

6. Jahrestagung der AG Populäre Kultur und Medien
in der Gesellschaft für Medienwissenschaft (GfM)

MANAGING POPULAR CULTURE?

Zur Entstehung des Populären zwischen Emergenz und Strategie

30. Januar bis 1. Februar 2014

Karlshochschule International University, Karlsruhe

CALL FOR PAPERS

Wie entsteht Populäre Kultur? Diese bewusst weit gefasste Frage steht im Mittelpunkt der sechsten Jahrestagung der AG Populäre Kultur und Medien. Dabei soll insbesondere die Intersektion ökonomischer, kultureller und sozialer Aspekte der Entstehung von Pop in den Blick genommen werden. Häufig geht es in diesem Kontext um strategisch ausgerichtete Plan- und Machbarkeitshoffnungen einerseits und die Betonung der emergenten, kreativen, subversiven und mithin: unkontrollierbaren Seite populärer Phänomene andererseits. Während die erstgenannte Perspektive tendenziell mit ökonomisch orientierten Managementansätzen verknüpft ist, d.h. eine bewusste Steuerung und Richtungsweisung chaotischer Grundsituationen anstrebt, steht die letztgenannte eher in der Tradition von ästhetischen und gesellschaftsanalytisch orientierten Forschungsansätzen, die bisweilen die konkreten und oftmals kommerziellen Produktionsbedingungen von Pop ausblenden.

Die Fragestellung der Tagung strebt an, die hier schematisch skizzierte Dichotomie von Strategie und Emergenz, top-down- und bottom-up-Prozessen, von Planung und Rhizomatik zu hinterfragen, neu zu tarieren oder gar aufzulösen. Ziel ist es, die kommerziellen, medienkulturellen und sozialen Mechanismen und Automatismen sichtbar zu machen und zu analysieren, die zu Trends, Hypes sowie populärkulturellen Praktiken und Diskursen führen.

Die Tagung ist offen für vielfältige Interpretationen und Verbindungen der Begriffe Pop, (nicht nur monetärer) Ökonomie und Management, die jeweils als kulturelle Phänomene verstanden werden. Vor diesem Hintergrund sind beispielsweise Arbeiten eingeladen, die zu populären Finanzierungsmodellen wie Crowdfunding, zur kommerziellen App-Culture, zum Phänomen der Creative Commons oder zu rechtlichen Rahmenbedingungen digitaler Kultur forschen. Ebenso willkommen sind Beiträge, die die genannten Begriffe weit interpretieren und beispielsweise nach *populären*

Ökonomien jenseits klassischer finanziell-kommerzieller Prozesse fragen oder untersuchen, wie Wirtschaft selbst zu Pop werden kann – etwa beim *Popstatus* von Marken (etwa *Apple* oder *RedBull*) oder Managerfiguren von Rockefeller bis Steve Jobs.

PROPOSALS

Die Jahrestagung der AG Populäre Kultur und Medien ist interdisziplinär angelegt und richtet sich an WissenschaftlerInnen aller Forschungsfelder, die sich mit Phänomenen ‚Pop‘ bzw. populärer Kultur auseinandersetzen. Theoretische, empirische und kritisch angelegte Projekte sind gleichermaßen willkommen. Eine Mitgliedschaft in der AG ist für die Teilnahme nicht erforderlich.

Die Deadline ist abgelaufen.

SONDERFORMAT SAMSTAG, 1. FEBRUAR: FORSCHUNGSWORKSHOP

Am Samstag, den 1. Februar findet als Teil der Jahrestagung der AG ein Forschungsworkshop statt, der sich gleichermaßen an ProfessorInnen, Postdocs, DoktorandInnen und Studierende in der Abschlussphase richtet, die aus laufenden Forschungsprojekten berichten möchten. Der Forschungsworkshop soll einen intensiven kollegialen Austausch über *work in progress* Projekte ermöglichen und insbesondere offene Fragen, methodische oder konzeptionelle Herausforderungen adressieren und lösen helfen. Das Spektrum umfasst dabei alle Stadien des wissenschaftlichen und administrativen Arbeitens, von Unklarheiten bei der Strukturierung einer Arbeit, über theoretische, konzeptionelle oder empirische Fragen, bis hin zur Beantragung von Fördergeldern.

Um den Vorstellungen konstruktiv gerecht zu werden, sind 15-minütige Präsentationen geplant, denen sich jeweils direkt eine ca. 30-minütige Phase für Diskussionen und Erfahrungsaustausch anschließt. Bitte beachten Sie:

- Der Forschungsworkshop ist ein grundsätzliches Angebot der AG Medien und Populärkultur und daher ausdrücklich nicht an das Thema der Jahrestagung gekoppelt.
- Da Schwierigkeiten in der Projektrealisation meist spontaner auftreten, ist die Deadline für Einreichungen zum Forschungsworkshop erst der 1. Dezember 2013 (nicht der 15. September).

WissenschaftlerInnen, die eine Präsentation in diesem Rahmen wünschen, können sich für weitere Informationen an Mario Anastasiadis und Lioba Foit wenden.

forschungsworkshop@popkongress.de

ORGANISATIONSTEAM DER JAHRESTAGUNG

Lioba Foit (Paderborn), Christian Stiegler (Karlsruhe), Martin Zierold (Karlsruhe)

team@popkongress.de, www.popkongress.de

Die Jahrestagung wird von der Karlsruhochschule International University in Kooperation mit dem DFG-Graduiertenkolleg Automatismen ausgerichtet.

