

# 1. Der Rahmen: Ästhetisierung des Alltagslebens

---

## Der empirisch-kulturwissenschaftliche Ansatz

Ausgangspunkt der folgenden Überlegungen ist die sogenannte Ästhetisierung des Alltagslebens (Selle 1983; Bubner 1989; Featherstone 1992; Böhme 2001: 19–22; Oldemeyer 2008; Schrage 2009; Hieber/Moebius 2011; Kittlausz 2011; Maase 2011; Reckwitz 2012; Bänziger 2020). Deren sachlichen Kern bildet die Feststellung, dass mittlerweile in Europa und Nordamerika ästhetisch gestaltete Artefakte und ästhetisch-symbolische Kommunikationen eine erstrangige Rolle für Selbstverständigung und Orientierung der Gesellschaft wie der Individuen spielen. ›Ästhetisch‹ bezeichnet in diesem Zusammenhang zum einen die äußerliche Gestaltung von Dingen, Umwelten und Inszenierungen: Sie soll sinnliches Wohlgefallen auslösen. Hier betrachtet die Forschung vor allem Waren und Konsumwerbung (Haug 1971, 2009; Schrage 2009; Drügh/Metz/Weyand 2011; Baßler/Drügh 2019), die bauliche Umwelt sowie politische Inszenierungen und Propagandakonzepte, dazu auch Phänomene wie den Tourismus. Zum anderen geht es um Strategien instrumenteller Kommunikation, die sich künstlerischer Techniken bedienen, von der Schock-Montage bis zur auktorialen Erzählung.

Untersucht werden zumeist *Angebote* und die hinter ihnen stehenden *Absichten*. Zwar unterscheiden sich soziologische Interpretationen erheblich von solchen kunsthistorischer Provenienz, und die Kritische Theorie argumentiert anders als die philosophische Ästhetik. Entsprechend unterschiedlich werden Ästhetisierungsprozesse beurteilt. Besorgnisse aufgrund künstlerischer Ansprüche sowie kultur- und kommerzialisierungskritische Einwände haben wenig gemein mit sozialwissenschaftlichen (Fischer 2018a) oder historischen Bestandsaufnahmen (Bänziger 2020), die sich um vorurteilslose Betrachtung bemühen. Doch teilen diese Ansätze neben Einsichten, die sie vermitteln, zwei Defizite: Sie lassen sich nur am Rande auf die Perspektiven de-

rer ein, die als Nutzerinnen Ästhetisierungsprozesse praktisch vorantreiben. Und die Rede vom Alltag bleibt meist deskriptiv. Sie akzentuiert Omnipräsenz und Durchdringungskraft der Prozesse; selten liefert der Begriff analytische Erklärungen.

Hier setzt die vorliegende Studie ein. Sie nutzt Denkstil und Einsichten empirischer Kulturforschung, um die Bedeutung von Ästhetisierungsprozessen in westlich-modernen Gesellschaften seit dem 19. Jahrhundert zu erhehlen. Will man konsequent die Perspektiven ›durchschnittlicher‹ Nutzerinnen in ›alltäglichen‹ Zusammenhängen rekonstruieren, dann muss man das *ästhetische Erleben von jederfrau und jedermann* in den Vordergrund rücken. Möglich wird das durch ein funktionales Verständnis ästhetischer Interaktion, das sich zunächst einmal von jeder Wertung freihält. ›Ästhetisch‹ bezeichnet in diesem Text nichts Herausgehobenes, besonders Bedeutungsvolles. Gemeint ist eine bestimmte Art interaktiver oder kommunikativer Beziehungen zwischen Menschen und deren Gegenübern: materiell präsenten oder imaginierten Gegenständen, Situationen, Geschehnissen.<sup>1</sup> Normative Annahmen zu den Qualitäten ästhetischer Gegenstände wie ästhetischen Erlebens werden nicht benötigt; sie gehören allerdings zum Kontext ästhetischer Praktiken wie der Forschung und sind insofern zu reflektieren.

Ästhetisierung bezeichnet im Folgenden die zunehmende Häufigkeit, Intensität und gezielte Herstellung von Konstellationen, in denen ästhetisches Erleben stattfindet – *positiv wie negativ* empfundenes. Verbreitet ist allerdings eine andere Lesart: Ästhetisierung als meist äußerliche oder oberflächliche Verschönerung und Steigerung von Angenehmem. Interessanterweise wird meist fraglos davon ausgegangen, es handele sich um ein modernes oder gar rezentes, eng mit kapitalistischer Massenproduktion und Verstädterung verknüpftes Phänomen. Solche Ästhetisierung wird überwiegend kritisch gesehen, oft mit Hinweis auf dahinterstehende wirtschaftliche Interessen: »Ästhetisierung [wirke; KM] als Motor und Zwang postindustrieller ›Prosumer-Ökonomie‹ (Pfütze 2018: 3). Bereits 1989 diagnostizierte Wolfgang Welsch (1990: 13) »eine den Konsum ankurbelnde Ästhetisierung«, verknüpft mit »einer zunehmenden Desensibilisierung für die gesellschaftlichen Kehrseiten einer ästhetisch narkotisierten Zweidrittel-Gesellschaft« (ebd.: 15).

---

1 Auch Menschen gehören zu den Gegenübern in ästhetischer Interaktion, wenn wir sie auf ihre ›Schönheit‹ hin betrachten; solche Beziehungen haben jedoch besondere Eigenschaften und werden im Folgenden nicht thematisiert.

Kulturanthropologisch ist Ästhetisierung jedoch als offene Entwicklung zu betrachten, in deren Verlauf menschliche Empfindsamkeit für ästhetische Wahrnehmungen aller Art – angenehme wie unangenehme – sich quantitativ ausweitet und qualitativ ausdifferenziert. Derartige Prozesse haben vermutlich die Entwicklung des Homo sapiens seit mehr als 300.000 Jahren begleitet. Menschliches (Zusammen-)Leben ist ohne ästhetische Kommunikation und Interaktion nicht vorstellbar. Diesen Gedanken haben Ansätze unterschiedlicher disziplinärer Herkunft entfaltet; einige sollen hier knapp vorgestellt werden.

## Ästhetische Interaktion und Ästhetisierung als Basiselemente menschlicher Entwicklung

### Lebensenergie und ästhetische Gewalt – Katya Mandoki

Die mexikanische Philosophin Katya Mandoki (2007: 61-64) verknüpft die ästhetische Dimension menschlichen Daseins mit dessen Körperlichkeit, mit der Fähigkeit zu fühlen und mit der grundlegenden biologischen Energie (sie zitiert Bergsons *élan vital*), ohne die Leben nicht vorstellbar ist.<sup>2</sup> Anders formuliert: Ästhetische Beziehungen zur Umwelt sind grundlegend körperbasiert und körpergetragen. Damit sind sie auch so unterschiedlich wie die einzelnen Körper mit ihrer je einmaligen Geschichte und Lebenssituation (ebd.: 63).

Als ästhetisch versteht Mandoki jede intensivierte, bedeutungshaltige sinnliche Wahrnehmung, die uns mit Wirklichkeit, mit der materiellen und ideellen Lebensumwelt von Gesellschaft und Natur verbindet. Sie bezeichnet die Verbindung als Einrasten (*latching-on*) und verwendet ein starkes Bild für diese Kopplung, welche gewissermaßen in der Struktur der belebten, bedeutungsvollen Welt und in deren morphologischen Interdependenzen vorgesehen ist: die Verbindung, die jeder Babymund zur Brustwarze der Mutter sucht und findet. »If reality can be understood as a semiotic intersubjective network that we share with others, aesthetics is that cohesive structure that allows us to adhere to it« (ebd.: 67).

2 Im Feld der *Everyday Aesthetics* ragt Mandokis Ansatz heraus durch seine anthropologisch-lebenswissenschaftliche Grundlegung. Vgl. für einen Überblick Saito (2019).

Emotionen bilden für Mandoki gewissermaßen die Vermittler, die auf menschlicher Seite das Einrasten praktisch werden lassen. Dafür spricht der vehemente Appetit auf ästhetisches Erleben. Menschen reagieren auf sinnliche und bedeutungsgeladene Wahrnehmungen – unaufhörlich und unverzichtbar. »We are captivated by what is affectionately significant, valued, and brimful of meaning« (ebd.: 68). »Einrasten« beinhalte Faszination, Verführung, Antrieb, Ernährung und Appetit. Es geht für Mandoki weit über Kontemplation oder pure Rezeptivität hinaus; es handele sich um die praktische Öffnung zur Kommunikation mit der Welt und gehöre somit zu den Grundlagen höherer Lebensformen (ebd.).

Ästhetische Aktivität in diesem Sinn zielt für Mandoki nicht nur auf angenehme Empfindungen oder Vergnügen. Sie ist *notwendig*, denn sie dient dazu – hier nimmt sie Gedanken von Dewey (1980) auf –, Vitalität und Lebensenergie zu erzeugen und gedeihen zu lassen (Mandoki 2007: 69). Als Deutscher ist man aus gutem Grund skeptisch gegenüber vitalistischen Begrifflichkeiten; in unserer Tradition wurden sie oft antiaufklärerisch und biologistisch-sozialdarwinistisch eingesetzt. Doch zählen Mandoki wie Dewey fraglos zum entgegengesetzten Theorielager. Der Grundgedanke, dass positive ästhetische Erfahrungen Lebensenergie und Lebenssteigerung zugute kommen, ist nicht a priori zu verwerfen.

Zur basalen Rolle ästhetischer Kommunikation gehört, dass sinnliches Wahrnehmen, Empfinden und Austauschen stets von Bedeutungen durchdrungen ist. Es gibt für Mandoki kein Einrasten ohne ein Subjekt, das einem Objekt Bedeutung zuschreibt (ebd.: 123). Bedeutungen stehen und wirken stets in sozialen Kontexten; sie legen Bewertungen und Handlungen nahe. Es sei die Verbindung mit emotional affizierenden, anziehenden oder abstoßenden sinnlichen Effekten, die ästhetischer Wahrnehmung erstrangige Wirkkraft verleiht. Mandoki befasst sich daher ausführlich mit Strategien, wie soziale Akteure mittels elaborierter ästhetischer Gestaltung ihre Interessen besonders eindringlich zu kommunizieren versuchen. Letztlich geht es ihr um ein neues Selbstverständnis akademischer Ästhetik; sie solle Wissen über ästhetische Prozesse im erwähnten Sinn erzeugen. Dazu gelte es, an ästhetisches Erleben mit dem Ziel einer Erhellung sozialen Verhaltens und sozialer Probleme heranzugehen. Ästhetik als Wissenschaft erforsche alltägliche Wahrnehmungen, Empfindungen und Praktiken, um das Verständnis aktueller Gesellschaften und letztlich auch deren Lebensverhältnisse zu verbessern (ebd.: Kap. 13).

Mandoki entwickelt dazu einen Gedanken, der vielleicht ihren wichtigsten Beitrag zur alltagsästhetischen Theoriebildung darstellt: die *elementare Rolle negativer ästhetischer Erfahrungen* im Leben vieler Menschen – global gesehen, der großen Mehrheit. Den Gegenpol zum erstrebten und lebensfördernden ›Einrasten‹ bildet das ästhetische ›Eingezwängtwerden‹ oder gar ›Deformiert werden‹ (*being latched-by*) – eine passive und passivierende Erfahrung.

»In this case the subject feels not captivated but captured by the object in situations of intrusion. In *latching-on* there is intentionality, impetus toward an object, Kant's ›free play between imagination and understanding‹, whereas in *being latched-by* there is aesthetic poisoning, loss of capacity for ›free play‹, and the numbing or lesion of sensibility by aesthetic violence. *Latched-by* is therefore equally relevant to aesthetic theory as a depletive condition of sensibility. [...] *Latching-on* is an opening, an act of amplitude, while aesthetic *latched-by* is enclosure and narrowness of sensibility in its impotence« (ebd.: 69; Herv.i.O.).

Mit ihrem Blick auf die verbreitete ›ästhetische Gewalt‹ holt Mandoki die globale, aber auch innerhalb der westlichen ›Wohlstands‹-Gesellschaften präsente Ungleichheit von Lebensverhältnissen und Entwicklungsmöglichkeiten drastisch in die Theorie der Ästhetisierung des Alltags. Vielfach verursacht die elementare, gleichermaßen unverzichtbare wie unvermeidbare sinnliche Kommunikation mit der Umwelt Leiden und Abstumpfung. Und dagegen kann man sich nicht verteidigen oder schützen, da ästhetische Gewalt die Offenheit unserer Sinne ausnutzt!

»Normally sensibility should flow freely at each opportunity that presents itself, since joy is our natural disposition to life. Aesthetic violence, however, blocks sensibility when it ceases to be a source of joy causing only pain. Those who lead a privileged life of aesthetic nourishment and stimuli in benevolent environments can maintain their sensibility open. On the other hand, those who are continually exposed to aesthetic violence by inhabiting sordid, noisy, malodorous spaces, or lead a stressful and aggressively competitive life are *latched-by* and forced to block their sensibility to avoid suffering. [...] When sensibility is *latched-by* aesthetic sordidness, the subject seeks to unblock it. Defensive numbness of the senses is a reaction of survival and resistance to aesthetic *latched-by*« (ebd.; Herv.i.O.).

Sehr viel mehr soziale Probleme als angenommen seien als Folgen ästhetischer Deprivation (*aesthetic negligence*) zu verstehen (ebd.: 99).

Die gleichrangige Einbeziehung negativer ästhetischer Erfahrungen ist wichtig und wirkt im Kontext europäischen Denkens über Kunst und Schönheit geradezu befreiend. Sie entzieht die ästhetischen Praktiken des Alltags der Gravitation von Kunst und ›Schönheit‹ und stellt sie in den Rahmen gewöhnlicher Lebensbedingungen und sozialer Interaktionen mit Folgen für die Entwicklungsmöglichkeiten der Einzelnen. Damit öffnet sich ein Forschungsfeld von hoher gesellschaftlicher Relevanz.

Ich gehe auf diesen Strang allerdings nicht weiter ein.<sup>3</sup> Es gibt einfach zu wenig empirische Forschung, die hier einschlägig wäre. Wir folgen der Spur, die Mandoki mit der konzeptionellen Metapher vom sinnlich-emotionalen ›Einrasten‹ legt.<sup>4</sup> In der industriellen Moderne nicht nur des Westens ist nämlich die Suche nach *positiven* Gefühlen in Unterhaltung und Vergnügung zum erstrangigen Ziel der Lebensführung geworden. Dafür haben die ›gewöhnlichen‹ Menschen über Generationen ein Instrumentarium aus spezifischen Praktiken und Gewohnheiten, Sensibilitäten, Kompetenzen und Interessen entwickelt. Es wurde zur Grundlage für eine Populärkultur, in und mit der die Bevölkerung weiter Teile der Welt einen Großteil ihrer wachen Zeit verbringt. Dazu gehören vielfältige mittels (Massen-)Kunst realisierte ästhetische Praktiken ebenso wie die unüberschaubare Menge ästhetischer Wahrnehmungen und Erlebnisse, die uns mit anderen Potenzialen unserer Umwelt verbinden, von Tagträumen über Konsumgüter bis zur Natur. Für die Beschreibung solcher Interaktionen ist ein begriffliches Instrumentarium zu entwickeln.

Das Interesse an massenhaft geschätzten ästhetischen Erlebnissen leitet auch die im Folgenden vorgestellten Ansätze. Sie sind nicht in allen Punkten kohärent; doch in ihrer Gesamtheit und mit dem Fokus auf der Omnipräsenz

- 
- 3 Ich stelle die Bedeutung positiv bewerteter Empfindungen in den Mittelpunkt – weil die breitenwirksamen Ästhetisierungsprozesse seit dem 19. Jahrhundert nur zu verstehen sind, wenn man den Nutzerinnen Freiwilligkeit und Suche nach reizvollem Erleben zuschreibt. Die ›dunkle‹ Dimension ästhetischer Interaktionen – Abwehr, Belastung oder gar sinnliche Deprivation – gehört zwar grundsätzlich zum ästhetischen Feld. Für die Entwicklung hin zu den Massenkünsten und zur Alltagsästhetik der Gegenwart kann man sie jedoch ausklammern.
  - 4 Mandoki geht es nicht um das Auswechseln von Begriffen. Kategorien seien keine Antworten, sie müssten selbst geklärt werden. Doch verweise der Bezug zum primordialen Akt des Saugens auf die phänomenologische Grundlage eines Konzepts von *aisthesis* (Mandoki 2007: 71).

ästhetischer Praktiken bilden sie die kulturen- und anthropologische Grundlage der anschließenden Argumentation.

## Erfahrung und Alltag – John Dewey

Der pragmatistische Universaldenker John Dewey geht in seiner 1934 erschienenen Studie *Art as Experience* nicht ausdrücklich auf anthropologische Grundlagen ein. Sie sind jedoch unverkennbar schon im Ansatz, den er wählt; der brach damals wirklich mit grundlegenden philosophischen Konventionen. Dewey beginnt nicht mit der üblichen Frage, welche Eigenschaften ein *Kunstwerk* charakterisieren. Er interessiert sich für die Eigenschaften eines *besonderen Typs von Erfahrungen*, die Menschen machen. So startet er mit Grundelementen, die jede/r aus dem Alltag kennt – »Ereignissen und Szenen, die das aufmerksame Auge und Ohr des Menschen auf sich lenken, sein Interesse wecken und, während er schaut und hört, sein Gefallen hervorrufen«. Als Beispiel nennt er »das Behagen dessen [...], der ein Holzfeuer im Kamin anfacht und dabei die hochschießenden Flammen und die zerfallende Glut betrachtet. [...] Von dem sprühenden Farbenspiel, das vor seinen Augen abläuft, ist er [...] fasziniert, und seine Phantasie nimmt daran lebhaften Anteil« (Dewey 1980: 11).

Für Dewey enthält alles praktische Handeln und jedes konturierte Wahrnehmen ein ästhetisches Potenzial. Kunst bezeichnet aus dieser Perspektive eine besondere, relativ seltene Art von Ressource. Ihre Angebote sind einzig dafür bestimmt, ästhetische Erfahrungen zu machen (ebd.: 12). Die Monofunktionalität unterscheidet sie von den meisten Dingen und Tätigkeiten, die unsere Sinne anziehen und dabei primär anderen Zwecken dienen. Wichtiger als dieser Unterschied ist Dewey aber – und ein solches Vorgehen kann man als anthropologisch charakterisieren –, was allen Erfahrungen welcher Art auch immer gemeinsam ist: Wir *machen sie* im strengen Sinn des Wortes. Eine Erfahrung ist nichts, was einer Person ohne ihr Zutun geschieht. Wir erzeugen sie aktiv. Für Dewey ist Erfahren eine Tätigkeit, deren Produkt die Erfahrung ist. Ästhetische Erfahrung ragt aus dem Gleichmaß und Gleichlauf des Alltags heraus und hebt die Menschen ein Stück weit darüber hinaus. Doch bleibt sie mit dem gewöhnlichen Leben verbunden; sie gehört keinem wesentlich anderen Bereich des Handelns und Denkens an.

Diese Sicht folgt auch daraus, dass für Dewey alltägliches Vergnügen (*pleasure*) keine Trivialität darstellt, sondern hohe Bedeutung für die Lebensführung hat. Der pragmatistische Philosoph Richard Shusterman (2000: 29) hat

diese Auffassung pointiert zugespitzt: »[...] [W]e humans, philosophers included, live primarily not for truth but for sensual and emotional satisfaction.« Freilich kennt Dewey (1980: 62f.) auch ein Vergnügen am Erkennen und formalen Analysieren. Aber das könne nicht den einzigen Maßstab für ästhetischen Genuss bilden; den entdeckt er auch im Schmecken eines Gerichts, wenn es Wissen um die Ursache des Geschmacks und Anerkennung für die Art der Zubereitung einschließe. In diesem umfassenden Sinn versteht Dewey »ästhetische Empfindungen« als »notwendige Bestandteile des Glückes« (ebd.: 17). Die Engführung auf das Vergnügen und seine alltäglichen Funktionen hin markiert im Vergleich mit Mandoki die Grenzen seines Zugriffs. Zugleich benennt Dewey damit einen wesentlichen Aspekt der Ästhetisierung des Alltags.

Deweys Ansatz hat zweifellos eine vitalistische Färbung.<sup>5</sup> Mit der Betonung von Energie, Dynamik, Integration und ermächtigender Befriedigung zielt er auf eine Gestalt von Erfahrung, die als steigernde Verdichtung elementarer Lebenskräfte konzipiert ist. Zwar verläuft Erleben in der Praxis oft deutlich weniger fokussiert und in sich geschlossen, doch hat Deweys Einstieg von den Erfahrungen der Menschen her den Blick für die ästhetischen Momente im Alltag geöffnet. Wir haben auszugehen von Praktiken, mit denen jedefrau und jedermann positiv bewertete Empfindungen zu erzeugen suchen. Als Material dafür nutzen sie starke sinnliche Eindrücke und Vorstellungen, die spürbar mit Emotionen verbunden sind.

### Interphänomenalität und massenhaftes ästhetisches Begehren – Joachim Fischer

Der Soziologe Joachim Fischer (2018a) stellt ästhetische Kommunikation und rezente Ästhetisierungsprozesse ebenfalls in einen universellen, die Menschenwelt übergreifenden Zusammenhang; in der Tradition der Philosophischen Anthropologie spricht er von Interphänomenalität (Fischer 2018b). Den empirischen Ausgangspunkt bilden für ihn weit gespannte Tendenzen der Gegenwartsgesellschaft. Er fasst sie als Kunstprozesse, insofern sie allesamt auf die »Frage der gelingenden Gestaltung der sinnlichen Erscheinung des Lebens« (2018a: 507) bezogen seien.

Als wichtige Felder nennt er »das *Design der Dinge*, das die Familienseelen und -ressourcen okkupiert, vom Spielzeug der Kinder bis hin zum äs-

5 Vgl. dazu umfassender Jung (2004); Niklas (2014: 106-123).



thetisch gelungenen Interieur der Wohnräume« (2018a: 508, Herv.i.O.); die ästhetischen Aspekte von Architektur und Städtebau; Faszination und subjektive Bedeutung der Mode als unaufhörlicher »Versuch, einander die je eigene Unergründlichkeit in den unerschöpflichen vestimentären Ausdrucksvarianten interphänomenal zu zeigen oder zu verbergen, sich einander in den unendlichen Schnittmöglichkeiten die Expressivitätspotentiale in der Öffentlichkeit vorzuführen« (ebd.: 509); kosmetische Chirurgie und Tätowierungsboom; Selbstdarstellungen bei Facebook; Popmusik, Konzerte und Diskotheken, die die »individualisierten Massen durch die ihnen jeweils [...] auf die Ohren und Seelen, auf ihre nach Ausdruck hungernden idiosynkratischen Innenwelten, auf ihren aufgedeckten und facettierten Geschmack hin komponierte Musik in verzückte Schwingungen versetzen« (ebd.: 510); die Spektakel des Schausports; die »hunderttausendfach gepflegten Gärten [...], die alle der aufwendigen, *kultivierten Naturästhetik* frönen in dem, was sie [...] zum schön angeordneten Keimen und Blühen bringen – ihren Nachbarn und Gästen zur Schaulust« (ebd.: 511; Herv.i.O.); der Tourismus als »Genießen der Ästhetik anderer Gesellschaften, ihrer sinnlichen Erscheinungsweise« (ebd.); schließlich die renommierten Kunstmuseen als die »eigentlichen Sakralräume [...] der großen Metropolen« und die allgegenwärtigen Graffiti (ebd.: 512).

Wie Mandoki (2007: 57–60) mit Bezug auf Identität und sinnlich verstärkte Kommunikation, so versteht auch Fischer das Bemühen um eindrucksvolle Selbstdarstellung von Personen – »das Voreinandererscheinen-Wollen« (Fischer 2018a: 513) – als eine wesentliche Triebkraft von Ästhetisierungsprozessen; diese ließen sich historisch weit zurückverfolgen. In der jüngeren Vergangenheit betont Fischer den Massencharakter solcher Praktiken wechselseitiger Selbstpräsentation. Dem müsse die Forschung Rechnung tragen, wenn sie »die *Ästhetisierung* als den Basiszug moderner Vergesellschaftung« (ebd.: 505; Herv.i.O.) und die Rolle der auf »Kunst« (in der skizzierten Breite!) bezogenen ästhetischen Praktiken »als eigentliches Kraftzentrum der Gegenwartsgesellschaft« (ebd.: 507) verstehen wolle. Kulturwissenschaftlerinnen sollten »sich tief und in neutraler Beobachterhaltung vor allem und in erster Linie auf die omnipräsenten ästhetischen Praxen der individualisierten Massen einlassen« (ebd.: 506f.).

Fischer konstatiert verbreitetes Verlangen nach einem »offensichtlich existentiell wichtigen Zugang der Rezipienten zu ästhetischen Ressourcen« wie Spielfilmen und Musik (ebd.: 507). Dieses »*ästhetische Begehren*« bestätige die bereits von Gerhard Schulze (1992) in seiner Studie zur »Erlebnisgesellschaft« umfassend herausgearbeitete »erlebnisrationale Orientierung am

Projekt des *schönen Lebens*, des Ästhetischen« (Fischer 2018a: 507; Herv.i.O.). Kaum etwas sei gegenwärtig für die Einzelnen wie für die Institutionen wichtiger als »die *sinnlichen Erscheinungsverhältnisse*, also die je spezifische Gestalt der sinnlich affizierenden Erscheinungen, einerseits des Subjektes vor und für sich selbst, andererseits der Subjekte *interphänomenal* vor- und füreinander« (ebd.: 508; Herv.i.O.). Angesichts dieser vielfach geteilten Beobachtungen müsse man sich ernsthaft auf »den élan vital der ästhetischen Praxen der individualisierten Massen [...] einlassen« (ebd.: 515).

Das Konzept der Interphänomenalität hat Fischer (2012; 2018b) im Rahmen der Philosophischen Anthropologie entwickelt. Er versteht darunter grundlegend »das Faktum eines universellen Ausdrucksüberschusses im Kosmos, eine ›Interexpressivität‹« (2018b: 120). Das bedeutet, dass Phänomene »als Phänomene vor- und füreinander erscheinen, also auf so etwas wie Ausdruck und Eindruck bzw. Ausdruckswahrnehmung und Eindrucksmanöver untereinander eingestellt sind« (ebd.: 119f.). Damit ist sozusagen eine universelle ›Ästhetisierungsdisposition‹ gegeben. Sie bilde auch die Grundlage aktueller ästhetischer Steuerungsprozesse, sei jedoch keineswegs auf menschliche Bestrebungen und Praktiken beschränkt, sondern eine allgemeine Eigenschaft des belebten wie unbelebten Kosmos.

Ontologisch bedeute das,

»dass es bereits vor oder neben und auch nach menschlichen Lebewesen Ausdrucksphänomene im Kosmos gibt – nämlich in der Pflanzen- und Tierwelt, in der Welt des Lebendigen, in der die Organismen von sich her bereits auf expressive Erscheinung (voreinander) angelegt sind. Es gibt eine vitale Zone des Interphänomenalen vor und neben der zwischenmenschlichen Lebenswelt« (ebd.: 120).

Fischer leitet daraus eine kognitiv-emotionale Disposition menschlicher Wesen ab,

»tendenziell oder primär [...] alles Gegebene im Universum und Kosmos als Ausdrucksphänomen auffassen zu können [...]. Menschliche Lebewesen sind ausdrucks-projizierende Lebewesen, sie vermuten – weit über ihresgleichen und weit über tierische und pflanzliche Ausdrucksverhältnisse hinaus – auch Ausdrucksverhältnisse in der sogenannten unbelebten Natur« (ebd.).

Sie seien grundlegend offen für und begierig auf die Perception von Erscheinungen, die durch ihre sinnliche Gestalt die Erwartung auf Expression eines Anderen nähren und befriedigen.

Wie Mandoki bezieht sich auch Fischer auf natur- und lebenswissenschaftliche Befunde. Für uns ist zunächst das gemeinsame Argument festzuhalten, wonach Ausdrucksbedürfnis und Begehren nach Interaktion beziehungsweise Kommunikation mittels sinnlich starker Eindrücke Grundelemente menschlicher Entwicklung bilden. Das widerspricht der Hauptthese der Ästhetisierungskritik, wonach es sich um Ergebnisse rezenten Einflussnahme handele – um Strategien, den Konsum fremden Einflüssen zu unterwerfen und ästhetische Steigerung zur Verhaltenslenkung auf emotionalem statt rationalem Wege einzusetzen. Dass es solche Intentionen gibt und dass sie nicht ohne Wirkung bleiben, steht außer Frage. Hier aber ausschließlich Manipulation und Entfremdung zu diagnostizieren, bleibt angesichts differenzierter Studien zur Konsumforschung (Campbell 1987; Schrage 2009; Drügh/Metz/Weyand 2011; Ullrich 2013) sowie zur ›ästhetischen Ökonomie‹ und ›ästhetischen Arbeit‹ (Böhme 1995; 2001; 2008; 2016) unterkomplex.

In Verfolg der angedeuteten lebenswissenschaftlichen Linie ist es angebracht, auf evolutionistische Ansätze einzugehen – wenngleich eher exemplarisch als systematisch –, die die menschliche Disposition zu ästhetischer Kommunikation entwicklungsgeschichtlich herleiten.

## Fitness und Wahrnehmungslust – Evolutionistische Perspektiven

Verschiedene Disziplinen haben Konzepte vorgelegt, die eine solche Veranlagung zu belegen suchen. Biologen und Psychologinnen fragen vor allem nach evolutionären *Vorteilen für Individuen*; sie nehmen in erster Linie Mechanismen der Wahrnehmung und Informationsverarbeitung sowie der Auswahl von Fortpflanzungspartnern in den Blick und betrachten deren Funktionieren als *genetisch fundiert*. Anthropologinnen suchen eher nach den *Vorteilen für Menschengruppen* und sind offen für die *kulturelle Implementierung* vermuteten (proto-)ästhetischen Handelns. In allen Fällen geht es um Fitness im Sinne optimierter Chancen zur Weitergabe der eigenen Gene.

Tätigkeiten wie Schmücken und Verziern, Darstellen von nicht Wirklichem, Singen usw. erscheinen aus biologischer Sicht auf den ersten Blick überflüssig, ohne evidente Funktion. Evolutionäre Ästhetik sucht den Nutzen solchen Tuns in einer frühen Entwicklungsphase der Gattung Homo plausibel zu machen, seit sich vor ca. zwei Millionen Jahren das moderne menschliche Gehirn zu bilden begann. Argumentiert wird beispielsweise mit den Vorteilen, die es bot, die komplexe Reizverarbeitung des Hirns in der Beschäfti-

gung mit ›Ausgedachtem‹ zu entfalten, zu trainieren und zu eichen (Tooby/Cosmides 2001; Eibl 2004, 2009); mit der Überlegenheit, die es brachte, in der Flut von Außenweltreizen nach Ordnung zu suchen (Sütterlin 1994, 2003; Richter 1999); mit der ›protoästhetischen‹ akustischen Kommunikation zwischen Müttern und Kleinkindern, die den Nachwuchs besser gedeihen ließ (Dissanayake 2001); mit der hirnfördernden Entwicklung der Fähigkeit, andere zu täuschen (Knight 1999; Power 1999; Watts 1999).

Das sind zunächst ziemlich spekulative Thesen; Kulturwissenschaftlerinnen können sie nicht im Einzelnen bewerten. Doch erscheinen viele Überlegungen miteinander vereinbar; manche in diesem Zusammenhang benannte Potenziale kann man sich zu wechselseitigem Vorteil vernetzt vorstellen. Evolutionär orientierte Argumentationen suchen jedenfalls das Ästhetische in der psychosensorischen Ausstattung und Interaktion der Menschen, nicht in ›Werken‹; »all people are aesthetes«, formuliert Thornhill (2003: 15). Der Grundgedanke ist stets: Verbreitete Präferenzen für die Wahrnehmung von Eigenschaften der sinnlichen Umwelt, die heute als schön gelten, sind fest verknüpft mit Verhaltensdispositionen und neuronalen Strukturen, die modernen Menschen in der Frühzeit Selektions- und Überlebensvorteile brachten. Solche Dispositionen wurden zu erheblichen Teilen genetisch verankert und werden als natürliches Erbe tradiert. Der Darwin'sche Grundgedanke darin ist: Individuen, deren psychophysisches System ›ästhetisches‹ Verhalten *intrinsisch mit Wohlgefühl belohnte*, waren stärker disponiert zu entsprechenden Aktivitäten und verbesserten damit systematisch ihre Chancen zur Weitergabe der eigenen Erbinformation.

Angenehmes und Nützliches bilden in dieser Sicht zwei Seiten einer Medaille. Lebewesen, die als angenehm empfinden – und deswegen tun! –, was objektiv ihre Fortpflanzungschancen im Vergleich zu anderen Individuen derselben Art vergrößert, werden so die Disposition, Nützliches ›schön‹ zu finden, weiter innerhalb der Art verbreiten. In Abwandlung der Hume'schen These, die Schönheit liege im Auge des Betrachters, heißt es evolutionistisch: »beauty is in the adaptations of the beholder« (Symons 1995, zit.n. Welsch 2009: 98).

Damit Ästhetisierung als Grundbestandteil menschlicher Lebensgestaltung plausibel wird, ist noch eine weitere Annahme nötig – dass nämlich aus den unbewussten Dispositionen eine neue Qualität entstand: ›Wahrnehmungslust‹. Die wurde dann nicht mehr genetisch, sondern kulturell weitergegeben und gefördert. Der Begriff meint, dass prähistorische Gruppen von Menschen und ihren Vorgängern das Erleben von Wohlgefallen an Wahrneh-

mungen und damit verbundenen Vorstellungen unter eigene Regie zu bringen suchten. Sie entwickelten die Neigung und zunehmend auch die Fähigkeit, jene Konstellationen, unter denen Vergnügen an sinnlicher Wahrnehmung empfunden werden kann, nicht mehr dem Zufall und der vorsprachlichen Expertise einzelner zu überlassen. Man begann, solche Interaktionen zunehmend bewusst und kollektiv zu gestalten; letztlich führte das zu jenen Ästhetisierungspraktiken, die neuere Forschung als bewusste und systematische Formung der sinnlichen Umwelt beschreibt.

Aus der zunächst sprachlosen, angenehmen Empfindung des eigenen sinnlichen Wahrnehmens entwickelte sich ein ganzer Bestand an Wissen, Regeln und Praktiken zur Gestaltung ästhetischer Interaktionen. In einem von heute aus gesehen letzten Schritt entstanden dann aus der *nutzenorientierten* sinnlich gesteigerten Kommunikation Praktiken, deren *vorrangiges Ziel* die Herstellung ästhetischen Wohlgefallens war. Im Lauf der Urgeschichte bildete sich solche Wahrnehmungslust *auf evolutionärer Naturgrundlage* fort zur entwicklungsoffenen *kulturellen* Disposition. In Kurzform: eine Entwicklung von der vorbewussten Freude am sinnlichen Wahrnehmen zur bewussten Erzeugung ästhetischen Erlebens.

### Sinnliche Ordnung und Wohlgefallen – Eckhard Neumann

Einen Ansatz, der solche evolutionären Perspektiven bündelt und mit Blick auf die *soziale Funktionalität* ästhetischer Potenziale und der »Sinnesarbeit« (Neumann 1996: 15, 53, *passim*) kulturanthropologisch weiterführt, hat der Psychologe Eckhard Neumann vorgelegt. Aus seinem ausgreifenden Entwurf nehme ich einige Grundgedanken zur historischen Verankerung von Ästhetisierungspraktiken auf und denke sie weiter.

Für Neumann (ebd.: 194) ist menschliches Dasein »stets auch ein ästhetisch gestaltetes Sein«. Das folge daraus, dass menschliche Existenz nur in Gruppen mit einer sozialen Ordnung möglich ist. Die Geschichte der Art *Homo sapiens* sei nicht denkbar ohne »ästhetische Produktivität«; darunter versteht er »eine universale, spezifisch menschliche Verhaltensweise [...], die sämtliche gestalterischen und wahrnehmenden Verhaltensweisen in allen Sinnesbereichen umfasst« (ebd.: 53). Indem sie wahrnehmen, was den Sinnen zugänglich ist, und Wahrnehmungskonstellationen gestalten, treten Menschen in ästhetische Beziehungen ein. Sie müssen Neumann zufolge ihre sinnliche Umgebung formen, weil es keine Weise menschlichen Lebens geben kann ohne erfolgreiches Zusammenwirken – und dazu braucht es *effektive*

*Kommunikation.* Zweckdienliche sinnlich expressive Kommunikation ist mithin unverzichtbar für jede menschliche Ordnung. Menschen führen und entwickeln ihr (Zusammen-)Leben »in sinnlichen Ordnungsstrukturen« (ebd.: 53). Aus dieser Grundgegebenheit ist die gesamte Vor- und Frühgeschichte als Geschichte fortschreitender »Versinnlichung« (ebd.: 55) des kollektiven Lebens herzuleiten.

Verständigung findet nicht allein und nicht zuerst mittels Sprechen statt (das ja auch sinnlicher Gestaltung und Wahrnehmung von Lauten, Gesten, Mimik etc. bedarf). Kommunikation nutzt in großem Umfang das Gestalten und Perzipieren *nonverbaler* sinnlicher Ausdrucksmittel. Seit der Frühgeschichte setzen Menschen Farben, Formen, Klänge, Gerüche und die taktile Qualität von Oberflächen als Mittel ein, um Unterscheidungen als beachtenswert zu markieren und mittels ritualisierter Inszenierungen auf angemessenes Verhalten hinzuweisen. Neumann (ebd.: 143-158) zieht hier ethnologische Befunde heran, etwa von Silvia Schomburg-Scherff (1986), zum allumfassenden Charakter der »planerischen Inszenierung von Sinnerfahrungen« in Stammesgesellschaften (Neumann 1996: 149). Er nennt »beispielsweise körperliche Pflege und Inszenierung, die Gestaltung von Bekleidung, Behausung, Geräten bzw. Gebrauchsgegenständen, die »all-ästhetische« Inszenierung von Sozialisationsprozessen, Festen und Riten, einschließlich der räumlichen, motorischen, gestisch-mimischen Organisationsweisen«. Eine Dimension zuspitzend konstatiert er: »Der bekleidete und geschmückte, mitunter benarbte Körper wird bei den Naturvölkern aus der funktionalen Perspektive [...] zur »Signaltafel« für die gesellschaftlich gelenkte Kommunikation und Interaktion« (ebd.; Herv.i.O.) – wobei anzumerken ist, dass jeweils auch Selbstpräsentation der Einzelnen (in den kulturell möglichen Formen) im Spiel ist.

Die Universalität derartiger »ästhetischer Produktivität« ergibt sich für Neumann aus der Notwendigkeit des Aufbaus nichtdiskursiver Kommunikations- und Organisationssysteme (ebd.: 189) sowie daraus, dass bewusste, auf Effekte zielende sinnliche Gestaltung faktisch für alle sozialen Lebensäußerungen einsetzbar war und ist (ebd.: 194). So kann er ästhetische Praktiken letztlich als »das mediale Instrument gesellschaftlich organisierter Lebenssicherung« bezeichnen (ebd.: 159; Herv.i.O.).

Analytisch zu unterscheiden sind die hedonische, Wahrnehmungslust erzeugende, und die symbolische, bedeutungsvermittelnde Leistung ästhetischer Produktion. Die hedonische Funktion ist notwendig, damit die symbolische wirken kann. Negativ empfundene Wahrnehmungen können zwar kurz-

zeitig zur Warnung und Abschreckung eingesetzt werden. Doch nur Kommunikate, deren *sinnliche Rezeption als in irgendeiner Weise attraktiv empfunden* wird, werden anhaltende, interessierte, motivierende Aufmerksamkeit auf sich ziehen und an sich binden. Auf dieser Kombination basieren jene Praktiken, die mittels sinnlicher Gestaltung etwas herausheben, markieren, von der Umgebung oder gleichen Gegenständen mit anderer Markierung unterscheiden. Über die Wahrnehmungslust hinaus können Form und Farbe, Größe und verwendetes Material nichtsprachliche (»symbolische«) Bedeutungen tragen; zum Beispiel wird Rot oft mit dem Bedeutungsfeld des Blutes verbunden, Größe mit Autorität, Gold mit Strahlen und Seltenheit.

Nonverbale Verständigung und Kooperation funktionieren umso besser, je kräftiger und prägnanter sinnliche Hinweise die menschlichen Sensorien und die Signalverarbeitung im Hirn ansprechen. Damit das funktioniert, sind neben der hedonischen Qualität des Gestalteten *Sensibilität und Aufmerksamkeit* der Menschen unverzichtbar. Das bedeutet: Training und Verfeinerung der Empfindsamkeit für die hedonischen wie die symbolischen Dimensionen des sinnlich Gestalteten sind zum Funktionieren sozialer Gruppen und für deren erfolgreiche Interaktion mit ihrer Umwelt unabdingbar. Zugespitzt: Fähigkeiten zur Gestaltung sinnlicher Prägnanz und zu sensibler und verstärkender Aufnahme dieser Signale verschafften evolutionäre Vorteile. »Sensory apprenticeship« (Leder Mackley/Pink 2014), das alltagspraktische wie auch gezielte Lernen der Rezeption sinnlicher Botschaften war und ist Teil menschlicher Gattungsgeschichte.

Körperbemalung und Gestik, die expressive Gestaltung von Dingen und Ritualen, kurzum die gesamte materielle Umwelt wird in ihren sinnlich wahrnehmbaren Qualitäten nach einem symbolischen Code geformt, an dem sich die Mitglieder eines Verbandes orientieren.<sup>6</sup> Ästhetische Gestaltung und ihre Potenziale sind also für Neumann keine Surplus-Leistung, die als zweckfreier Raum der Freiheit und Schönheit jenseits der Zwecke und Lebensimperative steht. Ästhetische Praktiken dienten in der gesamten Menschheitsgeschichte der Entwicklung »sinnlicher Ordnungsstrukturen« des Sozialen (Neumann 1996: 53). Sie wurden eingesetzt zur sinnlich-emotiven Orientierung von Individuen und Verbänden im Aufbau komplexer sozialer Strukturen (ebd.: 79). Menschheitsgeschichte war Ästhetisierungsgeschichte. Dies zu leugnen, verkennt die Lebenszusammenhänge, die die ästhetische Produktivität und Sensibilität der Gattung Homo seit ihren Anfängen geprägt haben.

6 Vgl. dazu aus funktionalistischer Sicht Schomburg-Scherff (1986).

Ein weiterer Gesichtspunkt wird von Neumann eher implizit behandelt. Ästhetische Produktivität als Einheit von Gestaltung und Rezeptivität folgte von Beginn an einer *inneren Optimierungsdynamik*. Die hat sozusagen als Treibriemen den skizzierten Übergang von der naturgeschichtlichen zur kulturellen Qualität ästhetischer Praktiken vermittelt. Das galt schon, bevor mit zunehmender Arbeitsteilung und Hierarchisierung der Personenverbände ein Wettbewerb unterschiedlicher Akteure um Aufmerksamkeit, Überzeugungs- und Anziehungskraft einsetzte. Je eindringlicher beispielsweise Trommeln in Rhythmus, Klangfarbe, Frequenz, Tempo usw. mitteilten, ob es um Arbeit, Kampf, Zeremonie, schamanisches Ritual oder Feier der Gemeinschaft ging, und je aufmerksamer und intensiver die Beteiligten die sinnlichen Signale perzipierten, emotional empfanden und in eigener sinnlich-körperlicher Praxis von Bewegung oder Gesang verstärkend aufnahmen, desto besser war die Verständigung, desto effektiver die Synchronisierung der Gestimmtheit und desto klarer die Ausrichtung auf das erwartete Handeln.

Das ist zunächst einmal ein funktionalistisches Argument. Wenn die Kommunikationsleistung sinnlicher Botschaften lebenswichtig ist, dann sind Menschengruppen im Vorteil, die das Schaffen wie das Perzipieren sinnlicher Kommunikate belohnen. Aufmerksames Wahrnehmen kann über soziale Anerkennung oder über Drohung mit Sanktionen gefördert werden. ›Verlässlicher‹ und effektiver scheint es allerdings, sinnliche Kommunikation mit *positiven emotional-motivationalen* Mechanismen zu verbinden.

Daher können wir *unmittelbare affektive* ›Belohnungen‹ ästhetischer Sensibilität annehmen. Schlicht formuliert: Aufmerksame sinnliche Wahrnehmung und Gestaltung sind verbunden mit starken und daher reizvollen Gefühlen – nicht immer direkt angenehmen, sondern auch abschreckenden, warnenden. Die ›sinnlichen Ordnungsstrukturen‹ funktionieren am besten, wenn *grundlegend positive Erwartungen sensuelle Kommunikation begleiten*, wenn also die sinnlichen Phänomene *unabhängig von ihrer symbolischen Decodierung* als angenehm, reizvoll, belebend, erregend oder sonst wie positiv wahrnehmungswert empfunden werden.<sup>7</sup> Anerkennung und Belohnung praktizierter Wahrnehmungslust können über soziales Tradieren auf Dauer gestellt werden; doch legen Befunde von Verhaltensforschung und Paläoanthropologie es nahe, auch an evolutionäre Verankerung im Erbgut (infolge von Fortpflanzungsvorteilen entsprechender Individuen und Gruppen) zu denken.

---

7 Es geht um das, was in den Diskursen der Ästhetik unter Bezeichnungen wie Wohlgefallen, Lust, Reiz als ebenso wesentliches wie unhinterfragtes Element auftaucht.



Heute jedenfalls reagieren Menschen weltweit positiv auf sinnliche Opulenz und Prägnanz. Vor jeder kulturellen Differenzierung sind dabei anscheinend unwillkürliche Empfindungsmuster im Spiel, die im Optimierungsprozess<sup>8</sup> zunehmend gezielt eingesetzt wurden. Beispielsweise animiert Rot mehr als Grau – auch wenn die Farbe uns warnt; weich und warm fühlt sich besser an als stachelig und kalt; glänzende Oberflächen sind reizvoller als stumpfe.<sup>9</sup> Evolutionär-historisch kann man hier das Überschreiten einer (empirisch schwer zu greifenden) Schwelle annehmen: Sinnliches Wahrnehmen konnte zunehmend über seine Funktionalität hinaus, *als solches, angenehm empfunden und um der Empfindungen willen gesucht und genossen* werden. Sinnliche Wahrnehmung, sinnliche Interaktion als Vergnügen unabhängig von allen Zwecken, rein aus sich heraus – damit war das ästhetische Weltverhältnis in unserem heutigen Sinn entstanden.

Ästhetische Produktivität in ihren beiden Dimensionen – sinnlich eindrucksvolle Gestaltung und deren aufmerksame Rezeption – wurde belohnt durch soziale Anerkennung wie individuell durch positive Gefühle bei der Wahrnehmung. Beides trug dazu bei, dass sich mit sinnlicher Perzeption zunehmend positive Erwartungen verbanden, ja dass sich eine explizit als solche thematisierte Wahrnehmungslust ausbreitete (Serner 1984; Löffler 2014).

So überschritt die Optimierungsdynamik – an verschiedenen Orten zu unterschiedlichen Zeiten und in wechselnden Formen – eine wichtige Schwelle. Prägnante Sinnesindrücke werden mittlerweile hedonisch wegen der mit

---

8 Der hat auch eine materiell-technologische Seite; die Geschichte der Klanginstrumente und ihrer Effektivierung ist da ebenso einschlägig wie die der Farbenherstellung. Der Kulturanthropologe Alfred Gell (1999) baut hierauf eine ästhetische Theorie auf, in deren Mittelpunkt »the technology of enchantment and the enchantment of technology« stehen.

9 Freilich war es auch möglich, weitgehenden Verzicht auf Farbigkeit diskursiv zu honorieren. Schwarzweiße Fotos wurden ästhetisch grundsätzlich über Farbfotos gestellt; Kunsthistoriker sahen die ästhetische Leistung der Malerei v.a. in den Linien und Formen und nicht in den Farben (Batchelor 2002). Durch Erziehung und Selbsterziehung konnte man derartige Prinzipien so verinnerlichen, dass sie spontan Wahrnehmung und Bewertung bestimmten. Die über 200 Jahre von den »Gebildeten« vertretene und verspürte Überzeugung, die klassische griechische Plastik in ihrer »edlen Einfalt« und »stillen Größe« (Winckelmann) müsse marmorweiß gewesen sein, ist durch Belege für eine kräftige Polychromie der Originale (Brinkmann 2003) auf geradezu peinliche Weise widerlegt worden. Das sollte vor jeder Verachtung des »Bunten und Lauten« warnen; vgl. dazu auch Taussig (2013).

ihrer Perzeption verknüpften angenehmen Gefühle gesucht, habituell wie bewusst. Sinnliche Wahrnehmung als solche ist zum alltäglichen Quell positiver Empfindungen geworden, zum eigenständigen Handlungsziel, zum Selbstzweck.<sup>10</sup> Die sinnlich perzipierte Gestalt von Sachen und Tätigkeiten, Personen und sozialen Figurationen wird über deren Zeichen- und Symbolfunktion hinaus als – ein moderner Terminus – ›schön‹ empfunden; sie wird als Vermittlerin angenehmer Empfindungen geschätzt, gesucht und bedarfsgerecht geschaffen.<sup>11</sup>

Die in diesem Kapitel vorgestellten Ansätze verbindet, dass sie für die Allgegenwart, wenn nicht gar Lebensnotwendigkeit ästhetischer Interaktion im menschlichen Zusammenleben argumentieren. Die Thesen zu konkreten Perzeptionsmechanismen und Wirkungszusammenhängen weichen durchaus voneinander ab. Dennoch schließen sie einander nicht völlig aus – vieles kann man sich additiv oder synergetisch denken. Im Ästhetisierungskontext liegt es allerdings nahe, sich auf Interaktionen zu konzentrieren, die von den Menschen *freiwillig und mit der Erwartung positiven Erlebens* eingegangen werden. Wie die beklemmende Realität der Belastung durch negative ästhetische Eindrücke wissenschaftlich zu verfolgen ist, sei ebenso Fachdebatten überlassen wie die Widersprüche zwischen den skizzierten Ansätzen. Für das Verständnis von Ästhetisierung als Massenphänomen und Alltagspraxis in der jüngeren Vergangenheit und Gegenwart scheint mir die Verknüpfung von kollektiver Daseinsgestaltung, Kommunikation und Ästhetik bei Neumann eine solide Grundlage zu bieten.

## Ästhetisierung in Deutschland – Agenten, Phasen, Dimensionen

Kulturanthropologische Ansätze fokussieren ›Alltäglichkeit‹. Sie fragen, auf welche Weise ›gewöhnliche‹ Menschen ästhetische Interaktionen in Rahmen, Regeln und Routinen des Alltagslebens einpassen. Im Folgenden gehe ich von Andreas Reckwitz' (2012; 2016) soziologischen Studien zur »gesellschaftlichen Ästhetisierung« aus und versuche, sie um den Alltäglichkeitsaspekt zu

10    Wobei Selbstzweckhaftigkeit nicht Interesselosigkeit oder Verzichtbarkeit bezeichnet, sondern gerade ein starkes, spezifisch ästhetisches Interesse (Kleimann 2002: 77-82).

11    Für ein universelles menschliches Schönheitsempfinden argumentiert mit kulturanthropologischer Empirie sowie mit evolutionistischen, neuroästhetischen und Kant'schen Argumenten Welsch (2009).

erweitern. Im Zentrum seiner Lesart steht für die Gegenwart die These einer »Dopplung von Kreativitätswunsch und Kreativitätsimperativ« (Reckwitz 2012: 10); entsprechende Normen seien seit den 1970er Jahren zunehmend sozial verbindlich geworden. Er sieht hier die Universalisierung eines Konzepts von Ich und Welt, das mit Entwürfen einer modernen Künstlerexistenz seit dem letzten Drittel des 18. Jahrhunderts aufkam (ebd.: 13). Kunst und Künstlerinnen hätten vorbildhafte Impulse gegeben. Künstlerische Bewegungen und bürgerliche Kunst seien die auffälligsten »Ästhetisierungsagenten« am Beginn der Moderne gewesen (ebd.: 34).

Konkreter unterscheidet Reckwitz (2016: 233) verschiedene Phasen der modernen Ästhetisierung. Seit dem 18. Jahrhundert gab es eine bürgerliche »Exklusivästhetisierung«. Radikal äußerte sie sich in den Nischen von Subkulturen, etwa der Bohème oder des Ästhetizismus, moderat in der »Kultur der Bürgerlichkeit«. Mit deutlich anderer Struktur habe sich dann ab 1900 die massengesellschaftliche »Inklusivästhetisierung« über Medien und Konsum entwickelt. Wachsende Teile der Bevölkerung konnten »Sinn und Befriedigung« aus den Erfahrungen eines Konsums ziehen, der nicht mehr primär auf Gebrauchswerte zielte, sondern »auf den symbolisch-ästhetischen Wert der Dinge« (ebd.: 234). In dieser Phase habe Ästhetisierung einen wesentlichen Beitrag zur sozialen Inklusion durch Massenkultur geleistet. Allgemeiner konstatiert Reckwitz: Erst »diese Expansion ästhetischer Praktiken versorgt die Moderne mit kultureller Legitimation und affektiven Motivationsquellen« (ebd.: 231).

In den 1970ern begann für Reckwitz eine weitere Etappe, in der wir uns noch befinden: die hypermoderne »Aktiv- und Produktivästhetisierung« (ebd.: 236). Ihr Zentrum bilde die »Kulturalisierung und Ästhetisierung der Arbeitsformen, der Organisationsstrukturen und des Arbeitsethos«. Postfordistische Produktion sei »im Kern kulturelle Produktion«: Erzeugt und gehandelt würden Zeichen, sinnliche Wahrnehmungen und Emotionen, denen die Qualität der »Singularität« zukommt (ebd.: 237).

Neben Künstlerbewegungen und bürgerlichem Kunstverständnis nennt Reckwitz weitere Ästhetisierungsagenten. Medienrevolutionen hätten mit der Veralltäglichen audiovisueller Unterhaltungsangebote eine »Transformation der Muster sinnlicher Wahrnehmung und ihrer Gefühlsstrukturen« bewirkt (Reckwitz 2012: 35). Als dritte Triebkraft versteht er die »Kapitalisierung«, die zur massenhaften Produktion »ästhetischer Konsumgüter« geführt habe (ebd.: 36). Das verband sich mit einer »Explosion der Dingwelt in der Moderne« (ebd.: 37) und resultiere in einer Allgegenwart von Objekten,

die sich einer kaum regulierten Vielfalt von »diverse[n] Interpretationen, sinnliche[n] Aneignungen und Lustgefühle[n]« (ebd.) anbieten. Schließlich verweist Reckwitz auf den Wandel der Beschäftigung mit dem eigenen Selbst und seinen Gefühlen seit dem Kult der Empfindsamkeit im 18. Jahrhundert. Diese »Subjektzentrierung« habe zur »Konzentration auf jene sinnlichen Wahrnehmungen, Lüste und Emotionen« geführt, die Quelle ästhetischer Erfahrungen werden können (ebd.: 38).

Damit werden relevante Langzeittrends der europäischen Moderne benannt. Definitorisch will Reckwitz nicht alle verdichtete sinnliche Perzeption dem Ästhetischen zuschlagen. Dazu zähle nur selbstzweckhafte, »eigendynamische« (ebd.: 23) Wahrnehmung, die sich gezielt vom zweckrationalen Handeln abkoppelt. Sie sei gekennzeichnet durch das Streben nach »sinnliche[r] und affektive[r] Erregung« (ebd.: 10) und eine entsprechende »emotionale Involviertheit des Subjekts« (ebd.: 23).<sup>12</sup>

In kulturhistorischer Perspektive wie mit Blick auf die Gegenwart scheinen einige Erweiterungen angebracht. Reckwitz' Darstellung fokussiert die Moderne, Entwicklungen seit der Sattelzeit. Dass es sich bei der Ästhetisierung um Prozesse der *longue durée* handeln könne, deutet er kurz an (Reckwitz 2012: 34). Dieses Herangehen wird problematisch, wenn das Konzept des modernen Kreativitätsimperativs ästhetische Praxis an Innovation knüpft: »Kreativität bevorzugt das Neue gegenüber dem Alten, das Abweichende gegenüber dem Standard, das Andere gegenüber dem Gleichen« (ebd.: 10). Insbesondere für das vergangene Halbjahrhundert rückt Reckwitz damit ein Modell *gestaltender* Kreativität ins Zentrum, dessen Geltungsbereich sozial erheblich eingeschränkt ist.

Im Bereich der gut qualifizierten und akademischen Mittelschichten lassen sich solche Entwicklungen fraglos beobachten. Die These jedoch, dass mit der »Ausbildung eines [...] wirkungsmächtigen *Kreativitätsdispositivs*« (ebd.: 15;

---

12 Exemplarisch wird das »Registrieren der Ampel« durch Fußgänger als »sinnlich-perzeptiv, aber nicht ästhetisch« charakterisiert (Reckwitz 2012: 23, Anm. 7). Faktisch unterscheiden sich aber die Ampeln, die zu betrachten Fußgänger beim Warten Zeit haben. Es gibt nicht nur *ein* Grün, das Rot hat je nach Wetter und Betrachtungswinkel einen anderen Ton, und auch die Ampelfiguren unterscheiden sich. Da kann der schweifende Blick der Städterin durchaus eine selbstzweckhafte Dimension des sinnlichen Vergleichens (und damit der Sensibilisierung) haben. Reckwitz spricht denn auch als Empiriker von »Mischpraktiken«, die sich zwischen den Polen »ästhetisch orientiert« und »ästhetisch imprägniert« bewegen (ebd.: 29).

Herv.i.O.) ehemals minoritäre Vorstellungen von Kreativität »allgemein erstrebenswert und zugleich für alle verbindlich geworden« (ebd.) seien, verfehlt den Alltag – Arbeit wie Freizeit – der Bevölkerungsmehrheit. Das gilt insbesondere für die Annahme, dass dabei Kreativität verstanden und praktiziert werde »mit Bezug auf ein Modell des ›Schöpferischen‹, das sie an die moderne Figur des Künstlers [...] zurückbindet« (ebd.: 10). Das scheint allenfalls und in Grenzen auf die von Reckwitz als Kerngruppe der Veränderung identifizierte »postmaterialistische Mittelschicht« (ebd.: 12) anwendbar. Am Ideal des Schöpferischen gemessen, tragen ästhetische Praktiken in der Masse der Bevölkerung vorwiegend rezeptiven Charakter – was den aktiven Einsatz von Sinnen, sozialem Austausch, Vorstellungsvermögen und anderen imaginativ-interpretatorischen Potenzialen stets einschließt!

Dieses Muster dominiert die massengesellschaftliche »Inklusivästhetisierung« von ihren Anfängen bis heute. Aussagekräftige Arbeiten zur Entwicklung der Rezeptivität und der ästhetischen Praktiken der Bevölkerung seit dem Altertum liegen zwar nicht vor. Exploratorische Studien erlauben aber, im Kontext von Religionsausübung, von herrschaftlichen Inszenierungen und Feiern sowie von ›Freizeit-‹ und Vergnügungsangeboten der ›Volkskultur‹ in Europa eine gewisse Beständigkeit ästhetischer Produktivität im Sinne Neumanns anzunehmen (vgl. etwa Medick 1982; Blessing 1984; Burke 1985; Bachtin 1987; Maase 2000; Sassoon 2006; Scott 2008; Grosch 2013; Borsay/Furnée 2016; Frisch/Fritz/Rieger 2018). Das schloss expressiv und materiell kreative Praktiken der populären Schichten beim Singen, Tanzen, Erzählen, Feiern, Sich-Schmücken ein. Diese ›Selbsttätigkeit‹ geriet jedoch mit Industriearbeit und städtischen Lebensformen an den Rand; rezeptive Praktiken waren nun weitaus einfacher zugänglich und besser einzupassen. Die Verbreitung populärer Massenmedien seit dem 19. Jahrhundert hat in Verbindung mit Lohnarbeit und Medialisierung die Balance noch stärker zum (nicht un kreativen!) Aufnehmen hin verschoben.

Allerdings erweitern sich seit der Mitte des 20. Jahrhunderts Formen und Felder dessen, was man als ›alltagsästhetische Kreativität‹ bezeichnen könnte. Die Entwicklung ist vor allem verbunden mit den wachsenden Möglichkeiten vieler, über den Erwerb von Industriewaren und preiswerten Dienstleistungen die Wohnung, die Kleidung, das Aussehen, die Freizeitvergnügen usw. durch *Wahl unter Alternativen zu gestalten*. Das wird im folgenden Abschnitt näher ausgeführt. Zunehmend mehr Personen nutzen Soziale Medien, um einem größeren oder kleineren Publikum Fotos, Videos, Auftritte zu präsentieren und sich über Ästhetisches auszutauschen. Wünsche und Maßstäbe beim

Gestalten wie beim Rezipieren richten sich zwar durchaus auf Abwechslung, aber nicht primär auf Neues, Herausforderndes entsprechend dem professionellen Verständnis von künstlerischer Innovation (Richard/Grünwald/Ruhl 2008). Der Ästhetik von Spannung und Schönheit, des unmittelbaren Wohlfühlens und gemütlicher Vertrautheit (Schmidt-Lauber 2003) gilt die Auseinandersetzung mit qualitativ Neuem nicht als Ideal. Die oft erstrebte ›Abwechslung‹ ist etwas anderes als unbedingte Hochschätzung der Suche nach Irritierendem, meint sozusagen das bekannte oder zumindest ähnliche Neue.

Eine Schlagseite von Reckwitz' Ästhetisierungsmodell zu den gebildeten Mittelschichten hin zeigt sich im weitgehenden Ausblenden der modernen Massenkünste. Insbesondere populäre Literatur und Bildmedien sowie ›Straßenmusik‹ haben seit der Mitte des 19. Jahrhunderts das Spektrum von Schönheitserfahrungen für die einfache Bevölkerung erheblich erweitert. Darüber hinaus scheint für das Verständnis von Ästhetisierung in der Moderne Jacques Rancières innovativer Blick auf die Verknüpfung von anerkannter Kunst und Alltäglichkeit im 19. Jahrhundert einschlägig (Rancière 2006; 2008: 41-45). Am Beispiel Stendhals zeigt er eine neue Tendenz der ›bürgerlichen‹ Kunst auf: Als artistisch relevant und reizvoll wird Alltägliches behandelt, das bislang nicht als darstellungswürdig (und damit erlebenswürdig) in die legitime Ordnung der Sinnlichkeit aufgenommen war.

Für Rancière beginnt das bereits mit der literarischen Benennung von sinnlichen Mikro-Ereignissen wie dem Geräusch einer Wasserpumpe oder Flötenklängen aus dem Nachbarhaus. Damit entstehe ein ›ästhetisches Regime‹, das keinen Gegenstand mehr ausschließe, wenn er nur in einem besonderen Wahrnehmungsmodus (einem sozusagen ›allästhetischen‹) perzipiert und künstlerisch repräsentiert wird. Dieser revolutionäre Übergang veränderte laut Rancière die bis dato hierarchische Aufteilung der Sinnlichkeit in eine Richtung, die dann *auch ästhetische Innovationen im Populären und Steigerung sinnlicher Effekte außerhalb tradierter Kunstformen* professionell diskussions-, förderungs- und anerkennungswürdig machte (Varnedoe/Gopnik 1990; Caduff/Wälchli 2007).

Dass die anerkannte Kunst Alltagsphänomene integrierte, war Teil einer übergreifenden Entwicklung. Laut Rancière veränderte sich insgesamt die *Erziehung der Sinne* hin zu einer neuen, ›egalitären‹ Aufteilung der Sinnlichkeit. Nicht nur in der artistischen Repräsentation, auch im gelebten und erlebten Alltag und sogar von gebildeten Volkserzieherinnen wurde ›Gewöhnliches‹ als Gegenstand ästhetischer Wahrnehmung anerkannt. Ein erstaunlicher Beleg für diese Öffnung des Blicks und für die daraus entspringenden Interventio-

nen ist eine in den 1880ern beginnende Diskussion im *Kunstwart*, dem Organ des kulturreformerisch und volkspädagogisch engagierten, dabei ästhetisch eindeutig konservativ ausgerichteten *Dürerbundes*. Der Zirkus (der sich damals gerade mittels moderner Technologien zum Ort wirkungsgewaltiger Spektakel entwickelte) und der mit Licht- und Spiegeleffekten überwältigend gesteigerte *Serpentintanz* der Amerikanerin Loie Fuller nährten hier Hoffnungen auf eine neue »Volkskunst« (Maase 2001a: 319–323).

Die Akzeptanz verbreiteter Gegenstände und Inszenierungen als Kunst oder kunsthäßig sowie ihre artistische Repräsentation veränderten auch den »alltäglichen« Blick: Gewohntes konnte ästhetisch bedeutsam werden. Der britische Kulturwissenschaftler Ben Highmore (2011: 51) fasst das im Anschluss an Rancière so zusammen:

»The splendour of the insignificant (which becomes significant precisely to the degree that its splendour is recognised), enacted by any number of literary and filmic texts, is also a training ground, sensitising us to the textures and tempos of the daily. Artworks, then, are part of the general economy of aesthetics in their pedagogic role of alerting us to different kinds of alertness.«

Zur epochalen Ästhetisierung gehört grundlegend die wachsende Bereitschaft und Fähigkeit, Naturphänomene und Gebrauchsgüter wie *Kunst* wahrzunehmen. Jeder Sonnenuntergang, jedes Bergpanorama, jeder Sessel und vermutlich auch jede Menschengestalt können Gegenstand von Vergleichen mit professionellen Bildern desselben Sujets werden, von denen unser Gedächtnis geradezu überfließt. Diese Wahrnehmungsdisposition ist freilich nicht denkbar ohne jene Ausweitung und Steigerung alltäglicher Empfindungsfähigkeiten, die erst mit höherem Lebensstandard, kürzeren Arbeitszeiten und erleichterter Lebensführung möglich wurden (ebd.: 52f.).

## Verdichtungen um 1900

Hieber/Moebius (2011) sowie Katharina Scherke (2011) beziehen den gelebten Alltag und die Sicht der Alltagsakteurinnen in die Ästhetisierungsgeschichte ein. Sie verweisen auf längere historische Perspektiven, mindestens zurück bis zur Renaissance. Doch verdichten sich Hinweise auf massive Ästhetisierungsschübe im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts und damit in jener Phase der Kulturentwicklung »um 1900« (so eine gängige Formel), die man gerade mit Blick auf Umbrüche der alltäglichen Lebensführung mehrfach als Beginn

unserer Gegenwart charakterisiert hat (Mühlberg/Autorenkollektiv 1983; Maa-se/Kaschuba 2001; Morat u.a. 2016; Nolte 2016).

Katharina Scherke hat, vorangegangene Diagnosen aufnehmend, die Veränderungsimpulse um 1900 zu zwei Komplexen verdichtet. Zum einen konstatiert sie »das verstärkte Eindringen künstlerisch gestalteter Gegenstände in den Lebensalltag; der werde »zunehmend von Gegenständen überschwemmt, die eine ästhetische Betrachtungsweise direkt herausfordern« (Scherke 2011:17). Damit werde die ästhetische Wahrnehmung »auf prinzipiell alle Gegenstände hin ausgeweitet« (ebd.). Als zweite Dimension nennt Scherke (ebd.) eine generelle »Erweiterung der Wahrnehmungsmöglichkeiten«. Sie begrenzt die »Produktion und Rezeption sinnlicher Erfahrungen und die Auseinandersetzung damit« nicht auf die bisher angeführten Waren und Populärkurstexte. Mit Verweisen auf Eisenbahn, Massenmedien und Telefon führt sie Kommunikation und Mobilität als Quellen erweiterter sinnlicher Wahrnehmung und der Auseinandersetzung damit an.

In diesem Zusammenhang erscheint die massive Verstädterung als erst-rangiger »Ästhetisierungsagent«. Sie bedeutete nicht nur allgemein eine Zunahme neuer sinnlicher Eindrücke, mit denen sich die wachsende unterbür-gerliche Stadtbevölkerung auseinandersetzen musste, weil sie hohe Bedeu-tung für ihren Alltag hatten – vom akustischen Dekodieren und Interpretie-ren der Verkehrsgeräusche<sup>13</sup> bis zur multisensorischen Prüfung der Produkte, die man nun zunehmend erwarb. Industrielle Warenwirtschaft, Ausweitung der Konsumgütererzeugung und vor allem wachsende Kauf- und Freizeit-möglichkeiten der städtischen Bevölkerung machten das nötig. Im Beson-deren verlangten und nährten die »Explosion der Dingwelt« (Reckwitz) sowie das zunehmend reizvolle Warendesign Ästhetisierung und Sensibilisierung auf Seiten der Alltagsakteurinnen. Der Kulturosoziologe Georg Simmel, der diese Prozesse als einer der ersten analytisch durchdrang, wird oft zitiert mit seiner Formulierung (aus Anlass der großen Berliner Gewerbeausstellung von 1896) von der massiven »Steigerung dessen, was man Schaufenster-Qualität der Dinge nennen könnte« (Simmel 2005: 36).

Simmel verallgemeinerte diese Entwicklung bereits. Er sah in ihr sozusa-gen eine ästhetische Wendung kapitalistischer Wettbewerbsanstrengungen. »Das Bestreben, dem Nützlichen auch einen Reiz für das Auge zu geben, [...] entspringt [...] aus dem Kampfe um den Abnehmer – das Anmutigste aus

13 Die *Sound Studies* verfolgen dies seit einiger Zeit empirisch.



dem Anmutlosen« (Simmel 2005: 35). Das nahm er als Gegentendenz zur dominierenden Ästhetik wahr, die sich individualisierend aus dem Gegensatz zum gewöhnlichen Leben und seinen angeblich bloß gefälligen Reizen speise. Man kann wohl Simmels Sympathie für einen »positive[n] Geschmack« und für »das freudige und rückhaltlose Ergreifen des Gefallenden« (Simmel 1992: 211) auch in diesem Zusammenhang sehen.<sup>14</sup>

Simmel war keineswegs der Einzige, der damals die offensichtlich zunehmenden sinnlichen Reize von Gebrauchsgütern auf steigende Durchkapitalisierung zurückführte. Ausstellungen wie die von 1896 zeigten den Trend, der die Warenwirtschaft grundlegend verändern sollte. Der Ökonom Alfons Paquet veröffentlichte 1908 seine Dissertation über »das Ausstellungsproblem in der Volkswirtschaft«. Darin argumentierte er, die »Erscheinungsform der äußeren Sichtbarkeits- und Erkennbarkeitseigenschaften der Güter« sei neuerdings von solcher Wichtigkeit, dass sie unmittelbar »als Komponente des Tauschwertes in Betracht kommt« (Paquet 1908: 4). Paquet nannte das den »Schauwert« der Ware (ebd.) und begründete damit aus heutiger Sicht die Warenästhetik.

Mit der staatlichen Gewerbeförderung und insbesondere den Gewerbemuseen des 19. Jahrhunderts (Cleve 1996) hatte begonnen, was unter anderem im *Deutschen Werkbund* (gegründet 1907) programmatisch wurde (Frie-mert 1975; Campbell 1989; Schwartz 1996): die Formgestaltung von Gütern des Massenbedarfs – nicht nur für eine kleine Geschmackselite – als Mittel zum wirtschaftlichen Erfolg. Zugespitzt: Man funktionalisierte ästhetisches Vergnügen als Vehikel zum Zweck ökonomischen Gewinns. Seit den späten 1920ern wurde das zum bewussten Prinzip der Gestaltung von Gebrauchsgütern, zunächst als Strategie des *Styling* in der US-amerikanischen Industrie (Gaugele 2013: 80–84); das strahlte dann auch nach Europa aus. Faktisch bedeutete dies eine »gestalterische ›Rangerhöhung‹ erschwinglicher Produkte« (ebd.: 83) für die breite lohnabhängige Käuferinnen- und Nutzerschaft.

Neben der geradezu exponentiellen Zunahme einer sinnlich lockenden Präsentation von Waren (König 2009) und der parallel aufblühenden Werbung rückt manchmal eine andere kulturevolutionäre Neuerung der Dekaden um 1900 in den Hintergrund: der Einzug gleich mehrerer Massenkünste in den häuslichen wie öffentlichen Alltag (Faulstich 2004; Ross 2008; Maase 2007: 64–114; 2012: 32–36; 2015). Zusätzlich zur populären Literatur, die im seriellen Format der Groschenhefte (Galle 2005/06) wie in preiswerten Zeitschriften

14 Vgl. zu Simmels »Warenästhetik« Drügh (2011: 28–34).

expandierte, etablierte sich der Film noch vor dem Weltkrieg als nicht tägliches, aber doch routiniert alltäglich gepflegtes populäres Vergnügen (Müller 1994; Maase 2001b; Garncarz 2010; Sabelus/Wietschorke 2015). Preiswerte Drucke, Schmuckpapiere (Pieske 1984, 1988; Brakensiek/Krull/Rockel 1993; Lorenz 2000) und vor allem die Postkarte (Lebeck/Kaufmann 1985; Holzheid 2011) brachten Bilder aller Art in die Wohnungen; die Ärmsten konnten immerhin noch Reproduktionen aus Zeitschriften an die Wand pinnen. Musikautomaten in der Gastwirtschaft und die ersten Grammophone (auch zur klanglichen Begleitung im Kino) machten Appetit auf Musik zu jeder Zeit und für jedefrau und jedermann (Gauß 2009); v.a. das Radio ließ den Wunsch dann seit den 1920ern Wirklichkeit werden (Moores 1988; Lacey 1996; Lenk 1997; Maase 2004).

Wer nach 1900 in städtischen Kontexten aufwuchs, bezog neben Live-Vergnügungen wie dem Tanzen oder Rummel und Tingeltangel immer mehr massenmedial verbreitete Kunst-Waren in die sinnliche Möblierung des Alltagslebens ein. Einen schnappschussartigen Einblick in die routiniert betriebene Erlebnissuche gibt die Antwort eines 15-jährigen Maschinenschlossers aus Mannheim in der 1912 durchgeführten Kinostudie von Emilie Altenloh (1914: 67): »Ich besuche fast alles. Montags geht's ins Kino, Dienstags bleibt's zu Haus, Mittwoch geht's ins Theater, Freitags hab ich Turnen um  $\frac{1}{2}$  10 Uhr nachmittags, Sonntags gehe ich mit meinem Nachbarmädchen in den Wald spazieren.«

Man darf zwar für die Zeit um 1900 die Wirkung der vielen geschmacks-erzieherischen Initiativen nicht unterschätzen, die dem ›Volk‹ (sprich: im Wesentlichen der Arbeiterinnenschaft und deren Kindern) ›wahre Kunst‹ nahebringen wollten (Langewiesche 1989, 2003; Kerbs 2001; Maase 2012: 150-205, 413-415; Wietschorke 2013; Rademacher 2020). Im Erfolgsfall wurden hier gewiss ästhetische Sensibilität und Vergleichsfähigkeiten gefördert. Doch realistischere Weise wird man solche Wirkungen vor allem den Massenkunstgütern und wohl noch stärker der Wahrnehmungsherausforderung der sinnlich reizvoll gestalteten Gebrauchsgüter und den damit sich verbindenden Diskursen über ›schöne‹ und ›schicke‹ Dinge zuschreiben. Eine zeitgenössische Reflexion der Veränderungen findet sich bei Heinrich Wolgast, Volksschulrektor und engagierter Vorkämpfer ästhetischer Erziehung. Pfingsten 1902 hielt er auf der Deutschen Lehrerversammlung einen Vortrag, in dem er auf die neue Entwicklung hinwies, die ihn als Volksbildner richtiggehend verstörte.

»Gehen Sie in die Tanzlokale und Musikhallen, in die Theater und Museen, sehen Sie sich die Wohnung und die Kleidung selbst der Armen an, und Sie werden finden, dass sich überall ein unwiderstehlicher Drang nach Freude kundgibt. Gehen wir dieser Freude auf den Grund, so finden wir, oft zu unserem Entsetzen, die Freude an der Kunst. Aber in welcher Zerrgestalt! Der geschmacklose Flitter der Kleidung, der traurige Öldruck an der Zimmerwand, die Musik des Bierkonzerts und Tingeltangels, das Schauerdrama und der Schauerroman – das alles empfindet die übergroße Mehrheit des deutschen Volkes als Kunst! Was uns Ekel bereitet, wird als Lust empfunden. Dieser Unterschied im Empfinden teilt unser Volk in zwei Nationen, die sich nie verstehen werden« (Wolgast 1903: 4).

Mit der Prognose irrte Wolgast offensichtlich; es gibt gute Gründe, die moderne kommerzielle Populärkultur inzwischen als »gemeinsame Kultur« praktisch aller Schichten anzusehen (Maase 2010). Doch hat er früher als viele Zeitgenossinnen hinter dem, was damals als Schund, Kitsch und »Hausgreuel« (Avenarius 1908; Pazaurek 1912) perhorresziert wurde, das Streben nach eindrucksvollen sinnlich-symbolischen Erfahrungen in möglichst vielen Daseinsbereichen, ein massives Bedürfnis nach ästhetischem Erleben mithin, erkannt.

### »Erlebnisorientierung«

Das Erlebnis-Konzept des Soziologen Gerhard Schulze ist in vielen Studien zur Ästhetisierung des Alltags präsent, auch wenn er nicht immer zitiert wird. Auf der Grundlage empirischer Studien in den 1980ern hat er eine kulturelle Veränderung diagnostiziert, die heutigen alltagsästhetischen Praktiken zugrunde liegt. Schulze konstatierte eine bis dahin nicht auf den Begriff gebrachte, ausgeprägte Dimension in Einstellung und Handeln der Westdeutschen. Er nannte sie »Erlebnisorientierung« und charakterisierte sie als »unmittelbarste Form der Suche nach dem Glück« (Schulze 1992: 14), gerichtet auf »das Schöne« als »Sammelbegriff für positiv bewertete Erlebnisse« (ebd.: 39). Damit identifizierte Schulze die »Basismotivation« (ebd.: 22) der von ihm so genannten »Ästhetisierung des Alltagslebens« (ebd.: 33-89). Für uns sind zwei Aspekte relevant: Es handelt sich um eine Veränderung im Kern der *alltäglichen* Lebensführung und um ein wesentlich *ästhetisches* Phänomen. Darüber hinaus ist klar: Ein tiefgreifender Wandel wie der, den Schulze zur Mitte der 1980er vorfand, kann nicht Ergebnis weniger Jahre sein. Erlebnisorientierung

als erstrangiges Ziel der Lebensführung muss sich über einen längeren Zeitraum entwickelt haben.

Erlebnisse sind für Schulze subjektive Ereignisse; sie finden in den Akteurinnen des Alltags statt. Erlebnisorientierung meint: Inzwischen haben die Suche nach und das gezielte Schaffen von Bedingungen<sup>15</sup> für *positiv bewertete* Eindrücke, Gefühle, Stimmungen, Assoziationen, Erinnerungen usw. einen zentralen Platz im alltäglichen Handeln. Das führt weit über pauschale Diagnosen wie ›Individualisierung‹, ›Subjektivierung‹ oder ›postmaterialistischer Wertewandel‹ hinaus. Schulzes Verdienst ist zum einen, die Entwicklung *auf der Alltagsebene* anschaulich und ihre Bedeutung für die Lebensführung greifbar zu machen. Zum anderen nimmt er die umgangssprachliche Charakterisierung als ›schön‹ ernst und liefert Bausteine zur *Beschreibung alltagsästhetischen Erlebens als Produkt der Aktivität von Personen* in Interaktion mit äußeren Gegebenheiten.

Die zentrale Praxiskonfiguration dafür bilden laut Schulze »alltagsästhetische Episoden« (ebd.: 98-102). Der Fluss alltäglichen Handelns lässt sich in Episoden gliedern, etwa Nachhausekommen, Straßenkleidung ausziehen und Bequemes anziehen, sich vor den Fernseher setzen, einschalten, einen Film suchen und ansehen, zwischendrin einen Telefonanruf entgegennehmen, weiter Schauen usw. Episoden können sich überlappen und überlagern, und ihre konkrete Abgrenzung ist jeweils auszuhandeln. *Alltagsästhetische* Episoden können länger oder kürzer sein, also auch Mikropraktiken ästhetischer Wahrnehmung umfassen. Auf jeden Fall haben sie drei Eigenschaften gemeinsam.<sup>16</sup> Die äußeren Umstände eröffnen erstens *Wahlmöglichkeiten*. »Bei einem reich gedeckten Frühstückstisch etwa hat es einen ästhetischen Einschlag, wenn man zum Honig greift« (ebd.: 98). Zweitens folgt das Handeln einer »innenorientierten Sinngebung«, einer »*Erlebniserwartung*« (ebd.: 99); die kann sich auch, wie etwa das Besteigen des Autos, in dem man sich wohlfühlt und zugleich zur Arbeit fährt, mit außenorientierten Motiven mischen. In der Sprache der ästhetischen Theorie: Solche Episoden sind selbstzweckhaft. Drittens sind sie gekennzeichnet durch ihre *Alltäglichkeit*, es geht um das »Handeln von jedermann zu jeder Zeit« (ebd.).

15 »Erlebnisse werden nicht vom Subjekt empfangen, sondern von ihm gemacht« (Schulze 1992: 44).

16 Eine abweichende Definition »ästhetischer Episoden« findet sich bei Reckwitz (2012: 25).

Das Kriterium der Wahlmöglichkeit lässt uns verstehen, wie die skizzierten sozial-, wirtschafts- und mediengeschichtlichen Neuerungen subjektiviert wurden. Zu klären ist ja, welche Mechanismen und Routinen dafür sorgten, dass sich Erwartungen und Handlungsmuster des Alltags dynamisch und dauerhaft veränderten. Grundlegend verschoben sich Sensibilitäten und die (emotionale wie reflektierte<sup>17</sup>) Bewertung sinnlicher Eindrücke aufgrund gewandelter Eigenschaften der Alltagswelt und vor allem mit den Handlungsanforderungen der Lebensführung – weil neue Aufgaben pragmatisch zu bewältigen waren.

Die Zunahme von Wahrnehmungsoptionen und -notwendigkeiten im Lauf der Verstädterung, also des Wohnens und Lebens in urbanen Umwelten, wurde bereits angesprochen. Mit dem Konzept der Affordanzen (Lepa 2012; Bareither 2020) lässt sich das differenzierter beschreiben. Grob formuliert sind Affordanzen begründete Annahmen darüber, welche Handlungen im Wechselspiel zwischen den Eigenschaften von Phänomenen einerseits, den historisch gewachsenen Wahrnehmungsmustern und Handlungsrepertoires menschlicher Akteurinnen andererseits wahrscheinlich, weniger naheliegend oder völlig unwahrscheinlich sind. Innerhalb kultureller Rahmungen legen physische Dingeigenschaften und die materialen Konstellationen, in denen sie wahrgenommen werden, bestimmte Interaktionsweisen und Rezeptionsformen nahe; andere liegen fern oder sind sachlich schlicht unmöglich. Ich kann im Kino keine Filmszenen wiederholen; und ein Hocker legt es nahe, sich darauf zu setzen und zu spüren, wie sich das anfühlt – nicht aber, damit Nägel einzuschlagen.

Die oben skizzierten Veränderungen ›um 1900‹ schlossen eine massive, herausfordernde Zunahme von Wahlmöglichkeiten im Alltag Vieler ein. Auch in der Kleinstadt und auf dem Dorf des 19. Jahrhunderts kamen ab und zu Kolporteure vorbei, die populäre Lesestoffe anboten. Aber erst vor den Kiosken oder in den Buchbinder- und Schreibwarenläden der Städte stand man vor einer Auswahl, die wirklich zur Entscheidung nötigte. Selbst wo nur *ein* Kino in der Nähe war, forderte der häufige Programmwechsel auf, sich Gedanken über die eigenen Präferenzen zu machen. Und auch in den Läden mit Gütern für den täglichen Bedarf nahm die Anzahl der unterschiedlichen An-

---

17 Als reflektiert und als Reflexion werden Bewusstseinsaktivitäten verstanden, deren Inhalt sprachlich-begrifflich repräsentiert ist.

gebote für denselben Zweck zu; welches Tischtuch,<sup>18</sup> welche Schürze, welches Trinkglas sollte man – nach welchen Maßstäben – erwerben?

Pointiert hat Schulze formuliert, wie aus derartigen Ansätzen mit dem ›Wohlstand‹ der Nachkriegsjahrzehnte die Notwendigkeit wurde, ständig ästhetische Wahlentscheidungen zu treffen. Kaum noch überschaubare »Möglichkeitsräume« (Schulze 1992: 51)<sup>19</sup> verlangten, die eigene Situation und die eigenen Maßstäbe, eigene Erfahrungen und Erwartungen zu reflektieren. Die Menschen gerieten unter Druck, »sich intensiv mit sich selbst zu beschäftigen. Was sollen sie wählen? Wie ist die Situation zu interpretieren?« (Ebd.)

»Täglich stehen wir vor der Notwendigkeit der freien Wahl:<sup>20</sup> Kleidung, Essen, Unterhaltung, Information, Kontakte usw. Fast immer sind jedoch die *Gebrauchswertunterschiede* der Alternativen *bedeutungslos*.<sup>21</sup> Waschmittel X wäscht so gut wie Waschmittel Y; Beförderungsprobleme lassen sich gleich gut mit verschiedenen Autos lösen; für das körperliche Empfinden ist es gleichgültig, ob man dieses oder jenes Hemd anzieht. *Wir spüren die Folgen unserer Entscheidungen nicht auf der Ebene des primären Nutzens* [...]. Unsere objektive Lebenssituation, soweit sie in Verfügungschancen über Gegenstände und Dienstleistungen besteht, zwingt uns dazu, *ständig Unterscheidungen nach ästhetischen Kriterien* vorzunehmen. Erleben wird vom Nebeneffekt zur Lebensaufgabe« (ebd.: 55; Herv. KM).

Reckwitz (2012: 195) spricht von einer »ästhetischen Selbstsensibilisierung der Konsumenten« und benennt damit einen Schlüsselbefund der an Colin

- 
- 18 Am Tischtuchkauf erläutert Harry Lehmann (2016b: 17-19) die Bedeutung des Erfahrungsvergleichs für die Entwicklung ästhetischer Kompetenzen; s.u. S. 133-136.
  - 19 Schulze (1992: 54-58) führt das konkreter aus. Vgl. auch Michael Makropoulos (2008: 11) zur spätmodernen Massenkultur mit ihrer »Entgrenzung der individuellen und kollektiven Erwartungen« und der daraus folgenden »Fiktionalisierung des Selbstverhältnisses«, wonach alles auch anders sein könnte.
  - 20 Als Soziologe weiß Schulze (z.B. 1992: 62), dass zur Entlastung Routinen entwickelt werden und man sich an den Normen von Lebensstil-Gemeinschaften orientiert.
  - 21 Vgl. die Überlegungen zur Warenästhetik und insbesondere Gernot Böhmes (2001; 2008) Konzept der »ästhetischen Arbeit«. Die wird in »die *Erscheinung* von Dingen, Menschen, Ideen gesteckt« (Böhme 2001: 22; Herv.i.O.) zwecks Steigerung der »affektive[n] Betroffenheit, die ein Betrachter, Empfänger, Konsument usw. dadurch erfahren soll« (ebd.: 53). Insbesondere soll sie Waren einen zusätzlichen Wert für die Präsentation des je eigenen Lebensstils nach außen, den »Inszenierungswert« (ebd.: 160, passim) verleihen.

Campbell (1987) anschließenden neueren Konsumtheorie. Campbell hat gefragt, wie die moderne Grenzenlosigkeit der Konsumbegehren zustande kam, und darauf eine im Kern ästhetisch argumentierende Antwort gegeben. Seit 1800 habe man im Westen gelernt, das eigentliche Vergnügen von den konkreten Objekten und deren sinnlichen Reizen zu lösen. Was wir letztlich genießen, seien unsere Emotionen und Tagträume, die Phantasien des Begehrens selbst, die wir an die Welt des materiellen Konsums knüpfen. Dieser »imaginative hedonism« (Campbell 1987: 77-95) sei unbegrenzt; kein dinglicher Überfluss könne ihn befriedigen oder erschöpfen – weil es sich im Kern um das ästhetische Spiel der Einbildungskraft und deren (Selbst-)Genuss handelt.

Nach dem Zweiten Weltkrieg ist der *imaginative hedonism* Teil der habituellen Grundausrüstung westlicher Gesellschaften geworden. Das Streben nach immer mehr und intensiverem ästhetischem Erleben zählt seit Jahrzehnten zu den primären Handlungsmotiven unserer Lebensführung. Man nimmt Dinge und Situationen wahr als aufgeladen mit symbolischen Botschaften, die dem Dasein eine Dimension jenseits der Alltagspragmatik verleihen. Gesucht und genossen wird, was den Sinnen schmeichelt, was Auge und Ohr, Geruch und Tastsinn (Leddy 2012: 68-73) beizirrt. Ebenso schätzen wir jene mentale Auseinandersetzung mit der Welt, die Kunst in allen ihren Genres anbietet. Wir treffen kaum eine Entscheidung, in die nicht ästhetische Ansprüche einfließen. Und wo die Basics der ökonomischen und physischen Reproduktion gesichert sind, da orientiert sich die Lebensführung zunehmend an Vorstellungen von ›Schönheit‹ – nicht selten und durchaus bewusst auch zu Lasten von Funktionalität und ökonomischer Rationalität. Da macht es Sinn, statt von Bedürfnissen mit Gernot Böhme (1995: 64) von ästhetischem Begehren zu sprechen. Bedürfnisse werden irgendwann gesättigt, Begehrnisse »werden durch ihre Befriedigung nicht gestillt, sondern gesteigert«.

In diesen Zusammenhang gehört die epochale Erfahrung des allergrößten Teils der Bevölkerung, zunehmend die alltägliche Lebensumwelt selbst gestalten zu können. Bereits mit der Trennung von Arbeitsplatz und Wohnort infolge der Industrialisierung wurde das eigene ›Heim‹ der Familie emotional aufgeladen. In verbesserten Wohnverhältnissen und mit größerer Kaufkraft konnten die meisten Lohnabhängigen angesichts eines diversifizierten Güterangebots zumindest punktuell die »Formbarkeit der eigenen Realität« (Scherke 2011: 18) erleben und als Ich-Stärkung genießen. Auch dies hat sich

über Generationen als scheinbar unbegrenzt steigerbar erwiesen und ist in das Konsum-Begehren eingegangen.

Peter-Paul Bänziger (2020) hat die Ausbildung von Lebensorientierungen in Deutschland anhand von Selbstzeugnissen untersucht. Er betrachtet die Entwicklung der subjektiven Bedeutung von Arbeiten einerseits und Konsumieren bzw. Erleben andererseits. Interessanterweise konstatiert er eine zunehmende Suche nach ›schönen Erlebnissen‹ gleich auf zwei Ebenen. Zum einen darin, welche Episoden aus Arbeit wie Freizeit die Tagebuchführenden notieren; zum anderen darin, wie sie sie kommentieren und beurteilen. Hier stellt Bänziger bereits zwischen 1900 und 1940 eine zunehmende »Orientierung an Glück, Spaß und Genuss und eine Relativierung des bürgerlichen Handlungsmusters der aufgeschobenen Befriedigung« fest. Es setzte sich die Bewertung von Ereignissen und Dingen anhand ihrer »emotionale[n] Qualität und Intensität« sowie ihrer Eignung zur Abwechslung durch (ebd.: 17).

Besonders eindrucksvoll ist, wie sich die sinnliche Gestaltung der Tagebücher und Aufzeichnungen selbst veränderte. Sie verwandelten sich, wie Bänziger griffig formuliert, aus biographischen Notizen in »Erlebnistagebücher«. Zum geschriebenen Wort traten farbige Schmuckelemente und Zeichnungen, Postkarten, Zeitungsausschnitte und Eintrittskarten. Ein zunehmend emotionaler, informeller und assoziativer Stil machte das Schreiben selbst, so Bänzigers plausible Deutung, zur »Praktik der Erlebnisproduktion« (ebd.: 368).

## Eine offene Entwicklung

Zusammenfassend handelt es sich bei den Ästhetisierungsprozessen der westlichen Moderne um eine dynamische Entwicklung mit offener Zukunft. In ihrem Verlauf vergrößert sich die menschliche Empfindsamkeit für ästhetische Wahrnehmungen aller Art – angenehme wie unangenehme – und differenziert sich qualitativ aus. In Deutschland kamen seit dem späten 19. Jahrhundert und mit einem außerordentlichen Schub im fordistischen Massenwohlstand nach dem Zweiten Weltkrieg immer mehr Menschen in Situationen, die materiell wie subjektiv ästhetisches Erleben ermöglichten, ja nahelegten.<sup>22</sup> Ästhetisierung bezeichnet also die zunehmende Häufigkeit,

22 Lill (2013) fasst Ästhetisierung des Alltags als Ergebnis und Medium eines historischen Prozesses, in dem sich massenhaft ›nachbürgerliche‹ Subjektivitäten entfalten – genährt durch kapitalistische Verhältnisse, gegen die sie sich gleichzeitig auflehnen. Be-



Intensität und gezielte Herstellung von Konstellationen, in denen ästhetisches Erleben als Selbstzweck stattfindet. Dieses Erleben wird gesucht wegen der intensiven, befriedigenden oder gar beglückenden Gefühle, die es erzeugen kann.

›Selbstzweck‹ meint, dass bestimmte Praktiken im Kern auf die Erzeugung und den Genuss ästhetischen Erlebens zielen.<sup>23</sup> Dieses Erleben kann jedoch ganz verschiedene Funktionen erfüllen. Es kann zur Intensivierung des Daseins, zur Erweiterung des Wissens über Welt und Menschen und zur Stärkung für eigenes Handeln ebenso genutzt werden wie zu Distinktion und Stimmungsmanagement, als Trost, zur Kompensation oder zum zeitweiligen Verdrängen belastender Erfahrungen. Man kann auch mit Jacques Rancière (2006; 2013) den Zugriff Subalternen auf selbstzweckhafte ästhetische Praktiken als Zurückweisen herrschaftlichen Ausschlusses und damit als Mittel zur Ermächtigung interpretieren. Alle Annahmen über Funktion und Wirkung selbstzweckhaften Erlebens bedürfen jedoch zur Begründung dichter Einzelstudien. Wechselnde Rahmungen und Nutzungen ästhetischer Interaktion sind konkret zu rekonstruieren.

Insbesondere der Einsatz zu Distinktion und Konsolation sowie die sogenannte eskapistische Funktion ästhetischen Vergnügens bieten Anlass für Vorbehalte gegen Praktiken, die subjektiv auf die Erfahrung des Schönen zielen. Ästhetisierung wird bis heute oft als Mittel zu konformistischer Subjektivierung, zu passivierender Selbsttäuschung oder als Medium des Konsumismus und damit des ›falschen Bewusstseins‹ subalternen Massen betrachtet. Das kann in konkreten Konstellationen so sein. *Auch die Erfüllung der zweifelhaften Funktionen setzt jedoch positiv empfundenes ästhetisches Erleben voraus.* Damit ›ein Problem verdrängt‹ wird, muss sich eine Attraktion erfolgreich davor schieben. Damit die unterstellten negativen Effekte eintreten, muss ästhetisches Erleben überhaupt seine Wirkung entfalten. Davon abgesehen: Für Evasion und Vergessen, Rausch und Selbstwertsteigerung gibt es jede Menge bewährter Mittel, von Drogen über Reisen bis zum Glauben. ›Verdrängung‹

---

sondere Bedeutung schreibt er dabei seit den 1960ern expressiven Jugendkulturen als »Experimentierkammern« für Ansprüche auf persönliche Entfaltung zu (ebd.: 328).

- 23 Reckwitz (2012: 25) hat den inneren Widerspruch der Selbstzweckhaftigkeit treffend formuliert. Ästhetische Handlungen zielen auf »die Hervorlockung ästhetischer Wahrnehmung [...]. Sie sind als Praktiken damit paradoxerweise durchaus nicht zweckfrei, sondern so teleologisch wie jedes Handeln: Ihr Zweck ist die Generierung zweckfreier ästhetischer Ereignisse.«

und ›Ersatzbefriedigung‹ erklären die heutige Unverzichtbarkeit ästhetischen Erlebens nicht hinreichend (Heimerdinger/Koch 2019: 217, 224f.).

Die Kulturkritik<sup>24</sup> an der epochalen Ästhetisierung reagierte darauf, dass der Wandel zunehmend Personen mit einfacher Schulbildung erfasste und Menschen aller Schichten neue Möglichkeiten zu sinnlichem Genuss und Selbstausdruck ergriffen. Das taten sie nicht nach Maßgabe bildungsbürgerlicher Normen und Erwartungen, sondern in Fortführung ihrer bis dahin entwickelten ästhetischen Präferenzen.<sup>25</sup> In dieser Ausprägung zählt ästhetisches Erleben heute zu den elementaren Ansprüchen der Bevölkerung an die Lebensqualität, an ein gutes Leben – gleichrangig mit befriedigender Arbeit und sozialer Sicherheit. Dass ein Fernseher so wenig gepfändet werden darf wie Waschmaschine, Kühlschrank und das für den Arbeitsweg benötigte Auto, spiegelt diese Sicht wider.<sup>26</sup> Es handelt sich um einen Epochentrend von anhaltender Dynamik. Der historische Realprozess ist unumkehrbar; Lebensverhältnisse und die in ihnen agierenden Subjektivitäten haben sich tiefgreifend gewandelt.

Systematisch wirken dabei drei Faktoren zusammen. Erstens: Mehr Gegenstände und Inszenierungen der Alltagsumwelt haben sinnliche und symbolisch-narrative Qualitäten (›Kunst-Eigenschaften‹), die unter den gegebenen Lebensverhältnissen stark empfundene Emotionspraktiken nahelegen. Dass die Häufigkeit ästhetischer Wahrnehmung, ästhetischen Vergleichens und Wählens so massiv ansteigt, folgt zweitens gleichermaßen aus subjektiven Veränderungen. Zunehmend mehr Personen verfügen über Neigungen, Sensibilitäten, Erfahrungen, Routinen und Kompetenzen – kurz gesagt: über

24 Zur Ambivalenz der deutschsprachigen Kulturkritik vgl. Bollenbeck (2007).

25 Man kann die gesamte Debatte über ›Massenkultur‹ als Reaktion auf Ästhetisierungsprozesse verstehen. Besonders interessant sind die Gemeinsamkeiten von konservativer und progressiver Abwehr. Konservative lehnen Ästhetisierung ab, weil sie mit der Verallgemeinerung populärer Darstellungs- und Hervorhebungsrepertoires die rituell bewahrende und exkludierende Kraft des Ästhetischen bedroht sehen. Progressive sind kritisch, da sie (oft unbewusst in protestantischer Tradition; vgl. Scheer 2020) Ästhetischem grundlegend misstrauen. Sie befürchten, dass sinnliche Verschönerung und Attraktionssteigerung nicht rationaler Interessenvertretung dienen, sondern ablenken und passivieren. Zugespitzt: Die einen fürchten Ästhetisierung der Vielen, die die Exklusivität einer kultivierten Elite bedrohe und die Kunst profaniere. Die anderen warnen vor einer Ästhetisierung, die vermeintlich vernünftige Aufklärung der Vielen und emanzipatorische Lernprozesse verhindert.

26 Laut § 811 Zivilprozessordnung ist er zur »bescheidenen Lebens- und Haushaltsführung« unabdingbar.

Praktiken, um aus und mit diesen Möglichkeiten für sie befriedigendes ästhetisches Erleben zu machen. Damit es zur Ko-laboration beider Seiten kommt, bedarf es einer dritten Voraussetzung: Lebensverhältnisse und Arbeitsanforderungen sind derart, dass überhaupt Raum entstehen kann für das mentale Heraustreten aus funktionalen Abläufen und Zwängen. Wenn »the long arm of the job« (Meissner 1971) die Freizeit im Griff hat oder der Tag praktisch nur aus Arbeit und Erschöpfung besteht, dann wird es schwierig, sich auf reizvolle sinnliche Angebote einzulassen, auf Phantasietätigkeit oder gar aufmerksamkeitsfordernde Unterhaltung. Einschlafen vor dem Bildschirm etwa indiziert solche Konstellationen.

Zum realistischen Verständnis von Ästhetisierung gehört schließlich eine weitere Dimension: die »ästhetische Mitwahrnehmung« (Kleimann 2002: 81) in »ästhetisch imprägnierten« Praktiken (Reckwitz 2016: 230). Die Begriffe weisen auf unterschiedliche Intensitäten und wechselnde Brennpunkte ästhetischen Erlebens hin. Man denke an Musik zum In-gang-kommen am Morgen, die helle Atmosphäre im Bad und die schick designte Kaffeemaschine, die ebenso stimmungsaufhellend wirken wie der genießerische Blick auf die eleganten Linien der Karosserie, wenn man das Auto für den Arbeitsweg besteigt. Man denke an das Empfinden der unangestregten Geschmeidigkeit, mit der der Wagen beschleunigt – oder, ökologisch korrekter, an das Vergnügen, mit dem man den leichten Lauf des Rades, das metallische Schnurren der Kette, den Rhythmus der Beine und den Fahrtwind auf der Haut zum ästhetischen Erleben verknüpft, während man überlegt, was einen am Arbeitsplatz erwartet. Sinnliches Wahrnehmen steht hier nicht im Vordergrund. Es ist kein eigenständiger Zweck; die Wahrnehmung begleitenden Empfindungen durchdringen aber Tätigkeiten und färben sie – und die gesamte Gestimmtheit der Handelnden – positiv oder negativ ein.

Soweit zum evolutionären Stellenwert und zur neueren Entwicklung von Ästhetisierungsprozessen. Danach ist ästhetisches Erleben etwas Gewöhnliches, Gängiges, zu dem verbreitete, heute selbstverständliche Praktiken beitragen. An anderer Stelle habe ich zuspitzend vom massenhaften »Hunger nach Schönheit« gesprochen (Maase 2005). Die These wirft unter anderem die Frage nach der Stellung von »Kunst« unter den allgegenwärtigen ästhetischen Ressourcen auf. Verliert sie ihre herausgehobene Stellung als Partner ästhetischer Interaktionen? Immerhin scheint die Anziehungskraft der Massenkünste nicht zu schwinden; die Frage nach deren Rolle im ästhetisierten Alltag wird uns begleiten.

Dieses Buch geht grundsätzlich positiv an alle Ästhetisierungen heran. Sie können nach meinem Verständnis objektive wie subjektive, äußere wie innere Voraussetzungen für erweitertes und intensives Erleben der meisten Menschen schaffen. Ästhetisches Erleben auch und gerade in Kontexten der Alltäglichkeit bildet in seiner ganzen Vielfalt eine reiche Quelle nicht nur für Empfindungen von Glück und Vergnügen, sondern auch für sinnliche Erkenntnis, für Welt- und Selbstverstehen. In meinen Vorstellungen von einem guten Leben für alle hat ästhetische Erfahrung einen unverzichtbaren Platz.

Zweifellos: Ästhetisierung ist eingespannt und eingesperrt in die Widersprüche, die die Welt zerreißen, die uns dauernd die Wahl zwischen Übeln aufzwingen und wirklich jedes Vergnügen und jede Freude ins Zwielicht rücken können. Ästhetisierung ist Teil der Sozial- und Subjektivitätsentwicklungen im heutigen kapitalistischen Westeuropa. Ihre grundlegende Ambivalenz beruht laut Gernot Böhme (2001: 183) darauf, dass sie

»mit wirklichen Bedürfnissen der Menschen [...] zu tun hat: Der Mensch will nicht nur leben und überleben, sondern er will sein Leben intensivieren und sein Lebensgefühl steigern. Die Kritik der politischen Ökonomie macht aber deutlich, dass der Mensch gerade über diese Dimensionen ausbeutbar ist und in Abhängigkeitsverhältnissen gehalten werden kann.«

Aus sozialwissenschaftlicher Sicht lassen sich in den Instrumentalisierungen und Funktionalisierungen ästhetischen Erlebens alle problematischen Entwicklungen finden, die »menschliches Gedeihen« (Hesmondhalgh 2013: 17f.) in der »globalen Ökumene« (Hannerz 1996) akut bedrohen und beschränken. Dasselbe lässt sich über Schulen oder Sport sagen – denen wir deshalb weder Notwendigkeit noch positives Potenzial absprechen. So kann man auch Ästhetisierungsprozesse betrachten: In ihnen entfalten sich *multifunktionale, nicht a priori in eine Richtung festgelegte Fähigkeiten, Begehrnisse, Sensibilitäten und Erfahrungsmöglichkeiten*. In all ihrer historischen Widersprüchlichkeit gehören die wachsenden Genüsse und wuchernden Praktiken ästhetischen Erlebens zu jenen Errungenschaften der Vielen, auf denen jede Vorstellung eines besseren Lebens aufbaut. Ihre produktiven Potenziale gilt es in theoriegeleiteter Suche nach Best Practice weiter zu klären.

Zunächst ist aber näher auf das Verständnis des Ästhetischen einzugehen, das diesem Band zugrunde liegt.