

Hans-Otto Hügel (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen

Stuttgart, Weimar: Metzler 2003, 580 S., ISBN 3-476-01759-1, € 49,95

In den USA hat die Erforschung der Populärkultur einen ganz anderen Stellenwert als hierzulande. Der Begriff ‚popular culture‘ ruft bei Amerikanisten den kleinen Forscherkreis um Ray Browne an der Bowling Green State University in Erinnerung. In seinem Aufsatz „Popular Culture as the New Humanities“ (1984) stellte dieser energische Fürsprecher der popular culture studies die amerikanische Pop-

Kultur als Stimme der Demokratie und folglich als systemkonstitutiv dar. Schon 1978 erschien der erste von drei Bänden des *Handbook of Popular Culture* (herausgegeben von M. Thomas Inge; Westport, Connecticut). Als „multidisciplinary“ und „multigeneric“ beschrieb Lawrence Mintz die popular culture studies vor über 20 Jahren treffend, die damals wie heute allerdings kein institutionalisierter Wissenschaftszweig waren, sondern oft Gegenstand der interdisziplinär ausgerichteten, zunehmend politisierten American (Cultural) Studies. Diese und andere sozial- und geisteswissenschaftliche Disziplinen produzieren seitdem Unmengen von Informationen über den Diskurs in populären Medien. So befand Mintz in der Zeitschrift *American Studies International*: „The person who sets out to 'keep up with the field' is either very naive, very arrogant, or the owner of a very powerful computer!“ (Ausgabe Oktober 1983, S.90). Dazu kommt, dass die etablierten Philologien, selbst Vertreter der American Studies, gegenüber den Aktivitäten der popular-culture-Forschung immer wieder auf Distanz gingen. Marshall Fishwick, ein weiterer Exponent der popular-culture-Bewegung, mutmaßte kürzlich, die popular culture studies würden allmählich an die Stelle der American Studies treten. Seit Jahren befinden sich die Untersuchungen des Verhältnisses von ‚law‘ und ‚popular culture‘ bzw. des Konzeptes der ‚popular legal culture‘ auf der Wissenschaftsagenda. Doch innerhalb der expandierenden popular culture studies lässt die Ausformulierung einer allgemein anerkannten Theorie noch immer auf sich warten.

Symptomatisch für Veröffentlichungen zum Thema popular culture sind griffige, einleuchtende Feststellungen in der Art, die amerikanische Populärkultur sei im alltäglichen Leben Europas sehr präsent (vgl. John Dean in: *La culture populaire américaine*, Nancy 1992). Der Kulturtransfer qua fortschreitender ‚Amerikanisierung‘ der Medienlandschaft schreit förmlich nach einer wissenschaftlichen Bestandsaufnahme. Austauschprozesse und Vorgänge kultureller Appropriation werden gleichfalls analysiert – im Einklang mit dem Paradigma der Cultural Studies britischen Ursprungs (Birmingham-Schule). So zahlreich wie die Publikationen, so verschieden sind die Definitionen von Pop-Kultur. Nach dem Modell anglistisch-amerikanistischer Kulturwissenschaft ist die Beschäftigung mit populärer Literatur, populärem Film und populärer Musik an deutschen Universitäten salonfähig geworden. Inzwischen liegen auch hierzulande zu allen möglichen speziellen Aspekten der Populärkultur Untersuchungen vor, so z.B. zur deutschen Rezeption US-amerikanischer popular culture im Sammelband *Amerikanische Populärkultur in Deutschland* (Leipzig 2002). Dort kann man u.a. nachlesen, wie Coca-Cola in die deutsche Alltagskultur des Dritten Reiches aufgenommen wurde oder wie sich die Praxis der deutschen Filmsynchronisation im Einzelnen auf die Rezeption populärer amerikanischer (Fernseh-)Filme auswirken kann.

Will man sich einen umfassenden Überblick über die zeitgenössische Medien- und Populärkultur verschaffen, steht man ohne Handbuch auf verlorenem Pos-

ten. Mit dem *Handbuch Populäre Kultur*, einer integrativen Darstellung von Phänomenen der Populärkultur des 20. Jahrhunderts, erhalten Studierende der Medien- und Kulturwissenschaft ein nützliches Hilfsmittel. Es ist ein löblicher Versuch, der Fragmentierung des Wissens in diesem Bereich entgegenzusteuern. Nach einer gründlichen Einführung in den Problembereich und einem Kapitel, das die Positionen der Populärkulturdebatte rekapituliert, werden 106 ausgewählte „Grundbegriffe“ behandelt und zwar vorwiegend im Kontext der Kulturgeschichte. Dabei werden fast alle wichtigen Erscheinungen der deutschen und amerikanischen Populärkultur berücksichtigt und viele Teilbereiche – auch aus dem europäischen Bezugsrahmen und aus der japanischen Populärkultur – angerissen. Ein Schwerpunkt des Buches ist die (massen-)medial vermittelte Unterhaltung: Populäre Kultur wird aufgefasst als Kultur der Unterhaltung, womit sie sich beispielsweise hervorragend aus historischer Perspektive betrachten lässt – vom Leitmedium des Familienblattes in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bis zum Popkonzert als eine der zentralen Unterhaltungsformen der Gegenwart. Konkret aufgeführt werden z.B. Orte der Unterhaltung, Speicher-, Darbietungs- und Distributionsmedien, Geräte, die auch der Unterhaltung dienen, Sparten der Unterhaltung und Erzählweisen. Die lexikalisch angeordneten Grundbegriffe werden jeweils ergänzt durch eine meist kurze Liste weiterführender Literatur. Um nur ein paar Einträge aufzuzählen: Von „Abenteurer“ über „Ästhetik und Moral“, „Comedy“, „Design“, „Kitsch“, „Lesezirkel“, „Sammler“, „Varieté“, „Virtuose“ bis zu „Zensur“ reicht das Spektrum. Der Umfang des letzten Artikels („Zukunft“), der auch die Science-Fiction thematisch einschließt, beträgt beachtliche zehn Seiten. Das Ergebnis ist ein wissenschaftliches Handbuch *comme il faut*: übersichtlich, gehaltvoll, eingängig und zu einer weiteren Beschäftigung mit populärkulturellen Themen anregend.

In einem dem Hauptteil vorangestellten Abschnitt widmet sich das Buch elf Konzepten der Populärkultur von Alltags- bis Volkskultur. Mit dem multiperspektivischen Herangehen bringen die Autoren Licht in das etwas diffuse semantische Feld ‚Populäre Kultur‘: Zum einen gewinnt der Begriffsapparat, der durch bedeutungsähnliche Termini gekennzeichnet ist, klare Konturen; zum anderen werden dem Leser die verschiedenen Forschungsansätze nahe gebracht. Die anschließenden Artikel – die ‚Grundbegriffe‘ – sind unterschiedlich differenziert. Nicht alle haben Handbuchformat, aber darauf weist Hans-Otto Hügel schon zu Beginn hin: „Das Changieren zwischen Handbuch und Lexikon findet seine Entsprechung weiterhin in der unterschiedlichen Länge, die für die verschiedenen Lemmata ins Auge gefasst wurde“ (S.21). Das Sachregister bietet Anhaltspunkte hinsichtlich der vorgenommenen Auffächerung und Kategorisierung der stofflichen Fülle abseits der Lemmata. Wer etwa nach „Lebensstil“ oder „Hollywood(-film)“ im Zusammenhang mit Populärkultur sucht, wird unter den Sachbegriffen fündig. Dass sich „Coca-Cola“ (als Symbol des ‚American way of life‘) und „Synchronisation“ nicht darunter befinden, verwundert kaum, aber dass ein all-

gemeines Stichwort wie „Kulturtransfer“ – obwohl implizit an vielen Stellen gegenwärtig – nicht auftaucht, dürfte stutzig machen, insbesondere im Hinblick auf die Ausrichtung des Handbuches auf deutsche Verhältnisse (z.B. bei *daily soaps*). Wenn auch ein Thema wie die Konvergenz von Justiz und amerikanischer Populärkultur für ein deutsches Handbuch vielleicht zu speziell wäre, hätte die populäre Rechtskultur sicherlich ein Stichwort verdient. Es werden aber insgesamt so viele Facetten der Populärkultur behandelt, dass es fast nicht auffällt, wie selektiv die Sicht darauf manchmal ist, auch innerhalb der Artikel. Unter „Image“ wird die für die Erforschung der Populärkultur und die Kommunikationsforschung bedeutende Rolle von Nationenimages in Medien (auch Entstehung und Veränderbarkeit von Nationenimages, Einfluss medienvermittelter Nationenimages usw.) nicht zur Sprache gebracht.

Den deutlichsten Auswahlcharakter haben die wenigen Beiträge, die in der Systematik der Artikel unter „Medien- und Genrefiguren“ zusammengefasst werden. Allein zu diesem Bereich ließe sich ein separater Band erstellen. Der recht ausführliche Artikel „Androide“ kommt ohne die Nennung der Figur des künstlichen Menschen mit der größten Medienpräsenz (in Fernsehen, Film, Presse, Internet) und der weltweit größten Fangemeinde aus: Gemeint ist Commander Data, eine populäre Figur, die sich immerhin 15 Jahre im *Star-Trek*-Universum weiterentwickeln konnte – von der ersten *Next Generation*-Episode bis zu *Star Trek-Nemesis*. Die Anlage des Artikels lässt darauf schließen, dass der Grund der Nichtberücksichtigung der ist, dass es sich bei Data um eine originäre Fernsehfigur handelt. Ein Artikel, der das wirklich Populäre eines stark begrenzten Themenbereichs bewusst oder aus Unkenntnis außen vor lässt, erscheint in einem Handbuch zur Populärkultur deplaziert. Trotz dieser kleinen Einschränkungen bleibt das Werk bestens handhabbar. Es kommt übrigens auch vor, dass Beiträger Vorbehalte gegenüber den Manifestationen der Populärkultur artikulieren, d.h. gegenüber Phänomenen und technischen Errungenschaften, denen eine jüngere Generation weitaus unbefangener begegnet. So werden iPod-Besitzer über die kritische Attitüde, die gegenüber dem Walkman im gleichlautenden Artikel zum Ausdruck gebracht wird („eine Art tragbare Mutter“, S.506), schmunzeln. Der guten Lesbarkeit tun gelegentliche subjektive Urteile freilich keinen Abbruch.

Die Konzeption des Anhangs ist in jeder Hinsicht vorbildlich. Über das Namenregister, in welchem auch einige herausragende Figuren der Pop-Kultur aufgeführt werden, gelangt man schnell zu den verschiedenen Sachkategorien. Bei Elvis Presley, der wohl schillerndsten Figur der Pop-Kultur – sie hat schließlich einen eigenen Mythos entstehen lassen –, sind es zehn Verweise. Informationen liefert das Handbuch zu folgenden Bereichen des Phänomens Presley: zum (rudimentären) Wissen um den legendären Rock-'n'-Roll-King unter „Jugendkultur“, zum (früheren) Status des Kings als Idol für Arbeiterjugendliche unter „Soziokultur“ und zu einer neueren Monografie über die Aktivitäten von Elvis-Fans unter „Fan“. Weiterhin wird verwiesen auf die Rolle Presleys als Schauspieler

unter „Film“, als Musikstar unter „Ikone“ und als Kristallisationspunkt eines Starkultes unter „Kult“. Im Artikel „Musik“ werden besondere technische Effekte früher Elvis-Aufnahmen erwähnt. Es geht um Elvis als Identifikationsobjekt opponierender Jugendlicher in „Rebell“, Elvis als kommerzialisierte Größe in „Spiel“ und ferner um Elvis als Figur in einem Vorläufer des Videoclips in dem gleichlautenden Artikel. Was will man eigentlich mehr?

Matthias Kuzina (Walsrode)