

Startpunkte: Taxonomien des Populären

Als ich die ersten Ideen zu dem Projekt hatte, das letztlich nach vielen Überlegungen über einen längeren Zeitraum zu diesem Buch geführt hat, kam mir die Formulierung »Taxonomien des Populären« gleich zu Beginn in den Sinn. Mit »Taxonomien« sind bei mir erstens Vorstellungen von naturwissenschaftlicher Systematik verbunden und zweitens beinhaltet für mich der Begriff »Taxonomien« eine direkte Referenz auf Michel Foucaults wissenschaftshistorische und epistemologische Untersuchungen und Fragestellungen. Diese beiden Referenzen möchte ich einleitend etwas näher erläutern, da sie immer wieder Denkanstöße bei meiner Arbeit mit dem Thema populärkultureller Wissens- und Ordnungssysteme ausgelöst haben.

Taxonomien in der Naturwissenschaft und insbesondere in der Biologie lassen sich mit dem von mir untersuchten Gegenstandsfeldern in der Populärkultur auf den ersten Blick nicht in Deckung bringen. Deshalb war eine erste Ausgangsthese in der Frühphase des Projektes: Die Ordnungs- und Wissenssysteme der populären Kultur unterscheiden sich von anderen (zum Beispiel politischen oder wissenschaftlichen) Wissenssystemen. Meine erste Vorstellung war, dass naturwissenschaftliche Taxonomien in Top-down-Prozessen entstehen: Ein Modell oder ein Klassifizierungsschema wird auf empirische Artefakte und Befunde angewandt wie beim wohl bekanntesten Beispiel – der hierarchischen Systematik von Lebewesen in der Biologie von »Domäne« bis »Unterart«. Die damit verbundenen epistemologischen Praxen und ihre Rationalität passen in das Top-down-Schema der Entstehung und Diskussion von Taxonomien:

»Die Kodierung als Opferung unwesentlicher Wahrnehmungen, die Wahl der richtigen Variablen, die Technik der Konstruktion von Äquivalenzklassen, der Realismus der Kategorien und schließlich die Historizität der Diskontinuitäten.« (Desrosières 2005: 266)

Dagegen entwickeln sich die Taxonomien des Populären in einer Gemengelage von Top-down- und Bottom-up-Prozessen. Die Taxonomien des Populären sind auch zeitlich nicht so stabil, haben eventuell nur einen begrenzten Wirkungs- und Geltungsbereich. Durch diese Einschränkungen und der damit verbundenen Instabilität der Systematiken in der Populärkultur wird die Angemessenheit des Begriffs »Taxonomien« zumindest in Frage gestellt. Die Entwicklung solcher Taxonomien des Populären ist insbesondere mit Medien und deren epistemologischer Produktivität, wie zum Beispiel bei der Verdattung der Lebenswelt durch den Computer oder der Mobilisierung des Internets durch das Smartphone sowie der Pluralisierung von Wissensformen und der Demokratisierung des ästhetischen Urteils, verknüpft.

Zweitens liefert der Begriff »Taxonomien« eine direkte Referenz auf Michel Foucaults wissenschaftshistorische und epistemologische Fragestellungen, die meine Vorstellungen der Produktivität von übergreifenden Wissensstrukturierungen und -ordnungen geprägt haben. In *Die Ordnung der Dinge* macht Foucault im Vorwort zur deutschen Ausgabe des Buches noch einmal seine »vergleichende Methode« (Foucault 1974: 10) im Unterschied zur Untersuchung von wissenschaftlichen Einzeldisziplinen stark. So reichen seine Untersuchungsfelder von der Biologie bis zur Ökonomie, in denen

»ein Netz von Analogien deutlich werden, das die traditionellen Nachbarschaften überschritt: in den Wissenschaften der Klassik findet man zwischen der Klassifikation der Pflanzen und der Geldtheorie, zwischen dem Begriff des gattungsmäßigen Merkmals und der Analyse des Handelns Isomorpheme, die die außerordentliche Vielfalt der in Betracht gestellten Objekte zu ignorieren scheinen.« (Foucault 1974: 11)

Das »Netz der Analogien« und die »Isomorpheme« lassen sich auch in den Taxonomien der Populärkultur finden, indem ich übergreifende Prinzipien und die spezifische Ausbildung von medialen Formen in Listen und Rankings thematisiere, die das populärkulturelle Wissen strukturieren und ordnen. Dazu bemerkt Philip Sarasin in Bezug auf *Die Ordnung der Dinge*:

»Entscheidend für das Wissen ist die ihm zugrunde liegende Ordnungsstruktur, d.h. die Art und Weise, wie mögliche Elemente von Wissen klassifiziert, gruppiert, aufgereiht und miteinander in Beziehung gesetzt werden.« (Sarasin 2005: 96)

Die Praktiken des Klassifizierens, Gruppierens, Reihens und Miteinander-Verbindens spielen in *Die Ordnung der Dinge* noch nicht die große Rolle, die sie unter dem Begriff »Diskurspraktiken« in den späteren Werken von Foucault einnehmen (vgl. Fink-Eitel 1989: 43). Die Wissensordnungen und -strukturierungen der Populärkultur sind ohne die vielfältig damit verknüpften Praktiken nicht denkbar. Listen und Rankings basieren auf bewussten und unbewussten Praxen der Subjektivierung, der Vergemeinschaftung oder der Wissenskonstruktion. Deshalb werde ich in diesem Buch nicht nur Listen und Rankings als mediale Formen, sondern auch als Elemente von Subjektivierung und Vergemeinschaftung ansprechen. Schon 1957 untersuchten John Johnstone und Elihu Katz den Zusammenhang von Freundschaft unter weiblichen Teenagern mit dem gleichen Musikgeschmack anhand der Hitparade, die ein zeitlich eingegrenztes Verkaufsranking repräsentiert (Johnstone/Katz 1957). Populärkulturelle Praxen lassen sich demnach nicht einfach in soziale Interaktionen auf der einen Seite und Ordnungsstrukturen der Musikindustrie auf der anderen Seite aufteilen. Sie sind immer schon durch Kauf- oder Bewertungsakte miteinander verwoben oder sie generieren Orientierungswissen, das teils unbewusst in den Praxen verarbeitet wird.

Selbstverständlich existieren in diesem Zusammenhang gleichsam festere und losere Verbindungen zu Wissens- und Ordnungsidealen in der Wissenschaft, der Politik oder der Wirtschaft. In diesem Buch wird bewusst aus der Perspektive auf Populärkultur argumentiert werden, die bei Foucault aus dem historischen Zeitrahmen und dem Erkenntnisinteresse fällt. Mit der Fokussierung auf die Medialität populärer Wissensformationen in Bezug auf Rankings und Listen besteht nicht der Anspruch, eine historische Poetik der Epistemologie solcher medialen Formen zu entwerfen. Stattdessen wird das Argument der medienwissenschaftlichen Cultural Studies strategisch eingesetzt und aktualisiert, dass das populäre Wissen paradoxerweise seine Eigenheiten in Abhängigkeit zu dominanten Wissensformen aus Ökonomie, Politik und Wirtschaft entwickelt (vgl. Fiske 2010: 153). Strategisch ist in dem Sinne gemeint, dass ich einen Schritt weitergehen werde und dieses Abhängigkeitsverhältnis auf das »Netz der Analogien« reduzieren sowie die Eigenheiten des populären Wissens stärker betonen möchte. Populäres Wissen ist

in meiner Sicht durch die Brille der medienwissenschaftlichen Cultural Studies gleichberechtigt zu anderen Wissensformen, gerade weil es eigene Elemente oder Funktionalitäten ausbildet.

In der Populärkultur lassen sich Phänomene wie die ›Selbstorganisation‹ über Listen, Rankings und Cluster, denen eine prozessuale kulturelle Ökonomie der Wahrnehmung und des Wissens zugrunde liegt, nur über mediale Verfahren und Effekte erklären. Medienprodukte, die sich über Mundpropaganda in die Bestsellerlisten ›schleichen‹, die Geschmacksurteile in Form von Sternen oder die Ordnungskategorie ›Kult‹ als Emergenzeffekt der Populärkultur sind hierfür Beispiele.

Dazu korrespondieren medienökonomische Prozesse auf Seiten der Medienproduktion, die solche Organisationsformen populären Wissens herstellen, etablieren, forcieren und übernehmen. Ein historisch bedeutsames Beispiel ist die *Music Hit Parade* der US-amerikanischen Musikindustrie, die im Magazin *Billboard* seit 1936 veröffentlicht wird; ein weiteres Beispiel ist das Data Mining von Empfehlungssystemen im Internet. Über diese Akkumulierung und Repräsentation von Konsum und Konsumentenverhalten werden Kollektive konstruiert, die strategisch wiederum als Legitimation kultureller Praxen eingesetzt werden.

Letztlich trifft man in der Populärkultur häufig auf Mischphänomene, die nicht eindeutig einem Wissensmodell zuzuordnen sind. Am Beispiel der Internetsuchmaschinen werden diese komplexen Austauschprozesse besonders deutlich. Ihr ökonomischer Erfolg hängt von der Erstellung der Rankings von Wahrnehmungen der Nutzerinnen und Nutzer in Form hierarchisierter Ergebnislisten ab. Die Qualität der Listen (und damit der Suchmaschine) wird wiederum durch die Nutzerinnen und Nutzer unter anderem an einer weitgehenden Unabhängigkeit und Korrektheit der Treffer gemessen.

Durch die Taxonomien des Populären wird nicht nur populärkulturelles Wissen akkumuliert, denn mit dem Kauf eines Bestsellerbuches geht es zwar um Anschlüsse an ›Massengeschmack‹ im Sinne einer Normalisierung (vgl. Link 1997). Trotzdem entsteht mit der Bestsellerliste eine instabile Hierarchie, die jeweils in Anschlusskommunikationen zu ihrer Validität und Reichweite diskutiert wird. Damit etablieren diese populärkulturellen Praxen eine differenzierte und segmentalisierte Wissenskultur mit unterschiedlichen Formaten hierarchischer und nicht-hierarchischer Aufzählungen, Listen, Rankings usw., die gemeinsame Effekte populärkultureller und medialer Prozesse sind.

Aufgrund der vielfältigen Kontexte sowie inhaltlicher und formaler Diversität der populärkulturellen Phänomene kann die vorliegende Untersuchung nur Stichproben entnehmen und einordnen. Somit liegt hier keine umfassende Mediengeschichte von Listen und Rankings vor, sondern eine medienwissenschaftliche Einschätzung von Listen und Rankings in der digitalen Populärkultur.

GEGENSTANDSFELD: LISTEN UND RANKINGS IN DER POPULÄRKULTUR

Schon mit den einleitenden Überlegungen wird deutlich, dass das Gegenstandsfeld Populärkultur nicht ganz einfach abgrenzbar gegenüber anderen Gegenstandsfeldern ist. Die Definitionsversuche reichen von einer weitgefassten Alltagskultur (vgl. Storey 2014) bis zu einer engeren Definition von Thomas Hecken, der statistische Verfahren wie Listen und Rankings als zentrale Instanzen der Bestimmung dessen, was populär ist, versteht:

»Populär ist, was viele beachten. Populäre Kultur zeichnet sich dadurch aus, dass sie dies ständig ermittelt. In Charts, durch Meinungsumfragen und Wahlen wird festgelegt, was populär ist und was nicht. [...] Wenn man von dieser Beschreibung ausgeht, ist populäre Kultur inhaltlich nicht festgelegt.« (Hecken 2006: 85)

Diese Einschränkung des Gegenstandsfeldes Populärkultur ist mir – trotz ihrer Nähe zu Listen und Rankings – zu radikal. Gerade die semantischen Kontexte oder qualitativen Wertzuschreibungen in populärkulturellen Praxen sind für meine Argumentation wichtig. Populärkultur schließt Nischenkulturen ebenso ein, wie sie ihre Inhalte als Teil ihrer Praxen behandelt. Mit dem Begriff »Praxen« werden alle Arten bewusster und unbewusster Aktivitäten beschrieben. Eine Verengung nur auf veröffentlichte Charts und Bestsellerlisten oder nur auf die sichtbaren Effekte soll explizit in meinen Überlegungen vermieden werden. Im Fokus meines Gegenstandsfeldes stehen dabei nicht sozialwissenschaftliche Auswertungen von empirischem Nutzungs- und Rezeptionsverhalten. Stattdessen werde ich vorliegende sozialwissenschaftliche Untersuchungen zu Medienpublika mit Bezug zu Listen und Rankings heranziehen und zum Teil auch als Argumentationsgrundlage und Diskursmaterial nutzen. Ihre Beliebtheit bei Fankulturen zeigt, dass Listen und

Rankings nicht nur mediale Formen des Mainstreams in der Populärkultur sind. Sie tauchen in vielen spezifischen Kulturen des Populären auf und überbrücken als mediale Formen die Heterogenität des in ihnen repräsentierten populärkulturellen Feldes. Deshalb verdienen sie als verbindende strukturelle Elemente der Populärkultur eine besondere Aufmerksamkeit.

Ebenso sind Listen und Rankings nicht auf die Populärkultur beschränkt und haben als mediale Formen eine Vor- und Parallelgeschichte, die in die Bestimmung ihrer Medialität sowie die Analyse ihrer Funktionen und Eigenschaften miteinfließen werden. Im Laufe der Argumentation wird es immer wieder notwendig sein, Listen und Rankings in einen Zusammenhang mit den Praxen zu bringen, in denen sie für die Populärkultur Relevanz erhalten. Das Gegenstandsfeld muss deshalb Subjekt- und Gesellschaftsprozesse berücksichtigen. Die Medialität von Listen und Rankings in einer digitalen Populärkultur situiert sich im Umfeld von Datenbanken und Internetplattformen, die ebenfalls ausführlich thematisiert werden.

Vor diesem Hintergrund setzt sich das Gegenstandsfeld der vorliegenden Arbeit aus Listen und Rankings in der digitalen Populärkultur und aus der Theoriearbeit an den Thesen dieses Buches zusammen. Daraus ergibt sich gleichsam die zweifache Vorgehensweise, konkrete Beispiele als Ausgangspunkt der theoretischen Überlegungen zu nehmen und einzelne Argumentationsstränge mit Beispielen zu konkretisieren. Übergreifende Definitionen oder generelle Aussagen sind somit nicht die Ziele des Buches. Statt dessen werden Thesen zu bestimmten Teilaspekten von Listen und Rankings in der Populärkultur erprobt. Vor diesen Hintergründen soll keinesfalls eine umfassende Analyse der Populärkultur entstehen (soweit dies überhaupt möglich wäre), sondern eine exemplarische theoretische und analytische Arbeit in diversen Teilgebieten des Gegenstandsfeldes.

METHODISCHER UND THEORETISCHER PLURALISMUS

Auf dem Cover einer der vielen Ausgaben von Raymond Williams kanonischem Werk *Keywords* stehen die Begriffe aus dem Buch in einer Ordnung zueinander, die aus heutiger Sicht am besten mit einer alphabetisch geordneten Begriffswolke (*tag cloud*) beschrieben werden kann (Abb.1). In seiner

Einleitung reflektiert Williams über den Beginn seiner Überlegungen und über erste Ideen zu seinem Buch:

»My starting point, as I have said, was what can be called a cluster, a particular set of what came to seem interrelated words and references, from which my wider selection then developed.« (Williams 1983 [1976]: 22)

Abbildung 1: Titelgestaltung von Raymond Williams »Keywords«

Art Behaviour Class
Dialectic Experience
Family Genius
Hegemony Industry
Jargon **Keywords**
Liberation Media
Naturalism Ordinary
Peasant Racial
Sex Tradition
Underprivileged
Violence Welfare
Raymond Williams
A vocabulary of culture and society

Quelle: Williams 1983 [1976]

Demnach hatte Williams als Ausgangspunkt ein Cluster aus miteinander verbundenen Worten und Referenzen, die ihn zu weiteren Begriffen und Vernetzungen geführt haben. Dabei prallt er gegen eine Medialitätsgrenze des Buchdrucks, der Schrift linear ablaufen lässt, während Williams doch gerne

den komplexen Vernetzungen seiner Argumentation eine entsprechende mediale Form gegeben hätte:

»In writing about a field of meanings I have often wished that some form of presentation could be devised in which it could be clear that the analyses of particular words are intrinsically connected, sometimes in complex ways. The alphabetical listing on which I have finally decided may often seem to obscure this, although the use of cross-references should serve as a reminder of many necessary connections.« (Williams 1983 [1976]: 25)

Die von Williams gesuchte »form of representation« gab es zumindest als mediale Utopie schon lange vor Williams *Keywords* – beispielsweise in Form der Hypertext-Idee bei Ted Nelson (1965) oder noch früher bei Vannevar Bush und seiner Vision einer vernetzten Datenbank für die Wissenschaften (Bush 1945). Spekulativ ist anzunehmen, dass Williams von diesen Utopien nichts wusste und sie deshalb nicht als alternative Medialisierungen seiner *Keywords* erwähnt.

In seiner Problemschilderung steckt meines Erachtens aber auch ein grundlegendes Kennzeichen der Cultural Studies, die Williams mit seinen *Keywords* als wissenschaftlichen Ansatz präsentieren und strukturieren möchte. Aus einer Reihe von Theorien zu unterschiedlichen Aspekten der Kultur entwickelt sich ein heterogener und in Teilen in sich widersprüchlicher Ansatz, der zudem noch das (politische) Ziel verfolgt, Populärkultur als gleichberechtigten und gleichwertigen Gegenstand der Kulturwissenschaften zu etablieren. Ein Cluster aus verschiedenen Theorien und Methoden wird zu einem Ansatz gebündelt, der die vielfachen Vernetzungen, aber auch Widersprüche aushalten muss. Über diese Widersprüche reflektiert gleichsam Stuart Hall, wenn er über den Projektcharakter der Cultural Studies schreibt:

»Obgleich die Cultural Studies als Projekt offen sind, können sie nicht in dieser simplen Weise pluralistisch sein. [...] Sie sind ein ernsthaftes Unternehmen oder ein Projekt, und was dies bedeutet ist eingeschrieben in den Aspekt von Cultural Studies, der zuweilen als ›politisch‹ bezeichnet wird.« (Hall 2000: 36)

Das ›Politische‹ der Cultural Studies liegt unter anderem darin begründet, »daß eine Analyse des Populären in der Gegenwart die soziale Alltagspraxis

der Konsumenten angemessen berücksichtigen muss« (Winter 1999: 47). Darüberhinausgehend werden in dem meinem Buch zugrundeliegenden Rahmenwerk die medialen Praxen und Formen als Politiken begriffen. Listen und Rankings etablieren keine »neutralen« Ordnungssysteme, sondern sind mediale Formen, in denen Bottom-up- und Top-down-Prozesse zusammentreffen, die durchaus anderen politischen und kulturellen Zielen verpflichtet sind.

Auf der Grundlage dieser Prämissen des Cultural Studies-Ansatzes und mit dem Ausgangspunkt, die medialen Formen stärker einzubeziehen, lassen sich weitere Theorieelemente hinzufügen, in denen sich die Produktivitäten und Widersprüche von Listen und Rankings thematisieren lassen. Damit nutze ich die theoretische und methodische Flexibilität der Cultural Studies, die nach Douglas Kellner »multiperspektivisch« sein sollten, auch wenn er selbst den Begriff als »hölzern« und »unschön« bezeichnet (Kellner 2005a: 20). Der methodische und theoretische Pluralismus der Cultural Studies erlaubt beides: Absprungbrett zu anderen Ansätzen und zugleich ein theoretischer Rahmen für die Perspektivierung von Listen und Rankings in der Populärkultur zu sein. Aufbauend auf den medienwissenschaftlichen Untersuchungen der Cultural Studies zum Zusammenhang von Populärkultur und (Massen-)Medien werde ich medientheoretische Argumentationslinien breiter ziehen.

Während die Cultural Studies für meine Überlegungen einen theoretischen und methodischen Grundstock bilden, werden sie zusätzlich durch weitere theoretische Ansätze ergänzt. Mit Konzentration auf die Rezeption und die Medienpublika existieren relativ wenige medientheoretische Überlegungen zur Populärkultur. An dieser Stelle setzt meine Argumentation zu Listen und Rankings als mediale Formen an, welche die damit verbundene Medialität als produktives Element zwischen Strukturen und Praxen betonen wird.

Dazu kommen Überlegungen aus dem Kontext der Konturierung von Zugangsweisen zwischen Top-down- und Bottom-up-Prozessen, wie sie im Graduiertenkolleg *Automatismen* an der Universität Paderborn (2008-2017) entwickelt wurden. Die Prozesse der kollektiven Produktion von populärkulturellen Listen und Rankings sind Beispiele für Automatismen als ein »Entwicklungsmodell, das in Spannung zur bewussten Gestaltung und zu geplanten Prozessen steht« (Bublitz et al. 2010: 9). Diese emergenten Momente von Strukturentstehung schließen dann insbesondere die unbewussten, unsicht-

baren oder unsagbaren Prozesse mit ein, die in den Cultural Studies durch den Fokus auf Bedeutungsgenerierung und aktive Rezeption etwas zu kurz kommen. Hier ergänzen sich beide Ansätze, denn mit dem Fokus auf Automatismen lassen sich jene Prozesse theoretisch fassen, die den Übergang von Quantität in Qualität bedingen (Bublitz 2010: 23). Somit wird eine Brücke zwischen der durch Medien und Technologien induzierten, unsichtbaren und unbewussten Verarbeitung der Quantitäten und der Bedeutungsgenerierung an den daraus resultierenden Qualitäten wie Ranglisten errichtet. Automatismen finden sich sowohl in Subjektivierungs- als auch in Vergemeinschaftungsprozessen und berücksichtigen die jeweiligen Kontexte, wie beispielsweise die paradoxe Doppelstruktur eines sich stetig auflösenden und neubildenden Subjekts (Bublitz 2010: 33).

Neben den Beiträgen aus dem *Automatismen*-Projekt fließen eine Reihe weiterer Ansätze aus der Medienwissenschaft ein, soweit sie zu populärkulturellen Listen und Rankings sowie den damit verbundenen Praxen anchlussfähige Thesen entwickeln. Das Entscheidungskriterium für die Aufnahme in dieses Buch ist immer, inwieweit der Ansatz etwas zu meiner Argumentation beiträgt und nicht welcher theoretischen Provenienz er entspringt. In diesem Sinne versucht die vorliegende Arbeit eine »theoretisch verankerte Kulturanalyse« (Grossberg 1997: 14) medialer Praxen und Formen zu entwickeln.

AUFBAU DES BUCHES

Beim Schreiben des Buches hatte ich immer wieder ähnliche Vernetzungswünsche wie Raymond Williams in seinen *Keywords*. Beispielsweise hätte ein späteres Argument parallel zu einem früheren Kapitel gepasst oder ein Argument müsste durchgehend »unter« der gesamten Argumentation des Buches liegen, aber jeweils einem anderen Teilaspekt angehören. Letztlich ist aus diesen wiederkehrenden Überlegungen zur Strukturierung der Argumente der Aufbau des Buches entstanden, ohne dass die Vernetzungswünsche alle erfüllt werden: Das Grundgerüst der Argumentation sind die Thesen des anschließenden zweiten Kapitels, denen sich dann jeweils ein Kapitel des Buches widmet. Die Thesen pflegen untereinander sehr viele Beziehungen. Beispielsweise lassen sich die Überlegungen zu Plattformen im Internet nicht ohne die Ausführungen zur Datenbank und deren Subjektivierungs-

effekte verstehen. Oder aus anderer Sichtweise formuliert: Ohne ihre sozialen Funktionen können Listen und Rankings kaum als Wissens- und Ordnungssysteme thematisiert werden. Selbstverständlich sind die einzelnen Kapitel untereinander vernetzt, aber nicht zwangsläufig aufeinander aufbauend. Deshalb ist es durchaus vorstellbar, die einzelnen Kapitel auch außerhalb ihrer Reihenfolge im Inhaltsverzeichnis zu lesen.

