulturen auseinandersetzt: die AG Populärkultur und Medien. Das Erkenntnisinteresse dieser Arbeitsgruppe wird von drei Zielen bestimmt: (1) Populärkultur als zentrales Forschungsfeld der Medienkulturwissenschaften auszuweisen; (2) ein theoretisch und empirisch systematisches Forschungsprogramm zur Populärkultur und ihren medialen Formen zu entwickeln; und (3), wie es auf der AG-Website (GfM 1) heißt, die »Vorreiterrolle« der Populärkultur »im Bereich crossmedialer Konvergenzen« herauszustellen. Als Ausgangspunkt der Forschung wird »das noch nicht medial fokussierte[], theoretische[] wie empirische[] Interesse an Populärkultur und deren Zusammenhang mit und Auswirkungen auf Medien« benannt. Die Emergenz der Po-

pulär- und Popkulturforschungen wird aus dieser Perspektive nicht primär als Medieneffekt begriffen.

Die AG Populärkultur und Medien bietet einen heterogenen sowie interdisziplinären Versammlungsort für unterschiedliche Gegenstände, Theorien und Methoden, der weder konkret zwischen Populär- und Popkultur unterscheidet noch zeigt, warum die Populär- und Popkulturforschung ein integraler Bestandteil der Medien(kultur)wissenschaft sein sollte; ein Zusammenhang zwischen den heterogenen Forschungsansätzen in der Arbeitsgruppe wird ebenfalls nicht herstellt. Eine Konsolidierung zu einem institutionell fest verankerten Fach beziehungsweise zu einer integralen Teildisziplin in der Medienwissenschaft kann so nicht gelingen.

Die verschiedenen Themenschwerpunkte der Arbeitsgruppe zeigen bisher, ebenso wie die Publikationen der AG-Schriftenreihe »Populäre Kultur und Medien«, eine Diversität ohne erkenntnisleitende Perspektive: unter anderem Theorien des Populären und des Pop, Arbeiten zu Wissen, Wissenstransfer, Narration, Management, Normativität und Subversion, Institutionalisierung und Curriculum. Kernbereiche der von der Arbeitsgruppe initiierten Populär- und Popkulturforschungen lassen sich daraus nicht herleiten. Diese Diversität, die auch für die Medienwissenschaft als einer Disziplin im beständigen Wandel repräsentativ ist, muss nicht unbedingt als Manko wahrgenommen werden, sondern kann gleichzeitig als dynamischer Wandlungsprozess der Populär- und Popkulturforschung begriffen werden.

Allerdings beteiligt sich die AG Populärkultur und Medien kaum an den einschlägigen Debatten der Medienwissenschaft. Sie legt auch keine dezidiert medienwissenschaftlich fokussierten Populärkultur- oder Popkulturforschungen vor oder übt mit ihren Forschungsergebnissen einen Einfluss auf die medienwissenschaftlichen Diskussionszusammenhänge der Fachgesellschaft aus. Es stellt sich daher die Frage, warum die Arbeitsgruppe überhaupt eine disziplinäre Anbindung an die Medienwissenschaft sucht. Die von der Arbeitsgruppe immer wieder herausgestellte produktive Interdisziplinarität offenbart vielmehr die Notwendigkeit, eine eigene Fachgesellschaft zur Populär- und Popkulturforschung zu gründen.

Nur einige Mitglieder aus dem Umkreis der AG Populärkultur und Medien greifen aktuelle Diskurse der Medienwissenschaft auf und diskutieren diese mit Blick auf populär- und popkulturelle Phänomene – vor allem mit Blick auf die Schwerpunktthemen der Jahrestagungen der Gesellschaft für Medienwissenschaft (vgl. Kleiner/Wilke 2012; Kleiner/Schulze 2013; Kleiner/Wilke 2015; Kleiner/Wilke 2017). Weiterhin gibt es von anderen AG-Mitgliedern vereinzelt medienwissenschaftlich fokussierte Populär- und Popkulturstudien unter anderem im Kontext der Film- und Fernsehwissenschaften, der Sound Studies und Popmusik sowie in der Auseinandersetzung mit digitalen Medienkulturen (vgl. z. B. Bielefeldt/Dahmen/Großmann 2008; Binas-Preisendörfer 2010; Stiglegger 2010, 2011; Ritzer/Stiglegger 2012; Reichert 2013, 2017; Mundhenke/Ramos/Wilke 2014; Schulze 2015; Papenburg/Schulze 2016; Stollfuß 2016).

Darüber hinaus konzentrieren sich weitere Arbeitsgruppen der GfM auf die Erforschung von populären Medienkulturen und Technologien, so unter anderem die AG Animation, die AG Auditive Kultur und Soundstudies, die AG Comicforschung oder die AG Games. Im Zentrum dieser Arbeitsgruppen stehen die Medientechnologien sowie die medialen Bedingungen von populären Medienkulturen und nicht die populärkulturellen Angebote oder die Frage, welchen Einfluss diese auf die Entwicklung von Medienangeboten und Medientechnologien ausüben.

Forschungsfelder

Die Medienwissenschaft bietet der Populär- und Popkulturforschung im Unterschied zur Kommunikationswissenschaft einerseits zwar mehr Integrationsraum, andererseits werden Populär- und Popkulturen kaum als genuine Forschungsfelder der Medien(kultur)wissenschaft begriffen. Fachhistorisch betrachtet ist die allgemeine Offenheit für Populärkulturen (allerdings nur äußerst marginal für Popkulturen) in der Entstehungsgeschichte der Medienwissenschaft im Kontext der Philologien in den 1970er Jahren begründet, hier vor allem mit Blick auf die Literaturwissenschaft und ihren Umgang mit populären Stoffen. Die relative Ignoranz gegenüber der Populär- und Popkultur als Gegenständen der Medienwissenschaft resultiert aus der sich seit den 1990er Jahren verstärkenden geisteswissenschaftlich orientierten Medienwissenschaft.

In den internationalen Fachgesellschaften gibt es, im Unterschied zu den Kommunikationswissenschaften, keine expliziten populär- oder popkulturellen Forschungsschwerpunkte, ebenso wenig Fachgruppen, die sich explizit der Erforschung des Populären zuwenden. Diese relative Abwesenheit von Pop und Popkultur als Gegenstände medienwissenschaftlicher Forschung spiegelt sich
wissenschaftlichen Handbüch
2004; Kolker 2008; Schröter
und Überblickswerken (z. B.
1988; Rusch 2002; Hickethier
2004; Lüsebrink/Walter/Fendl
ter 2004; Liebrand/Schneider
2005; Winkler 2008; Laughey 2
ne 2013) sowie Lexika (vgl.
Schanze 2002) wider. Das gleic
sion in den medienwissenscha
nen (u. a. *Zeitschrift für Med*
schrift für Medien- und Kultu
wissenschaft; *montage AV*; *Cahi*
nema Journal; *NECSus*).

Richtet die Medienwissensch
keit auf die Erforschung des Po
sie sich hierbei, genauso wie die
senschaft, einerseits auf den Geb
›Populärkultur‹ (*popular culture*
Studies verwenden (vgl. u. a. St
Cultural Studies nicht explizit
scheidung zwischen Populärk
wird von den Medienwissensch
munikationswissenschaften, fo
rerseits bezieht sie sich auf die
lärkultur im Kontext der Ausein
›Massenkultur‹ und ›Kulturind
griff ›Populärkultur‹ zumeist sy
griffen verwendet wird. In der
fungieren die Begriffe ›Populär
kultur‹, wie in der Kommunika
Überbegriffe für die Untersuchu
ziehungsweise von populären M

Darüber hinaus können we
Marginalisierung von Populärk
kultur als Forschungsgegenstän
chigen und internationalen M
genannt werden: In der Populä
schung findet kaum eine dezidi
zung mit der spezifischen Medi
von Populär- und Popkulturen
Popkultur als Medium spielt we
auf die visuellen und ästhetische
turen eine Rolle.

Durch einen stärkeren Bezu
Popkulturforschung zur Mediali
ein instruktiver Dialog zwisch
Popkulturforschung und der M
möglicht werden. Zentral wäre i
nicht rein inhaltsbezogene, nic

leiner/Wilke 2012; Kleiner/Schulze 2013; ke 2015; Kleiner/Wilke 2017). Weiterhin nderen AG-Mitgliedern vereinzelt medi- aftlich fokussierte Populär- und Popkul- nter anderem im Kontext der Film- und enschaften, der Sound Studies und Pop- in der Auseinandersetzung mit digitalen ıren (vgl. z. B. Bielefeldt/Dahmen/Groß- ; Binas-Preisendörfer 2010; Stiglegger Ritzer/Stiglegger 2012; Reichert 2013, henke/Ramos/Wilke 2014; Schulze 2015; Schulze 2016; Stollfuß 2016).

hinaus konzentrieren sich weitere Ar- n der GfM auf die Erforschung von popu- nkulturen und Technologien, so unter an- G Animation, die AG Auditive Kultur und es, die AG Comicforschung oder die AG Zentrum dieser Arbeitsgruppen stehen die nologien sowie die medialen Bedingun- pulären Medienkulturen und nicht die po- ellen Angebote oder die Frage, welchen se auf die Entwicklung von Medienange- Medientechnologien ausüben.

gsfelder

wissenschaft bietet der Populär- und Pop- hung im Unterschied zur Kommunikati- chaft einerseits zwar mehr Integrations- rerseits werden Populär- und Popkulturen enuine Forschungsfelder der Medien(kul- schaft begriffen. Fachhistorisch betrachtet emeine Offenheit für Populärkulturen (al- r äußerst marginal für Popkulturen) in der sgeschichte der Medienwissenschaft im er Philologien in den 1970er Jahren be- ler vor allem mit Blick auf die Literaturwis- nd ihren Umgang mit populären Stoffen. e Ignoranz gegenüber der Populär- und als Gegenständen der Medienwissenschaft us der sich seit den 1990er Jahren verstär- isteswissenschaftlich orientierten Medien- aft.

internationalen Fachgesellschaften gibt es, schied zu den Kommunikationswissen- eine expliziten populär- oder popkulturel- nungsschwerpunkte, ebenso wenig Fach- die sich explizit der Erforschung des Popu- enden. Diese relative Abwesenheit von Pop ıltur als Gegenstände medienwissenschaft-

licher Forschung spiegelt sich auch in den medienwissenschaftlichen Handbüchern (u. a. Downing 2004; Kolker 2008; Schröter 2014), Einführungen und Überblickswerken (z. B. Bohn/Müller/Ruppert 1988; Rusch 2002; Hickethier 2003; Schnell 2003, 2004; Lüsebrink/Walter/Fendler/Stefani-Meyer/Vatter 2004; Liebrand/Schneider/Bohnenkamp/Frahm 2005; Winkler 2008; Laughey 2009; Pias 2010; Nerone 2013) sowie Lexika (vgl. etwa Faulstich 1979; Schanze 2002) wider. Das gleiche gilt für die Diskussion in den medienwissenschaftlichen Fachmagazinen (u. a. *Zeitschrift für Medienwissenschaft*; *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung*; *MEDIENwissenschaft*; *montage AV*; *Cahiers de l'AFECCAV*; *Cinema Journal*; *NECSus*).

Richtet die Medienwissenschaft ihre Aufmerksamkeit auf die Erforschung des Populären, dann bezieht sie sich hierbei, genauso wie die Kommunikationswissenschaft, einerseits auf den Gebrauch des Begriffs der ›Populärkultur‹ (*popular culture*), wie ihn die Cultural Studies verwenden (vgl. u. a. Stauff 2014). Die in den Cultural Studies nicht explizit existierende Unterscheidung zwischen Populärkultur und Popkultur wird von den Medienwissenschaften, wie von Kommunikationswissenschaften, fortgeschrieben. Andererseits bezieht sie sich auf die Diskussion der Populärkultur im Kontext der Auseinandersetzung mit der ›Massenkultur‹ und ›Kulturindustrie‹, wobei der Begriff ›Populärkultur‹ zumeist synonym mit diesen Begriffen verwendet wird. In der Medienwissenschaft fungieren die Begriffe ›Populärkultur‹ und ›Massenkultur‹, wie in der Kommunikationswissenschaft, als Überbegriffe für die Untersuchung des Populären beziehungsweise von populären Medienkulturen.

Darüber hinaus können weitere Gründe für die Marginalisierung von Populärkultur, Pop und Popkultur als Forschungsgegenstände in den deutschsprachigen und internationalen Medienwissenschaften genannt werden: In der Populär- und Popkulturforschung findet kaum eine dezidierte Auseinandersetzung mit der spezifischen Medialität und Technizität von Populär- und Popkulturen statt. Populär- und Popkultur als Medium spielt wesentlich nur mit Blick auf die visuellen und ästhetischen Aspekte dieser Kulturen eine Rolle.

Durch einen stärkeren Bezug der Populär- und Popkulturforschung zur Medialitätsforschung könnte ein instruktiver Dialog zwischen der Populär- und Popkulturforschung und der Medienwissenschaft ermöglicht werden. Zentral wäre in diesem Kontext der nicht rein inhaltsbezogene, nicht diskursive beziehungsweise nicht narrative Zugriff auf die Gegenstände der Populär- und Popkulturforschungen. Medien würden somit nicht primär als diskursive Effekte aufgefasst, vielmehr stünde die Erarbeitung von (Medien-)Wissen technischer, apparativer, historischer, mathematischer, kybernetischer oder ingenieurswissenschaftlicher Art im Mittelpunkt dieser Forschungsausrichtung. Hierbei würde das Erkenntnisinteresse nicht vorschnell auf die Frage nach der gesellschaftlichen Verwendung der Medien gelenkt; auch würde die umgehende Einbettung der Medienanalysen in gesamtgesellschaftliche Diskurse sowie eine Diskussion der Medien in Kategorien wie z. B. Sinn, Wirkung, Identität oder Manipulation vermieden – mit dem Resultat, dass der Blick von der Analyse der Eigensinnigkeiten sowie der Medialität beziehungsweise Technizität von Medien, ihrer Prozesshaftigkeit und tatsächlichen Operativität abgewendet würde.

Im Kontext der Populär- und Popkulturforschung liegt der Fokus auf der Popmusik. In den Medienwissenschaften hingegen spielen Musikanalysen nur eine untergeordnete Rolle, abgesehen von der Auseinandersetzung mit den auditiven Medienkulturen und Sound Studies (vgl. u. a. Schulze 2008; Sterne 2012; Volmar/Schröter 2013). Der Fokus liegt in diesen Studien vor allem auf der medialen Vermittlung von Sound-, Klang- und Hörkulturen.

Forschungsfragen

Anhand von drei Beispielen soll abschließend gezeigt werden, wie die Populär- und Popkulturforschung instruktiv in die Medien(kultur)wissenschaft integriert werden könnte. (1) Im Kontext der Filmwissenschaften könnte etwa genretheoretisch diskutiert werden, wie beziehungsweise ob die massen- oder populärkulturellen Genres durch Popkulturen verändert werden. Verändert etwa das Auftauchen von Leuten, die mit einem Popstar-Imago im Film auftauchen (z. B. Elvis oder Madonna) etwas an Genres? Was verändert sich durch die Integration von Popsubkulturen in Devianz-Rollen in Genres, in denen zuvor z. B. Gangster diese Stelle ausgefüllt haben? Wie verändern sich Musicals und Musikfilme durch Popmusik? Wie kann poptypisches Fantum medienwissenschaftlich beschrieben werden, das dazu führt, dass nicht nur Stars, sondern bestimmte Genre-Exemplare besonders gefeiert und auch weitergeführt werden (z.B im Kontext der YouTube-Fanfiction)? Hier könnten neben der Filmwissenschaft auch konkrete Forschungskoope-

rationen mit der AG Partizipations- und Fanforschung innerhalb der Gesellschaft für Medienwissenschaft (GfM) stattfinden.

(2) Die Popmusik könnte als Medienmusik analysiert werden, also mit Blick auf ihre vielfältigen Medialisierungs-, Technisierungs- und Ästhetisierungsformen, um so konkreter die Medialität des Musikalischen der Popmusik herauszuarbeiten. Diese Konzeption von Popmusik als Medienmusik geht davon aus, dass es »die spezifische ästhetische Relation zu den medientechnischen Vorrichtungen« sei, die

> »populäre Musik vor anderen auszeichnet und definiert. Sie ist die Musik der phonographischen Reproduktion und Übertragung, entstanden aus der massenhaften Verbreitung kultureller Produktion in den technischen Medien. [...] Die Distribution, und mit ihr die technische Reproduktion, sind von der populären Musik als einer auf massenhafte Verbreitung abzielende musikalische Form des 20. Jahrhunderts von vornherein mitgedacht [...]. [...] Medienästhetische Verfahren machen [...] einen großen Teil der musikalischen Innovationen der Popkultur aus« (Großmann 2008, 123; vgl. hierzu u. a. Segeberg/Schätzlein 2005).

Durch diesen Ansatz könnte die Populär- und Popkulturforschung einen Beitrag zur medienwissenschaftlichen Erforschung der Medialität und Ästhetik des Technischen und Digitalen im Feld populärer Klangkulturen und der Popmusik leisten.

(3) Bildungsprozesse in und durch populäre Kulturen, Popkulturen und populäre Medienkulturen könnten als Formen der Medienbildung aufgefasst werden. Als Medien kultureller Selbstverständigung könnten diese Kulturen als narrative Bildungsmedien und bildungsbezogene Gegenwartsdiagnosen analysiert werden, die Bildungsprozesse performativ aufführen. Populäre Kulturen, Popkulturen und populäre Medienkulturen sind kontingente Wahlgemeinschaften, die zeitbedingte Manifestationen von sozialen und kulturellen Prozessen darstellen, diese medialisieren (als Text, Bild, Ton usw.), soziale und kulturelle Erfahrungen bilden, Medienerfahrungen präsentieren, diese zu Medienereignissen und Aneignungserlebnissen machen, die in Lebenswelten überführt werden (können) und dabei (potentiell) performative (Selbst-)Bildungsräume eröffnen. Selbstbildung ist nur durch den Bezug auf ein Außen (Welt und Andere) möglich und ist daher nicht auf das Selbst als Erfahrungsraum reduziert. Dabei ist die Frage, was Bildung innerhalb dieser Kulturen bedeutet, nicht von der Frage zu trennen, welche bildende Funktion die Medien potentiell besitzen. Bildung ist zugleich Medienbildung, ebenso wie Kultur immer auch Medienkultur ist. Hierbei muss auch gefragt werden, zu welchen Selbstbildungsprozessen populäre Medienkulturen beitragen (können).

Durch diesen Ansatz kann ein Beitrag zur Bedeutung von medialisierten Bildungsprozessen im Kontext von Populär- und Popkulturen und zur ästhetischen Produktion von populär- und popkulturellem (Bildungs-)Wissen geleistet werden (vgl. u. a. Kleiner 2013, 2015, 2016, 2017). Aus dieser Perspektive ergeben sich zahlreiche Bezüge zur AG Medienkultur und Bildung in der Gesellschaft für Medienwissenschaft. Dies verdeutlicht etwa die Selbstverständniserklärung der Arbeitsgruppe auf der Website der GfM (GfM 2):

> »Die Arbeitsgruppe geht der Frage nach, wie ein sinnvolles und fruchtbares Konzept zur Medienbildung aus medienwissenschaftlicher Perspektive aussehen kann, welche Rolle medienwissenschaftliche Expertise in Bildungsszenarien spielt und nicht zuletzt welche Gestaltungsmöglichkeiten sich für die Medienwissenschaft eröffnen. Grundsätzlich sind Ansätze zu unterscheiden, bei denen es sich um den Einsatz von Medientechniken und -inhalten in Bildungskontexten handelt, um die Thematisierung medial geprägter Kulturtechniken oder um solche, die auf eine nachhaltige Verankerung von media literacy abzielen.«

Das Erkenntnisziel der Arbeitsgruppe besteht darin, wie es im Positionspapier (GfM 3) heißt, »die historischen, sozialen, kognitiven, identitätsstiftenden ästhetischen und normativen Dimensionen von Medienkulturen erfahrbar werden [zu] lassen, um eine ebenso reflektierte wie handlungsorientierte Partizipation an kollektiver kultureller Produktion zu ermöglichen«.

Eine intensivere Auseinandersetzung der Populär- und Popkulturforschungen mit den leitenden medienwissenschaftlichen Fachdiskursen könnte, wie diese Beispiele zeigen, einen verstärkten Dialog zwischen der Medienwissenschaft und den Populär- und Popkulturforschungen ermöglichen. Darüber hinaus wird das Verbleiben der Populär- und Popkulturforschungen im disziplinären Rahmen der Medienwissenschaften in Zukunft auch davon abhängen, welchen Einfluss diese Forschungsansätze auf die medienwissenschaftlichen Fachdebatten und die Entwicklung der Disziplin nehmen.

Literatur

Bielefeldt, Christian/Dahmen, Udo/G
PopMusicology. Perspektiven der P
Bielefeld 2007.

Binas-Preisendörfer, Susanne: Klänge
dialen Verfügbarkeit. Popmusik auf
in lokalen Kontexten. Bielefeld 2010

Bohn, Rainer/Müller, Eggo/Ruppert, F
ner künftigen Medienwissenschaft.

Downing, John (Hg.): The SAGE Hand
dies. Thousand Oaks 2004.

Faulstich, Werner (Hg.): Kritische Stic
senschaft. München 1979.

Faulstich, Werner (Hg.): Grundwissen
2004.

Großmann, Rolf: Die Geburt des Pop a
nographischen Reproduktion. In: Ch
Dahmen/Rolf Großmann (Hg.): Pop
tiven der Popmusikwissenschaft. Bie

Hickethier, Knut: Einführung in die M
Stuttgart/Weimar 2003.

Kleiner, Marcus S.: Apocalypse (Not) N
Bildungsprozesse in Populären Medi
spiel der US-amerikanischen Fernse
Dead«. In: Ders./Thomas Wilke (Hg
und Medialität Populärer Kulturen.
Praktiken. Wiesbaden 2013, 225–252

Kleiner, Marcus S.: Frontierland. Speku
gen, Grenzziehungen und Grenzüber
US-amerikanischen Mystery-Serie »
Ders./Thomas Wilke (Hg.): Pop & M
Erkenntnisprozesse in Populärkultur
95–142.

Kleiner, Marcus S.: Kaputte Typen. Mä
erzählung und Männerfreundschaft
»True Detective«. In: Mark Arenhöve
Sanders (Hg.): Wissenssümpfe. Die F
Detective« aus sozial- und kulturwiss
winkeln. Wiesbaden 2016, 135–161.

Kleiner, Marcus S.: Medien der Angst.
US-amerikanischen Fernsehserien »
Cell«. In: MedienPädagogik. Zeitschr
Praxis der Medienbildung. Themenh
Neue Fernsehserien und ihr Potenzia
Medienpädagogik, 117–137.

Kleiner, Marcus S./Schulze, Holger (Hg
als dysfunktionale Internationale. Bie

Kleiner, Marcus S./Szepanski, Achim (H
Über elektronische und digitale Mus
2003.

Kleiner, Marcus S./Wilke, Thomas (Hg.
und Medialität Populärer Kulturen: T
Praktiken. Wiesbaden 2012.

Kleiner, Marcus S./Wilke, Thomas (Hg.
Spekulative Erkenntnisprozesse in Po
feld 2015.

Kleiner, Marcus S./Wilke, Thomas (Hg.
schaftskulissen: Über Wissenschaftsf
Medienkulturen. Bielefeld 2017.

trennen, welche bildende Funktion die
ntiell besitzen. Bildung ist zugleich Medi-
benso wie Kultur immer auch Medien-
erbei muss auch gefragt werden, zu wel-
ildungsprozessen populäre Medienkul-
en (können).
esen Ansatz kann ein Beitrag zur Bedeu-
edialisierten Bildungsprozessen im Kon-
pulär- und Popkulturen und zur ästheti-
ktion von populär- und popkulturellem
Vissen geleistet werden (vgl. u. a. Kleiner
2016, 2017). Aus dieser Perspektive er-
ahlreiche Bezüge zur AG Medienkultur
; in der Gesellschaft für Medienwissen-
verdeutlicht etwa die Selbstverständnis-
r Arbeitsgruppe auf der Website der GfM

tsgruppe geht der Frage nach, wie ein sinn-
fruchtbares Konzept zur Medienbildung aus
ssenschaftlicher Perspektive aussehen kann,
le medienwissenschaftliche Expertise in Bil-
arien spielt und nicht zuletzt welche Gestal-
lichkeiten sich für die Medienwissenschaft
Grundsätzlich sind Ansätze zu unterschei-
nen es sich um den Einsatz von Medientech-
-inhalten in Bildungskontexten handelt, um
tisierung medial geprägter Kulturtechniken
olche, die auf eine nachhaltige Verankerung
literacy abzielen.«

nisziel der Arbeitsgruppe besteht darin,
sitionspapier (GfM 3) heißt, »die histori-
len, kognitiven, identitätsstiftenden äs-
nd normativen Dimensionen von Medi-
erfahrbar werden [zu] lassen, um eine
ktierte wie handlungsorientierte Partizi-
ollektiver kultureller Produktion zu er-

nsivere Auseinandersetzung der Populär-
turforschungen mit den leitenden medi-
aftlichen Fachdiskursen könnte, wie diese
igen, einen verstärkten Dialog zwischen
wissenschaft und den Populär- und Pop-
ungen ermöglichen. Darüber hinaus wird
en der Populär- und Popkulturforschun-
ziplinären Rahmen der Medienwissen-
Zukunft auch davon abhängen, welchen
se Forschungsansätze auf die medienwis-
nen Fachdebatten und die Entwicklung
n nehmen.

Literatur

Bielefeldt, Christian/Dahmen, Udo/Großmann, Rolf (Hg.): PopMusicology. Perspektiven der Popmusikwissenschaft. Bielefeld 2007.

Binas-Preisendörfer, Susanne: Klänge im Zeitalter ihrer medialen Verfügbarkeit. Popmusik auf globalen Märkten und in lokalen Kontexten. Bielefeld 2010.

Bohn, Rainer/Müller, Eggo/Ruppert, Rainer: Ansichten einer künftigen Medienwissenschaft. Berlin 1988.

Downing, John (Hg.): The SAGE Handbook of Media Studies. Thousand Oaks 2004.

Faulstich, Werner (Hg.): Kritische Stichwörter Medienwissenschaft. München 1979.

Faulstich, Werner (Hg.): Grundwissen Medien. München 2004.

Großmann, Rolf: Die Geburt des Pop aus dem Geist der phonographischen Reproduktion. In: Christian Bielefeldt/Udo Dahmen/Rolf Großmann (Hg.): PopMusicology. Perspektiven der Popmusikwissenschaft. Bielefeld 2008, 119–134.

Hickethier, Knut: Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart/Weimar 2003.

Kleiner, Marcus S.: Apocalypse (Not) Now? Performative Bildungsprozesse in Populären Medienkulturen – am Beispiel der US-amerikanischen Fernseh-Serie »The Walking Dead«. In: Ders./Thomas Wilke (Hg.): Performativität und Medialität Populärer Kulturen. Theorien, Ästhetiken, Praktiken. Wiesbaden 2013, 225–252.

Kleiner, Marcus S.: Frontierland. Spekulative Grenzerfahrungen, Grenzziehungen und Grenzüberschreitungen in der US-amerikanischen Mystery-Serie »Supernatural«. In: Ders./Thomas Wilke (Hg.): Pop & Mystery. Spekulative Erkenntnisprozesse in Populärkulturen. Bielefeld 2015, 95–142.

Kleiner, Marcus S.: Kaputte Typen. Männlichkeit als Krisenerzählung und Männerfreundschaft als (Er-)Lösung in »True Detective«. In: Mark Arenhövel/Anja Besand/Olaf Sanders (Hg.): Wissenssümpfe. Die Fernsehserie »True Detective« aus sozial- und kulturwissenschaftlichen Blickwinkeln. Wiesbaden 2016, 135–161.

Kleiner, Marcus S.: Medien der Angst. Terrorbildung in den US-amerikanischen Fernsehserien »24« und »Sleeper Cell«. In: MedienPädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung. Themenheft Nr. 26 (2017): Neue Fernsehserien und ihr Potenzial für eine kritische Medienpädagogik, 117–137.

Kleiner, Marcus S./Schulze, Holger (Hg.): SABOTAGE. Pop als dysfunktionale Internationale. Bielefeld 2013.

Kleiner, Marcus S./Szepanski, Achim (Hg.): Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik. Frankfurt a. M. 2003.

Kleiner, Marcus S./Wilke, Thomas (Hg.): Performativität und Medialität Populärer Kulturen: Theorien, Ästhetiken, Praktiken. Wiesbaden 2012.

Kleiner, Marcus S./Wilke, Thomas (Hg.): Pop & Mystery. Spekulative Erkenntnisprozesse in Populärkulturen. Bielefeld 2015.

Kleiner, Marcus S./Wilke, Thomas (Hg.): Populäre Wissenschaftskulissen: Über Wissenschaftsformate in Populären Medienkulturen. Bielefeld 2017.

Kolker, Robert (Hg.): The Oxford Handbook of Film and Media Studies. Oxford 2008.

Laughey, Dan: Media Studies: Theories and Approaches. Harpenden 2009.

Liebrand, Claudia/Schneider, Irmela/Bohnenkamp, Björn/Frahm, Laura (Hg.): Einführung in die Medienkulturwissenschaft. Münster 2005.

Lüsebrink, Hans-Jürgen/Walter, Klaus Peter/Fendler, Ute/Stefani-Meyer, Georgette/Vatter, Christoph: Französische Kultur- und Medienwissenschaft. Eine Einführung. Tübingen 2004.

Mundhenke, Florian/Ramos, Fernando/Wilke, Thomas (Hg.): Mashups. Neue Praktiken und Ästhetiken in populären Medienkulturen. Wiesbaden 2014.

Nerone, John (Hg.): Media History and the Foundations of Media Studies, Bd. 1: The International Encyclopedia of Media Studies. Malden 2013.

Papenburg, Jens Gerrit/Schulze, Holger (Hg.): Sound as Popular Culture: A Research Companion. Cambridge, Mass. 2016.

Pias, Claus (Hg.): Was waren Medien? Berlin 2010.

Reichert, Ramón: Die Macht der Vielen: Über den neuen Kult der digitalen Vernetzung. Bielefeld 2013.

Reichert, Ramón: Selfies – Selbstthematisierung in der digitalen Bildkultur. Bielefeld 2017.

Ritzer, Ivo/Stiglegger, Marcus (Hg.): Global Bodies. Mediale Repräsentationen des Körpers. Berlin 2012.

Rusch, Gebhard (Hg.): Einführung in die Medienwissenschaft. Konzeptionen, Theorien, Methoden, Anwendungen. Wiesbaden 2002.

Schanze, Helmut (Hg.): Metzler Lexikon Medientheorie/Medienwissenschaft. Ansätze, Personen, Grundbegriffe. Stuttgart/Weimar 2002.

Schnell, Ralf (Hg.): Konzeptionen der Medienwissenschaft I (= LiLi. Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 132 [2003]).

Schnell, Ralf (Hg.): Konzeptionen der Medienwissenschaft II (= LiLi. Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 133 [2004]).

Schröter, Jens (Hg.): Handbuch Medienwissenschaft. Stuttgart/Weimar 2014.

Schulze, Holger (Hg.): Sound Studies: Traditionen – Methoden – Desiderate. Eine Einführung. Bielefeld 2008.

Schulze, Holger: American Progress. Nerdkultur, akrobatische Komik und Commedia dell'arte. Wiesbaden 2015.

Segeberg, Harro/Schätzlein, Frank (Hg.): Sound. Zur Technologie und Ästhetik des Akustischen in den Medien. Marburg 2005.

Stauff, Markus: Cultural Studies. In: Jens Schröter (Hg.): Handbuch Medienwissenschaft. Stuttgart/Weimar 2014, 516–522.

Sterne, Jonathan (Hg.): The Sound Studies Reader. New York 2012.

Stiglegger, Marcus: Terrorkino: Angst/Lust und Körperhorror. Berlin 2010.

Stiglegger, Marcus: Nazi-Chic und Nazi-Trash. Faschistische Ästhetik in der populären Kultur. Berlin 2011.

Stollfuß, Sven: Cyborg-TV. Genetik und Kybernetik in Fernsehserien. Wiesbaden 2016.
Volmar, Axel/Schröter, Axel (Hg.): Auditive Medienkulturen. Techniken des Hörens und Praktiken der Klanggestaltung. Bielefeld 2013.
Winkler, Hartmut: Basiswissen Medien. Frankfurt a. M. 2008.

Websites

GfM 1: https://www.gfmedienwissenschaft.de/ag-populaer kultur-und-medien (23.3.2017).
GfM 2: https://www.gfmedienwissenschaft.de/ag-medien kultur-und-bildung (23.3.2017).
GfM 3: https://media.wix.com/ugd/3961dd_d3f6c0806fdb4f ab96150ce6959de750.pdf (23.3.2017).

Marcus S. Kleiner

60 Germanistik

Um das Jahr 2000 »kursierte« der Pop-Begriff plötzlich »allerorten – in Feuilletons der Tages- und Wochenzeitungen und in Literaturzeitschriften ebenso wie in Verlagsprospekten, in Kneipengesprächen oder sogar in literaturwissenschaftlichen Seminaren« (Schäfer 2003, 7). Die wissenschaftliche Arbeit konnte dabei von einer Reihe germanistischer Überblicksdarstellungen profitieren, die dank begriffsgeschichtlicher Anstrengung für eine »bessere historische Kenntnis des Pop-Konzepts« (Hecken 2009, 464) sorgten. Die Germanistik hatte bis dahin mit wenigen Ausnahmen einen Bogen um Pop gemacht, wohl nicht zuletzt deshalb, weil erst zur Jahrtausendwende eine veränderte, von poststrukturalistischen oder kulturwissenschaftlichen Aspekten geprägte akademische Debatte es mit Blick auf die individuellen Karrieren »einigermaßen risikolos« erscheinen ließ, sich des Pop-Themas wissenschaftlich anzunehmen (ebd.).

Jörgen Schäfer hatte 1998 mit seiner Monografie zu Rolf Dieter Brinkmann das Startsignal gegeben und dafür plädiert, die bis in die 1960er Jahre zurückreichende Genealogie des Pop nicht außer Acht zu lassen. Auch Johannes Ullmaiers materialreiche »Reise durch die Popliteratur« steht schon mit ihrem Titel für eine historisch breiter angelegte Sicht auf die Popliteratur: »Von Acid nach Adlon«, also von Brinkmanns gemeinsam mit Ralf-Rainer Rygulla herausgegebener Darstellung einer ›neue[n] amerikanischen Szene‹ der Beat- und Pop-Literatur bis zu den Dandys von »Tristesse Royale« sei diese zu verfolgen (Ullmaier 2001). Die knapp gefasste Darstellung von Thomas Ernst ist ähnlich konzipiert, versucht aber mit kulturkritischer Attitüde erst gar nicht, in den Arbeiten Christian Krachts oder Benjamin von Stuckrad-Barres etwas anderes zu sehen als die marktorientierte Reproduktion von »Fernseh- und Lifestyle-Sprache« (Ernst 2001, 74; vgl. Jung 2002). Durch die Konjunktur der Jahrtausendwende rückt Popliteratur rasch auch in den Fokus der didaktischen Aufmerksamkeit und wird für den Deutschunterricht der Sekundarstufe (Frank 2003; vgl. Kaulen 2002) sowie für Universitätszusammenhänge in einführender Form aufbereitet (Degler/Paulokat 2008; Hecken/Kleiner/Menke 2015).

Ihr Erfolg in der akademischen Szene, der Umstand, »daß Pop auch unter Germanisten neuerdings als Innovationsschlagwort gilt«, wird von journalistischer Seite umgehend als »Indikator dafür« gewertet, »daß die Popliteratur [tatsächlich] in den letzten Zügen liegt« (Schneider 2003). Dies mag dem üblichen

Reflex des »bürgerl
das sich seit jeher »ni
»einlassen« wollte ur
genheit« – »sobald
stürzten sozusagen«
necke 2007, 370). M
die Literaturkritik d
vermeintlich angesta
sucht, von dem aus
wissenschaftlichen
auf wirkliche Erken
zu können glaubt, w
nen – so Hegels beka
nerva beginnt erst
rung ihren Flug« (He

Auch Jost Herma
fischen Auseinander
ersten eines German
Unternehmen sei: »
abgeschlossen und
»einer theoretischen
sei (Hermand 1971,
schaft »eine zeitliche
Jahren« eingefordert
welche aktuellen Fra
wie Hermand süffisa
sucht also gewisser
Klappe zu schlagen:
Akten zu legen und z
gen Konkurrenten in
genwärtige Phänom
auszustechen. Dies w
ner gewissen Dringl
Feuilletons die »gen
akademischen Stand
ins Hintertreffen ge
2015, 225).

Die in vielen Varia
de der Popliteratur »
mit ihr ein Phänom
und wohl auch von
potential vorliegt (G
gibt es die Germanist
ganz ohne den notor
Anerkennung dafür,
erst mit dreißigjährig
sche Entwicklung rea
der Pop-Forschung
ner »Aufgabe [...], die
raturgeschichte war,
mit Gegenwartslitera