

8. Jahrestagung der AG Populärkultur und Medien in der Gesellschaft für  
Medienwissenschaft (GfM) | GfP

## Popkongress 2016

### CURRICULUM POP

Oder: Der Preis der Institutionalisierung

4. bis 6. Februar 2016

Kulturcampus Domäne Marienburg  
Stiftung Universität Hildesheim

Jedes neue Sachgebiet, so hat es Max Scheler für die damals junge Ethnologie beschrieben, benötige „die *Pionierschaft der Liebhaber vor den Kennern*“. Das Verhältnis von Affektion und Expertise beschreibt somit einen Prozess der Professionalisierung und Institutionalisierung, den ein Sachgebiet durchlaufen muss, bevor es, bei günstigen wissenschaftspolitischen Bedingungen, als universitäre Disziplin anerkannt werden kann. Die Studien zu Pop- und Populärer Kultur haben diesen Weg in die Institutionen und in die wissenschaftliche Professionalisierung – im deutschsprachigen Raum – an vielen Stellen vollzogen. Popmusik und Populäre Kultur – ob singulär oder im Verbund mit Ethnologie, mit Medien- oder Literaturwissenschaft – kann man in Zürich, Paderborn und Hamburg, in Mannheim, Hildesheim, Lüneburg oder Siegen lehren, forschen, studieren. Was aber folgt aus diesem Weg in und durch die Institutionen? Welche Konsequenzen hat die notwendige Verwissenschaftlichung für eine Disziplin, die bis heute in starkem Maße durch performative ‚ways of living‘ und vielfach durch eine explizite Fanperspektive geprägt ist?

Der Popkongress 2016 widmet sich deshalb den Fragen, die die Populärkultur-Studien an ihr eigenes Material stellen wollen, müssen oder sollten, sowie den Fragen, die das Curriculum Pop an uns zurück stellt: Welche Form und welche Formen der Institutionalisierung und/oder Kanonisierung wünschen wir uns, bzw. wünschen wir uns gerade nicht? An welchen Formen schreiben wir mit; was sagen existierende Lehrbücher und Curricula über das Studien- und Forschungsgebiet Populäre Kultur heute aus? Dabei lassen sich für den Kongress drei Dimensionen in den Blick nehmen:

Als Dimension der Selbstinstitutionalisierung fragt Curriculum Pop nach den theoretischen, methodischen und konzeptuellen Differenzen, die sich in den je spezifischen Ausrichtungen der Popkultur-Studien spiegeln. Welche Konsequenzen hat die Popularisierung des Diskurssystems Popkultur für die akademische Perspektive? Welchen Grad der Professionalisierung kann oder will eine Disziplin erlangen, die sich immanent als Einheit von Expertise und Affektion präsentiert? Welche Verschiebungen im Blick auf kanonisierte Theorien, Methoden oder Autor\_Innen sind in den letzten Jahren/ Jahrzehnten zu beobachten gewesen und was bedeutet dies für das aktuelle Selbstverständnis der Pop- und Populärkultur-Studien? Wer meint zu wissen, was wir wissen müssen?

Als Dimension der bildungspraktischen Vermittlung fragt Curriculum Pop nach der Populärkultur als Material für Bildungsprozesse auch jenseits der akademischen Forschung und Lehre. Wie können Popsongs, Serienformate oder Sportkultur für den schulischen Unterricht und in der kulturellen Bildung nutzbar gemacht werden? Was für Bildungspotentiale und Bildungskonzepte sind den Artefakten der Popkultur selbst immanent? Welche methodologischen und theoretischen Ansätze erscheinen sinnvoll für eine Didaktisierung gerade der Popkultur und ihrer Rezeption – vor allem dann, wenn aus bildungspraktischer und -theoretischer Perspektive weiterhin eine Differenz zwischen Diskurs-Pop versus Trash-Pop gezogen wird?

Als Dimension der arbeitsökonomischen Realität fragt Curriculum Pop nach dem Verhältnis von aktuellen Arbeitspraktiken und Arbeitsfeldern in der Populärkultur und ihrer universitären Vor- und Aufbereitung. Welches Wissen und welche Praktiken oszillieren zwischen der Hochschulausbildung und ihrer Anwendung? Welche Praxisformen – jenseits von Praktika – wären in die universitäre Lehre zu implementieren? Und umgekehrt: Wieviel popkulturelles Wissen verträgt oder braucht die (Arbeits-)Praxis?

## PROPOSALS

Die Jahrestagung der AG Populärkultur und Medien ist interdisziplinär angelegt und richtet sich an Forscher\_innen aller Disziplinen, die sich mit Phänomenen von Pop bzw. Populärer Kultur auseinandersetzen. Theoretisch, empirisch und historisch angelegte Proposals sind gleichermaßen willkommen. Eine Mitgliedschaft in der AG oder GfM ist für die Teilnahme nicht erforderlich.

Maximal 1-2 seitige Proposals mit kurzem Lebenslauf bitten wir bis zum 01.10.2015 an [team@popkongress.de](mailto:team@popkongress.de) zu senden.

## SONDERFORMAT FORSCHUNGSWORKSHOP

Im Rahmen der Jahrestagung bietet die AG als integralen Bestandteil einen Forschungsworkshop an, der sich insbesondere an Doktorand\_innen und Studierende aller Disziplinen richtet. Die Teilnehmer\_innen erhalten im Workshop die Möglichkeit, ihre Qualifikationsarbeiten vorzustellen und sich mit konkreten Fragestellungen und Problemen an das Fachplenum der AG zu wenden. Der Fokus des Workshops liegt auf den jeweils spezifischen Herausforderungen, die sich bei der Durchführung einer Qualifikationsarbeit ergeben und soll insbesondere offene Fragen, theoretische, methodische und/oder konzeptionelle Herausforderungen thematisieren. Das wesentliche Ziel ist der problemzentrierte, konstruktive, kollegiale und lösungsorientierte Austausch über spezifische Probleme der vorgestellten Work-in-progress-Projekte. Um diesem Austausch mehr Raum zu geben, als es im Rahmen üblicher Vortrags- und Diskussionsformate möglich ist, ist der Workshop in drei Phasen strukturiert:

Phase 1: Jeweils 10- bis 15-minütige problemzentrierte Vorträge der Workshop-Teilnehmer\_innen;

Phase 2: Jeweils 5-10 minütiges Feed-back durch Respondents;

Phase 3: Gezielter Austausch in offenen Gruppengesprächen über die referierten Themen, Fragestellungen, Herausforderungen und Probleme

Organisation: Mario Anastasiadis, Katja Kaufmann, Marija Đorđević

Der Forschungsworkshop ist ein grundsätzliches Angebot der AG Populärkultur und Medien. Einreichungen in diesem Rahmen sind daher ausdrücklich nicht an das Thema der Jahrestagung gebunden, sondern können aus dem gesamten thematischen Spektrum der Populären und Popkultur stammen. Die Teilnahme am Forschungsworkshop ist kostenlos und unabhängig von einer Teilnahme am Popkongress. Wir empfehlen jedoch die Teilnahme an der Jahrestagung, nicht zuletzt um dem Netzwerkgedanken Rechnung zu tragen.

Maximal 2-3 seitige Proposals mit kurzem Lebenslauf, in dem das Thema, der Stand der Arbeit sowie die konkreten theoretischen, konzeptionellen und/oder methodischen Herausforderungen, die besprochen werden sollen, skizziert werden, bitten wir bis zum 01.11.2015 an [forschungsworkshop@popkongress.de](mailto:forschungsworkshop@popkongress.de) zu senden.

Für die Veranstalter: Barbara Hornberger / Johannes Ismaiel-Wendt / Stefan Krankenhagen

[www.popkongress.de](http://www.popkongress.de)

Die Jahrestagung der AG Populärkultur und Medien wird vom Institut für Medien, Theater und Populäre Kultur an der Stiftung Universität Hildesheim ausgerichtet.