

Medien / Kultur

Bereichsrezension: Populärkulturforschung

Roger Lüdecke (Hg.): Kommunikation im Populären. Interdisziplinäre Perspektiven auf ein ganzheitliches Phänomen

Bielefeld: transcript 2011, 346 S., ISBN 978-3-8376-1833-4, € 33,80

Marcus S. Kleiner, Michael Rappe (Hg.): Methoden der Populärkulturforschung. Interdisziplinäre Perspektiven auf Film, Fernsehen, Musik, Internet und Computerspiele

Berlin: LIT Verlag 2012 (Populäre Kultur und Medien, Bd. 3), 456 S., ISBN 978-3-643-11159-3, € 39,90

Florian Niedlich (Hg.): Facetten der Popkultur. Über die ästhetische und politische Kraft des Populären

Bielefeld: transcript 2012, 225 S., ISBN 978-3-8376-1728-3, € 25,80

Fast zehn Jahre nach Erscheinen von Hans-Otto Hügels nützlichem *Handbuch Populäre Kultur* (vgl. meine Rezension in *MEDIENwissenschaft* 1/2004, S.61-65) ist es an der Zeit, einen Blick auf die aktuelle deutschsprachige Forschung zur Populärkultur zu werfen. Hügel unterteilt die Geschichte der Populären Kultur in Deutschland grob in sechs Phasen, in denen die Leitmedien vom Familienblatt (Mitte des 19. Jahrhunderts, Phase 1) bis zum Fernsehen (Ende des 20. Jahrhunderts, Phase 6) reichen. (S.18-19) Der bereits bei Veröffentlichung des Handbuchs 2003 in vollem Gange befindliche Medienumbruch markiert das Ende von Phase 6. Was technische Artefakte der Populären Kultur anbelangt, war

es schon damals nicht auf der Höhe der Zeit. Ein Gerät wie die (analoge) Kleinbildkamera – mit eigenem Eintrag im *Handbuch Populäre Kultur* – hat heute (außer in der künstlerischen Fotografie, bei Sammlern und Puristen) nur noch historische Bedeutung und ist mithin für die Populärkultur der Gegenwart irrelevant geworden. Das *Handbuch* müsste eigentlich *Geschichte der Populären Kultur* heißen, denn es dokumentiert vor allem in Gebieten, welche die Mediennutzung einer jüngeren und mittleren Generation betreffen, seine eigene Obsoleszenz. Formen der medialen Kommunikation des Populären im 21. Jahrhundert scheinen von traditionellen und konventionellen Praktiken, wie sie Hans-Otto Hügel auffächert, abgekoppelt zu sein. Neue

technische Artefakte generieren ihrerseits neue Formen der Kommunikation, spezifische Ästhetiken und ungeahnte Möglichkeiten der Dissemination. So wird eine noch zu beschreibende siebte Phase der Populärkultur durch eine Dominanz digitaler Medien in allen Lebensbereichen gekennzeichnet, die in der Kulturwissenschaft weder ontologisch erschlossen, geschweige denn epistemologisch ausreichend fundiert ist.

Die hier vorgestellten Sammelbände zeigen u.a. auf, was die tiefgreifende Digitalisierung von Mediensegmenten konzeptuell und phänomenologisch für die Erforschung der Populärkultur impliziert. Darüber hinaus bündeln die Sammelbände die Erkenntnisse von Einzelwissenschaften über die Welt des Populären, und zwar mit einer Betonung multiperspektivischer Formen der Annäherung an diese kulturelle Sphäre. Sie demonstrieren, wie sich die Analyse der Populärkultur zu einem inter- und transdisziplinären Forschungsfeld gewandelt hat. Sie verdeutlichen außerdem, dass nicht nur in den USA, der Hochburg der Popular Culture Studies, die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Populärer Kultur zu fruchtbaren Ergebnissen führt. Sie führen (in methodologischer Hinsicht) nicht zuletzt einen Schritt näher an einen theoretischen Überbau für die Populär- und Popkulturforschung heran.

Das Buch *Kommunikation im Populären* behandelt zunächst schwerpunktmäßig das Verhältnis von Literatur und Popularität. Christian Huck schlägt eine terminologische Unterscheidung der Begriffe Populärliteratur und Pop-

literatur vor. Popliteratur lasse sich als „Reflexionsmedium der Populärliteratur bzw. Populärkultur“ beschreiben. (S.46) Huck differenziert populärliterarische und kunstliterarische Texte nach dem Kriterium der Determiniertheit des ‚Visuellen‘. (S.52) Eric Baudner, Gero Brümmer und Martin Henrich definieren Pop als „diskursiv-performatives Phänomen“ (S.69), das „die taxonomische Determiniertheit kultureller Objekte untergräbt und diesen ermöglicht, beliebig häufig den Statuswechsel zwischen Hoch-, Volks- und Subkultur zu vollziehen.“ (S.71) Am Beispiel einer rezeptionsästhetischen Betrachtung des sogenannten Popromans (z.B. *Harry Potter*) spezifizieren die Autoren die kommunikativen Rahmenbedingungen, die als „Vereindeutigung“ klassifiziert werden. (S.84)

Musik, Fernsehen, Internet und Comic werden unter populäre „Konkurrenzmedien“ subsumiert und in einem separaten Abschnitt analysiert. (S.139) Dirk Matejovski widmet sich einem Produkt des fiktionalen amerikanischen Qualitätsfernsehens, der TV-Serie *The Sopranos* (1999–2007) von David Chase. Matejovski bezeichnet die Serie adäquat als „eine Art Enzyklopädie der populären Kultur“ (S.183), ein Etikett, das auch für andere amerikanische Kultserien aus dem letzten Jahrzehnt zutrifft. Zu den untersuchten mikrostrukturellen Aspekten von *The Sopranos* gehören die Motive des Konsums und der Adipositas. Von dort arbeitet Matejovski zielgerichtet die makrostrukturelle ästhetische Komplexität der Serie heraus. In einem wei-

teren Beitrag, „Vampirismus im Web 2.0“, untersuchen Kim Barthel und Anna Hutnik die populärkulturellen und genrespezifischen Charakteristika in Online-Fanfiction am Beispiel der erfolgreichen *Twilight*-Saga (2005–2008) von Stephenie Meyer.

Der dritte Abschnitt wirft einen genealogischen Blick auf das Populäre. Susanne Keuneke verfolgt den historischen Konnex zwischen der Popularisierung des Mediums Buch und der Evokation von Medienangst. Vittoria Borsò befasst sich in „Mexikanische Profanierungen“ abschließend mit dem Werden der Populärkultur in Lateinamerika, der *cultura popular*. Sie konzentriert sich auf den mexikanischen Essayisten Carlos Monsiváis, dessen Œuvre eine Kontingenz der Populärkultur indiziert: „Gerade die Unbestimmtheit der kontingenten Ereignisse des Populären entfaltet aber das selbstreflexive Potential für die Analyse des Kulturellen. Denn Populärkultur bringt all dies ins Spiel, was die klassische Epistemologie verschmäht hat, Materie, Körper, Gegenwart, Transitorisches, Kontingentes und damit auch Tod, und transformiert die binomische Relation zu den Gegensätzen durch temporäre Übergänge.“ (S.343) Der literatur- und kulturwissenschaftliche Zugang zur Populärkultur erweist sich in diesem Buch insgesamt als gewinnbringend für die Analyse ihrer Artefakte. Nebenbei erfahren die Leser etwas über kuriose Erscheinungsformen der Medienwelt wie den Umstand, dass die Filmfigur „Darth Vader“ ein Benutzerkonto bei Twitter besitzt. (S.81)

Der Sammelband *Methoden der Populärkulturforschung* von Marcus S. Kleiner und Michael Rappe widmet sich einem breiten Spektrum von populärkulturellen Formen und Produkten sowie einer Reihe differenzierter Analyseansätze. Unter den hier behandelten Werken repräsentiert dieses Buch zusammen mit *Kommunikation im Populären* am besten das *coming-of-age* der Populärkulturforschung in Deutschland. Die Methodendiskussion zielt darauf ab, die wissenschaftlichen Befunde zu systematisieren und auf einer Metaebene darzustellen. Gemäß der Zielsetzung des Bandes, *Methoden der Populärkulturforschung* vorzustellen, lassen sich zum einen Forschungsperspektiven prüfen (Vgl. S.29); zum anderen bieten die als Fallanalysen angelegten Beiträge einen guten Einblick in die Mechanismen und die Dynamik Populärer Kultur.

Nach einer vergleichsweise ausführlichen Einführung in die Thematik werden die drei großen Untersuchungsfelder Film/Fernsehen, Musik und Internet/Computerspiele ausgebreitet. Marcus Stiglegger führt die Seduktionstheorie (nach Jean Baudrillards Modell der ‚séduction‘) als Methode der Populärkulturforschung vor, wobei Philippe Grandrieux' Kinofilm *Sombre* (1998) als Untersuchungsobjekt dient. Der Thriller sei „Anti-Pop“, weil er sich „über die unkonventionelle Inszenierung des Geschehens dezidiert abgrenzt von einer Vereinnahmung durch die populäre Kultur und die populären Atavismen gegen eine affirmative Lesart richtet.“ (S.109) Hendrik Buhl legt ein produktanalytisches Verfahren der Fernsehanalyse dar,

welches an der *Tatort*-Folge *Mit rubiger Hand* (2009) veranschaulicht wird.

Das Kapitel über Musik bildet vom Umfang her den Schwerpunkt des Bandes. Dietmar Elflein konkretisiert einen musikwissenschaftlichen Zugang zu Populärer Musik am Beispiel von Heavy Metal, Rock, Hip Hop und Disco. Steffen Lepa führt aus, was – vor dem Hintergrund der Mediatisierung von Musik – das wahrnehmungspsychologische ‚Affordanz‘-Konzept (nach James J. Gibson) für eine Methodologie der musikbezogenen Populärkulturforschung impliziert. Thomas Wilke befasst sich mit dem deutschen Hip-Hop-Song *Rhymes Galore* (1999) von DJ Tomekk. Wilke gründet seine Analyse populärkultureller Artefakte auf der Auffassung von Populärkultur als Dispositiv.

Der letzte Abschnitt von *Methoden der Populärkulturforschung* befasst sich mit Spezifika (z.B. Web 2.0-Themen und Bildpraxen) der digitalen Medienkultur. Mario Anastasiadis untersucht Fan-Kommunikation im Social Web am Beispiel der Facebook-Aktivitäten um die amerikanische Band *Naturally*. Petra Missomelius wählt als Analyseobjekt private Fotografien in online-Netzwerken als Teil der Populärkultur. Sie stellt fest, „dass sich auf Flickr ein Konsens bezüglich fotografischer Codes ausgebildet hat.“ (S.370) Auf der Fotoplattform Flickr habe sich unter den Nutzern eine „Huldigungskultur“ entwickelt. (S.373) Petra Missomelius kommt zu dem Ergebnis, die private online-Fotografie sei „nicht nur Teil der Ästhetisierung des Alltags [...], sondern ebenso in die diskursive und soziale

Konstruktion von Wirklichkeit involviert.“ (S.378) In dem Beitrag „Cyborg Visuality, Popularized“ reflektiert Sven Stollfuß die Reziprozität von Wissenschaft und Populärkultur am Beispiel digitaler (Körperinnen-)Visualisierungen. Er schlussfolgert: „Insofern lässt sich vorerst eine hybride Bildkultur vor allem zwischen Medizinwissenschaft und Populärkultur feststellen, die sich besonders vor dem Hintergrund der Praxen und ihrer Medientechniken abspielt, in welchen Strategien bildgebender Verfahren formgebend zu sein scheinen und sich demgemäß auf visuelle Episteme nachhaltig auswirken.“ (S.409)

Es ist ein Charakteristikum dieses Bandes, dass der Versuch unternommen wird, Populärkultur und Popkultur zu semantisieren. Gisa Jähnichen umreißt Populärkultur so: „Aus philosophisch-anthropologischer Sicht ist Populärkultur ein substantielles Phänomen, das unabhängig von der ideellen Konstruktion seines Begriffes in unzähligen materiellen und immateriellen Erscheinungsformen existiert.“ (S.168) Holger Schulze versteht Popkultur mit einer „historischen Signatur“ und konstatiert: „Popkultur ist – am Beginn des zweiten Jahrzehnts im 21. Jahrhundert – alles, was dazu taugt als Mem (genauer: als sogenanntes Internet-Mem) digital weiterverbreitet zu werden.“ (S.196) Die Semantisierung läuft darauf hinaus, die immaterielle Qualität Populärer Kulturen und popkultureller Erfahrung zu substantiieren.

Der Band *Facetten der Popkultur* ist kulturwissenschaftlich ausgerichtet und legt den Fokus – wie es der Untertitel besagt –, auf die „ästhetische und politische Kraft des Populären“. Statt einzelne Teilbereiche der Populärkultur systematisch unter die Lupe zu nehmen, wie die zuvor behandelten Werke, kreist dieser Band um die Themen Identitätsfindung, Parodie und Geschichte(n). In puncto Prägnanz und Kompetenz stehen die sich zumeist auf aktuelle Medienphänomene beziehenden Beiträge den Analysen in den oben genannten Büchern in nichts nach.

Marcus S. Kleiner diskutiert das Filmsujet des Alter(n)s am Beispiel von Darren Aronofskys *The Wrestler* (2008). Alexander Kluger beleuchtet die populärkulturelle Figur des Cyborg anhand der langlebigen *Terminator*-Saga (1984–2009). In dem Beitrag „Pop, Parodie und Profanierung“ bestimmt Robert Fajen das Verhältnis von Parodie und Popkultur. Parodien, so Fajen, „stehen nicht außerhalb des Systems der postmodernen Popkultur, sondern sind ihr fester, wenn auch etwas anarchischer Bestandteil.“ (S.138) Fajen diagnostiziert eine „Ambivalenz der Parodie zwischen Affirmation und Kritik“ der Popkultur. (S.138) Am Beispiel der parodistischen Fernsehserie *Switch Reloaded* (seit 2007) verdeutlicht Fajen, wie sich ein Produkt der gegenwärtigen Medienkultur als Profanierung (nach Giorgio Agamben) fassen lässt. Den Schluss bildet ein weiterer beachtenswerter Beitrag, „Eschatologie in der amerikanischen

Populärkultur“ von Pascal Fischer. Der Autor formuliert die These: „In den USA besitzen apokalyptische Vorstellungen eine immense kulturelle Präsenz.“ (S.201) Im Folgenden wird der Konnex von Religion, Populärkultur und Politik herausgearbeitet – mit der erfolgreichen *Left Behind*-Romanserie (1995–2007) von Tim LaHaye und Jerry B. Jenkins als Untersuchungsobjekt. Pascal Fischer belegt für *Left Behind* die „Paradoxie einer antisemitischen und zugleich prozionistischen Haltung.“ (S.212) Der Sammelband *Facetten der Popkultur* stellt eine sinnvolle Ergänzungslektüre zu den umfangreicheren, inhaltlich stärker ausdifferenzierten Werken *Methoden der Populärkulturforschung* und *Kommunikation im Populären* dar.

Matthias Kuzina (Walsrode)