

Literatur

Thomas Wilke/Florian Mundhenke/Fernando Ramos Arenas (Hrsg.): Mashups. Neue Praktiken und Ästhetiken in populären Medienkulturen	96
Stefan Greif/Nils Lehnert/Anna-Carina Meywirth (Hrsg.): Popkultur und Fernsehen. Historische und ästhetische Berührungspunkte	98
Kathi Gormász: Walter White & Co. Die neuen Heldenfiguren in amerikanischen Fernsehserien	99
Michael Dellwing/Martin Harbusch (Hrsg.): Vergemeinschaftung in Zeiten der Zombie-Apokalypse. Gesellschaftskonstruktionen am fantastischen Anderen	100
Martina Thiele: Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes	101
Benjamin Jörissen/Torsten Meyer (Hrsg.): Subjekt. Medium. Bildung	102
Stefan Welling/Andreas Breiter/Arne Hendrik Schulz: Mediatisierte Organisationswelten in Schulen. Wie der Medienwandel die Kommunikation in den Schulen verändert	
Kurzbesprechungen 1	103
Björn von Rimscha/Gabriele Siegert: Medienökonomie. Eine problemorientierte Einführung	104
Olaf Hoffjann/Hans-Jürgen Arlt: Die nächste Öffentlichkeit. Theorieentwurf und Szenarien	105
Petra Grimm/Michael Müller (Hrsg.): SocialMania. Medien, Politik und die Privatisierung der Öffentlichkeiten	
Kurzbesprechungen 2	106
Ulrike Wagner (Hrsg.): Vernetzt_öffentlich_aktiv. Mobile Medien in der Lebenswelt von Jugendlichen	107

Mashups

Zwar wird das Phänomen seit einigen Jahren in medienpädagogischen Kontexten und im Zusammenhang mit Jugendkulturen diskutiert, doch hat es noch keinen Eintrag im Duden erhalten. Wikipedia ist da schneller und bezeichnet „Mashup“ als „die Erstellung neuer Medieninhalte durch die nahtlose (Re-)Kombination bereits bestehender Inhalte“. Dabei geht es vor allem um die vermeintlich neuartige Kombination von Inhalten des Web 2.0 wie Texten, Tönen, Sounds, Daten, Bildern und Videos. In den 15 Beiträgen des vorliegenden Bandes sollen Mashups aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet werden: theoretisch, ästhetisch, methodisch und praktisch. Die beiden theoretischen Beiträge von Thomas Wilke und Reinhold Viehoff nähern sich dem Phänomen jeweils auf andere Art und bleiben dabei doch eher fragmentarisch oder wie im Fall von Viehoff eine Annäherung. Einigkeit scheint darüber zu bestehen, dass die Digitalisierung eine Bedingung für das Entstehen von Mashups ist, da dadurch auf bisher nur in der Kunst bekannte Weise verschiedene mediale Formen miteinander verbunden und „vermischt“ werden können. Einigkeit besteht auch darin, den Begriff „Mashup“ auf die englische Wortbedeutung „vermischen“ zurückzuführen. Mashups werden von Wilke als mediales Phänomen begriffen, denn es handelt sich um Neuarrangements von Tönen, Bildern, Videos etc., die sich in der Musik, in Computerspielen, in Videos, in der bildenden Kunst, in der Literatur, der Architektur und der Fotografie zeigen. „Es ist auffallend, dass sich in Mashups stets – quasi selbstreferenzielle – Ver-

weise auf ihre Medialität finden lassen. Bei medialen Mashups werden mehrere bereits existierende mediale Fragmente miteinander verwoben, verbunden und vermischt. Das heißt, bestehende Medien und Medieninhalte entnimmt man ihrem ursprünglichen Zusammenhang und montiert, collagiert oder kompiliert sie aufgrund der technischen Möglichkeiten als Mix neu“ (S. 13f.). Allerdings weist Viehoff zu Recht darauf hin, dass man fragen müsse, „ob denn die Digitalisierung der Kommunikation und die dadurch aufgetretenen kommunikativen Erscheinungsweisen im Web 2.0 überhaupt so etwas wie ein Medium“ sei (S. 46). Die theoretische Annäherung Wilkes führt letztlich dazu, dass er verschiedene Formen des Mashups in verschiedenen Medien beschreibt – und damit indirekt die Frage von Viehoff nach dem Medium negativ beantwortet. Er befasst sich mit Mashups im Film, in der Literatur, in der Musik, im Musikvideo, in der Videokunst und Fotografie – und schließlich im Internet (vgl. S. 21 ff.). Mashups in diesen Medien verweisen nach Auffassung von Wilke „auf die Möglichkeitsbedingungen des Diskurses“ (S. 35), denn sie lösen die bereits vorhandenen medialen Strukturen auf. Daher können sie nur „performativ und aus einer sich veralltäglichen Praxis“ begriffen werden (S. 37). Die mit Mashups einhergehenden juristischen Fragen werden lediglich in dem Beitrag von Frédéric Döhl thematisiert, in dem es um Musik geht. Er behandelt musikalische Mashups explizit aus Sicht des Urheberrechts, das er in seiner jetzigen Form für überholt hält. Gerade bei den Mashups gebe es keine klaren Fronten: „Was der eine aus (regelmäßig eher grundsätz-

lichen) Erwägungen zu untersagen versucht, interpretiert der andere als kostenlose Werbung und Aufmerksamkeit generierende Hommage, was die eine als ästhetischen Coup wertet, der schon seines kritischen Potenzials wegen voraussetzungslos möglich sein muss, beurteilt die andere als Vergreifen an sakrosankten Originalen, was der eine gerade aufgrund seiner puristischen bipolaren Struktur schätzt, erscheint der anderen eben deswegen als künstlerisch limitiert und nicht entwicklungs-fähig“ (S. 137). Sicher ist, dass das Urheberrecht in seiner jetzigen Form noch auf der analogen Welt basiert und dringend der digitalen Welt angepasst werden muss. Ob das dann aber der Praxis der Mashups förderlich ist oder sie nur in einen anderen rechtlichen Rahmen zwingt, bleibt vorerst offen. In seinem Beitrag über Mashups in der Literatur von Hubert Fichte, Rolf Dieter Brinkmann und Jörg Fauser geht Heiner Stahl der Frage nach, inwieweit Mashups als Cut-up-Verfahren bereits in der vordigitalen Zeit präsent waren. Dabei stellt er fest, dass es den genannten Autoren mittels Mashup-Verfahren gelungen ist, „das Schwingen der gesellschaftlichen Verhältnisse auszudrücken. Bei ihnen vibrieren die sozialen und kulturellen Echokammern“ (S. 224). Auf diese Weise formen sie das mediale Erleben ihrer Texte. Das scheint ein wesentliches Element von Mashups zu sein: In ihnen verschmelzen Produzenten und Konsumenten in einer gemeinsamen medialen Erfahrung. Petra Missomelius sieht im Mashup daher die paradigmatische Form digitaler Medienkulturen: „Es handelt sich um eine für die digitale Medienkultur paradigmatische Praxis, die von der Logik der Netzwerkmedien

geprägt ist und sich quer durch die Einzelmedienontologien bewegt“ (S. 239). Die Praxis des Mashups entbehrt dabei nicht der Anmutung einer sozialromantischen, antikapitalistischen Praxis, denn „das Format des Mashups bietet jedoch die Möglichkeit, Konventionen kommerzieller Medienkulturen zu instrumentalisieren und jenen eigene Entwürfe gegenüberzustellen“ (S. 239). Das heißt aber auch, dass Mashups nur möglich sind, weil es kommerzielle Medienkulturen gibt, deren Produkte man sich aneignen und vermischen kann. Und: Das ist keineswegs neu. Reinhold Viehoff weist in seinem Beitrag auf die Argumentation im Rahmen des Diskurses über Mashups hin, nämlich dass das Phänomen keineswegs neu sei, sondern es entsprechende Praktiken bereits „im Bereich der Kunst – Literatur, Musik, Malerei, Interaktiven Kunstszenierung und -installationen, Tanz, von mir aus bei der Kunst des Kochens – immer schon gegeben habe und weiterhin gebe“ (S. 54). Und das heißt auch, dass es Mashups bereits immer in kommerziellen Medienkulturen gegeben hat – als kreative Praxis der Unterhaltungsindustrie im Varieté und dem bunten Abend, ebenso wie in Operetten und Musicals etc. Auch als kreative Praxis der Nutzer hat es Mashups bereits in der vordigitalen Zeit gegeben, als Mixtape, als Bild- und Textcollagen in Schülerzeitschriften oder der Underground-Presse der 1960er-Jahre und den Punk-Fanzines der 1970er-Jahre. Überhaupt könnte sowohl der ästhetische Stil der Hippies als auch der der Punks als großes Mashup gesehen werden. Diese vordigitalen Mashup-Nutzerpraktiken bleiben leider eine große Leerstelle in dem Buch,

lediglich auf Mashups in „anerkannten“ Kunstformen wird eingegangen.

Wie sagt es Florian Mundhenke in seinem Beitrag so schön: „Vom Mashup zu sprechen, heißt, sich auf unsicheres Terrain zu begeben“ (S. 65). Allerdings kann man auf dem schwankenden Terrain des vorliegenden Buches zu einigen erhellenden Erkenntnissen gelangen. Den Herausgebern und Autoren kommt das Verdienst zu, das Phänomen Mashup aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet zu haben, auch wenn die historische und juristische Sicht zu kurz kommen. Die geneigten Leserinnen und Leser bekommen jedoch einen gelungenen Überblick über die aktuelle Diskussion.

Prof. Dr. Lothar Mikos



Thomas Wilke/Florian Mundhenke/Fernando Ramos Arenas (Hrsg.): *Mashups. Neue Praktiken und Ästhetiken in populären Medienkulturen.* Wiesbaden 2015: Springer VS. 280 Seiten, 44,99 Euro