

5. Ästhetische Praktiken in Populärkultur und Alltag

5.1 MODELLE ZUM ERLEBEN VON MASSENKÜNSTEN: UNTERHALTUNG, SELBSTERWEITERUNG, KÖRPER

Die Frage nach den Unterschieden zwischen populären und traditionellen Künsten ist ebenso heikel wie unausweichlich. Die Gegenüberstellung von zwei Sorten Kunst beinhaltet das Risiko essenzielistischer Bestimmungen. Wenn wir jedoch (wie in Kap. 2.4) auf beiden Seiten die Ähnlichkeiten als solche verstehen, die nicht alle Familienmitglieder, sondern verschiedene Gruppen auf unterschiedliche Weise verbinden, scheint das Risiko beherrschbar. Umgehen lässt sich die Frage jedenfalls nicht; dazu taucht sie in der Forschung zu oft auf. Sie ist mithin stets präsent bei der folgenden Besichtigung verschiedener Positionen zur Ästhetik unterschiedlicher Segmente der PK.

Allen vorzustellenden Ansätzen gemeinsam ist: Sie entwickeln Modelle ästhetischen Erlebens anhand von Material, das nicht zur herkömmlichen Kunst zählt. Sie vertreten nicht ausdrücklich die Auffassung, die Interaktion zwischen Texten, Nutzern und sonstigen Beteiligten verlaufe in der PK grundsätzlich anders als in der etablierten Bildungskultur. Nur wenige schließen explizit aus, dass ihre Modelle auch auf den Umgang mit traditionellen Künsten anzuwenden wären. Doch allein schon infolge der Wahl »populärer« kultureller Texte liefern sie Befunde, die das Wissen über ästhetisches Erleben in der PK erheblich ausdifferenzieren.

Weiter verbindet diese Ansätze ein gewisser Kompromisscharakter. Keiner ist konsequent in dem Sinn, dass ästhetische Qualitäten entweder *nur* als Texteigenschaft oder *nur* als Produkt der Nutzung behandelt würden. Stets sind beide Seiten im Spiel; es geht um Akzente in der Wechselbeziehung zwischen Texteigenschaften einerseits, Praktiken und Qualitäten des erzeugten und erlebten Vergnügens andererseits. Produkt-

ästhetische und rezeptionsästhetische Sichtweisen schließen einander nicht aus. Vielmehr werden sie auf unterschiedliche Arten verknüpft.

In diesem Abschnitt werden einige Ansätze größerer Reichweite skizziert. Die anschließend vorgestellten beziehen sich dann auf kleinere Segmente der PK.

Unterhaltung

Hans-Otto Hügel (2003: 12f., 16-19) betrachtet »Unterhaltung« als jene grundlegende Leistung, die PK von »Kunst« unterscheidet. Er versteht darunter eine kommunikative Beziehung zwischen einer Rezeptionsvorgabe und Rezipient*innen, bei der Unterhaltung »ästhetisch etwas vermittelt« (Hügel 2007a: 17). Sie folgt gewissen Vereinbarungen, auf die beide Seiten eingestellt sind, und steht zwischen zwei anderen kommunikativen Beziehungen: Kunst und Zerstreuung. Es geht nämlich im Unterhaltungsgeschehen, so Hügel, nicht um bedeutende Gehalte (sonst wäre der volle Ernst der Kunst verlangt), aber auch nicht um die Belanglosigkeit dessen, was gänzlich zerstreut aufgenommen wird. »Unterhaltung will (fast) ernstgenommen und (fast) bedeutungslos zugleich sein.« (Ebd.: 21) Zweideutig halte sie sich in der Schwebelage zwischen Ernst und Unernst.

Hügel versteht also auch *Unterhaltung* als ästhetische Interaktion – allerdings eine mit geringeren Ansprüchen und mehr Freiheiten als die Kunstrezeption. Während Kunst »unbedingte Teilnahme, Konzentration verlangt« (ebd.: 23), bleibt es den sich Unterhaltenden überlassen, wie intensiv sie wie lange welche Aspekte des Gebotenen aufnehmen, wann sie sich ausklinken und welche Distanz zu den angebotenen Lesarten sie wählen. Sie entscheiden, welche Bedeutung sie dem Angeeigneten für ihr Selbst- und Weltbild zugestehen wollen; denn im Unterhaltungsmodus sei »ästhetische Erfahrung/Aktivität bei beliebiger Verstehensanstrengung möglich« (ebd.: 27).

Ob eine derart in ihrer Eindringtiefe wechselnde, den Sinnpotenzialen kultureller Texte mit Abstand gegenübertretende Rezeption befriedigt, ist für Hügel allerdings nicht unabhängig vom Charakter der Angebote. Unterhaltendes sei von einer Textur, die auch bei wechselnder Aufmerksamkeit Genuss vermittelt. Ein Kunstwerk dagegen sei auf eine Rezeption hin ausgelegt, die deutlich rückmelde, »wenn wir uns nicht genügend Mühe geben« (ebd.: 23). Mangelnde Konzentration bewirke hier Unzufriedenheit und Unlust.

Eine wesentliche Voraussetzung zum Funktionieren von Unterhaltung bildet für Hügel Kennerschaft. Wovon man gar nichts versteht, das kann einen nicht unterhalten. Standardisierung und Serienform kultureller Texte erleichtern es, das Vergnügen vergleichender Kennerschaft zu erleben und zugleich die eventuell bedeutungsschweren Botschaften, die Werke nahelegen, als Gebrauchsgut auf Abstand zu halten. Deshalb bilden populäre Genres (Action und Fantasy, Liebe und Teeniekomödie usw.) bevorzugte ästhetische Felder für ein Publikum, das die Spielräume und Gratifikationen unterhaltender Kommunikation auskosten will. Bilanzierend stellt Hügel fest, Unterhaltung oszilliere »zwischen Genre- und Weltbezug« (ebd.: 28).

Er verweist dabei auf den sogenannten »Phantom-Charakter der Medienunterhaltung« (ebd.: 31). Moderne Medien erzeugen in ihrer eigentümlichen Modalität – der Kulturphilosoph Günter Anders (1956) sprach vom Phantomcharakter des Dargestellten – selbst ein Stück der Distanzierung, die zu gelingender Unterhaltung gehört. Auch die schockierendsten oder bewegendsten Repräsentationen wirklicher Ereignisse sind für routinierte Zuschauer »nur Bilder« und bieten sich als solche unterhaltender Wahrnehmung an. So übt jeder Mediengebrauch das Bewegen zwischen Ernst und Unernst, dieser Modus wird zur Gewohnheit. Die Mischung von Themen und Zugangsweisen, die den Charakter von Magazinen oder Fernsehprogrammen ausmacht, ergibt als Ganzes eine Mixtur, die sich zur Unterhaltung anbietet.

Das prägt schon seit einigen Generationen Gewohnheiten und Erwartungen von Unterhaltung als einem besonderen Modus ästhetischen Erlebens. Ergebnis ist aber, so Hügel, gerade keine dauerhafte Mittellage geringer Anteilnahme. Charakteristisch für das »ästhetische Erlebnis« (Hügel 2007a: 26) ist die immer wieder realisierte Spannweite »zwischen umfassender Konzentration und völliger Teilnahmslosigkeit«. So gehört zur Unterhaltung konstitutiv, dass Nutzer*innen in diesem offenen Prozess riskieren, emotional »erwischt« zu werden, weil sie in der ästhetischen Ko-laboration doch stets ihr »Ich zur Disposition stellen« (ebd.: 25).

»Die Schönheit gelingenden Lebens«

Darüber hinaus macht Hügel einen anregenden Vorschlag zur Konkretisierung dessen, was den ästhetischen Reiz populärer Kunst ausmacht und von den Nutzern darum als besonders schön bewertet wird. Den »Be-

griffskern des populären Schönen« bilde die »Darstellung des gelingenden Lebens« (Hügel 2008: 93). Das schließt Hügel aus einer Analyse von Heftromangeschichten, die Leser besonders lobten. Es handele sich um eine »Schönheit des Praktischen«; sie mache ganz wesentlich die Erfahrung der »Brauchbarkeit« eines Textes aus (ebd.).

Gelingendes Leben fällt den dargestellten Figuren nicht als Geschenk des Schicksals zu; erzählt wird, »wie sie selbst ihr Glück erwerben, um es zu besitzen« (ebd.: 92).³⁹ In diesem Zusammenhang formuliert Hügel ein weiteres Charakteristikum populärer ästhetischer Praxis: Damit ein kultureller Text solches Schönheitserleben ermöglicht, ist nicht nötig, dass er in Gänze und zentral auf ein in diesem Sinne gelingendes Leben hinzielt oder hinausläuft. Den Rezipienten genügen dafür, so Hügel, bereits einzelne Szenen.

»Einzelnes aus dem Kontext herauszufiltern, um es dann schön zu finden, ist zwar nicht nur im Populären möglich, doch gelingt dies hier besonders leicht. Selektive, ästhetisch zweideutige Wahrnehmung ist geradezu Rezeptionsstandard beim Populären, weil es wegen seines Unterhaltungscharakters gar nicht die Tendenz hat, sich als ganzheitlich oder stimmig darzustellen.« (Ebd.: 95)

Das »populäre Schöne« (ebd.: 96) des gelingenden Lebens ist also Ergebnis spezifischer Nutzungspraktiken. Hügel betont deren *selektiven* Charakter, die Auswahl aus verschiedenen Ebenen und Ressourcen eines Textes. Er schließt nicht aus, dass solche Strategien auch auf »Kunst« angewendet werden. Doch seien sie beim Populären »Rezeptionsstandard« (ebd.: 95), weil dessen Changieren zwischen Ernst und Unernst solche Gebrauchsformen nahelege. Insgesamt formuliert Hügel (2007a: 19) anhand der »ästhetischen Eigenheit von Unterhaltung« als Kommunikationsvereinbarung (im Vokabular dieses Bandes: Ko-laborationsvereinbarung) wichtige Züge populärer Künste – als Texte mit Aufforderungscharakter wie als imaginative Nutzung.

39 | Das erinnert an Ernst Blochs Überlegungen zum Happy End.

»Aneignung« und Alltagspraxis

Viele Studien zur Rezeption populärer Künste (Leseforschung, Film- und Medienwissenschaft, Kunstsoziologie, Museologie) erweitern unser Verständnis ästhetischen Erlebens in der PK. Sie sind jedoch ausgesprochen heterogen, schwer zu überschauen, methodisch uneinheitlich und oft auf schmale Genres wie Horrorfilme oder SF-Serien, manchmal nur auf einzelne Künstler bezogen. Exemplarisch wird hier eine Studie des Soziologen Alexander Geimer (2010) zur Aneignung von Filmen betrachtet; ihr Ansatz scheint, entsprechend modifiziert, auch auf weitere narrative Gattungen anwendbar. Sie vertritt einen ausgeprägt realistisch-lebensweltlichen Zugang. Intensiv befragt wurden 14 Berliner Jugendliche zwischen 18 und 22, mehrheitlich mit Abitur.

Der zentrale Begriff Geimers ist »Aneignung«, und er fasst ihn deutlich enger als andere Kulturwissenschaftler. Aneignung signalisiert etwa in den Cultural Studies global das Modell des aktiven Rezipienten, der aus kulturellen Texten (seine) Bedeutungen produziert. Geimer hingegen fasst darunter jenen Typ der Rezeption, in dem Praktiken und Wissensbestände *des eigenen Alltagslebens* in Bezug gesetzt, parallelisiert oder überblendet werden *mit in der Filmerzählung dargestellten Praktiken*. Hierin sieht er die besondere ästhetische Erfahrung des Mediengebrauchs.

Geimer schreibt solchen Rezeptionspraktiken ein transformatives Potenzial zu. Sie können nicht nur Wissensbestände *verändern*, sondern *grundlegende Orientierungen der eigenen Lebensführung* und der persönlichen *Identitätsarbeit*. Zugleich fand er in seiner Studie Hinweise, wie wichtig die Befragten solche Aneignung nehmen. Sie verbinden sie mit starken Gefühlen und Aussagen der Art, ein Film (oder Szenen daraus) habe sie intensiv, persönlich angesprochen und berührt. Das gilt speziell für die Lieblingsfilme der Jugendlichen, die sie sich deswegen mehrfach anschauen. Zwar könne man die quantitative Häufigkeit dieses Rezeptionsmodus nicht genau bestimmen. Doch geht Geimer (2010: 47) davon aus, »dass solche ›ansprechenden Parallelen‹ zwischen eigener Erfahrungswelt und der inszenierten Filmwelt von besonderer Bedeutung für sie [Heranwachsende; KM] sind – und geradezu gesucht werden«.

Geimer unterscheidet typologisch zwischen »Film als Ressource sozialer Interaktionen« und »Film als Ressource zur Welterfahrung«. Ästhetisch relevant ist für ihn nur letztere Beziehung (wobei er sich bewusst ist, dass beide Typen von denselben Menschen in verschiedenen

Situationen in unterschiedlichen Mischungen praktiziert werden). »Welterfahrung« schließt Selbsterfahrung notwendig ein und setzt generell »Anschlussfähigkeit zwischen filmisch inszenierter Praxis und eigener Alltagspraxis« (ebd.: 50) voraus. Wie die Interaktion zwischen Text und Rezipient*in im Einzelnen abläuft, ist den Äußerungen der Jugendlichen nicht zu entnehmen. Auf jeden Fall geht es um Themen, die einen beschäftigen, vielleicht beunruhigen, oder für die man in Form von Träumen, Sehnsüchten und Wünschen sensibilisiert ist.

So wichtig das Inbezugsetzen von selbst erfahrener und medial dargestellter Praxis ist – ebenso wichtig sei es, sie auseinanderzuhalten; ohne das könnten ästhetische Erfahrungen und transformative Impulse nicht entstehen. Geimer unterscheidet zwei Weisen, Film zur Welterfahrung zu nutzen: »produktive« und »reproduktive Aneignung«. Letztere beschränkt sich auf das Finden von Übereinstimmungen zwischen eigenen und dargestellten Praktiken sowie den zugrundeliegenden elementaren Wissensbeständen. Daraus ziehen die Nutzer *Bestätigung*; das geschieht nicht selten projektiv, indem die Filmwelt mit eigenen Vorstellungen und Wünschen gleichgesetzt oder an diese angepasst wird.

Produktive Aneignung hingegen setze die Wahrnehmung einer Differenz zwischen Handeln und Orientierungen im Film einerseits, in der eigenen Lebensführung andererseits voraus. Wobei Differenz Unterschied meint, nicht Gegensatz oder Unvereinbarkeit. Unter Umständen führt das dazu, dass die Spannung und die angebotene differente Sichtweise positiv wahrgenommen werden; das kann eigene Lebensorientierungen berühren und verändern. Allerdings ist die konkrete Interaktion zwischen Text und Nutzer*in faktisch unvorhersehbar.

In beiden Fällen – produktiv wie reproduktiv – handelt es sich laut Geimer nicht um eine intellektuell-begriffliche *Interpretation* des Textes, sondern um ein sinnlich-emotional bestimmtes *Verstehen*, das sich der Versprachlichung und Reflexion weitgehend entzieht. Als Materialien und Auslöser dafür seien Bilder, visuell und akustisch inszenierte Stimmungen, Filmschnitt, elabourierte Kamerabewegungen und Ähnliches mindestens ebenso relevant wie Plot, Szenen und Personen. Verstehen beruht auf, berührt und verändert gegebenenfalls »Tiefenstrukturen des Wissens« (ebd.: 21), die die Welt zu einer sinnhaften und praktisch bearbeitbaren machen. Geimer bilanziert pointiert:

»In dem Falle einer produktiven Aneignung werden jene fundamentalen Erfahrungs- und Wissensstrukturen im Zuge der Rezeption so beeinträchtigt, dass eine je nach Tiefe der Erfahrung mehr oder weniger reversible Modifikation stattfindet. Im Falle einer reproduktiven Aneignung bleibt dies aus. Stattdessen spiegeln sich konjunktive Erfahrungs- und Wissensstrukturen lediglich in einem Film, was zu einer Verdichtung dieser führt.« (Ebd.: 205f.)

Der Versuch, die filmisch dargestellten und eigene Praktiken ineinander zu spiegeln (ebd.: 126f.), kann scheitern. Geimer geht zwar davon aus, dass die Erfahrung der Anschließbarkeit und des Inbeziehungsetzens gesucht wird, weil sie mit starken, positiv empfundenen Gefühlen verbunden ist. Doch kennt jeder die Situation, dass ein Film (oder ein anderer Text) eine/n »kalt lässt«, »nichts sagt«, man mit der dargestellten Handlung »nichts anfangen kann«, weil sie mit der Zuschauerin nach ihrem Empfinden »nichts zu tun hat«.

Konkreter beschreibt Geimer die Erfahrung produktiver Aneignung mit dem Konzept der »ästhetischen Mimesis«. Dafür muss Abstand zum Alltag genommen werden. Es geht Geimer aber nicht um die eher kognitive Distanz, die aus dem Wissen entsteht, dass und wie sich gelebte Realität und fiktionale Welten unterscheiden und in welche Beziehung zueinander sie gebracht werden können. Abstand meint hier im pragmatischen Sinne *Reaktionsentbundenheit*. Rezipient*innen möchten ihre Lebensführung und ihr Orientierungswissen in den erfundenen Geschichten spiegeln. Dabei können sie mögliche Alternativen zum Gewohnten (die ja stets auch Kritik und Herausforderung einschließen) an sich herankommen lassen oder erlauben, dass sie von der sinnlich-emotionalen Energie eines dargestellten Anderen überwältigt werden. Das bedeutet jedoch nicht, dass sie nun bisherige Praktiken aufgeben oder verändern müssten. Das vom Film angebotene Wissen, wie es anders gehen könnte oder besser gehen sollte, ist zwar durchaus handlungsrelevant; doch verlangt es keine sofortige Entscheidung oder gar Umsetzung.

Hier greift Geimer auf Überlegungen des Soziologen Ulrich Oevermann zurück. Der ging davon aus, dass

»ästhetische Erfahrungen relativ kontrollierte Krisenerfahrungen bedeuten, durch welche sich Routinen und Gewohnheiten des Handelns fundamental ändern können, indem das ›Subjekt sich gewissermaßen freiwillig in die potentiell zur Krise sich öffnende Kontemplation begibt‹. Das heißt: In der ästhetischen Erfahrung

können sich habituelle Strukturen verändern, ohne dass eine alltagspragmatisch unmittelbar relevante Krise stattfinden und also ein subjektiv erlebtes Scheitern von fundamentalen Handlungsroutinen vorliegen muss.« (Ebd.: 210f.; Zit. im Zit. Oevermann 1996: 8)

Das bedeutet: In der ästhetischen Interaktion kann man das, was einen in Frage stellt, an sich heran lassen. Man muss es nicht gleich abwehren oder verdrängen, weil es Praktiken und Prinzipien der eigenen Lebensführung (und damit Selbstanerkennung und Selbstachtung der Person) zu erschüttern droht. Das ist möglich, weil man aus Einsichten, die sich (nicht zuletzt emotional) aufdrängen, nicht sofort Konsequenzen ziehen muss. Der ästhetische Impuls zur Veränderung kann nun sozusagen wachsen, an Kraft gewinnen und irgendwann auch die Ebene bewusster Reflexion und Entscheidung erreichen.

»Das entscheidende Merkmal der ästhetischen Erfahrung ist folglich deren Abgehobenheit vom Alltag, ihre Geschlossenheit in sich, ihre zunächst für sich selbst bestehende Einheit, Intensität und Selbstgenügsamkeit, denn erst dadurch können ihre krisenhaften Züge nicht als manifeste in Erscheinung treten und nicht als eine konkrete Orientierungskrise im Alltag erfahren werden, die mit negativen Emotionen und Unlustgefühlen assoziiert ist und auf eine Lösung hindrängt.« (Geimer 2010: 218)

Geimers These ist, ästhetische Erfahrung finde in einer eigenen »Sinnprovinz« (ein Begriff des Philosophen Alfred Schütz) statt. Neben der (letztlich übergeordneten) Alltagswelt bilden beispielsweise Traum, Spiel oder wissenschaftliche Theorie solche Sinnprovinzen mit eigenen Geltungsregeln. Die Transformation identitätsrelevanter Praktiken und Wissensbestände aufgrund von Impulsen, die man beispielsweise Filmen entnimmt, finde gerade in Übergangsbereichen zwischen den Provinzen statt. Wesentliche Auswirkungen solcher Anstöße oder gar Umstellungen hätten ihren Ort und ihre Zeit erst in der *Passage von der ästhetischen Erfahrung zu deren Be- und Verarbeitung danach*, also bei neuem Inbezugsetzen zur Alltagswelt. Die Prozesse »der Verschränkung der Filmerfahrung mit dem alltäglichen Wahrnehmen, Denken und Fühlen und die entsprechende Bedeutungsproduktion« (ebd.: 223) seien zentrale, noch kaum durchdrungene Gegenstände einer Erforschung ästhetischer Erfahrungen mit populären Künsten.

Geimers Akzent auf der (in seiner Untersuchungsgruppe minoritären!) *produktiven* Aneignung bedarf der Erläuterung. Zwar betrachtet er nur diesen Rezeptionsmodus als ästhetischen (was nicht der Auffassung dieses Bandes entspricht). Doch soll darin keine Höherwertung gegenüber der reproduktiven Aneignung liegen. Weder sind auf »Selbstbildung« (ebd.: 260) ausgerichtete Rezeptionsweisen solchen, die auf soziale Interaktion zielen, in irgend einer Weise überlegen, noch ist Infragestellen a priori besser als Bestätigung gegebener Praktiken und Orientierungen. Zum Common Sense westlicher Gesellschaften gehört zwar seit der Aufklärung, Veränderung und Entwicklung höher zu schätzen als Stabilität und Festhalten an Positionen. Doch die ästhetisch induzierte Transformation, die aus produktiver Aneignung hervorgeht, ist inhaltlich völlig offen. Sie ist weder notwendig ethisch überlegen noch ist gewiss, dass neue Orientierungen die Person wirklich zu ›besserer‹ Lebensbewältigung befähigen. Man könnte ja nach dem *Paten* auch ein Leben in der Mafia in Erwägung ziehen. Nicht zuletzt: In den realen ästhetischen Praktiken findet sich das, was die Typologie systematisch voneinander unterscheidet, in vielfältigen Abstufungen und Kombinationen.

Schließlich ist für weitere Überlegungen wichtig: Geimer hat bewusst die *alltagsintegrierte*, »gewöhnliche« Rezeption einer Massenkunst wie des Spielfilms untersucht. Alltagsnutzer bringen hier andere Einstellungen mit als Filmwissenschaftler oder professionelle Kritiker. Eine Teilnehmerin der Studie formuliert den Unterschied ausdrücklich.

»[I]ch muss in meinem Studienfach viele Sachen zerlegen, und ich glaube, dass ich in meiner Freizeit nicht unbedingt Filme oder Theaterstücke zerlegen möchte. Auch Romane. Also ich hab, natürlich sag ich hinterher, okay, der hat mir gut gefallen, der weniger. Aber ich möchte nicht im Einzelnen analysieren weswegen. Weil das schon irgendwo ne Freizeitbeschäftigung is. Und irgendwie mich so'n bisschen von den Sachen, wo ich wirklich sehr analytisch sein muss, ablenken soll, schätz ich.« (Ebd.: 57)

Geimer beschreibt zwei Weisen der Filmaneignung. Die Variante, in der Filme vorrangig als »Ressource sozialer Interaktion« (ebd.: 32) dienen, wird zwar anschaulich geschildert, auch in ihrer Bedeutung für die Kommunikation der Jugendlichen. Doch analytisch konzentriert er sich auf jenes ästhetische Erleben, dem er identitätsrelevante Potenziale zuschreibt. Dieses Interesse ist strukturell verwandt mit dem des Amerikanisten und

Kulturtheoretikers Winfried Fluck. In seinem Modell geht es um die Konstellation, »zugleich man selbst und ein anderer sein zu können« und daraus Impulse für die eigene Subjektivität zu erzeugen.

Transfer und imaginative Selbsterweiterung

Fluck stellt ästhetisches Erleben ebenfalls in den Rahmen einer spezifischen Ko-laboration von Texteigenschaften und Nutzerpraktiken. Allerdings fasst er den Beitrag der Rezipierenden etwas substanzieller als Geimer. Auch Fluck versteht ästhetisches Erleben als Ergebnis kommunikativer Interaktion mit einem (in letzter Konsequenz: beliebigen) Objekt. Entscheidend ist, da folgt er Dewey, dass der Rezipient eine ästhetische Haltung oder ästhetische Einstellung (»aesthetic attitude«) einnimmt (Fluck 2015: 20f.). Die zielt im Falle der Kunst auf eine besondere Weise der Ko-laboration: einen Transfer.

Der hat zwei wesentliche, zusammenhängende Dimensionen. Für eine dichte, Emotionen mobilisierende Vorstellung dessen, wovon eine Geschichte oder ein geschildertes Ereignis handeln und wie es den dargestellten Figuren ergeht (in anderen Worten: für die Produktion von Sinn und Bedeutung), reicht das nicht aus, was die kulturellen Texte bieten: Worte, Bilder, Klänge, Aktionen usw. Dazu bedarf es der Imaginationen der Leser*innen und Betrachter*innen, gespeist aus ihren Erfahrungen, Wünschen, Erinnerungen, Ängsten usw.

»Because a fictional text does not merely replicate reality but embodies it in new shape and form, understanding a fictional text cannot simply be a mimetic act of recognition. Rather, we have to create the object anew. Since we have never met a character named Huckleberry Finn and do, in fact, know that he never existed, we have to come up with our own mental representation of him. Inevitably, we invest our own emotions, draw on our own associations and form our own mental images in imagining characters like Huck Finn or Isabel Archer and make them come alive so that we can become interested in their fate. These imaginary elements can only gain a *gestalt*, however, if they are based on discourses of the real.« (Fluck 2002: 89; Herv. i.O.)

Wenn das Paar im Roman oder im Film sich küsst, dann erhalten solche Bilder ästhetische Kraft erst in dem Maß, wie Rezipient*innen sie mit ihren körperlichen und emotionalen Erinnerungen und Begehren »be-

leben« und in intensiv empfundene Vorstellungen verwandeln. Aus der Perspektive des künstlerischen Werks *müssen* Nutzer etwas übertragen – weil jeder einzelne Text der Verwirklichung durch die (erinnerungsgepeiste) Einbildungskraft bedarf und ihr auffordernde Angebote macht, die Imaginationen hervorlocken.

Den Nutzern bietet dies die Chance, ihre »Interiorität [...] über die gesamte fiktive Welt« des Textes auszudehnen. Unter Interiorität versteht Fluck (2007: 23) »noch nicht artikuliert[e] Element[e] unserer Vorstellung- und Gefühlswelt«. Das heißt: Alles, was an Unausgesprochenem oder Unaussprechlichem, Unbekanntem, Befürchtetem oder Erträumtem im »Inneren« der Rezipient*innen steckt, kann projektiv mit Elementen des Textes verknüpft und so veräußert, ein Stück weit »ans Licht gebracht« werden und anschauliche Gestalt annehmen. Damit wird »Inneres« (mehr oder minder reflektiert und der Sprache zugänglich) Gegenstand von Erleben.

Transfer meint deswegen keine *unveränderte* Übertragung von Vorstellungen und Gefühlen auf den Text. Sie treffen dort auf den Widerstand dessen, was das Werk an Handlungen, Beschreibungen und Erklärungen enthält. Die Differenz der eigenen Imaginationen zu dem, was die Darstellung im Text »erlaubt«, bietet die Möglichkeit zur *Bearbeitung* der Vorstellungen, Begehren, Gefühle. Das künstlerische Material fungiert als »Ort für die Artikulation von radikal subjektiven Erfahrungsdimensionen [...], die von bildlichen Assoziationen über Stimmungen bis zu Körperempfindungen reichen. Der Transfer gleicht so gesehen einer imaginären Selbstermächtigung [...] im Sinn einer Selbsterweiterung« (Fluck 2004: 19).⁴⁰

Dieser Doppelprozess bildet für Fluck die eigentliche Quelle ästhetischen Erlebens und Vergnügens. Zugleich mit der verlebendigenden Aneignung des kulturellen Textes stellt man Elemente des eigenen Innersten aus sich heraus und macht sie so der Selbstwahrnehmung oder gar Reflexion zugänglich. Die Position, zugleich man selbst und ein anderer sein zu können (so Fluck im Anschluss an den Literaturtheoretiker Wolfgang Iser), vermittele nicht nur das Erleben einer Erweiterung, sondern erlaube auch lustvolles Experimentieren mit eigenen Wünschen und Ängsten. Es handle sich dabei um eine unerschöpfliche Quelle ästhetischen Vergnü-

40 | In praxistheoretischer Perspektive würde man »*imaginative* Selbstermächtigung« vorziehen, weil das die Tätigkeit des Imaginierens betont.

gens, denn das Artikulieren und Erfahren eigener Interiorität durch das Imaginieren eines vom Text angebotenen Anderen ist ein prinzipiell unendlicher Prozess. Das versteht Fluck nicht im Sinn quantitativer Unbegrenztheit des Inneren. Vielmehr meint er den lebenslangen Prozess der Arbeit⁴¹ an der eigenen Identität. Es geht um die (keineswegs nur rational reflektierende) Klärung *und damit stets auch Veränderung* von Elementen dessen, was ein Leben zur zusammenhängenden, möglichst konsistenten Biographie einer erkennbaren Person macht, machen soll.

Körperliches Erleben

Soweit haben wir es mit einem *allgemeinen Modell* ästhetischer Erfahrung zu tun, das viele Berührungspunkte mit Geimers Ansatz aufweist. Es scheint zunächst auf narrative oder präsentative (→Kap. 4.4) Gattungen begrenzt; doch Fluck wendet es auch auf expressive Texte an. Er geht nämlich davon aus, dass sich Praktiken und Motive ästhetischen Erlebens mittels imaginärer Selbstermächtigung historisch verändern. Für die jüngere Vergangenheit konstatiert er einen »kulturgeschichtlichen Entwicklungsprozess[], in dem die ästhetische Erfahrung immer direkter und körpernäher wird, bis hin zu jenem Punkt, an dem sich die imaginäre Selbstermächtigung aus der Autorität einer direkt erfahrenen somatischen Reaktion abzuleiten vermag.« Gemäß seiner These suchen Menschen in westlichen Gesellschaften »ständig nach immer intensiveren Formen der Verkörperlichung«, weil so »die eigene Interiorität immer unmittelbarer und vermeintlich authentischer artikuliert werden kann« (Fluck 2004: 22f.).

Damit schlägt nun, ein wenig dramatisch formuliert, endgültig die Stunde der populären Künste. Fluck (2007: 17f., 24-27) skizziert dies anhand der US-amerikanischen Kulturgeschichte. Deren Entwicklung sei zwar fraglos durch die Erweiterung von Unterhaltungsmöglichkeiten mittels neuer Medientechnologien gekennzeichnet. Ihren innersten Antrieb bilde jedoch *das unternehmerische Streben*, materielle wie in der Subjektivität der potenziellen Käufer liegende *Zugangshindernisse abzubauen*.

41 | Die im Deutschen so nahe liegende Rede von Arbeit und Verarbeitung ist problematisch, insofern sie den vergnüglichen, lustvollen Charakter der ästhetischen Überschreitung des Status quo verdeckt. Im Anschluss an Schiller wären vielleicht Assoziationen passender, die der Begriff des ernststen Spiels erweckt.

Für uns sind hier die äußeren Hemmnisse (Preis, räumliche Zugänglichkeit, Schwelleneffekte) weniger interessant als die inneren. Diese lagen in den *intellektuellen Dispositionen und Wissenskompetenzen*, die herkömmliche Kunstgattungen für eine halbwegs befriedigende Rezeption verlangten. Kurze Erzählungen und *Dime Novels* setzten weniger Bildungskennntnisse und Lesedisziplin voraus als ganze Romane, vermochten aber durch sensationelle und melodramatische Elemente außerordentliche emotionale Bewegung auszulösen. Der Film und die Seifenoper im Radio sowie Comic Stories boten dann zwar Geschichten, deren Figuren und Geschehen man unmittelbar sinnlich wahrnehmen (sehen, hören) konnte. Ihre subjektive Realisierung und Deutung aber erforderte immer noch einen erheblichen Transfer an Assoziationen und Imaginationen. Elektrische Mikrofone und verstärkte Instrumente sowie elektronische Aufnahme- und Bearbeitungstechniken, schließlich die digitale Klangerzeugung ließen Melodie und Texte der populären Musik zurücktreten hinter Stimmen und Klängen, Lautstärken und Tonfrequenzen, die direkt in den Körper hinein wirken.

Die Entwicklung von sprachbestimmten zu bild- und klangbestimmten Genres, von melodiebestimmter zu rhythmus- und sounddominierter Musik, vom Hören zum Tanzen *reduzierte* die wort-, bild- und tonsprachlich *elaborierten Elemente* in den ästhetischen Angeboten. Im selben Maße erweiterte sich der Raum für imaginierte Selbstermächtigung. Die kulturellen Texte, die den Transfer von Interiorität provozierten und damit in Grenzen auch lenkten, verlangten zunehmend weniger Bildungs- und Wissenskompetenz sowie strukturierte und strukturierende Zuwendung der Nutzer*innen. Der Anteil des Leibbezogenen hingegen wuchs außerordentlich an. Körperorientierte Popmusik und die Klänge für gegenwärtige Tanzszenen stellen laut Fluck überhaupt keine kognitiven Anforderungen mehr. Ihre Wirkung sei nicht an sprachlich repräsentierte Bedeutungsbildung der Rezipienten gebunden. Sie beruhe auf Stimmungen und leiblichen Reaktionen – in den Worten von Shusterman (2005: 15) auf der »Anziehungskraft der körperlich empfundenen und schamfrei ausgedrückten Intensität von Gefühlen«.

Ästhetisches Erleben sei hier beispielsweise gekennzeichnet durch »kurzfristige Evokation dekontextualisierter Vorstellungen« und »diffuse Gefühle von Körperentgrenzung. Beides bedarf keiner Integration in einen Bedeutungszusammenhang.« Zum Transfer ist es nicht mehr nötig, wie etwa im Film Kontinuität zwischen einzelnen Bildern herzu-

stellen oder wie bei Erzähltexten mental einen Raum des Geschehens aufzubauen. »[D]ie sinnliche Dimension der Musik schafft Assoziationen, die nicht mehr von narrativer Logik, sondern von Stimmungen geleitet sind. Im Videoclip ist dieses zur Grundlage auch für die Struktur der Textbildung geworden.« (Fluck 2007: 25) In die Transfers der Nutzer geht immer mehr Körperbezogenes ein, und die Gratifikationen ästhetischen Erlebens werden zunehmend verleiblicht. Das ist bei Popmusik und Tanz am offensichtlichsten, bestimmt aber auch die Machart globaler Erfolgsgenres wie Action, Fantasy, Superheldenmythen, Horror. Deren Rezept scheint zu lauten: Ästhetische Erlebnisse sollen zunehmend ins Leibliche erweitert und verlagert werden.

Fluck skizziert die Entwicklung als Verschiebung von präsentativen zu expressiven Angeboten und Qualitäten in der gesamten westlichen Kultur und ihren Künsten. Dabei ist ein kritischer Unterton unverkennbar. Man kann das auch ein wenig positiver beschreiben. Aufgrund der kommerziellen Massensorientierung, mit der sie bereits im 19. Jahrhundert antraten, waren die Schöpfer von PK und Massenkünsten im Vergleich zur etablierten Kunstszene deutlich offener gegenüber ästhetischen Erwartungen der Publika. Sie stellten sich erheblich besser auf Kunden ein, die im Sinne einer »Erlebnisorientierung«⁴² geneigt waren, sich packen, erschüttern, elektrisieren und schockieren zu lassen. Solche Erlebensbereitschaft griffen sie auf, befriedigten und dynamisierten sie.

Die Idee, dass PK und populäre Künste seit dem 19. Jahrhundert einen erstrangigen, wenn nicht gar den insgesamt innovativsten und energiereichsten Kreativpool der ästhetischen Kultur des Westens bilden, hat einige Plausibilität. Für die moderne Bildende Kunst etwa und ihre Avantgarden hat man solche Anstöße seit der Romantik nachgewiesen (Varnedoe/Gopnik 1990; Caduff/Wälchli 2007). In Bezug auf die darstellenden Künste hat Nic Leonhardt (2007) Vergleichbares belegt, und die Impulse der Popkultur seit den 1950ern gehen in dieselbe Richtung (Hecken 2009, 2012, 2016b; Grasskamp 2004).

42 | Schulzes (1992) Begriff steht hier als richtungweisendes Kürzel.

Perspektiven kombinieren

PK als Kunst ist auch ein zentrales Thema von Richard Shusterman. Seine Überlegungen folgen drei Hauptmotiven, die interessanterweise in einem gewissen Widerspruch zueinander stehen. Betrachtet man sie weniger formallogisch als pragmatisch, dann können sie jedoch gewiss nützlich sein. Nicht ohne Grund finden sich die drei Argumentationslinien, einzeln oder in unterschiedlichen Verknüpfungen, auch in weiterer Literatur, die der PK ernstzunehmendes ästhetisches Potenzial zuschreibt. Zum einen belegt Shusterman (1994: 155) die Qualität populärer Texte anhand der Maßstäbe herkömmlicher Kunstästhetik: »Einheit und Komplexität, Intertextualität und offen-strukturierte Polysemie, Experimentieren und deutliche Aufmerksamkeit auf das Medium.« Zweitens konstatiert er gerade im Zusammenhang mit Musikstilen wie Rock und Rap, dass populäre Kunstformen »eine völlig revidierte Ästhetik« implizieren. In den genannten Fällen sei diese durch »eine freudige Rückkehr der leiblichen Dimension« (ebd.: 131) gekennzeichnet; darauf wiesen deren konstitutive Tanzbarkeit und die Tatsache hin, dass Lyrics häufig die körperliche Aneignung durch Bewegung thematisieren.

Wenn Populäres einer gänzlich anderen als der herkömmlichen Kunstästhetik folgt, dann ist es ein zweifelhaftes Argument zu zeigen, dass sie Qualitätsmaßstäben genüge, von denen sie sich eigentlich absetzt. Wer zum Thema PK arbeitet, kennt aber den Rechtfertigungsdruck, der offenbar auch hier Wirkung zeigt. In der Sache trifft Shusterman sich mit Flucks Diagnose der Verkörperlichung als Basistrend. Unter der Bezeichnung »somaesthetics« entwickelt er sogar eine ganze Theorie der zeitgenössischen Körperästhetik. In ihr nehmen Leiber und physische Praktiken eine Schlüsselstellung als »a crucial sensory *medium* for [...] our dealings with all other aesthetic objects« (Shusterman 2000: 278; Herv. i.O.) ein, als wesentliches Mittel der Kunstaneignung und ästhetischer Interaktion überhaupt.

Der dritte Ansatz verlässt die Objektivationen als wichtigsten Bezugspunkt und rückt die Praktiken der Nutzung ins Zentrum. Die Unterscheidung zwischen hoher und populärer Kunst sollte, so Shusterman, nicht anhand verschiedener Eigenschaften der Texte getroffen werden, sondern vorrangig anhand

›unterschiedlicher Rezeptions- und Gebrauchsweisen. Der ›populäre‹ Gebrauch wird vom ›hohen‹ Gebrauch abgesetzt, weil er in der gewöhnlichen Erfahrung liegt und weniger durch Schulung und Standards, die das System formalen Unterrichts und herrschender intellektueller Einrichtungen einprägen, reguliert wird.« (Shusterman 1994: 261, Anm.)

Diese Sicht kommt der des vorliegenden Bandes am nächsten (→Kap. 5,5).

Allerdings haben alle skizzierten Modelle neben ihrer besonderen Leistungsfähigkeit auch blinde Stellen. Geimer und Fluck argumentieren erkennbar textorientiert und betrachten die vielschichtigen und situationsabhängigen Kontexte und Praktiken der Aneignung vor allem auf ihr *identitätsbezogenes* Potenzial hin. Die Zentralität körperlichen Erlebens wiederum, die Fluck und Shusterman betonen, wird im Tanzen, Musikhören, Computerspielen, Actionfilmschauen, Konzertbesuch und Sporterleben jeweils völlig anders realisiert; und beim Lesen oder bei der Freude am Design ist sie nur sehr vermittelt wirksam. Da bleiben viele Fragen.

Werkorientierte Analysen reduzieren unvermeidlich die Multidimensionalität populärer Texte. Wer spricht etwa bei Literatur von Buchumschlägen, Schriftgestaltung und Illustrationen? Untersucht werden zumeist jene Gestaltungsebenen, die dem Kritiker vertraut sind. In Shustermans Lektüren etwa spielt die klangliche Seite von Popmusik kaum eine Rolle, ebenso die Darbietung durch die Interpreten, ihr Star-Image u.ä. Viele Filmkritiken erwähnen den Soundtrack kaum; und Analysen performativer Events widmen der sinnlichen Atmosphäre von Raum und Akteuren (Bühnenbild, Lichteffekte, Kostüme, Choreographie der Körper usw.) meist wenig Aufmerksamkeit. Dies liegt schon deswegen nahe, weil den stets disziplinar geprägten Einzelforschern viele Kompetenzen verständlicherweise fehlen. Transdisziplinäre Teams wären hier vermutlich effektiver.

Sinnlich-räumliche Settings als ästhetische Akteure

Zur Multidimensionalität populärer Kultur gehört ein weiterer Gesichtspunkt. Für ein auf Netze von Akteuren orientiertes Verständnis ist ja nicht von vornherein klar, wer und was alles an ästhetischen Prozessen mitwirkt. So weisen empirische Studien regelmäßig darauf hin, dass Rezipient*innen gezielt räumlich-körperliche und sinnliche *Umgebungen*

arrangieren, um ein ästhetisches Erlebnis zu erzeugen. Auch die Betrachtung eigener Praktiken macht einem klar, dass man zu diesem Zweck normalerweise ganze Ensembles sinnlich-räumlicher Faktoren zusammenfügt.

Die Kulturwissenschaftlerin Christine Hämmerling (2016: Kap. 3.1) hat dies am Beispiel des *Tatort*-Schauens dargestellt. Das wird von vielen am Sonntagabend geradezu zelebriert. Gemütlichkeit, Ungestörtheit, Entspannung sind wesentliche Maßstäbe der Arrangements bei meist gedimmter Beleuchtung im Wohnzimmer, auf dem bequemen Sofa oder im Fernsehsessel. Paaren ist das *gemeinsame* Schauen wichtig. Bei den einen gehören Knabbergebäck und ein Glas Wein (ob man die Mengenangabe »ein Glas« wörtlich nehmen muss, sei dahingestellt) dazu, bei anderen Eis. Systematisch führt Hämmerling (2017: 94) folgende Beteiligte eines TV-Abends auf: »das Gesehene, die Mit-Sehenden und das Verhältnis zu ihnen, der Zeitpunkt der Rezeption, die serielle Taktung der Rezeption, der Ort, die Gemütlichkeit, Genussmittel«.

Aus der Werkperspektive würde man hier von Rahmenbedingungen sprechen, die nicht zur eigentlichen Rezeption gehören. Kulturwissenschaftler*innen tendieren jedoch dazu, die *gesamte Konstellation* mit ihren gezielt verknüpften Wahrnehmungs- und Erlebensdimensionen als aktiv beteiligt zu betrachten. Im Sinne des Hügel'schen Unterhaltungskonzepts handelt es sich beim *Tatort*-Schauen um einen 90-minütigen interaktiven Prozess, in dem Fokus und Intensität der Aufmerksamkeit wechseln. Da können auch kurzzeitig der Wein oder der pikante Kartoffelchip in den Vordergrund treten, der Blick zum/r Partner/in (der die Erinnerung an weitere gemeinsame Fernsehabeude und damit die emotionale Qualität der Beziehung aktiviert) oder auch das Körpergefühl, wenn man die Sitzposition nachjustiert. Ein *Tatort* Dienstagabend ist ein anderes, in mancher Hinsicht weniger elaboriertes ästhetisches Vergnügen als der Sonntagabend-*Tatort*.

Trennung und Neukombination der Sinne hat der Philosoph Stefan Niklas (2014) sehr plastisch am Gebrauch von Kopfhörern erörtert. Als exemplarisch betrachtet er Situationen des mobilen Hörens, beim Gang durch die Stadt oder beim Fahren mit der Bahn. Musik werde hier wie der Soundtrack eines Films eingesetzt; sie verändere und bereichere die Wahrnehmung der bewegten Bilder, die etwa vor dem Fenster vorüberziehen. Derartiges Erleben speist sich zum einen aus der »Analogie zu jenem Gestaltungsprinzip des Films, Musik aus dem »Off« erklingen zu

lassen«. Zum anderen ko-laboriert die Kopfhörerin, indem sie bereit ist, »ihre *wirkliche* Situation für den Moment so zu behandeln, *als ob* es sich um einen fiktionalen Film handeln *würde*, ohne aber wirklich zu vergessen, dass es keiner *ist*.« (Niklas 2014: 19; Herv. i.O.)

Zuspitzend könnte man sagen: Dichtes ästhetisches Erleben (von Kunst wie von anderen Eindrücken) speist sich aus multisensorischer Wahrnehmung zusammengesetzter Situationen. »Noch bevor man weiß, was und wie man wahrnimmt, hat man bereits mit allen Sinnen wahrgenommen.« (Ebd.: 63) Je mehr Sinne und je mehr emotionale Beziehungen auf wechselseitig ergänzende und intensivierende Weise angeregt werden, desto größer im Normalfall das Vergnügen und desto »schöner« das Erlebnis. Dazu werden synästhetische Arrangements gesucht und geschaffen. Die Nutzer kombinieren gezielt⁴³ sinnliche und emotionale Genüsse (etwas schlichter: angenehme Empfindungen und Zustände) zum Zweck möglichst umfassenden somatischen und psychischen Wohlbefindens. Solches Ambiente (analytisch formuliert: der Kontext) ist untrennbarer Teil des Erlebens; es ist nicht äußerer Rahmen, sondern gehört zu den Mitwirkenden.

Die erstrangige Rolle des Rezeptionssettings in den Erwartungen und Praktiken routinierter Nutzer*innen (und das sind die meisten zumindest bei ihren Lieblingsgenres) belegen Studien zum Lesen, die explizit oder implizit nach dem »Leseglück« fragten (Bellebaum/Muth 1996; Kramer 1996: 128-132; Gross 2001; Graf 2001). Wirklich lustvolle Lektüre, so beschreiben es passionierte Leser*innen, findet in einem Ambiente statt, das Störungen fernhält und den Sinnen schmeichelt: zurückgezogen in der Badewanne (vielleicht mit Kerzen und einem Glas Prosecco), auf der Lieblingscouch oder in einen bequemen Sessel gekuschelt. Ein schöner Ausblick wird als genusssteigernd genannt, oftmals auch die »Atmosphäre«, beschrieben mit Charakteristika wie »gemütlich«, »behaglich« und »bequem«. Für andere können auch Nacht, Dunkelheit und hässliches Wetter – als bewusst wahrgenommene Beteiligte – das Erlebnis intensivieren. Viele brauchen schließlich zum rundum befriedigenden Lesevergnügen Süßigkeiten; optimal ist anscheinend Schokolade.

Das sind freilich idealtypische Beschreibungen. Wie oft schaut man sich einen Kinofilm an, auch wenn die Popcornmaschine streikt, das Bier

43 | Das schließt Routinen ein, die nicht mehr bewusst durchgeführt werden müssen, wie etwa die Wahl des Sitzmöbels oder des Getränks.

zu warm ist oder man Kopfschmerz verspürt!)? Auf die ernüchternde Alltäglichkeit ästhetischer Prozesse komme ich in 5.4 zu sprechen.

5.2 GIBT ES EINE SPEZIFISCHE ÄSTHETIK DES POPULÄREN?

Ergeben sich die Qualitäten populärer Künste und Vergnügungen aus einer besonderen, von der Hochkunst klar unterschiedenen Weise ästhetischer Interaktion? Ko-laborieren hier spezifische Eigenschaften der Texte mit speziellen Erwartungen, Wertmaßstäben und Rezeptionsweisen der Nutzer? Nicht wenige PK-Studien neigen dazu, diese Fragen mit Ja zu beantworten. Eine solche Sicht wird etwa, das liegt nach dem in 2.3 Ausgeführten nahe, oft mit Blick auf POP vertreten. Allerdings beziehen sich derartige Überlegungen meist auf begrenzte Genres und Gattungen. Die Idee einer geschlossenen Ästhetik des Populären als striktes Gegenmodell zur Hochkultur verfolgt heute niemand.

In diesem Abschnitt werden drei deutlich konturierte ›Ästhetiken des Populären‹ vorgestellt. Der folgende blickt dann auf die alltägliche PK-Nutzung im Internet, um weitere Facetten ästhetischen Erlebens jenseits etablierter Institutionen zu veranschaulichen.

Kult diegetischer Welten

Der Literaturwissenschaftler Moritz Baßler sieht die Besonderheit populärer Künste in der Abwendung vom emphatischen Verständnis eines »Werks«, dem sich das Publikum in gewisser Weise unterordnen muss, um es *richtig zu verstehen*. An die Stelle des alten Modells trete eine letztlich von den Wünschen des Publikums bestimmte Herstellung »ikonischer Zeichen«. Baßler lässt das »semiotische«, also auf Zeichenhaftigkeit bezogene Funktionsmodell von POPkultur historisch beginnen mit den Auftritten von Elvis Presley und grenzt es vom »traditionellen Kunstwerk« folgendermaßen ab: »Wir haben es nicht mehr mit einem Autor zu tun, der uns sein Werk präsentiert, das wir anschließend [...] versuchen müssen zu verstehen. Wir werden nicht mehr von oben belehrt und erzogen.« Vielmehr vereinen sich Produzenten und Rezipienten, um »ikonische Zeichen der Attraktionskultur« zu erzeugen (Baßler 2015: 39).

Mit diesem Wandel verliere der Bedeutungsgehalt des Gebotenen für die Nutzer an Gewicht. Im Kern gehe es um einen *gemeinsam* von Künst-

lern und Publika *vollzogenen Kult*, dem folgender Mechanismus modern, kommerzieller PK zugrunde liege. Wo ein Angebot Aufmerksamkeit erregt, kommt sofort eine Menge gleichartiger Produkte auf den Markt. Das Faszinosum geht gewissermaßen in Serie, und darum herum formieren sich »Stilgemeinschaften«, die sich in »spektakulärer Selbstreferenz« für diese einander ähnlichen kulturellen Texte begeistern. Deshalb seien inzwischen Serien »das prototypische Format« der Popkultur (ebd.: 38).⁴⁴

Im Lauf dieser Entwicklung verschiebt sich das ästhetische Interesse der Nutzer von den erzählten Geschichten auf die faszinierenden Welten, in denen die einzelnen Narrationen ablaufen, und deren Personal. Schon bei den James-Bond-Filmen sei der jeweilige Fall zweitrangig gewesen neben der erfüllten Erwartung auf fiese Bösewichte, sexy Bond-Girls, stetig krassere Stunts. Und der Kriminalfall ist in einem Münsteraner *Tatort* längst nicht so wichtig wie die Kabbelei zwischen dem »Prof« und dem »Proll« samt deren coolen Sprüchen. Einzelnen Episoden lieferten der Rezeption der »Stilgemeinschaften« nur den Stoff, um sich der »Faszination der Diegese selbst«, also der dargestellten Welt, hinzugeben. Konkrete Geschichten sind »eigentlich nur dazu da, ein fortgesetztes Bewohnen und Genießen der Diegese zu ermöglichen, und eben nicht, wie in traditionellen Erzählungen, umgekehrt.« Sie lieferten, etwa in *Game of Thrones*,

»immer neue Anlässe für [...] das Eintauchen in die faszinierende Welt von Westeros, die Freude an Arya Stark und den Anblick der Khalisi. Diese Dinge sind es vor allem, die wir, die ›Stilgemeinschaft‹ der Fans, von jeder Folge aufs Neue erwarten und die folglich konstitutiv für ihre Form sind. Das meint [...] ›spektakulär[e] Selbstreferenz‹. (Ebd.: 39)

Für welche Formen des Gebrauchs von Massenkunst »Kult« eine nützliche Metapher liefert, ist noch zu diskutieren. Das Sichbewegen in fiktionalen – »diegetischen« – Welten ist aber offensichtlich eine erstrangige Quelle ästhetischen Erlebens in der PK geworden. Beim Computerspiel war davon bereits die Rede, und unter dem Stichwort »transmedia storytelling« komme ich gleich darauf zurück.

44 | Baßler folgt hier Überlegungen von Jochen Venus (2013).

Merkmale populärer Literatur

Literaturwissenschaftler haben wiederholt versucht, durch Auflistung besonderer Textmerkmale triviale oder populäre Literatur als konsistentes, klar abzugrenzendes Korpus zu bestimmen. Die Ergebnisse werden innerhalb der Disziplin regelmäßig kritisiert und der Sinn solchen Vorgehens auch grundsätzlich angezweifelt. Doch können solche Bemühungen durchaus eine gewisse Plausibilität erreichen. Beispielsweise hat der Anglist und Amerikanist Christian Huck (2013) strukturelle Kriterien zusammengestellt, die seiner Meinung nach Texte der Populärliteratur kennzeichnen. Nachvollziehbar benennt er eine Reihe von Eigenschaften, besser vielleicht: von Potenzialen populärer Texte und ihrer Inszenierung (durch Titel, Einband, Paratexte usw.).

Als erstes führt Huck die »*Schema- bzw. Formelhaftigkeit*« an.⁴⁵ Genreregeln und ähnliches erlauben es Leserinnen und Lesern, narrative Abläufe und Figurenkonstellationen vorauszuahnen. Damit wird vor allem »Unterhaltungs- und Emotionssicherheit gewährleistet« – denn man weiß, welche Art Geschichte einen erwartet. Zweitens »erlaubt die angekündigte *strukturelle Beständigkeit* der Texte eine stetige inhaltliche Aktualisierung«. Weil Leser aus Erfahrung mit den Mustern vertraut sind, verfügen sie über »Aufmerksamkeitskapazitäten für politische, soziale und andere alltägliche Kontexte, für *Welthaftigkeit* ganz allgemein.«

Drittens werden in Populärliteratur »immer wieder gewisse *archetypische Motive* wie Ehrverletzung, Rache, Tod, Familie, Liebe, Initiation, Reise, Rivalität, Freundschaft aufgerufen.« Da jede/r persönliche Erfahrungen und Erinnerungen an entsprechende Erlebnisse hat, kann jede/r das Geschilderte individuell mit Leben füllen. Das erlaubt »ein großes Maß an *imaginärem Investment*«.

Viertens diagnostiziert Huck als typisch »*Alltagsrealismus und Nähe zum Alltag*«. Das bezieht sich weniger auf die dargestellte Welt (bei SF, Fantasy und Mystery wäre das auch schwierig) als auf die spezifischen literarischen Darstellungsmittel, die Ausdrucksweise. Die Sprache lehne sich an alltägliche Beschreibungen an und schaffe damit einen

»*Realitätseffekt* [...]. So wird suggeriert, dass das, was in den dargestellten Welten geschieht, [...] ganz ähnlich so auch in der Welt der LeserIn geschehen könnte

45 | Hervorhebungen hier und im Folgenden KM.

bzw. ihm/ihr geschehen könnte, träte der/die LeserIn in diese Welt ein. [...] Fiktionalität ist hier graduell, teilweise vorhanden – Populärliteratur ist immer nur ein Stück weit fiktional.«

Sie könne keine gänzlich unerwarteten Welten erzeugen.

Als fünftes Merkmal nennt Huck »*Unterdeterminiertheit*«; Kunstliteratur hingegen zeichne sich durch Überdeterminiertheit aus. Infolgedessen falle es Leser*innen relativ leicht, den Text mit ihren persönlichen Ansichten zu verschmelzen.

»Während für kunstliterarische Texte diverse Lesarten möglich sind, über die es sich trefflich zu streiten lohnt, da es für jede Lesart gute Gründe im Text gibt, stehen die unterschiedlichen Lesarten der Populärliteratur eher unvermittelt nebeneinander, da diese in erster Linie auf den unterschiedlichen Assoziationen der LeserInnen beruhen.«

Die Unterbestimmtheit der Texte ermögliche nicht nur, starke eigene Empfindungen einzubringen. Lesende könnten auch auf Distanz bleiben, da sie sich nicht angesprochen fühlen. Das habe zur Folge, dass sie die dargestellte Welt eher oberflächlich bestehen lassen, ohne eigene Position zu beziehen.

Sechstens sei Populärliteratur (in ihrer Materialität als Taschenbuch, Heft usw., mit Verkauf an bestimmten Orten) geprägt durch »*Käuflichkeit und Begehrlichkeit*«. Ihre preiswerte, massenhafte Produktion verlange hohe Investitionen; deswegen suchten die Verleger ihre Risiken zu minimieren. Huck hebt hier die Mehrfachverwertung in Medienverbänden hervor. Sie schaffe »*Emotions- und Unterhaltungssicherheit*«, da man wieder erleben könne, was eine/n schon einmal befriedigt habe. Dafür bezahlten die Kunden dann auch gern.

Als siebte typische Qualität nennt Huck eine spezifische *Bekanntheit der Hintergründe*, vor denen die Geschichten spielen. Die Folgen seien ambivalent. Die Wiederholung produziere einerseits beim Lesen »Differenz: Jeder sieht etwas anderes, weil er/sie es mit den eigenen Augen sieht, weil er/sie das Spiel mit dem eigenen Leben und dem eigenen Körper spielt.« Andererseits werde immer wieder Bekanntes in Erinnerung gerufen und gewissermaßen als Grund für das je konkrete Werk heraufbeschworen – wobei »Grund« hier zwischen den Bedeutungen Ursache und Hintergrund oszilliert. Im Ergebnis wiederhole Populärliteratur die

bekannte Welt nicht nur, sie erschaffe sie mit. »An dieser bekannten Welt teilzuhaben mag eine Form des Zwangs darstellen, es kann aber ebenso Freude an der Zugehörigkeit bereiten.«

Solche Freude verweist achtens auf spezifischen »Lustgewinn«. Zwar liege es soziologisch »nahe, die Populärliteratur als Kompensation für die Verluste zu verstehen, die der Mensch in der modernen funktional-differenzierten Gesellschaft erfährt.« Andererseits ermögliche die Lektüre aber das gezielte Erleben von Emotionen, denen man im normalen Leben niemals in solcher Reinform begegnen würde: »sexuelle Erregung ohne Scham, Angsterregung ohne wirkliche Angst, Triumph ohne jemandem zu schaden usw.« Solche Lust sei keine Kompensation empfundenen Mangels, sondern vielmehr »produktiv: sie schafft neue Lust – und regt auch deshalb zum weitergehenden Konsum an.« Die Garantie, eine spezifische Emotion lustvoll zu erleben, ermögliche ein Vergnügen, das nur in populärer Lektüre zu finden sei.

Neuntens schließlich arbeite Populärliteratur mit der »Anrufung« der Leserinnen und Leser: Sie »ist immer für (Herv. i.O.) jemanden geschrieben, für den Gebrauch.« Das werde allerdings unterschiedlich interpretiert. Ein Teil der Kritiker schlage PK dem »hegemonialen Block« zu. Danach erwarte populäre Kunst von den Nutzer*innen die Ausbildung einer Subjektform, die die Werte von Familie, Patriarchat und Kapital unterstützt, da nur unter dieser Voraussetzung der erhoffte Lustgewinn stattfinde. Leser*innen müssten »die Ideologie des Textes wiederholend affirmieren, um dafür mit Vergnügen entlohnt zu werden«.

Die Cultural Studies hingegen setzten darauf, dass angesichts der Konkurrenz- und Überbietungsdynamik moderner PK Freiräume entstünden, die widerständige oder skeptische, auf jeden Fall aber produktive Leseweisen ermöglichen. Sie könne sogar »Lust zur Transgression ansprechen und normabweichende Verhaltensweisen zur Lektüre anbieten«. Allerdings kennen laut Huck die meisten Leser den Preis des Vergnügens und stellen für sich eine individuelle Kosten/Nutzen-Rechnung auf. Die Kalkulationsbedingungen unterscheiden sich dabei nach

»(lern-)biographischen, familiären und charakterlichen Kontexten. Gender- oder klassenspezifische Präferenzen gegenüber Populärliteratur sind nur schwer auszumachen: Die Schwelle zum populären Text scheint für fast alle dieselbe zu sein, was danach geschieht allerdings für jeden anders.«

Die einzelnen Punkte wie auch die gesamte Liste klingen plausibel – will sagen: Es fallen einem Beispiele ein, deren ›populäres Funktionieren‹ durch die genannten Qualitäten erhellt wird. Einiges ist auch auf andere Gattungen übertragbar. Und Huck bemüht sich um eine wertfreie Beschreibung. Doch erzeugt die polare Entgegensetzung von Populär- und Kunstliteratur auch hier eine problematische Dynamik: Komplexität, textliche Vieldeutigkeit, Originalität, Reflexion – und damit auch ästhetische Qualität – laufen am Kunst-Pol zusammen. Populäre Literatur ist letztlich wieder, zumindest ästhetisch, überwiegend defizitäre Literatur.

Produktiv zu machen sind Hucks Strukturelemente *im Rahmen gradualistischen Herangehens*: als Vokabular, um konkrete Texte zu beschreiben und im Feld des Populären *und seiner Nachbarn* (→Kap. 4.6) zu verorten. Als Checkliste, um populäre klar von »Kunstliteratur« abzugrenzen, kann man sie nicht empfehlen (und so sind sie vermutlich auch nicht gemeint). Gradualistisch bedeutet: Es lassen sich sowohl erfolgreiche Texte und Serien anführen, auf die eine ganze Reihe der Kriterien nicht zutreffen – von, um nur zwei Beispiele zu nennen, *Perry Rhodan* bis *Harry Potter*. Ähnliches gilt für die vielen Bestseller, deren literarische Qualitäten Faulstich (1996) und Faulstich/Strobel (1987) herausgearbeitet haben. Auch wird man in einer ganzen Reihe von als anspruchsvoll kanonisierten Werken den einen oder anderen von Huck genannten Mechanismus finden. Es handelt sich mithin um textuelle und verlegerische Strategien, die nicht zwingend Populäres kennzeichnen. Sie werden vielmehr in unterschiedlicher Mischung mit anderen Gestaltungsweisen in vielen literarischen Werken verwendet. Das gilt genauso für die von Huck skizzierten Lektürestrategien.

Ästhetisches Erleben mit Sachtexten

Praktisch alle Materialien, an denen bisher Überlegungen zur Ästhetik des Populären entwickelt wurden, kommen aus dem Bereich der Massenkünste, aus präsentativen (Spielfilm, Belletristik) wie expressiven Genres (Musik, Schauspiel). Damit sind aber die beliebten Formate, die für ästhetisches Erleben genutzt werden, keineswegs abgedeckt. Es gibt eine ganze Reihe massenmedialer Genres, die *keinen* fiktional-narrativen oder spielerisch-expressiven Charakter haben, aber dennoch häufig »wie Kunst« gebraucht werden. Die Rede ist von Texten, die nach gängiger Definition *dokumentarischen* oder *sachlich-informativen* Zwecken dienen.

Ausgesprochen beliebt sind Berichte, Reportagen, Dokumentationen über Natur: Tiere, Pflanzen, Habitate, Landschaften. Mit modernsten Filmtechnologien von der Superslowmo bis zur Aufnahme mittels Drohnen und digitaler Bearbeitung, mit opulentem und effektvollem Soundtrack und entsprechenden Hochglanztechniken im Printbereich werden vor allem in Fernsehen und Kino, aber ebenso in Illustrierten und Special-Interest-Zeitschriften wie *GEO* oder *National Geographic* Repräsentationen von Natur angeboten, die in mehreren Dimensionen ästhetisches Erleben erzeugen lassen.

Schon für Kant (1974: 143, § 15) bilden Werke der Natur geradezu den Inbegriff des als »Zweckmäßigkeit ohne Zweck« bestimmten Schönen. Über die unmittelbar gegenstandsbezogene Wahrnehmung der Gestaltqualität von Naturphänomenen hinaus schreiben wir ihnen quasi *narrative Qualitäten* zu, die Kant um den Begriff des Erhabenen herum entwickelt. So betrachtet er Natur »im ästhetischen Urteile als Macht, die über uns keine Gewalt hat« (ebd.: 184, § 28). In diesem Modus bewegen sich offensichtlich bis heute starke Diskurse, die Naturerscheinungen zu etwas machen, das uns über das Sinnliche hinaus emotional empfinden lässt. Natur wird gedeutet als Ort oder Inbegriff von Harmonie wie von bedrohlicher Macht und Kraft sowie als Verkörperung basaler Ordnungen unterschiedlichster Art (im Westen gern auf soziale Strukturen wie Geschlecht, Familie, hierarchische Gesellschaft und Staat transponiert – von der »Tierfamilie« bis zum »Bienenstaat«). Das sind fruchtbare Kerne für jene Narrative, die nicht selten auf der sprachlichen Ebene solcher Dokumentationen eingesetzt werden, um die starken Gefühle der Begegnung mit dem Erhabenen oder gar Transzendenten auszulösen.

Ähnliches lässt sich über Sachtexte aus den Bereichen Wissenschaft, Technik und Industrie sagen, von Automagazinen in Print und Bewegtbild bis zu Dokumentationen aus Raumfahrt, Astronomie und »Wirtschaft 4.0«. Auch hier sind unmittelbare⁴⁶ Gestaltqualitäten ebenso im Spiel wie starke Narrative. Verallgemeinernd hat der Literaturwissenschaftler Erich Schön überzeugend argumentiert, dass die »Lust« an nichtfiktionalen Darstellungen, von Reiseberichten über Biographien bis zur Präsentation von Waren, ganz wesentlich der von den Rezipient*innen aktivierten Einbildungskraft, ihrer Phantasiearbeit, entspringt. Kulturelle Texte dieser Art liefern, so seine These, »Spielmaterial [...] für die

46 | Das heißt: historisch-kulturell bestimmt und sich verändernd.

lustvolle Bearbeitung von Wunschphantasien, die bewusst werden können, aber nicht müssen« (Schön 1999: 193).

Die besondere Eignung sachbezogener Texte für die angenehm empfundene Mobilisierung der Einbildungskraft (im Verständnis dieses Bandes: für ästhetisches Erleben) sieht Schön auf zwei Ebenen. Zum einen könnten wir nicht aus dem Nichts heraus phantasieren; es sei ausgesprochen hilfreich und anregend, für unsere Phantasiegebäude Bausteine aus der Wirklichkeit zu verwenden – »oder doch aus dem, was unser phantasierendes Bewusstsein dafür halten kann« (ebd.: 195). Auch in Zeiten virtueller Autorennen kann man sich seine Rekordrunde auf dem Nürburgring intensiver, sensuell dichter vorstellen, wenn man die Motorzeitschrift mit der detaillierten Präsentation des neuen Supersportwagens von Ferrari vor Augen hat. Unsere Imaginationen, so Schön, seien »gewissermaßen ›erfolgreicher‹, wenn sie realitätskompatibel sind.« So werde es leichter, »in sich konsistente Phantasien zu entwerfen« (ebd.).

Die zweite Erklärungsdimension sieht Schön in der Vergeschlechtlichung kultureller Praktiken – genauer: in der zähen

»Rollenverteilung, nach der Frauen fiktionale Literatur, Belletristik und speziell [...] Romane lesen, Männer aber die Zeitung und Sachliteratur. Auch für Männer hat Lektüre zentral die Funktion der Bereitstellung von Phantasie material. [...] Der camouflierte Charakter der Bedürfnisbefriedigung im Lesen erlaubt bei den männlichen Texten andere, [...] allgemein akzeptierte Legitimationen. Bei den Männern steht gewissermaßen ein aseptisch erscheinendes Sachinteresse statt des [...] ›emotionalen Schmuddelkrams‹ der weiblichen Lektüre.« (Ebd.: 197)

Diese meist den Lesern selbst nicht bewusste Tarnung biete sich zudem an, weil »die durch Sachliteratur evozierte [...] Phantasiewelt unbemerkt betreten werden kann – [...] auch gegenüber den eigenen psychischen Instanzen und verinnerlichten Normen und Werten.« Der »so nützliche und offensichtliche kognitive Aspekt« stelle sich hier »schützend vor den emotionalen« (ebd.). Das erleichtere es, innerhalb der auf Nüchternheit festgelegten hegemonialen Männlichkeit affektiv hoch aufgeladene Phantasien zu genießen.

Schön argumentiert außerdem überzeugend in die umgekehrte Richtung: Fiktionale Texte dienen in vielen Fällen und unter wechselnden Aspekten der Information, der durchaus nicht immer emotionslosen Gewinnung von Wissen über Wirkliches (ebd.: 201-209). Schon Karl

May wurde von seinen Verteidigern dafür gelobt, dass man aus seinen Abenteuerromanen so viel über Land und Leute in Nordamerika und im Nahen Osten lernen könne. Und die amerikanische Literaturwissenschaftlerin Janice Radway (1984) hat in ihrer wegweisenden Ethnographie einer Gruppe Liebesromane lesender Frauen bemerkt, dass die den Geschichten auch Informationen über Orte auf der Welt entnehmen, die sie vielleicht besuchen möchten. Schön (1999: 208) betont, dass das Sachinteresse sich nicht auf Faktisches beschränkt. Gerade narrative Genres dienen vielmehr dazu, aus »empathisch erfahrenem Phantasiematerial« eine Art Weltwissen über Menschen, menschliche Probleme und deren Bewältigung aufzubauen.

Solche Befunde haben nichts zu tun mit der einfach nicht aussterbenden Unterstellung, populäre Rezipient*innen könnten Fiktion und Realität nicht ordentlich unterscheiden und hielten in ihrer Naivität erfundene Geschichten für Aussagen über die wirkliche Welt. Es verhält sich genau umgekehrt: Leser und Zuschauerinnen aller Bildungsgrade entwickeln im Lauf ihrer Rezeptionsbiographie zu ausgesprochener Feindifferenzierung fähige Instrumente, um den *für sie relevanten* Realitätsgehalt erfundener wie auch als dokumentarisch oder authentisch präsentierter Darstellungen und Erzählungen einzuschätzen und zur Orientierung in der Welt zu nutzen. Mehr empirisch gegründetes Wissen über diese Praktiken und Kompetenzen zu gewinnen, ist eine der spannendsten Aufgaben nicht nur der PK-Forschung. Allerdings muss man bedenken, dass die Erkenntnisse dann auch für manipulative Zwecke verwendet werden können.

5.3 ÄSTHETISCHE TRENDS IM INTERAKTIVEN NETZ: KO-ORIENTIERUNG, TRANSMEDIALES ERZÄHLEN, SELBSTWIRKSAMKEIT

Mit der Digitalisierung, dem Internet und der Ermächtigung der Nutzer über Soziale Medien hat eine tiefgreifende Neuordnung der Kommunikationsverhältnisse begonnen. Was bedeutet das für die populären Künste? Die Forschung beschäftigt sich intensiv mit der Frage, ob und wie die neuen Strukturen und insbesondere die Beteiligungsmöglichkeiten der User kulturelle Machtbeziehungen verändern; das wird in Abschnitt 6.6 erörtert. Zum ästhetischen Erleben liegen bisher nur wenige Studien vor;

mit dieser Einschränkung nun ein Blick darauf, welche Trends im Umgang mit populären Künsten hier erkennbar sind.

Insgesamt zeigt sich Wandel bisher eher punktuell und bei Minderheiten (Maase 2017; Bury 2017). Das große Publikum orientiert sich unverkennbar an ›bewährten‹ Angeboten und Erfolgsgenres etablierter Medienproduzenten. Auch mit neuer Technik führt man im Wesentlichen Muster des bisherigen Mainstreams fort. Im Großen und Ganzen gilt das ebenso für die Jüngeren. Von Nutzern geschaffene Inhalte spielen als Innovationsimpuls im Mediengeschäft eine gewisse Rolle. Auch das Vergnügen suchende Publikum greift hier durchaus zu; selten jedoch findet es in dem von Seinesgleichen Geschaffenen faszinierende Unterhaltung. Immerhin zeichnen sich interessante Trends im ästhetischen Erleben ab.

Der folgende Abschnitt geht in drei Schritten vor. Am Anfang stehen Angebote: die Texte, Inszenierungen, Spielskripte etc. Dann wird gefragt, wie sich alltägliche Weisen der Rezeption und Muster der Nutzung entwickeln. Schließlich wird beides zusammengeführt unter der Perspektive: Welche Veränderungen im ästhetischen Sensorium und in den Emotionen und Vergnügenspräferenzen der Durchschnittsnutzer*innen zeichnen sich ab?

Reichweite neuer Angebote

Die Betrachtung der Angebote lehrt zunächst einmal eines: Man muss Beharrungstendenzen ernst nehmen (Schönberger 2015). Hoffnungen, dass DIY-Produktionen etablierten Kulturindustrien den Platz streitig machen, sind gegenstandslos. Zwar hat das Web 2.0 erstrangige Bedeutung für Protest und politische Initiativen gewonnen (Castells 2012). Im Feld der Unterhaltung jedoch haben nutzerproduzierte Inhalte, selbst wenn sie informativ und engagiert sind, allenfalls dann eine Chance beim breiteren Publikum, wenn sie etablierten Ansprüchen an professionelle Gestaltung genügen.

Die Maßstäbe sind zwar ständig in Bewegung. Das betrifft aber mehr einzelne Genres und solche, die neue mediale Möglichkeiten nutzen. Die grundlegenden *narrativen* Erwartungen der Zuschauer an »gute Filmunterhaltung« etwa waren zu Zeiten schwarzweißer Stummfilme kaum andere als heute bei farbigen 3-D-Filmen mit digitalen Effekten und Surround-Klang. Was eine schöne Geschichte ist und wie man sie erzäh-

len sollte, an diesen Ansprüchen hat sich in den letzten 100 Jahren nicht so viel geändert.

Hingegen haben elektronische Games, die immer häufiger gespielt werden, ein neues ästhetisches Feld eröffnet. Das Spektrum reicht vom gelegentlichen Daddeln auf mobilen Geräten, mit denen sich die Lücken flexibilisierter Alltage füllen lassen, über »serious games« zu Lehr-, Lern- und Therapiezwecken bis zum Aufbau virtueller Welten und hybrider Räume, in denen Online und Offline sich durchdringen. Die neue Erlebnisqualität digitalen Spielens wurde unter 4.5 skizziert. Die Möglichkeiten zu horizontaler Interaktion im Netz gehen allerdings erheblich darüber hinaus.

Partizipativ sind Spiele, die meist mit Werbe- und Bindungsabsicht ins Netz gestellt werden. Hier kann man online Geschichten ergänzen und erhellen, die auf anderen Plattformen in anderen Medien (Kino-film, TV-Serie) erzählt werden; das spricht vor allem Fans an. Sie können auch als Alternate Reality Games angelegt sein, die in die physische Umwelt hineinreichen, dort Spuren legen und Mitspieler auf die Suche nach Puzzlestücken schicken, um Rätsel in der zugehörigen Geschichte beziehungsweise in der inszenierten Welt zu lösen. Das »additive Verstehen« kooperierender Nutzergemeinschaften, von dem der Medienwissenschaftler Henry Jenkins (2006a: 123-130) spricht, kann sich hier entfalten. Allerdings stellt das Überblenden von gegebenen und inszenierten Realitäten mit Fiktionen bis jetzt so hohe Ansprüche, dass nur kleine, hoch motivierte Gruppen sich beteiligen (Denward 2011; Schwinghammer 2017). Das gilt auch für andere Spiele, die Internetpartizipation, horizontale Kommunikation, Community Building und physische Umwelt verbinden, etwa Geo-Caching.

Ebenso wie die neue Massenkunst der Computerspiele setzt das von Jenkins so genannte »transmedia storytelling« erhebliche Veränderungen der ästhetischen Praktiken in Gang. Er versteht darunter »a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally, each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story« (Jenkins 2009). Ein frühes Beispiel waren die für viele Zuschauer irritierenden *Matrix*-Filme. Erst die Kenntnis der gesamten Trilogie sowie der zugehörigen Comics, Computerspiele und Anime-Kurzfilme erlaubte, die hochkomplexe Er-

zählung nachzuvollziehen und in Gänze zu genießen (Jenkins 2006a: 93-130).

Das ist eine Steigerung der bisher betriebenen transmedialen Mehrfachverwertung von Erfolgsgeschichten wie etwa *Star Wars* oder *Herr der Ringe* durch Sequels, Prequels, Spinoffs, Konvertierung der Stoffe für verschiedene mediale Plattformen. Was immer die ökonomischen Interessen dahinter sein mögen – hier gewinnt modernes Erzählen an Reichtum und Facetten für alle, die sich aktiv, auch kollektiv, auf das Erschließen integraler fiktionaler Welten einlassen. Daran beteiligen sich heute noch keine Massenpublika. Doch liegt transmediales Erzählen unverkennbar im Trend zu vielschichtigen, längeren Atem verlangenden (und belohnenden) Erzählformen, dem auch die boomenden »Qualitäts«-Serien des Fernsehens und der Streaming-Unternehmen wie Netflix zuzurechnen sind.

Alltägliche Nutzungsmuster

So viel zur Angebotsseite. Bei den Usern des Web 2.0 ist zunächst einmal das anhaltende Bestreben zur ästhetischen Inneneinrichtung der Tagesabläufe erkennbar. Zwar scheint in Deutschland seit einigen Jahren eine Grenze der globalen Mediennutzungszeit erreicht. Bei den Jüngeren nimmt jedoch die kürzerzeitige Verwendung mobiler Geräte online wie offline zu, um Transport- oder Wartezeiten vergnüglich zu füllen. Es gibt mithin nicht *mehr* Zeit für populäre Künste, aber qualitativ *andere*. Welche Formate profitieren davon? Optimal sind offenbar einfachere Spiele (Richardson/Hjorth 2014; Keogh 2014) – und vor allem (da wirkt die Walkman-Revolution weiter) Popmusik. Auch aus Internetquellen werden anscheinend Klänge bevorzugt, die nicht allzu herausfordernd sind, sich vielmehr gut in unterschiedliche Alltagssituationen (vom Wartezimmer bis zum Joggen) einpassen; über die Nutzung von Streamingdiensten und anderen Onlineressourcen wüsste man aber gern empirisch Dichteres.

Wer schaut sich welche Bilder bei Instagram und welche Art von Videos bei Facebook oder YouTube an? Gängige Vlog-Formate zwischen fünf und zehn Minuten passen von der Dauer wie von der nötigen Aufmerksamkeit her ebenfalls gut in Lücken und Pausen. Finden hier narrative, visuell und akustisch eher konventionelle Fünfminuten-Videos ihre ökologische Nische, oder eignen sich Mashups »als ästhetische Form des Digitalen« (Koch 2015: 194; Bleicher 2017) besonders gut? Die anhaltende

Flexibilisierung der Tagesabläufe lässt jedenfalls fragen, welche Attraktivität kürzere Formen entwickeln und wie das ästhetische Gewohnheiten beeinflusst.

Für aufwändigere Medienformate bleiben der Abend und die Nacht die beste Zeit (Breunig/van Eimeren 2015; Engel 2015: 569). Hier kann man die Vorzüge des großen Bildschirms zu Hause genießen (zunehmend über internetfähige Geräte) oder sich mit dem Tablet zum exzessiven Seriengenuss ins Bett zurückziehen. Auch das Streaming von bewährten Unterhaltungsformaten und die Nutzung einschlägiger Spartenkanäle deuten darauf hin, dass sich das Herzland der Massenkünste zumindest noch eine Weile um den heimischen Bildschirm (oder die Beamer-Projektion mit Kino-Anmutung) in der Freizeit erstreckt und dass die Präferenzen der herkömmlichen PK hohe Beharrungskraft besitzen.

Genauerem Studiums wert ist der Trend zum »Second Screen«, zur Parallelnutzung internetfähiger Geräte (Göttlich/Heinz/Herbers 2017).⁴⁷ Geteilte Aufmerksamkeit bedeutet nicht notwendig geringere Zuwendung, sondern auch im Blick auf populäre Künste andere, »augmentierte« (Koch 2017a) Aufmerksamkeit. Denn nach Meinung von Medienforscher*innen scheint inzwischen nicht nur für die Jüngeren »das Nebeneinander von zwei Bewegtbildangeboten rezeptionstechnisch nicht (mehr) problematisch« (Best/Handel 2015: 553).

Systematisch zeichnen sich zwei wesentliche Tendenzen ab. Zum einen verändert und intensiviert sich die Weise, in der etwa Fernsehzuschauer Meinungen, Empfehlungen und Praktiken anderer einbeziehen. Solche »Ko-Orientierung« ist nicht neu, denkt man an Programmzeitschriften oder Gespräche am Arbeitsplatz. Jetzt vermutet die Forschung, »dass sich das Rezeptionshandeln einzelner verstärkt an dem tatsächlichen oder unterstellten Handeln anderer, vor allem nun auch unbekannter Mit-Rezipienten orientiert« (Göttlich/Heinz/Herbers 2017: 10). Man schaut im Netz nach Kommentaren und Bewertungen oder beteiligt sich an einschlägigen Foren, Chats usw. zur Sendung – zunehmend gleichzeitig oder in unmittelbarer zeitlicher Verbindung.

Parallele Nutzung mehrerer Bildschirme verändert zum anderen das Medienerleben selbst (Hämmerling 2017; Müller/Röser 2017; Dötsch 2017). Zwar hat die Mehrzahl der Aktivitäten neben dem großen Bild-

47 | Siebenaler/Hasebrink (2017) sprechen von »multi-screen«-Nutzung; das vermeidet Fragen nach vermeintlichen Relevanzhierarchien.

schirm nicht die laufende Sendung zum Thema. Wenn aber beispielsweise Werbeblöcke überbrückt werden, indem man Sportnachrichten schaut oder über einen Messenger mit Freunden kommuniziert, dann kann das durchaus die Stimmung über die Pause hochhalten und so die gefühlte Unterhaltungsqualität verbessern. Freilich: Ärger in der Anschlusskommunikation ist im Netz ebenso möglich wie face-to-face. Allgemein scheint es nach ersten Studien so, als ob Sharing und Selbstwirksamkeit auch hier das Fernsehvergnügen steigern würden. Es fühlt sich gut an, zu einer Zuschauercommunity zu gehören und sich auszutauschen – auch wenn das nicht direkt inhaltsbezogen ist oder man nur die Posts anderer anschaut. Mit der Teilnahme an Debatten zur Sendung selbst, mit Hinweisen und Bewertungen anderer kann auch die eigentliche Rezeption reichhaltiger und befriedigender erlebt werden.

Transmediales Erzählen und Habitus der Teilnahme

Wie erwähnt, steigert transmediales Erzählen in gewisser Hinsicht Tendenzen, die bereits seit dem späten 20. Jahrhundert quer durch die »Einbahnstraßenmedien« nach vorne traten. Das motivierte Publikum, das J.R.R. Tolkiens *Mittelerde*-Atmosphäre in zwei Großfilmserien, in Comics, Brett- und Computerspielen suchte und fand, scheint geradezu paradigmatisch für jene, die nun im Web 2.0 vergleichbare Erzählwelten bevölkern und bewohnen, deren Personal von unbekanntem Seiten kennenlernen und immer neue Rätsel und Nebenlinien erschließen möchten. So treffen die interaktiven Möglichkeiten transmedialer Narration auf ein wachsendes Publikum, das sozusagen bereit ist für das nächste Level.

Moritz Baßler hat diese ästhetischen Neigungen ins Zentrum seiner Definition von Popkultur gestellt (→Kap. 5.2). Das Interesse der Nutzer verschiebe sich zunehmend auf die faszinierenden Welten, in denen die erzählten Handlungsstränge ablaufen, und auf deren Figuren. Anders formuliert: Die Teile (Kapitel, Folgen, Bücher) addieren sich nicht zu *einer* Geschichte; mit dem vielschichtigen, wuchernden, immer wieder überraschenden narrativen Universum entsteht eine neue Qualität des Erlebens – und damit auch der ästhetisch-emotionalen Bindung. Zugleich nutzen Kreative häufiger die Möglichkeit, Lücken, Unklarheiten, widersprüchliche Versionen zu inszenieren und sich Wünschen nach einer eindeutigen Geschichte zu entziehen.

Das Internet fügt dem nun Möglichkeiten zu eigener, auf Wunsch kollektiv eingebundener Beteiligung an der Gestaltung wie Erschließung solcher Erzähluniversen hinzu. Dem liegen offenbar erhebliche Wandlungen in der Struktur ästhetischen Vergnügens zugrunde. Traditionell wird es als auf Rezeption, auf Wahrnehmung basierend verstanden. Die kann als *mental hoch aktiv* gedacht werden: emotional, erinnernd, kreativ verknüpfend, intellektuell verstehend. Doch zählt bisher *praktische kreative Veräußerlichung*, gar kollektives Tun, nicht zum Basismodus ästhetischen Erlebens. Genauer: Diese Dimension wird begrenzt auf den (Selbst-)Genuss und die Euphorien eigenen Schöpfertums (nach dem Modell des Künstlers) sowie auf Fanggemeinschaften. Eigenaktivität hat im alten Modell allenfalls Platz als »Anschlusskommunikation«, als vom eigentlichen ästhetischen Erleben *getrennte Phase* möglicher Vertiefung im sprachlichen Austausch.

Der *Habitus der Teilnahme* im Web 2.0 hingegen durchdringt alle ästhetischen Felder mit Elementen eigenen Tuns – und das wird offenbar von denen, die solche Optionen nutzen, als ausgesprochen reizvoll empfunden. Diese Entwicklung schließt an Erfahrungen an, die viele bereits mit digitalen Spielen machen. Sich beeindrucken lassen oder zumindest Vergnügens empfinden an der visuellen und akustischen Gestaltung der sich ändernden Szenerien; zugleich sich selbst und mögliche Mitspieler erleben in anregender Kooperation und in persönlicher Selbstwirksamkeit; verteilte und verrätselte Elemente eines narrativen Kosmos zusammenfügen und so eigene Findigkeit und spielerische Zusammenarbeit belohnen; Figuren und Kontexte beinahe unbegrenzt bereichern und quasi ausmalen zu können – das steigert offenbar die sinnlichen und emotionalen Dimensionen ästhetischen Erlebens. Christoph Bareither (2016) hat das exemplarisch und facettenreich dargestellt am Beispiel des Vergnügens an (zumeist kollektiv praktizierter) »ludisch-virtueller Gewalt« in Computerspielen.

Insgesamt lassen viele Webpraktiken Jüngerer fragen: Verändern sich hier gerade Muster ästhetischen Erlebens? Einiges spricht dafür, dass Interaktivität, horizontale Kommunikation, Betätigung kollektiver Intelligenz und nicht zuletzt die Erfahrung der *Selbstwirksamkeit* (Klimmt 2010: 76-81) zu erstrangigen und eigenständigen Quellen des Vergnügens avancieren. Sie durchdringen und verändern stärker kontemplative Muster und werden zunehmend zum eingeforderten Element des Gebrauchs populärer Künste.

5.4 IDEALBILDER UND REALITÄTEN ÄSTHETISCHEN ERLEBENS

Die vorangegangenen Abschnitte haben Einblicke gegeben in die außerordentliche Vielfalt ästhetischen Erlebens mit massenmedialen Texten und Kontexten. Erfahrungsmodi, die man mit Kunst verbindet, lassen sich genussvoll an Sachtexten praktizieren, und die selbstzweckhafte Rezeption von Kunst ist faktisch nicht zu trennen von der Akkumulation unterschiedlichster Arten von Wissen (eingeschlossen Wissen über die optimalen Weisen der Rezeption). Die partizipatorischen Möglichkeiten des Web 2.0 begünstigen ästhetisches Erleben, in dem die Erfahrung von materialer Eigenaktivität und Selbstwirksamkeit eine wesentliche Quelle des Vergnügens darstellt. Das stellt bisher gültige Ansätze in Frage, nach denen Handlungsentlastung die Grundlage ästhetischer Wahrnehmung bildet. Die Heterogenität der Praktiken irritiert, wenn man auf der Suche ist nach *allgemeinen Modellen für das Vergnügen an populären Künsten*. Doch muss man die Erwartungen noch weiter dämpfen; das zeigt der Blick auf die *realen Nutzungsweisen von Kunst aller Art* in heutigen westlichen Gesellschaften.

Das Ergebnis, so viel sei vorweggenommen, ist ernüchternd, weil es die Reichweite der bisher vorgestellten Ansätze erheblich einschränkt. Sie gehen von idealtypischen Fällen aus, die in der gelebten Praxis keineswegs die Norm darstellen. Die häufigsten Gebrauchsvarianten bilden faktisch die Nebenbeiwahrnehmung (Popmusik zu Hausarbeiten und Schulaufgaben, im Restaurant und im Fitnessstudio) und die geteilte Aufmerksamkeit (TV-Krimi kombiniert mit Zeitunglesen; Serienschauen mit den Freundinnen oder im Public Viewing). Auch bei vielen mobilen Rezeptionsformen (mit dem Kopfhörer durch die Stadt; Filme anschauen in der Bahn) ist die Verteilung der Aufmerksamkeit schwer einzuschätzen – und die Interpretation solcher Modi, die nicht dem Ideal uneingeschränkter Konzentration entsprechen, bleibt umstritten.

»Anästhetisierung« oder steigendes Niveau?

Die Diagnose des Philosophen Wolfgang Iser (1990), wir erleben eine massive »Anästhetisierung«, ist allerdings empirisch fragwürdig – wenngleich sie von vielen geteilt wird, die die Ästhetisierung der Lebenswelt als Verlust sehen, weil echte Kunstwahrnehmung stets etwas Besonderes

sein müsse. Die These einer allgemeinen Reizüberflutung, die notwendig zur Desensibilisierung und zum Verlust der persönlichen Mitte führen müsse, gehört spätestens seit den 1950ern zum Standardrepertoire der Kulturkritik. Bis jetzt allerdings sieht es nicht danach aus – es sei denn, man betrachtet jede Veränderung eines meist rückblickend idealisierten Status quo von vornherein als Verschlechterung.

In der Geschichte menschlicher Informationsverarbeitung wurde dauerhafte Umweltveränderung stets durch entsprechende Adaption der Wahrnehmungs- und Filterfähigkeiten beantwortet. Nicht nur hat die Beteiligung an praktisch allen kulturellen Angeboten seit dem Take-off der modernen PK zur Mitte des 19. Jahrhunderts anhaltend zugenommen. Gewichtige Indizien deuten darauf hin, dass der Kulturwissenschaftler Werner Faulstich (1996: 145) richtig liegt mit seinem Urteil. Danach bildet die »markante und generelle Zunahme an kulturellem Anspruch, an Geschmack, an Ästhetik in allen Schichten der westlichen Bevölkerung« die »vielleicht offensichtlichste Entwicklung in der Kultur des 20. Jahrhunderts«.

Faulstich hat sich mit der Geschichte des Bestsellers als einem auf Massenverbreitung zielenden Vermarktungskonzept zunächst für Literatur, dann auch in weiteren Medien, beschäftigt. Er kommt zur Gesamteinschätzung:

»Niemals zuvor in der Kulturgeschichte [...] gab es, bezogen auf die Gesamtheit jeweils aller Menschen, so viele Leser, Hörer, Zuschauer anspruchsvoller Literaturwerke in allen Medien wie heute; niemals zuvor war der Bildungsstand, der ästhetische Geschmack, der Spaß an Kultur derart hoch und verbreitet und entwickelt wie heute, zum ausgehenden 20. Jahrhundert.« (Ebd.)

Das ist gewiss in mancher Hinsicht zu differenzieren. So haben, um nur ein Beispiel zu nennen, Formatradios und Popmusikwellen über die letzten Jahrzehnte die Vielfalt ihrer Angebote zugunsten chartstauglicher Titel eingeschränkt; Entsprechendes ist für den Buchmarkt zu konstatieren. Insgesamt werden jedoch PK-Historiker in der Grundtendenz eher Faulstich zustimmen als jenen, die ästhetischen Sensibilitäts- und Kompetenzverlust diagnostizieren.

Der Publizist Steven Johnson hat die US-amerikanische PK der letzten Jahrzehnte, insbesondere die über das Fernsehen transportierte, einer Strukturanalyse unterzogen. Sein gut belegtes Ergebnis lautet: Massen-

kultur wird in ihren Anforderungen immer komplexer; sie diene heute als »eine Art kognitives Trainingsprogramm« (Johnson 2006: 27). So rege das spezifische Belohnungsmodell von Computerspielen zum Lernen an: zum Erkunden von Systemen und zum komplexen Planen (ebd.: 47-67). Reality-Shows verlangten soziale Intelligenz (ebd.: 100-113). Und erfolgreiche Fernsehserien aller Genres zeichneten sich ebenso wie (etwas weniger ausgeprägt) Kinofilme durch steigende Komplexität der Erzählstruktur aus, durch vom Betrachter aktiv zu füllende Informationslücken und hochartifizielle Anspielungen, Zitate und ähnliche Gestaltungsmittel. Nutzern werde so zum vollen Genuss ein erheblicher Beitrag an Wissen und Verständnisleistungen abgefordert (ebd.: 77-100, 133-139).

Besonders eindrucksvoll sind Johnsons Befunde zur Veränderung erfolgreicher Serien. In der sogenannten Zopf-Dramaturgie werden heute mehrere Geschichten mit vielen Figuren zu einem komplexen Erzählwerk verknüpft. Den Zuschauern der 1970er hingegen mutete man nur Stories mit einem Hauptstrang und wenigen Nebenfiguren zu; diegetische Hinweise halfen, die Geschichte zu verfolgen. Inzwischen wird das sogenannte Quality TV mit den erzählerischen Leistungen der großen Romanwerke des 19. und 20. Jahrhunderts verglichen. Komplexitätszunahme kennzeichnet auch die Entwicklung vom Comic Strip zur Graphic Novel. Johnsons Bilanz jedenfalls lautet: »Seit hundert Jahren geht der Trend hin zu höheren kognitiven Ansprüchen, weniger Oberflächlichkeit, größerer persönlicher Beteiligung« (ebd.: 164).

Schließlich widersprechen der Anästhetisierungsthese auch ethnographische Befunde zur Mediennutzung. So haben Hämmerling (2016) für *Tatort*-Zuschauer und Mirjam Nast (2017, 2013) für *Perry Rhodan*-Leser*innen gezeigt, dass denen eine konzentrierte, ungestörte und durch weitere Informationen ergänzte Rezeption sehr wichtig ist (auch wenn sie das im Alltag nicht immer realisieren können). Allerdings handelt es sich hier aus der Sicht der Nutzer um Premium-Produkte, denen eine gewisse Aufmerksamkeit zusteht. Gerade im Bereich des sogenannten Mainstreams, der medialen Standardversorgung, müssen wir davon ausgehen, dass nicht selten mit geringer oder mäßiger Fokussierung wahrgenommen wird. Insbesondere hier bewährt sich dann, was Hügel (2007a: 23, passim) als den »Unterhaltungswert« kultureller Texte bezeichnet: ihr Potenzial, auch bei wechselnder Aufmerksamkeit Vergnügen zu vermitteln.

Das »ganze Werk«?

Wer sich ein realistisches Bild der Massenkunstnutzung machen will, tut gut daran, sich gründlich und ohne Trauer vom Ganzheits-Ideal ästhetischer Rezeption zu verabschieden. Das betrifft nicht allein die Norm einer analytischen Erarbeitung von Formstruktur und historischem Ort kultureller Texte. Es betrifft Selbstverständlichkeiten wie die, dass angemessene *und genussvolle* Rezeption jeweils *das ganze Werk* aufnehmen müsse, und zwar in der vom Autor vorgesehenen Abfolge der Teile.

Erich Schön hat mehrfach auf einen blinden Fleck der empirischen Leseforschung hingewiesen. Die war über Jahrzehnte vor allem Buchmarktforschung und interessierte sich letztlich dafür, wie man Gedrucktes erfolgreicher verkaufen könnte. Man fragte, *was, wie viel* und *mit welchen Absichten* gelesen werde – aber nicht: *wie* denn Lektüre überhaupt *praktiziert* wurde. Und viele Nutzer solcher Studien gingen, wie auch ich, davon aus, dass Lesen bedeute, das zu tun, was sie selbst in der Schule und im Studium als normalen Umgang mit literarischen Werken gelernt und habitualisiert hatten: einen Text komplett von vorne nach hinten, von Anfang bis Ende aufzunehmen. Die Wirklichkeit sah und sieht anders aus.

Schon in den 1990ern, als die Normen gebildeter Lektüre wohl noch größere Autorität ausübten, gaben nur 25% der Befragten an, sie läsen ein belletristisches Buch »immer« ganz; weitere 33% äußerten, das täten sie »oft«. Eine ähnliche Studie fragte, wie man »im Allgemeinen« ein Buch lese. 42,5% kreuzten an: »Ich lese das Buch gründlich durch, ohne etwas auszulassen« (Schön 1998: 72f.; vgl. Stiftung Lesen 2001: 266f.; Stiftung Lesen 2009: 181-183). Mit dem wertenden Adjektiv »gründlich« legte der Fragebogen nahe, dass dies die bildungskonforme Antwort sei – und doch kann man ohne Übertreibung festhalten: Weniger als die Hälfte der Deutschen, die überhaupt Belletristik schätzen, liest Literatur so, wie man sie nach Auffassung aller Fachleute lesen müsste, nämlich aufmerksam von Anfang bis Ende.

Nun darf man nicht unterstellen, die »unvollständige Lektüre« sei Ausdruck von Unzufriedenheit und verweise auf geringes ästhetisches Vergnügen. Das gibt es gewiss, doch eher ist das Gegenteil der Fall: Man weicht von der Norm ab, um *für sich* das angenehmste Leseerlebnis zu schaffen. Deshalb etwas konkreter, welche Lektürestrategien Menschen zum Zweck optimalen Lesevergnügens wählen. Häufig ist das Überschla-

gen von Passagen, die einen langweilen; das kann durchaus Systematik haben, wenn etwa alle Landschaftsbeschreibungen ausgelassen werden. Andere suchen nach den Teilen, die Ähnlichkeit mit der eigenen Familiengeschichte aufweisen.

Wenn man ein Buch nach einigen Dutzend Seiten weglegt, muss das nicht automatisch heißen, man habe bis dahin gar keine Freude daran gehabt. In der Lektüre eines Textes treten nicht selten längere Pausen ein; so kann es Monate dauern, bis man zum Ende der Geschichte kommt. Und fast ein Fünftel der Leser*innen gab im Jahr 2000 an, öfter parallel in mehreren Büchern zu lesen.

Gerade bei Krimis oder bedrohlichen Mystery-Geschichten versichert man sich nicht selten zunächst am Ende des Buchs, wie es ausgeht. Einem Literaturwissenschaftler alter Schule müsste diese Praktik gefallen: Man verringert die Neugier (»Whodunit?«) und kann sich mehr darauf einlassen, *wie* die Geschichte erzählt und mit welchen Mitteln Spannung erzeugt wird. Rund ein Fünftel der Lesenden fügt dem Text Anmerkungen und Markierungen hinzu, und fast ein Viertel liest bestimmte Bücher mehrmals (Gross 2001: 182-184). Leider sagen die Studien nicht, ob so »schöne Stellen« gesucht und schneller gefunden werden.

In der Kulturwissenschaft hält man schon seit einiger Zeit das Recht aktiver und eigensinniger Nutzer gegen alle Bildungsnormen hoch. »Lesen heißt Wildern«, verkündet ein ganzes Kapitel der bahnbrechenden Studie von Michel de Certeau (1988: 293-311) über die *Kunst des Handelns*. Im Anschluss daran hat Jenkins (1992: bes. 24-27) den Umgang von Fans mit Medientexten als Wildern (»poaching«) beschrieben. Aus literaturhistorischer Sicht rechtfertigt Schön (1998: 74) den – je nach Standort – respektlosen oder souveränen Gebrauch literarischer Texte durch Verweis auf den Wandel einschlägiger Normen.

»Warum gilt es als Merkmal entwickelter literarischer Lese-Kompetenz, mit dem Aufschlagen eines literarischen Textes seine Selbstständigkeit an den Autor abzugeben und, sich-selbst-entmündigend, dem Text Wort für Wort zu folgen [...]? Warum gilt es als Zeichen geistiger Souveränität und literarischer Qualifikation, etwa einen Roman, nur, weil man ihn einmal angefangen hat, in rigider Konsequenz Zeile für Zeile ohne Auslassung zu lesen, auch wenn der Autor sich vorgenommen hat, seine Leser zu Tode zu langweilen? Die normative Vorstellung, es mache den Kunstcharakter eines literarischen Textes aus, dass er [...] als Ganzer, in all seinen Details und in seiner Totalität, als integraler und in eben der Struktur, die ihm der

Autor gegeben hat, rezipiert werden müsse, ist ja nicht von überzeitlichem Charakter. Sie wurde erst vor kaum 200 Jahren im Rahmen der klassisch-romantischen Kunstdoktrin formuliert. Davor entsprach es der geltenden Poetik, sich bei der Rezeption künstlerischer Werke die ›besten Stellen‹ auszuwählen und für spätere Nutzenanwendung zu sammeln.«

Historisierung ändert aber nichts am irritierenden Befund: Wie strikt oder frei man auch die von der Kritik heute vertretenen Regeln ästhetischer Wahrnehmung auslegt – es ist eine verbreitete Erfahrung, dass zumindest eine bestimmte Art von Vergnügen davon profitiert, wenn man sich aufmerksam und fokussiert auf kulturelle Texte einlässt. Handlungen werden vielschichtiger und interessanter, wenn man die Zusammenhänge präsent hat, wenn man versteht, wie sich Beziehungen und Konflikte in einer längeren Geschichte entwickelt haben, und vielleicht noch mit anderen Texten desselben Genres vergleichen kann. Im Klartext: Die reale Nutzung von Kunst – »populär« oder nicht – schöpft deren ästhetisches Potenzial zumeist nicht aus.

Dass der Reiz von TV-Serien wächst mit dem Überblick und dem Serienwissen, das sehen nicht nur Forscher so, sondern auch die meisten Nutzer. Und dass man mit DVDs oder Internetquellen Lücken füllen kann, ist heute allgemein bekannt. Dennoch ergab eine neuere Studie: Nur gut 20% der Zuschauer von herkömmlichen TV-Serien haben alle Staffeln und jede Folge gesehen; bei sogenannten Qualitätsserien wie *Game of Thrones*, *True Detective* oder *The Walking Dead* sind es immerhin 40% (Neue Serien 2016). Nun kann man sich zwar über Inhaltsangaben und Ähnliches aus verschiedenen Quellen einen gewissen Überblick verschaffen, ohne jede Folge gesehen zu haben. Für die Leser*innen langlaufender Serien wie *Perry Rhodan* mit weit über zweieinhalbtausend Episoden ist es sogar eine Grunderfahrung, dass man vieles bestenfalls »aus zweiter Hand«, aus Zusammenfassungen anderer erfährt und nie die ganze Serie gelesen haben kann.⁴⁸ Doch sie bemühen sich (in unter-

48 | Hier liegen Parallelen zu umfangreichen Werken der Weltliteratur, Honoré de Balzacs *Comédie Humaine* etwa mit ihren 91 vollendeten Romanen oder Marcel Prousts *Suche nach der verlorenen Zeit*. Experten wie Liebhaber leben mit Kompromissen; ich kenne einige, die sich wie ich nach Monaten der Lektüre mit einem Drittel oder der Hälfte von Prousts Erzähluniversum zufrieden gaben.

schiedlichem Maß freilich), Lücken zu schließen – weil sie damit ihr Vergnügen steigern (Nast 2017).

»Elementarästhetisches« Wohlgefallen?

Die Beispiele weisen darauf hin, dass beim Umgang mit Massenkünsten noch andere Vergnügen zu berücksichtigen sind als jene, die sich aus der reinen Beschäftigung mit den Texten speisen. Dabei geht es nicht um jene kollektiven Gratifikationen der »Selbstfeier« (Maase 2003), die aus der *gemeinsamen*, nicht selten ritualisierten *Rezeption als Gruppe* im Kino, vor einem privaten Bildschirm oder auch bei einem Live-Event hervorgehen. Da ist allen Beteiligten klar: Der Spaß miteinander darf auf Kosten der Zuwendung zu den ästhetischen Angeboten gehen, die man alleine intensiver zu fokussieren pflegt (Geimer 2010: 33-41). Im Alltag hat man es offenbar mit Mischungen und Kombinationen von ästhetischen und proto- oder »elementar-ästhetischen«⁴⁹ Reizen und Befriedigungen zu tun. Sie gehen weit über herkömmliche Vorstellungen davon hinaus, wie ästhetisches Erleben erzeugt werde(n solle).

Offenbar wählen Alltagsnutzer aus einem Repertoire von Aneignungspraktiken und kombinieren sie in »Bündeln«. Die fallen je nach Angebot, Kontext, Situation usw. sehr unterschiedlich aus in Bezug auf Verstehensanspruch, Konzentration, integrale oder »zerstreute« Wahrnehmung im Sinne »verteilter Aufmerksamkeit« (Löffler 2014) usw. Zum Repertoire gehören auf der einen Seite Haltungen und Praktiken, die dem Ideal umfassender Erschließung eines Textes entsprechen. Auf der anderen Seite werden sinnliche Reize und Darstellungen genossen, die von der übergreifenden Struktur des Texts völlig entkoppelt sein können: ein-drucksvolle Bilder und Klänge, Erinnerung mobilisierende Stimmungen, attraktive Figuren oder Ereignisse, atemberaubende Aktionen, sexuell

49 | Gábor Paál (2003: 7, 26-30, 34-37) bezeichnet so die nicht reflexiven Dimensionen ästhetischen Erlebens: als Lustempfindungen, die auf der vegetativen, also unwillkürlichen Wirkung von Reizen beruhen. Auf Helligkeit und Sonne etwa reagieren wir positiv, auf Grau und Dunkel eher negativ. Symmetrie erweckt unser Wohlgefallen, ebenso bestimmte Körperproportionen und Gesichtsausdrücke (Lachen, Kindchenschema) beim Menschen. Homo sapiens sapiens mag offene Parklandschaften; zu positiven Gefühlen angesichts schroffer Bergwelt kann er allerdings erzogen werden. Der Begriff geht zurück auf Welsch (1990).

erregende Szenen, extreme Spannungsmomente usw. Und anscheinend lässt sich auch elementare Befriedigung daraus ziehen, einfach einem Geschehen aus der Distanz, mit genussvollem Unbeteiligtsein, beizuwohnen; das Motto von Robert Warshow wie Hausmanningers Überlegungen zur Funktionslust des Schauens deuten in diese Richtung.

Der Philosoph und später engagierte Nationalsozialist Alfred Baeumler hat 1912 versucht, die offensichtliche Anziehungskraft zu verstehen, die der Film als Bewegtbildmedium auf das Massenpublikum (er spricht vom naiven »Volk«) ausübte. Mir scheint, er hat dabei einen Zipfel jener Faszination des Zuschauens erwischt, von der hier die Rede ist. Er schrieb:

»Das Dasein im Bild ist eine Verklärung des Daseins. So stark wirkt diese Erhebung des fließend Gegenwärtigen in die Sphäre des Entrückten, Scheinhaften, dass wir dieses unser Dasein erst zu verstehen meinen, wenn es im Spiel an uns vorüberzieht. [...] Was am Tage uns quält und hemmt, die ganze verwirrende Vielfältigkeit der modernen Existenz, hier [...] gelangen wir dazu, es rein in seinem Wert an sich zu genießen. [...] Der Druck des Daseins weicht für einen Augenblick einer ewigen Stille. Wie kostbar ist dieser Augenblick und wie schnell vergangen. Aber er ist keine Flucht, keine Berauschung, der die Ernüchterung folgt, sondern ganz und gar Bejahung der Zeit, ohne doch in ihren unerbittlichen Fluss getaucht zu sein. Alles Wirkliche fließt und vergeht. Der Schein allein ist ewig, weil er keine Realität besitzt. Diesen Augenblick Ewigkeit [...] genießt der naive Mensch vor der Abspiegelung des Lebens durch den Film.« (Baeumler 1912: 338f.)

Diese Beschreibung ist nicht so weit entfernt von Martin Seels Grundverständnis eines ästhetischen Ereignisses: Verspüren der »eigene[n] Gegenwart im Vernehmen der Gegenwart von etwas anderem« (→Kap. 4.4).

Ebenfalls aus der Zeit, als die Faszination des Films zum Nachdenken über den unbändigen visuellen Hunger der Zeitgenossen anregte, stammt das Konzept der »Schaulust«. Formuliert hat es 1913 der Schriftsteller Walter Serner (1984: 190); in damals gängiger expressiver Sprache feierte er die »Wollust des Schauens«, »die das Volk wie besessen in den Kino reißt«.

»Schaulust« fasst eine ganze Reihe visueller Anziehungskräfte zusammen. Noch vor dem Sog und dem Phantasiepotenzial mitreißender Bilder und exotischer Szenen sah Serner »die grösste Komponente der Schaulust [...] und ihr innerstes Wesen« in der Abbildung bewegten Geschehens und im Tempo der Bilder. »Bild um Bild im lebensgetreuen

Nacheinander der Bewegung: [...] das ist Leben.« (Ebd.: 191) Gleichermaßen elementar erschien ihm die Freude an der Farbigkeit. Beinahe prophetisch war 1913 seine These, eine »farbige Kinematographie [...] müsste, vollkommen erfunden, dem Auge geradezu Ungeheuerliches bieten können« (ebd.: 192). Auf der an sich schon faszinierenden Abspiegelung des Lebens errichteten dann die Geschichten des Spielfilms ihre Welt des Außergewöhnlichen, Traumhaften, Begehrten: »[...] in dieses Leben, das als exotische Naturaufnahme, als interessantes Pathé-Journal, als überraschender Lehrfilm der Schaulust leckere Vorspeise ist, setzt der Kino das entzogene Leben, das grausame, blutende, brennende.« (Ebd.: 191)

Eine etwas nüchternere Perspektive auf vergleichbare Phänomene hat der britische Kulturwissenschaftler John Hartley (1999: 154-165) vorgeschlagen. Er spricht mit Blick auf das Fernsehen vom »people watching«, doch der Grundgedanke ist auf alle Formen visueller Repräsentation von Wirklichkeit zu übertragen. In einer sich anhaltend pluralisierenden Gesellschaft, deren Lebensstile ständig ausdifferenziert werden, bilden bewegte Bilder eine einzigartige Quelle um anzuschauen, wie andere Menschen, die nicht unserer Alltagswelt angehören, leben und sich verhalten. Freilich begegnen wir auch in Innenstädten oder im Urlaub »anderen«. Doch dabei stehen meist *unsere* Aktivitäten im Vordergrund. Bei der Betrachtung von Filmen oder Fotoserien kann das Interesse am Leben anderer ins Zentrum rücken.

Hartley hebt die soziale Bedeutung solchen Strebens nach Weltkenntnis über gesellschaftliche und kulturelle Schranken hinweg hervor. Doch scheint die sinnliche Wahrnehmung fremden Lebens als solche schon von großem Reiz zu sein. Es gibt, das ist oft gesagt worden, für Menschen kein interessanteres Thema, keinen wichtigeren Gegenstand der Neugier als andere Menschen und ihre Welten. So hat es offenbar bereits eine elementare ästhetische Qualität, Bilder aufzusaugen, die entstanden, als einfach jemand seine Kamera »auf das Leben draufhielt«, ohne jeden Kunstwillen und ohne jedes Deutungsangebot. Das gilt doppelt bei den professionell gestalteten Bilderfolgen und Geschehensabläufen, die Spielfilme bieten; wir genießen es ohne Skrupel, Einzelszenen und Tableaus »aus dem Zusammenhang zu reißen« und uns ihrer rätselhaften, oft mit persönlichen Erinnerungen verknüpften Überwältigungsmacht hinzugeben.

Enttäuschende Alltagspraktiken?

Insgesamt gelangt man zu zwei Haupteinsichten, wenn man reale Rezeptionspraktiken nichtprofessioneller Nutzer vergleicht mit den Modellen ästhetischer Aneignung und ästhetischen Erlebens, die in 5.1 und 5.2 vorgestellt wurden. Erstens: Was dort vorausgesetzt wird für das halbwegs genussvolle Realisieren des ästhetischen Potenzials der Angebote, bestimmt anscheinend nicht den Normalfall. Die realen Rezeptionsformen bleiben häufig in puncto Fokussierung, kompletter Aufnahme, Konzentration, wohl auch im spezifischen Genrewissen und den Anschlusskommunikationen erheblich zurück hinter dem, was die theoretischen Modelle annehmen oder zumindest erwarten. Der zweite Befund fordert empirische Forschung geradezu heraus: Nutzungen, die die Möglichkeiten ästhetischen Erlebens eher bruchstückhaft ausschöpfen, werden *offenbar nicht als unbefriedigend* oder gar *enttäuschend* empfunden.

Das liegt zum einen an den vielen nicht-ästhetischen (sozialen, körperlich-sinnlichen, entspannenden, kognitiven, meditativen) Vergnügens-elementen, die in die Nutzung eingewoben sind. Um es zugespitzt zu veranschaulichen: Wenn im Verlauf eines Abend vor dem Bildschirm die Chipstüten sich leeren, der Alkoholpegel und die Laune der Versammelten steigen und so Alltagsstress und -probleme auf Abstand gebracht werden, dann kann die subjektive Bilanz positiv ausfallen und dann waren der Film, die Show oder das Fußballspiel, die geschaut wurden, nicht das Wichtigste. Die PK-Materialien sind aber nicht einfach verzichtbar oder beliebig ersetzbar – sie gehören unbedingt zur Mixtur hinzu! Das sieht man daran, dass sie unter unglücklichen Umständen »den ganzen Abend verderben« können – wenn der Film sich als stimmungsinkompatibel erweist, zu Streit führt oder das Sportevent (aus welchen Gründen immer) ärgerlich oder enttäuschend verläuft.

Zum anderen leidet das Modell der ganzen Texte und der integralen Rezeption an seinem Monopolanspruch. Es könnte durchaus sein, dass die eher seltenen Ereignisse restlos faszinierter und fokussierter Rezeption derart intensives ästhetisches Erleben erzeugen, dass die genussvolle Erinnerung eine Weile vorhält und sich gerade wegen ihrer Seltenheit einprägt. Die Wenigsten wollen jeden Tag ein Fünf-Gänge-Menü vom Sternekoch genießen.

Problematisch wird das holistische Denken auch, wenn es andere, verbreitete Praktiken des Vergnügens nur negativ, als defizitär thematisiert.

Offenbar brauchen wir zusätzlich ein »präsentistisches« Verständnis der Ästhetik des momentanen Ausschnitts und des Punktuellen, Stückweisen. Es hätte zu formulieren, wie einzelne, »isolierte« oder »dekontextualisierte« Szenen, Figuren, Aktionen, Atmosphären, Stimmungen, Höhepunkte von Nutzern mit Befriedigung und Vergnügen erlebt werden.

In diese Richtung gehen die Überlegungen von Gumbrecht zu »überirdischen« Momenten im Sport. Er relativiert den Anspruch auf integrative, verstehensorientierte Rezeption und hebt die subjektive Bedeutung und das Beglückungspotenzial des scheinbar zusammenhanglosen ästhetischen *Erlebens von sinnlicher Gegenwärtigkeit* heraus; von einer »Kultur der Präsenz« ist die Rede (Gumbrecht 2004). Dazu zählt Gumbrecht (2005: 36f.) bei Sportzuschauern die »Wucht« der »materiellen Präsenz« von »Körpern und Dingen in Situationen ästhetischen Erlebens«, verbunden mit der »Haltung einer größeren Offenheit für die umgebende materielle Welt«. Das ist zwar für Live-Ereignisse formuliert, doch angesichts der ständig gesteigerten Intensität medialer Repräsentationen (größere Bildschirme und mächtigere Soundsysteme gehören dazu) lässt sich auch über präsentistische Wahrnehmung von Filmbildern, Klangbrocken, Handlungsteilen nachdenken. Hier werden vorgegebene Sinnzuschreibungen dispensiert und man lässt sich reflexionslos überwältigen. Man verliert sich im Genuss »schöner« Dinge und faszinierender Aktionen – und findet es befriedigend oder sogar lohnend.

Das Unterhaltungsmodell Hans-Otto Hügels (→Kap. 5.1) wird von allen vorgestellten Ansätzen den skizzierten Realitäten der Populärkunstrezeption am besten gerecht. Das betrifft den Grundgedanken der wechselnden, zwischen Ernst und Belanglosigkeit schwebenden Aufmerksamkeit. Es gilt gleichermaßen für Hügels Schlussfolgerung, dafür seien Angebote besonders gut geeignet, die durch ihren Aufbau einer solchen Rezeption entgegenkommen und nicht nur bei integraler, durchgängig fokussierter Wahrnehmung ästhetisch befriedigen. Das sind relativ pauschale, aber konkretisierbare Annahmen. Die übrigen Modelle sind jeweils nur auf Teilmengen der realen Rezeptionspraktiken anwendbar.

Erfolgreiche Texte der Massenkunst zeichnen sich nicht selten durch hohe Redundanz und »lockere« Struktur aus. Sie können als Ganze befriedigen, auch wenn man nur Teile halbwegs aufmerksam wahrnimmt. Hier ist etwa an Baßlers Hinweis zu denken, dass die von neueren seriellen Formaten aufgespannten erzählerischen Universen in ihrer Vielfalt, Exotik und atmosphärischen Dichte genossen werden, ohne dass man alle

Handlungsstränge lückenlos verfolgen müsste. Gleiches kann man sich bei einem – in gewisser Weise auch wie ein Teil einer Serie funktionierenden – Schauspielerevent vorstellen, bei dem man für eine bestimmte Akteurin Partei nimmt. Die Welten des Wettbewerbssports entfalten ihre Faszination selbst dann, wenn einem wichtige Abläufe und Geschehnisse entgehen. Es ist sofort wieder spannend, auch wenn man zwei Minuten des Biathlon-Wettkampfs oder des Fußballmatches verpasst hat.

Vielleicht sollte man sich die schlichte Tatsache ins Bewusstsein rufen, dass alle Künste nur ein Angebot machen, sich auf sie einzulassen. Allerdings wächst das kontextabhängige Potenzial *jedes Textes* im Lauf der Zeit an; schon längst ist es von Einzelnen nicht mehr zu übersehen. Dazu tragen wesentlich die Nutzer selber bei. Je mehr Kenntnisse sie haben – als Kritiker mit Einblick in intertextuelle Felder und vorgeschlagene Lesarten wie als kompetente Alltagsakteure –, desto mehr verschiedene und immer komplexere Sichtweisen tragen sie an die Texte heran. Zu ihrem wachsenden Wissen gehören seit mehr als 100 Jahren zum Beispiel psychologische Kenntnisse. Zugespitzt: Seit Freud'sche Konzepte wie kindliche Sexualität, Ödipuskomplex, Unbewusstes und Verdrängung kursieren, kann man nicht nur alle Texte neu und anders lesen als vorher; man kann auch die eigenen Reaktionen auf neue und komplexere Weise betrachten. Auch in diesem Fall heißt »mehr wissen« vor allem: Es wird einem bewusst, was man alles nicht weiß, aber eigentlich wissen sollte.

Jede noch so gelehrte Rezeption schöpft also nur einen Teil des Potentials aus. Und wie viel es sein muss, damit subjektive Befriedigung oder gar Euphorie empfunden wird, ist zunächst einmal eine empirische Frage und nicht normativ zu definieren. Anregend pragmatisch scheint mir eine Überlegung des Literaturwissenschaftlers Gert Mattenklott. Er hat hingewiesen auf das Prinzip Goethes, in seine späteren Romane

»mehr hineinzulegen« und in den Formen zu verstecken, als ein ungebildeter Leser je daraus wieder hervorholen kann; ein Anlegen von esoterischen Depots, die darum doch nicht als die eigentliche Werkbedeutung anzusehen sind, weil dem Leser, auch ohne dass er sie wahrnimmt, ja selbst ohne dass er sich betrogen fühlen müsste, eine kohärente, unterhaltsame Lektüre möglich ist.« (Mattenklott 1986: 38)

Aus der barocken, klassischen und romantischen E-Musik kommen viele eingängige und beliebte Stücke in Frage, deren Hörer meist nur einen kleinen Teil der »Depots« überhaupt entdecken können. Kompositionen von Mozart etwa, Schubert, Verdi oder Grieg kann man als Paradebeispiele für »Massenkunsttauglichkeit auf niedrigem Niveau der Potenzialaus-schöpfung« betrachten. Das liegt ganz wesentlich an den prägnanten und bestrickenden Melodien – auch wenn die vielen Musikwissenschaftlern eher peinlich oder zumindest verdächtig sind.

Wird E-Kultur ernsthafter rezipiert?

E und U, ernste und unterhaltende Kultur – das ist für viele immer noch ein wichtiges Ordnungsmuster (auch wenn die Begriffe seltener benutzt werden). Darin stecken Annahmen über die Werke wie über das jeweilige Publikum und sein Verhalten. Was die Aufteilung der Texte in zwei Sphären betrifft, so kann man nach dem bisher Erörterten an deren Sinn und Gehalt zweifeln. In puncto Rezeption wird anhaltend vermutet, dass U im Unterschied zu E durch »oberflächlichen«, »willkürlichen« Umgang bei schwankender Aufmerksamkeit gekennzeichnet sei. Empirische Studien legen allerdings die These nahe: »Unterkomplexe« Nutzung, wie das gern genannt wird, ist kein Spezifikum des Populären. Im Gegenteil: Wahrscheinlicher ist, dass *Publika und Liebhaber* »anspruchsvoller« Künste vergleichbar gemischte Motive und Aneignungsweisen praktizieren.

Auch *intensive* Buchleser gaben nur zu 61% an, dass sie Bücher von vorn bis hinten durchlesen; bei denen mit Abitur oder Hochschulabschluss waren es 53%. 34% der ersten und 39% der zweiten Gruppe brauchen für ihre Lektüre längere Zeit. 20% beziehungsweise 27% lasen auch einmal etwas aus; 18% beziehungsweise 26% »überfliege[n] manchmal die Seiten und lesen nur das Interessante« (Stiftung Lesen 2009: 180-183). Eine methodisch originelle Studie zur E-Musik befragte die Probanden zu unterschiedlichen Musikbeispielen (»Schon einmal gehört?« »Wie gefällt«?) und ordnete sie anhand ihrer Kommentare unterschiedlichen Kenntnisniveaus zu. Alle Befragten, auch die mit höherer und höchster Kompetenz, hören am liebsten »Klassik für jeden« – Stücke, die von den Forscher*innen als »auch für ein »ungeübtes« Ohr unmittelbar eingängig« charakterisiert wurden. »Selbst bei Personen mit der höchsten E-Musikkompetenz bleibt die Regel bestehen, dass das Populäre

die höchste Akzeptanz erzielt« (Mende/Neuwöhner 2006: 251), konstatiert die Studie.

Sachlich muss man feststellen, dass die akademische Norm extrem hohe Anforderungen an das E-Musikhören stellt; eigentlich verfehlt jede/r ohne Noten- und Partiturkenntnis die Werke. Die schlichte Liebhaberin fragt sich, wie das gehen soll: 40 Minuten lang der Interpretation einer viersätzigen Sinfonie zu folgen, mit ungeminderter Aufmerksamkeit für alle Aspekte der Realisierung – von der motivischen Arbeit und dem Wechsel der Tonarten bis zu Tempo, Dynamik und Balance der Orchesterstimmen. Wissenschaftliche Studien dazu sind mir nicht bekannt. Der Ethnomusikologe Oliver Seibt beschreibt »ersatzweise« seine Eindrücke von einer künstlerischen Performance, die parallel zur Übertragung des ersten Akts von Wagners *Parsifal* stattfand – weil er darin viele Probleme des Musikerlebens und anspruchsvollen Hörens »sehr gut umgesetzt« sah.

»Der Darsteller setzt sich in den rechten Sessel, schenkt sich ein Glas Wein ein, nimmt das Buch, bei dem es sich, wie nun klar wird, um eine Partitur der Oper handelt, legt es sich auf den Schoß, öffnet es und beginnt, als die Ouvertüre einsetzt, mit dem Finger in der Partitur die Musik mitzulesen. Aber bald schon kann man sehen, dass seine Konzentration nachlässt, seine Augen folgen dem Verlauf der Noten in der Partitur nicht mehr, zunächst immer nur für kurze Momente nicht ... dann wendet er sich wieder dem Notentext zu. Je weiter der erste Akt fortschreitet, desto deutlicher wird, dass seine Aufmerksamkeit nicht die ganze Zeit in gleichem Maße auf das gerichtet ist, was zu hören ist. Er steht aus dem Sessel auf, läuft grübelnd auf und ab und scheint die Musik mitunter gar nicht mehr wahrzunehmen. Dann singt er zwischendurch wieder kurze Passagen mit, steigert sich einige Male regelrecht in die Musik hinein, verleiht den vermeintlichen Gefühlen der Opernfiguren mimischen Ausdruck, um im nächsten Augenblick wieder versonnen und scheinbar alles um sich herum vergessend umher zu schreiten. Wo er mit seinen Gedanken ist und worauf er den dramatischen Inhalt des Librettos in den Momenten bezieht, in denen er mitsingt, wird spätestens in dem Moment klar, als er auf die andere Seite des Tisches tritt und das dort stehende zweite leere Weinglas füllt. Da die Person, für die es dort hingestellt wurde, nicht da ist [...] –, da er alleine ist mit der Musik und seinen Erinnerungen, die in einem ständigen Wettstreit um seine Aufmerksamkeit stehen und sich dabei miteinander vermengen, trinkt er auch dieses Glas noch leer, und mit dem Alkoholpegel steigt seine Verzweigung [...].« (Seibt 2010: 14f.)

In der Szene geht es vorrangig um die *Konzentration* auf ernste Musik. Für E-Kultur-Nutzer*innen steht allerdings das *Bemühen um das Werk* keineswegs selbstverständlich im Zentrum. Dieses Interesse konkurriert vielmehr mit einer Reihe anderer Dimensionen des Vergnügens. So stimmten Konzertbesucher⁵⁰ 2005 einem ausgesprochen bunten Bündel von Motiven zu – und konzentrierter Nachvollzug anspruchsvoller Werke scheint darin keine herausgehobene Rolle zu spielen. Genannt wurden: »die Musik genießen« (95%); »ein besonderes Erlebnis haben« (86%); »abschalten und entspannen« (84%); »die festliche Atmosphäre genießen« (79%); »Spaß haben und gut unterhalten werden« (78%); »den Horizont erweitern« (76%); »Kraft für den Alltag gewinnen« (67%); »bestimmte Solisten, Orchester, Dirigenten hören« (59%); »meine/n Partner/in, Freund/in, Eltern begleiten« (57%); »interessante Menschen kennenlernen« (41%); »bei bestimmten Themen mitreden können« (35%); »sich in bestimmten Kreisen bewegen, dazugehören« (21%) (Eckhardt/Pawlitza/Windgasse 2006: 278f.). Ist der Eindruck falsch, auch Liebhaber populärer Künste könnten ihre Konzertpraktiken mit ähnlichen Statements beschreiben?

Noch eine etwas andere Perspektive bietet eine Untersuchung des Soziologen Jörg Rössel (2009: 253) in einer ostdeutschen Großstadt. Er stellte fest, »dass auch im Bereich der Opernmusik, als einem prototypischen Beispiel für die klassische Hochkultur, oberflächliche, emotionale und eskapistische Zugangsweisen im Publikum verbreitet sind.« Rössels Wertungen sind nicht die dieses Buchs; sie entsprechen aber ziemlich gut gängigen akademischen Vorstellungen von der Nutzung *populärer Künste*. Offenbar bildeten sie den Maßstab für Rössels Wahrnehmung von großen Teilen des »Hochkultur«-Publikums und seiner Rezeptionspraktiken.

Eine bis heute originelle empirische Studie zum Thema ist bereits vor mehreren Jahrzehnten erschienen; sie beruht auf Erhebungen in der Saison 1979/80 (Dollase/Rüsenberg/Stollenwerk 1986). In der Forschung wurde sie leider nicht aufgegriffen. Zwei Psychologen und ein Rundfunkjournalist untersuchten Konzertpublikum in seiner ganzen Breite: Jazz, Rock, sinfonische und Kammermusik, deutsche Schlager, internationaler

50 | Definition: Mindestens zweimal jährlich Besuch eines klassischen oder Kirchenkonzerts oder einer Oper. Ähnliche Befunde für das Theaterpublikum bei Wickert (2006).

Pop, Liedermacher, »volkstümliche Musik«, jeweils in verschiedenen Varianten.

In unserem Zusammenhang scheint folgendes Ergebnis des quantitativen Vergleichs der Publika besonders interessant. Die Befragten konnten ankreuzen, was sie sich vom besuchten Konzert versprachen. Was sie der Musik so als mögliche Leistung zuschrieben, korrelierte in keiner systematischen Weise mit den Klangeigenschaften oder den öffentlichen Images der jeweiligen Genres. Vielmehr hingen die Erwartungen ab von den Vorstellungen darüber, was Musik Menschen geben könne. Und hier liefen die Befunde konträr zu dem, was man aus der Sicht von Kultursoziologie und Musikpädagogik erwartet hätte. Nicht die Besucher von Schlager- und »Volksmusik«-Konzerten suchten am häufigsten mentale Unterstützung angesichts von Problemen (Statement: »Musik ist eine Art Trost, wenn ich Probleme habe«). Das taten vielmehr nach eigener Aussage die Freunde von Jazz, Liedermachern und *Fidelio*. Und Entspannung (»Musik erfreut und entspannt mich«) war zwar insgesamt die meistgenannte Funktion, wurde aber am häufigsten von den *Fidelio*-Besuchern genannt (ebd.: 60f.).

Die Studie setzte sich auseinander mit dem Kompensationsparadigma »von der realitätsvernebelnden und problemverdrängenden Wirkung der »seichten Unterhaltungsmusik«« (ebd.: 143). Diese damalige Mainstream-sicht der Kulturforschung vertraten beispielsweise die Musikpädagogen Reinhard Flender und Hermann Rauhe (1989) in einem Standardwerk. Sie betonten den Trost, den Popmusik spende, und charakterisierten sie als »emotionale Ersatzprothese für alle die Werte und Bedürfnisse, die in der modernen Industriegesellschaft unbefriedigt bleiben« (ebd.: 68).

Aus der Kompensationsperspektive überraschen vor allem zwei Befunde. Erstens: In allen Publikumsgruppen mit sehr unterschiedlichem sozialem und Bildungsprofil wurden Freude und Entspannung durch Musik als wichtigste Erwartung genannt. Am ausgeprägtesten zeigten das Besucher einer *Fidelio*-Vorstellung (84%), am wenigsten die Teilnehmer eines Konzerts von Maria Hellwig (»Volksmusik«, 63%) und einer Premiere von *Fidelio* (66%) (Dollase/Rüsenberg/Stollenwerk 1986: 58). Das widerspricht der Annahme, Ausgleich und Ablenkung bräuchten vor allem Menschen, die unter bescheidenen Lebensbedingungen harte und unbefriedigende Arbeit leisten und mangels ausreichender Bildung keine entwickelten geistigen Interessen verfolgen können. Hier waren es jedoch

große Teile der Klassikliebhaber, die vor allem Freude und Entspannung – und nicht etwa die Begegnung mit ernster Kunst – schätzten.

Zweitens zeigte sich: Die Erwartung, Musik könne »eine Art Trost« spenden, wenn man Probleme hat (so die vorgegebene Formulierung), wurde am häufigsten geäußert in jenen Publikumssegmenten, die sich durch überdurchschnittliche Bildung sowie vielfältige kulturelle und politische Interessen auszeichneten (ebd.: 60f.). Handelte es sich hier nicht um Kompensation in Reinkultur? Zur Erklärung der Befunde entwickelten die Autoren einige anregende Thesen.

Sie gehen, in idealtypischer Zuspitzung, davon aus, dass sich insgesamt »zwei grundverschiedene Funktionsauffassungen hinsichtlich des Musikhörens gegenüberstehen: eine Real- und eine Symbolkultur« (ebd.: 71). Die machen die Autoren fest an der Position zur Aussage, Musik sei »ein unverzichtbarer Teil meines Lebens«. Musik eine solche Bedeutung zuzuweisen, charakterisiere vor allem Konzertbesucher aus den höher gebildeten Mittelschichten. Die seien bei Jazz, Liedermachern und Klassik, aber auch unter den Fans aktueller Rockmusik weit überdurchschnittlich vertreten. In der Untersuchung stimmten zwischen gut 50 und 76 Prozent dieser Publikumssegmente (ebd.: 69f.) dem Statement von der »Unverzichtbarkeit« zu. Konkreter wurden darunter der Studie zufolge verschiedene Leistungen der Musik verstanden: Beiträge zur Bildung, Artikulation von gesellschaftlichem Protest, Anstöße zum Nachdenken u.ä. Jene Befragten, die auf Musik wegen solcher Funktionen nicht verzichten wollten, ordneten die Forscher der »Symbolkultur« zu. Hier werde Kunst allgemein mit hoher sozialer und kultureller Bedeutung versehen – nicht zuletzt der, angesichts von Problemen »Trost« zu spenden. Als Probleme galten den Befragten persönliche Belastungen wie »Ärger in Beruf, Schule oder Studium« (ebd.: 143) ebenso wie soziale und politische Missstände, die Liedermacher in ihren Songs aufgreifen.

Einschränkend ist festzuhalten: Der Anteil Befragter, die überhaupt musikalischen Trost gegen Probleme suchen, lag unter einem Drittel. Wenn man die von dieser Teilgruppe angekreuzten Themen zusammenfasst, dann ergibt sich doch eine interessante Verteilung auf die Publikumssegmente. Überdurchschnittlich viele Probleme nannten die Besucher der Liedermacher Klaus Hoffmann und Wolf Biermann, des London Symphony Orchestra, des Jazzhaus-Festivals, des Orlando-Kammermusikquartetts und die *Fidelio*-Besucher mit Abonnement. Im Durchschnitt liegen die Hörer der *Fidelio*-Premiere, der Neuen Musik, von *Boney M*,

Jethro Tull und dem der E-Musik zuzurechnenden Gürzenich-Orchester. »Unterdurchschnittlich viele Probleme finden sich nur bei Peter Alexander und Maria Hellwig. Also just die ›Unterhaltungskonzerte‹ werden offenbar von Menschen mit weniger Problemen besucht.« (Ebd.: 144) Gegenüber der Kompensationstheorie konstatieren die Autoren mit unverkennbarer Genugtuung: »Musik ist also eine Fluchtdroge, eine Ersatzbefriedigung, ein Schnuller für die Betrübten – ja. Insbesondere beim Liedermacher-Publikum, bei modernem Jazz, bei Rockmusik und einem Teil der Klassik-Konzertgänger.« (Ebd.: 146)

Soweit zur »Symbolkultur«, die Musik mit hohen Erwartungen auflädt. Anders die Besucher der Konzerte von Peter Alexander (»Schlager«), Maria Hellwig (»Volksmusik«) und *Boney M.* (internationaler Pop). Sie erklärten nur zu 20-25 Prozent, Musik sei für sie unverzichtbar. Sie vertreten die »Realkultur«, indem sie »die realistische und von niemand angezweifelte Funktion von Musik in ihrer Eignung zur Entspannung und Unterhaltung« betonen. Mehr sähen sie darin nicht.

»Eben weil diese Hörer Peter Alexander nicht so wichtig nehmen wie andere Richard Wagner, [...] können einfache Musik und schlichte Texte sich in einem ganz klar definierten Wirkungskanal entfalten: als Entspannung und Unterhaltung. Hier wird Harmloses als harmlos deklariert und nicht mit einem Bedeutungskosmos umhüllt. ›Es gibt wichtigere Dinge als Musik!‹« (Ebd.: 71)

Eines stellen die Autoren klar: Auch in der Symbolkultur werden die Entspannungspotenziale von Musik hochgeschätzt. In einem gewissen Ausmaß handle es sich nicht um einander ausschließende, sondern »›parallele‹ Rezeptionsformen« (ebd.: 75). Insgesamt sehen sie starke Argumente für eine »Umkehrung des herkömmlichen ›Realitätsflucht-Paradigmas‹« (von mir Kompensationstheorie genannt), und folgern:

»[W]er sich klaren Verstandes nur unterhalten will und nicht mehr, der reagiert nicht defizitär, sondern nur *anders* als jene, die bei anspruchsvoller Musik ›alles um sich herum vergessen möchten‹ (Stern-Umfrage). Das Argument von der Realitätsflucht durch leichte Unterhaltungsmusik wird durch unsere Ergebnisse unwahrscheinlicher gemacht. Für viele Menschen ist Musik kein Problemlöser, kein Ausdruck von Lebensform, kein Tröster. Sie wollen ihre Probleme dort nicht aufgegriffen sehen und erwarten sich eben keine Lebenshilfe von leichter Unterhaltung.« (Ebd.: 168f.; Herv. i.O.)

Seit mehr als 30 Jahren warten diese Befunde auf eine Folgeuntersuchung, die sie überprüft. Kritische Fragen gibt es unbedingt. Quantitative Untersuchungen mit Batterien vorgegebener Antwortmöglichkeiten enthalten erhebliches Potenzial für Verzerrungen und für Missverständnisse dessen, was die Befragten mit ihren Kreuzchen ausdrücken wollten. So ist die Interpretation des Zusammenhangs von Problemen, Trost, Musik und »Symbolkultur« mit großer Vorsicht zu betrachten. Gerade im Bereich der populären Mainstream-Musik haben sich inzwischen Praktiken der Verkultung und entgrenzter Selbstfeier von Konzertteilnehmern etabliert, die Zweifel an der Einordnung »Realkultur« begründen. Umso fruchtbarer könnte es sein, die Thesen von Dollase, Rüsenberg und Stollenwerk erneut zu testen.

Die vorgestellten Befunde zu den Praktiken in unterschiedlichen Segmenten der populären wie der »anspruchsvollen« Künste legen zwei Schlüsse nahe. Erstens: Im Feld der Rezeptionsmodi begegnet man nicht nur einer extrem weiten Spanne zwischen punktueller, episodischer und verteilter Aufmerksamkeit für die Texte einerseits, professioneller und quasi-professioneller Konzentration auf Werkstrukturen andererseits. Zudem finden wir Praktiken ästhetischer Konzentration ständig vermischt mit anderen, die auf ein möglichst reiches und dichtes Arrangement verschiedener Vergnügungsdimensionen zielen – Kumpel und Bier zum Fußball oder zur Serie, Lachsschnittchen, Prosecco und schicke Kleidung zum Konzert (und seiner Pause!) im edlen Ambiente und unter Mitgliedern »besserer Kreise«.

Zweitens: Derartige Kombinationen sind im gesamten Bereich der Kunstrezeption zu beobachten. Zwar neigt der Alltagsverstand zur Annahme: Im E-Segment werden wohl Praktiken mit höherer Konzentration und stärkerer Fokussierung auf die Texte häufiger sein. Aber ist das wirklich unmittelbar einsichtig? Wissenschaftliche Studien, die das hieb- und stichfest belegen könnten, liegen nicht vor. Sie sind auch untersuchungstechnisch schwer vorstellbar. Vor allem: Wofür sollten sie gut sein? Der eigentlich herausfordernde Befund ist eher, dass »populäre« und bildungsorientierte Kultur auch in Sachen Kunstrezeption eine Menge Gemeinsamkeiten aufweisen. Man kann sich interessante Studien vorstellen, die dieser Frage nachgehen.

Ich fasse zusammen. Angesichts der ausgesprochen eigensinnigen Praktiken im Umgang mit Kunst und ästhetischem Vergnügen scheinen die vorgestellten Theorien und Modelle ästhetischen Erlebens recht weit

vom Alltag entfernt, idealisierend und entsprechend beschränkt in ihrer Geltung. Nicht allzu viele Menschen, so sieht es aus, verhalten sich in einigen Situationen gegenüber populären Künsten so, wie die Modelle annehmen. Das schließt freilich nicht aus, dass dann subjektiv besonders wichtige Ko-laborationen stattfinden. Jedenfalls wirkt das offenste Konzept, Hügels Unterhaltung als Bewegung zwischen Ernst und Unernst, für die vermutliche Mehrzahl der Fälle mit Abstand am angemessensten. Allerdings fand sich wenig Bestätigung für das zweite Element von Hügels Ansatz, wonach *Kunst* – im Unterschied zu *Unterhaltung!* – ernsthafte, uneingeschränkte Zuwendung verlange und bei deren Fehlen eher frustrierende Erfahrungen erzeuge. Dieser Rezeptionsmodus ist offenbar auch im E-Publikum nicht Standard.

5.5 WERTUNGSFRAGEN:

›LAIENÄSTHETIK‹ VERSUS ›PROFIÄSTHETIK‹?

Angesichts der Freiheiten, die sich Nutzer aller Art gegenüber kulturellen Texten aller Art herausnehmen, fragt man sich: Ist es überhaupt möglich, hier Wertungen vorzunehmen? Denn dazu müsste man ästhetische Praktiken entlang einiger Leitdifferenzen ordnen, um das »Bessere« vom »Schlechteren« zu trennen. Viele Unterscheidungen, denen man im Wertungsdiskurs begegnet, machen jedoch ästhetisch allenfalls begrenzt Sinn. Gerade die zwischen »eingängig« und »anspruchsvoll« erweist sich als wenig trennscharf. Man kann nach solchen Kriterien weder die Texte eindeutig zuordnen noch zwei Publikumsgruppen mit durchgängig unterschiedlichen Erwartungen, Vorlieben und Rezeptionsweisen erkennen.

Gewiss lassen sich Texte entlang von Maßstäben wie Komplexität vs. Redundanz, Innovation vs. Vertrautheit, psychologische Differenzierung vs. stereotypisierte Figuren, Realitätsfiktion vs. Fiktionsreflexion anordnen. Man kann das ohne Wertung machen;⁵¹ man kann versuchen, Texte nach diesen und weiteren Kriterien sachlich zu charakterisieren. Da

51 | Freilich stecken die Wertungen schon in den Maßstäben und sind oft so tief in der jeweiligen Lebensform verankert, dass sie kaum bewusst werden. Doch kann man den »fremden Blick« auf das Eigene, Selbstverständliche auch in Sachen Ästhetik trainieren (Gell 1998, 1999).

könnte ein funktionalistisches Modell hilfreich sein: Texte unterscheiden sich, weil sie *für unterschiedliche Nutzungsweisen und Nutzungssituationen konzipiert und optimiert* sind. Games für Handy und Bahnfahrt müssen anders, weniger komplex und weniger herausfordernd, aufgebaut sein als solche für stunden- und nächtelanges Spielen. Man kann Texte eigentlich nur innerhalb derselben Funktionsnische vergleichen – und bewerten, wie gut oder schlecht sie das leisten, was *hier* von ihnen erwartet werden kann. Über den Binnenvergleich hinaus wird Kulturwissenschaft alle Nutzungsweisen als prinzipiell gleichrangig behandeln.

Das funktionalistische Modell hat jedoch einen Nachteil. Die realen Nutzungsweisen folgen keineswegs jenen Rezeptionsmodi, die man für angemessen oder gar notwendig erklärt, wenn man Texte bestimmten Funktionen zuordnet. »Populäres für den zerstreuten Konsum« wird intensiv rezipiert, »Anspruchsvolles für Situationen der vollen Konzentration« unterhaltend. So weiß man etwa, dass »komplexe« Stücke der E-Musik häufig im Unterhaltungsmodus und mit Orientierung auf starke Reize (etwa Melodien und Virtuosität) gebraucht werden; man denke an »Klassik-Radio«. Zum anderen scheint die Suche nach Intertextualität, Innovation und Reflexivität bis in den populären Mainstream hinein kaum eine Grenze zu kennen. Nicht nur dem Cover einer Pop-LP werden Monographien gewidmet, auch das Œuvre von Madonna ist Gegenstand umfangreicher Studien (Decker 2011; Wielk 2014; von Appen/Doehring 2014). Das hat nicht zuletzt mit dem Genre der Popmusikvideos zu tun, die selbst dann, wenn nur ein Act abgefilmt sein sollte, hochkomplexe Repräsentationen darstellen (Bechdolf 1999; Hügel 2007b; Jost u.a. 2013; Jost 2014).

Darüber hinaus existieren heute alle Texte in einem Universum möglicher intertextueller Beziehungen. Es hängt einzig von der analytischen Zuwendung ab, wie viele davon erörtert werden. Insbesondere die visuellen, performativen und akustischen Künste versprechen dem, der sich in sie vertieft, jede Menge »esoterischer Depots« (Mattenklotz) und »Tiefenpotenziale« hinter einer attraktiven, auch bedeutungsmäßig befriedigenden »Oberfläche«. Und die Aktivitäten von Fans und »populären Experten« zeigen, dass solche Nutzer über außerordentliches Wissen auf ihren Interessensfeldern verfügen können (Ganz-Blättler 2000). Digitale Speicher erlauben es ihnen, Material aus der gesamten Geschichte populärer Künste zu Vergleich und Verknüpfung heranzuziehen – und damit, das sei lieber einmal zu oft formuliert, auch zur Bereicherung ihres ästhe-

tischen Erlebens! »Tiefe« und »Dichte« der erschlossenen PK-Geschichte stehen mittlerweile hinter anderen Feldern der Kulturhistorik kaum noch zurück. Zugespitzt: Heute kann man jedem Phänomen der PK unbegrenzte Komplexität verleihen.

Unterscheidungspraktiken des Publikums

In dieser Situation könnte man hoffen, dass eine »empirische Wende« weiter hilft. Wie argumentieren die Nutzer selbst, um ihre Urteile zu begründen? Das Ergebnis ist irritierend. Erstens und grundlegend: Bewerten ist eine in der PK verbreitete und beliebte Praktik. Eine Herausforderung für Liebhaber klarer Verhältnisse ist der zweite Befund: Eine ganze Reihe der dabei angewendeten Regeln und Maßstäbe entsprechen Wertungspraktiken, die man aus bildungskulturellen Kontexten kennt. Die folgenden empirischen Einblicke sind vor allem Populärmusikforschern zu verdanken. Ihre Daten zur Bewertung von Popmusik (Blogs und Posts auf Internetplattformen) sind qualitativ: nicht repräsentativ, aber zur Hypothesenbildung ausreichend.

Der Musikwissenschaftler Michael Parzer (2011) fand in Online-Foren als zentralen Maßstab der Urteile »Authentizität«. Das ist nicht unerwartet; diese Norm kennzeichnet die von der Rockmusik herkommende normative Popmusikästhetik allgemein. Allerdings wird dieser Wertmaßstab ebenso auf bestimmte literarische Genres⁵² im Bereich der Bildungskultur oder auf die Schauspielkunst angewandt. Parzer betont den Doppelcharakter solcher Urteile. Sie beziehen sich zunächst auf Musiktitel, Künstler und Stilrichtungen. Mindestens mit gleichem Nachdruck aber wird darum gestritten, wer den »richtigen«, »guten« Geschmack habe, in Internetforen geradezu mit Zügen einer »battle«.

In diesem Zusammenhang identifizierte Parzer einen weiteren grundlegenden Maßstab. Viele, die sich äußern, nehmen für sich ein *individuelles*, von »Moden« und »Mainstream« *unabhängiges* Interesse an musikalischer *Vielfalt* in Anspruch und verlangen praktizierte *Toleranz* gegenüber den Vorlieben anderer. Parzers These, dass sich hier Abgren-

52 | Hier nur ein Zufallsbeleg, auch als Respektsbezeugung gegenüber dem Autor. »[A]lle Gedichte von Sarah Kirsch, die frühen wie die späten, sind authentisch« (Reich-Ranicki 2013).

zungs- und Distinktionsmuster gebildeter Mittelschichten nach vorne schieben, klingt absolut plausibel.

Seit Jahrhunderten streitet man in der Hochkultur darum, welche Werke zu den großen, ewig bleibenden zählen sollen. Dieses Verfahren der Kanonisierung zeigt sich auch in der PK. Einschlägige Untersuchungen bringen Bewertungspraktiken ans Licht, die alte Grenzen von E und U überschreiten. Die Musikwissenschaftler Dietrich Helms und Thomas Phleps unterscheiden für die internationale Popmusik der westlichen Welt drei Formen der Kanonisierung. Der »Song-Kanon« hält das beliebte Repertoire vor allem der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg lebendig: in immer neuen Kompilationen, durch Bands, die nichts als »die größten Hits der 60er, 70er, 80er Jahre« spielen, durch Hörerabstimmungen und Ähnliches. Diese Art der Auswahl und Verewigung, die keinerlei weiteres Wissen voraussetze, spreche die Durchschnittshörer, Frau und Herrn Mustermann an (Helms/Phleps 2008: 30f.).

Literarische und filmische Musiker-Biographien, Museen und Halls of Fame für einzelne Musikrichtungen sowie »Vermusicalisierung« (Buddy Holly, ABBA) erreichen vor allem »musikinteressierte Laien« und etablieren so nach dem Muster bildungsbürgerlichen Geniekults Held*innen und Mythen der Popmusikgeschichte (ebd.: 31).

»An Kultur- und Bildungsdiskurse geknüpft und damit durchaus kulturelles Kapital versprechend« (ebd.) ist laut Helms und Phleps die dritte Variante: die Kanonisierung von Alben. Entsprechende Listen, die Musikzeitschriften und Experten zusammenstellen, sind zum einen strukturiert durch den Geschmack weißer, vorwiegend englischsprachiger Männer, der im goldenen Zeitalter der Rockmusik in den 1960ern geprägt wurde. Zum anderen kennzeichnet sie eine deutliche Distanz zum Mainstream: Die »besten« Alben der Popgeschichte sind keineswegs die erfolgreichsten. Helms und Phleps sehen hier eine Wertungspraxis, die sich an herkömmlichen Regeln der Kunstwelt orientiert: »Distinktion gegenüber kulturindustriell fabrizierter Massenware [...] und [...] Unterscheidung von Musikgenres geringeren sozialen Prestiges« (ebd.: 37; ähnlich Papenburg 2013: 146). *Easy Listening* etwa – an Derartiges wird hier nicht einmal gedacht. Zugespitzt: Experten⁵³ wenden im Feld der Populärmusik genau die Kriterien an, auf die sich jene berufen, die Populäres aus der ernstzunehmenden Musik ausschließen. Auch das ihnen folgende Publikum be-

53 | Es sind fast ausschließlich Männer, die diesen Status einnehmen.

handelt Popmusik wie herkömmliche Kunst – nur selten wie ein Gewebe von Praktiken, in dem einzelne Titel und Alben eine durchaus begrenzte Rolle spielen.

›Laienästhetik‹ versus ›Profikästhetik‹?

Das heißt: Obwohl viele Wissenschaftler*innen die konventionelle Kunstästhetik als Instrument zur methodischen Exklusion von Populärem kritisieren, ist in den Szenen selbst das Sprechen und Werten mit den Kategorien der Genie-, Autonomie- und Werkästhetik ausgesprochen lebendig. Zugleich jedoch halten Teile des Massenkunstepublikums Praktiken und Erfahrungen für wesentlich, die die herkömmliche Ästhetik nicht anerkennt: intensives Körpererleben, erotische Spannung, Empowerment, Star-Appeal, um nur einige zu nennen. Beides schließt sich nicht aus; es hängt von Situation und Kontext ab, was gerade im Vordergrund steht. Erneut ist zu fragen: Ist es angesichts solcher Differenzierung im Populären selbst sinnvoll, Bildungskultur und PK zwei einander ausschließende Ästhetiken mit entsprechenden Wertmaßstäben zuzuschreiben? Die beste Antwort lautet, wie oft in der empirischen Kulturforschung: ja und nein.

Zunächst sollte man eine Schublade schließen, die immer noch in den Raum hineinragt: Hochkultur(-Ästhetik) als die der Oberen, der Herrschenden, des »power bloc« usw. versus PK(-Ästhetik) als die der Unteren, der Subalternen, von »the people«. Diese Einteilung führt nicht zum besseren Verständnis ästhetischer Präferenzen und Praktiken in den westlichen Gesellschaften der Gegenwart. Soweit man überhaupt von einer Ästhetik des Populären sprechen kann – wie das etwa Hügel und Huck tun –, ist diese nur sehr locker verknüpft mit Lebensverhältnissen und Lebensweisen in den unterbürgerlichen Schichten (Frow 1996). Formen und Sprache aktueller »Hochkunst« wiederum, also der Moderne und der Avantgarden (→Kap. 4.6), haben (abgesehen von Teilen des Avant-Pop) nur kleine Schnittmengen mit dem Geschmack der Machteliten. In dieser Situation scheint es angemessen, zur Strukturierung des realen Umgangs mit Künsten heute unterschiedliche »Strategien«, also Bündel möglicher Praktiken zur Nutzung und zum ästhetischen Erleben, herauszuarbeiten – Strategien, die bei Texten fast jeder Machart und unterschiedlichsten Ansehens verwendet werden können. Das ist letztlich ein Votum dafür, sich nicht an vermeintlich »objektiven«, sondern an »sub-

jektiven«, von den Nutzer*innen praktisch vorgenommenen Unterscheidungen zu orientieren.

Derartiges wurde bereits mehrfach ins Gespräch gebracht, allerdings noch nicht systematisch durchgeführt. Die hier vorgeschlagene Leitunterscheidung orientiert sich an zwei – idealtypisch konstruierten – Polen. Den einen könnte man vorläufig als Profi- oder Expertenästhetik bezeichnen. Diesen Diskurs tragen Akteure, die beruflich mit als ernsthaft geltender Kunst zu tun haben⁵⁴ und in diesem Sinn eine eigene »art world« im Verständnis Beckers (1982) (oder auch gattungsspezifische *Kunstwelten* im Plural) konstituieren: Künstler*innen, Kritiker*innen, Kunst-Wissenschaftler*innen, Händler*innen, Lektor*innen, Juror*innen. Aus ihrer professionellen Perspektive geht es um eine Ästhetik, deren Gegenstand individuelle Künstler und distinkte Werke bilden.

Grundlegend ist hier ein Verständnis von Kunst als unvergleichlichem Mittel zu Erkenntnis und Selbstbildung wie als Bedeutungsträger, der Einzigartiges, »Tiefes« zu sagen hat. Zentrale Maßstäbe sind demzufolge die semantische (aussagebezogene) und semiotische (auf die Zeichenstruktur bezogene) Komplexität und die Innovation in beiden Bereichen (»Inhalt und Form«) – was den Rezipienten zwingend entsprechende Anstrengungen zum Nachvollzug abverlangt. Die Profistähetik gehört zu jenem »eingeschränkten« Feld der Kunst, in dem nach Bourdieu (1999: 531) Produzenten für Produzenten produzieren – eine unbedingt sinnvolle und notwendige Tätigkeit. Mit dem rigiden Verlangen nach ständiger Weiterentwicklung der künstlerischen Mittel und Aufgabenstellungen scheint sie dem außenstehenden Beobachter geleitet von einer merkwürdigen Mischung aus Fortschrittsdenken und Imperativen des Kunstmarkts.

Am idealtypisch gegenüberliegenden Pol kann man ein Netz von Spielregeln, Nutzungsweisen und Erlebniserwartungen verorten, das als Laien-, Alltags- oder auch »rhetorische« Ästhetik zu bezeichnen wäre. Laien, weil die Träger weder beruflich mit Kunst zu tun haben⁵⁵ noch zu

54 | Allerdings wirken in Feldern wie POP und in Subkulturen zunehmend akademisch geschulte oder sogar bestellte Kritiker, die daran arbeiten, die herkömmliche Profi-Ästhetik für ihre Szenen weiterzuentwickeln.

55 | Präziser: mit der Kunst, die gerade thematisiert wird. Architekten können sich in puncto Musik wie Laien verhalten, und ebenso Musikwissenschaftler gegenüber Spielfilmen (sagt die Alltagserfahrung). Einer Studie des Psychologen

jenen zählen, die sich am Profidiskurs orientieren und gewillt sind, das Spiel nach den Regeln der Werkästhetik als bedeutsam zu akzeptieren und den »Glaubenseffekt« (ebd.: 516) kunstvermittelten Vergnügens zu empfinden. Die Zuordnung zum Alltag liegt nahe, weil es hier auf den Gebrauchswert von Phänomenen ankommt, mit denen man im Rahmen gewöhnlicher Lebensführung (und nicht, wie die Kerngruppen der Expertenästhetik, in Kontexten beruflicher Arbeit) angenehmes ästhetisches Erleben – Schönheitserfahrungen – erzeugen will. Das soll im Gegensatz zur Profiästhetik ohne subjektiv empfundene Anstrengung gelingen. Die Bezeichnung rhetorisch passt, weil hier Kreative wie Nutzer die Angebote vor allem nach den spürbaren, fühlbaren Effekten beurteilen: Sie sollen gerade *auf Wirkung beim Publikum ausgerichtet* sein (Ueding 1973: 53-59). Deshalb haben unter den einschlägigen Erwartungen Überraschung, Überbietung, Niedagewesenes einen festen Platz.

Wo man sich an der Laienästhetik orientiert, schätzen Publika auf der einen Seite Massenkünste, die *narrative* Bedeutungsangebote machen, also Geschichten erzählen. Ansprüche und Praktiken sind grundlegend semantischer (»inhaltlicher«) Art; man geht davon aus, dass »zwischen Kunst und Leben ein Zusammenhang« erkennbar wird, und erwartet, »einbezogen zu werden« (Bourdieu 1982: 64). Das geht meist mit semiotischen, gestaltungsbezogenen Interessen zusammen. So verbindet alle im weitesten Sinne Action-orientierten Filmpublika die Neugier, *wie* Verfolgungsjagden, Kämpfe, Stunts, Tricks gemacht sind und Effekte ständig gesteigert werden können. Basiswert der Laienästhetik ist die spielende (reaktionsentlastete) Beschäftigung mit Welt und Selbst in einer als *befriedigend und anregend* empfundenen Balance zwischen Wiedererkennen von Bekanntem und Herausforderung durch Unbekanntes, Neues (Mende/Neuwöhner 2006; Rock 2007).

Mit gleichem Gewicht werden andererseits Möglichkeiten ästhetischen Erlebens geschätzt, die primär auf Erzeugung, Kommunikation und Genuss starker Emotionen durch *körpergebundene* Praktiken gründen. Deren Bedeutung und Bedeutsamkeit realisiert sich als Ausagieren

Victor Nell (1988: 206) zufolge greifen sogar Literaturwissenschaftler*innen zu unterschiedlichen Maßstäben und Praktiken je nachdem, ob sie als professionell oder als private Leser angesprochen werden. Für ein »schönes« Leseerlebnis wählen sie eher nicht jene avancierte Literatur, der sie den höchsten ästhetischen Wert zuschreiben.

von Gefühlen in Dimensionen wie Veräußerlichung von Interiorität, leibliche Entgrenzung, mentale Immersion, imaginierte Selbsterweiterung und Ermächtigung (vgl. Grossberg 2000: bes. 50-77). Solche emotionale Relevanz ist sprachlich selten angemessen formulierbar (weder durch die Akteure noch durch Wissenschaftler); das brauchen Laien auch nicht notwendig für Erleben und Genuss.

Laien- und Profikästhetik fassen (in idealtypischer Entgegensetzung) jeweils besondere elementare Erwartungen und Praxisformen in Strategien, in einem Potenzial verfügbarer Praktiken, zusammen; die werden grundsätzlich *auf alle als Kunst behandelten Phänomene angewendet*. Die beiden Gebrauchsweisen liegen quer zur Unterscheidung von Bildungskultur und PK. Es geht um relativ allgemeine Muster des Herangehens, nicht um konkrete Vorlieben für einzelne Gattungen, Genres, Handschriften.

Mit Blick auf die Praktiken ist eine Unterscheidung wichtig: die zwischen sprachlichen und verkörperten Handlungen. Die skizzierten Erwartungen und Umgangsweisen werden sprachlich artikuliert (im Dialog mit anderen wie im inneren Selbstgespräch beim Versuch, die Begegnung mit dem ästhetischen Gegenüber auszukosten und verstehend zu vertiefen; →Kap. 3.4). Zugleich sind sie inkorporiert und steuern vorsprachlich Empfindungen von Gefallen und Missfallen, die physisch ausagiert werden. Auch körperliche Vorgänge sind jedoch (zumindest ein hilfreiches Stück weit) der Beobachtung und Deutung zugänglich. So scheint es für empirische PK-Forschung in besonderer Weise angemessen, diese kontext- und situationsabhängig ins Spiel gebrachte ›Grundausrüstung mit Instrumenten ästhetischer Praxis‹ in ihrer vielschichtigen *Anwendung* zu studieren.

Im Gang solcher Untersuchungen verliert die skizzierte Polarität der Strategien ihre Eindeutigkeit; *Mischungen und graduelle Übergänge* bestimmen auch hier das Tun. Elemente der Profikästhetik werden mittlerweile in erheblichem Ausmaß von nichtakademischen Fans des Populären angewendet. Umgekehrt weisen die Befunde von Dollase, Rüsenberg und Stollenwerk darauf hin, dass Teile des »Hochkultur«-Publikums ihr Vergnügen im Klassik- oder Jazzkonzert, in Stadttheater und Oper, bei Festspielen, bei der Lektüre aktueller Romane oder bei einer Vorführung von Haute Couture mit ähnlichen Praktiken erzeugen, wie sie der Populärkultur zugeschrieben werden.

Aus dieser Perspektive erscheinen die primären Dimensionen sozialer Ungleichheit – Klasse, Ethnizität und Geschlecht – nicht als *grundlegende* Bestimmungsfaktoren. Solche und weitere soziodemographische Unterschiede sind für die Wahrscheinlichkeit bestimmter Vorlieben durchaus relevant, nicht jedoch für Nähe oder Ferne zu den Polen der Profi- oder Laienästhetik überhaupt. Orientierung an der Profikästhetik ist allerdings deutlich mit kulturellen Hierarchien verknüpft. Sie setzt Kompetenzen und Einstellungen voraus, die in unserer Gesellschaft mit »Bildung« verbunden werden und auch gewisse distinktive Vorteile versprechen. Mit einem Klassencharakter ästhetischer Systeme hat das aber wenig zu tun. Die empirischen Befunde deuten eher darauf hin, dass Orientierung an – in sich erheblich differenzierten – Strategien der *Laienästhetik alle sozialen Gruppen, Schichten und Klassen einschließt* (deutliche Belege bereits bei Frank/Maletzke/Müller-Sachse 1991; Schulze 1992: 142-150, 638-651).

Zugespitzt: Laienästhetik bestimmt das Erleben des größten Teils der Bevölkerung bei den meisten ihrer Interaktionen mit Kunst. Allerdings verschwindet dieses Faktum nicht selten hinter der Fassade kultureller Hierarchien, die mittels Selbstdarstellung erzeugt werden. Je offensichtlicher die Familienähnlichkeiten unter den Laien aller Schichten hervortreten, desto wichtiger wird es, sich durch elaborierte Präsentation des eigenen Geschmacks von den rhetorisch »armen Verwandten« abzusetzen.

»Wertungsregimes«

Strategien der Profi- und Laienästhetik werden sozial erlernt und materialisieren sich in bestimmten Institutionen. Konkrete Hinweise dazu liefern Überlegungen des australischen Kulturwissenschaftlers John Frow (1996: 144-151). Er vertritt, aus sozialwissenschaftlicher Sicht, das Konzept von *Wertungsregimes*. Darunter versteht er gesellschaftlich verfestigte Vereinbarungen, Gewohnheiten und Redeformen. Sie bringen kulturelle Texte und diejenigen, die praktisch wie kommunikativ mit ihnen umgehen, in bestimmte Beziehungen; so regulieren sie die konkrete Erzeugung des gesellschaftlich gültigen Werts der Phänomene. Wert komme nicht isolierten Texten zu; er werde praktisch in unterschiedlichen Regimes – mit entsprechend verschiedenen Ergebnissen – erzeugt.

Grundlegend unterscheidet Frow hochkulturelle und populäre Regimes; sie lassen sich nicht gleichsetzen, aber doch parallelisieren mit Laien- und Profikästhetik. Er formuliert konkrete Hypothesen, wie Wer-

tungsregimes sozial erzeugt, institutionell verankert und reproduziert werden. »Populäre« Regimes gedeihen danach vor allem im Feld der Massenmedien, die klassen-, schicht- und gruppenübergreifende Publika zu formieren suchen (ebd.: 145). Gewöhnliche Nutzer sind bei Frow keine relevanten Akteure.

Hochkulturelle Regimes werden sehr viel differenzierter beschrieben. Sie orientieren sich an autonomer Ästhetik. Sie nähren sich von Traditionen und Bildungsapparaten beziehungsweise Bildungsberufen, die diese am Leben halten. Zu ihrer Reproduktion dienen vernetzte Systeme aus Lehrplänen, Schulsozialisation, akademischen Zeugnissen und Berufskarrieren, Kultureinrichtungen, Kunstmarkt, speziellen Medien für Veröffentlichung und Kritik, Peergroup-Stilen, Konversationsritualen, Arbeit/Freizeit-Mustern bestimmter Gruppen usw. Wichtig scheint: *Innerhalb* dieses Feldes dienen Bewertungspraktiken verschiedenen Funktionen (Erzeugung von Noten und Prüfungen, Netzwerkbildung, Zugang zu Geldern), nicht vorrangig der Distinktion (ebd.: 146).

Zur Veranschaulichung kann hier eine Untersuchung der Wissenschaftsforscherin Marie Antoinette Glaser dienen. Sie hat beobachtet, wie Studierende der Literaturwissenschaft in der Einstiegsphase »umerzogen« werden und einen »wissenschaftlichen« Umgang mit Belletristik habitualisieren. Im Kern geht es den Lehrenden um »Distanzierung vom persönlichen emotionalen Erleben«; das von den Studierenden mitgebrachte »Bedürfnis nach Unterhaltung, Trost oder Orientierung muss in funktionales Interesse gewandelt werden.« Aus dem laienhaften Lesen zum Vergnügen wird »Pflichtlektüre« zur möglichst objektiven Beantwortung der Frage, wie Texte funktionieren.

»Die Studierenden erleben diese Einforderung der Distanzfähigkeit zum Lesestoff oftmals als schmerzhaften ›Bruch‹, als emotionale Krise. Von FachvertreterInnen wird er als ›Einstiegsritual‹ erwartet und [...] inszeniert. Jetzt wird die Differenz zwischen ›identifikatorischen‹ Leseweisen von Laien und distanzierten wissenschaftlichen Lesetechniken manifest.« (Glaser 2005: 115)

Die Beziehungen zwischen Profi- und Laienästhetik lassen sich somit als Praxis unterschiedlich verorteter Bewertungsregimes darstellen – nicht als Differenz von sozial fixierten Geschmäckern (Frow 1996: 150). Die empirische Offenheit für Kontexte, Rahmungen und soziale Konstellationen macht das Konzept der Regimes Ansätzen wie dem von »interpretive

communities« (Fish 1980; Radway 1991) oder »taste communities« (Gans 1974) überlegen. Insbesondere die Idee der Geschmacksgemeinschaft legt nämlich tendenziell Menschengruppen auf einen und nur einen *homogenen* Geschmack fest. Frow hingegen hält sich fern von der Annahme, ästhetische Präferenzen seien an konkrete Lebensverhältnisse und Lebensweisen gebunden nach dem Muster: Handarbeiter lieben kräftige Effekte, Geistesschaffende das intertextuelle Spiel, Frauen ergreifende Beziehungsgeschichten usw.

Die Vorstellung, Angehörige bestimmter sozialer Gruppen hätten einen eindeutig benennbaren Geschmack und feste Beurteilungsmuster, verfehlt die alltäglichen Praktiken des Wertens. Menschen gehören zur selben Zeit verschiedenen Gruppen an, die ihre Geschmackspraktiken beeinflussen. Das heißt umgekehrt: Homogen agieren konkrete Gruppen allenfalls in begrenzten Situationen. Die praktizierten Präferenzen der Individuen variieren mit der biographischen Position, mit den konkreten Umständen und kulturellen Konstellationen. Wer die Heterogenität der Gruppierungen leugnet, in und zwischen denen sich Menschen in den westlichen Gesellschaften der Gegenwart bewegen und artikulieren, der negiert eine wesentliche Quelle kultureller Dynamik. Dieselben Personen fühlen und argumentieren nämlich (beispielsweise) in der Kneipengeselligkeit deutlich anders als im Uni-Seminar – und darin liegt die Möglichkeit, in der Kneipe wie im Seminar auch dort bislang nicht praktizierte Sichtweisen einzubringen.

Empirische Ästhetik?

Die Verwendung der Kategorie »populär« wirft oft mehr Fragen auf als sie beantwortet. Da muss unvermeidlich die Idee entstehen: Könnte man dem nicht – zumindest eine Zeit lang – entkommen? Indem man einfach nur empirisch untersucht, was verschiedene Menschen an welchen Gegenständen und Praktiken unter welchen Umständen als schön, als positives ästhetisches Erleben empfinden? So etwas wird durchaus versucht, nicht selten unter der Bezeichnung »empirische Ästhetik«.

Grundsätzlich gibt es dafür vier Methoden; jede hat ihre Stärken und ihre Haken. Eine beruht darauf, *Menschen sich äußern zu lassen* über ihre Erfahrungen mit Gegenständen, die Forscher als mögliche Partner beim Erzeugen ästhetischen Erlebens betrachten. Diese Äußerungen können sprachlich oder schriftlich sein und durch direkte Fragen oder offene

Aufforderungen ausgelöst werden. Sie können ebenso nichtsprachlich, körperlich-praktisch sein. Beifall reicht vom Klatschen bis zum Schwenken der Smartphone-LEDs, Missfallen zeigt sich in Mimik und Körperhaltung, Pfeifen usw. Nicht selten geht es um Emotionspraktiken, die das Erleben lenken und steigern sollen. Das Spektrum der Äußerungsformen scheint fast unbegrenzt. Doch was immer man an Texten oder Beobachtungen vor sich hat – letztlich muss die Forscher*in es interpretieren.

Erster Haken: Ästhetische Erfahrungen können eigentlich mit allen Phänomenen gemacht werden; auch das Feld populärer Künste ist schwer einzugrenzen. Zweiter Haken: der Abgrund zwischen dem Erleben und dem sprachlichen Repertoire von Laien zu dessen Beschreibung. Oft fehlt es einfach an Worten – und wo die wie von selbst fließen, da regulieren die dominanten Diskurse in Sachen Geschmack und Ästhetik, was überhaupt ausgedrückt werden kann. Selbst die löbliche Absicht des Wissenschaftlers, sich bei der Auswahl der Gegenstände und der Interpretation der Aussagen von allen Schablonen frei zu halten, hat einen Haken. Das Bemühen, ganz offen für das Material und die Äußerungen der Untersuchten zu sein, führt zu kaum vergleichbaren Einzelfallstudien in einem faktisch unbegrenzten Untersuchungsfeld. Der Subjektivität der Deutung entkommt man dennoch nicht.

Der zweite Ansatz ist eine Variante des ersten: *Autoethnographie* (Riggins 1994; Ehn 2011; Bönisch-Brednich 2012). Forscher und Forscherin erkunden das eigene ästhetische Erleben. Der Vorteil: Durch das bewusste Außerkräftsetzen zumindest einiger Regeln des Diskurses und über elaborierte Sprachkompetenz kann Ungewöhnliches und Unerwartetes ans Licht gebracht werden. Einzelfallcharakter und Subjektivität sind freilich auch hier charakteristisch.

Ein dritter Zugang versucht das »*para-ethnographische*« Wissen bestimmter Berufsgruppen (Beck 2009) zu erschließen. Sie sind beteiligt an der Produktion von Waren, die auf dem Markt mittels ästhetischer Qualitäten erfolgreich sein sollen. Zu denken wäre an Konsumforscher, Werbeagenturen und Designer, vor allem an die vielen Gruppen, die bei der Produktion und Vermarktung von PK mitwirken. Ihr Wissen ist hoch bedeutsam: erfahrungsgesättigt und relativ fern von herkömmlicher ästhetischer Theorie. Hier kann man großes Anregungspotenzial für wissenschaftliche Untersuchungen erwarten. Aussagekraft und Grenzen solchen professionellen Wissens müssen Kulturforscher*innen allerdings in eigener Verantwortung beurteilen.

Der vierte Pfad ist naturwissenschaftlich ausgerichtet; ihn nehmen eigentlich alle, die ausdrücklich »empirische Ästhetik« betreiben (Meninghaus 2011; Müller-Tamm/Schmidgen/Wilke 2014; Roos 2017). Hier geht es vor allem darum, welche *Objektqualitäten* bei welchen Untersuchungsgruppen welche (positiven oder negativen, starken oder schwachen) ästhetischen Reaktionen bewirken – und zwar unter kontrollierten Laborbedingungen. Was als ästhetische Qualität der Reizauslöser wie der Reaktionen gelten soll und wie das empirisch operationalisiert, also in eindeutige und messbare Eigenschaften übersetzt werden soll, liegt in der Hand der meist psychologisch arbeitenden Forscher*innen. Wie weit empirische Kulturwissenschaftler*innen solche Befunde brauchen können, müssen sie im konkreten Fall entscheiden.

Zur Veranschaulichung soll hier knapp Einblick in drei empirische Studien gegeben werden. Interessant ist zum einen die Vielfalt der induktiv und abduktiv – als Hinweis auf mögliche allgemeinere Zusammenhänge – ausgewerteten Quellensorten sowie der Methoden, sie zum Sprechen zu bringen. Zum anderen beeindrucken das reflektierte Vorgehen und die Verknüpfung der Befunde mit erhellenden und vertiefenden Theorieansätzen.

Der Musikwissenschaftler Ralf von Appen (2007) hat Rezensionen von Popmusik-Alben bei Amazon untersucht: fünf Verkaufserfolge und fünf von Experten hochgelobte CDs. Zunächst hat er sich überzeugt, dass weder Auftragstexte der Musikindustrie noch professionelle Kritiken in seinem Material eine nennenswerte Rolle spielten. Ihm war klar: Nutzer-Kritiken sagen nichts über Erfahrungen beim Tanzen oder in Live-Konzerten; sie beziehen sich am ehesten auf Situationen aufmerksamen, von sprachlicher Reflexion begleiteten Hörens. Entsprechend betrachtete von Appen das Material darauf hin, welche *Bewertungsmaßstäbe* hier sprachlich zum Ausdruck kommen. Schlicht formuliert: Welche Qualitäten werden für das (Nicht-)Gefallen von Popmusik angeführt? Dass die Laienautoren die Kategorien dafür zumeist aus professionellen Diskursen beziehen, spiegelt die Realitäten heutiger Geschmacksbildung wider und ist ein zentraler Befund. Bewusstes Wahrnehmen *ist* gelenkt und formiert durch Sprache, die wir Hörer von anderen übernehmen.

Das ist aber kein Argument gegen das gewählte Vorgehen. Es will ja gerade *nicht das ästhetische Erleben* der Untersuchten *rekonstruieren*. Vielmehr sollen nichtprofessionelle Nutzer ihre Eindrücke aus ihrer Perspektive und in von ihnen gewählten Worten *beschreiben*, und die Forscher*in

hat dieses Material dann analytisch zu ordnen. Das Verfahren kommt um die Übersetzung in eigene Sprache nicht herum – mit »Verlusten« und Gültigkeitsbeschränkungen. Die Sätze von Usern und Wissenschaftlern sind gewiss von völlig anderer Art als die Körperempfindungen und Imaginationen im Musikerleben. Wenn Tanzen oder Bilder ästhetisches Erleben kommunizieren, gehören sie derselben Welt sinnlichen Erkennens an wie das, worauf sie sich beziehen und wovon sie in vieler Hinsicht ein Teil sind. Sprachliches Beschreiben hingegen unterwirft das Erleben unvermeidlich »fremden« Regeln.

Doch bleibt es bis heute eine unersetzliche Quelle. In dem Maße, in dem nichtwissenschaftliche Autor*innen »künstlerische«, *symbolisch-assoziative Möglichkeiten* der Sprache nutzen, um Dimensionen ästhetischen Erlebens darzustellen, erweitern sich sogar die Möglichkeiten für *qualitative*, zunächst auf einen Einzelfall begrenzte Einsichten. Auf dem Weg zu allgemeineren Aussagen und angesichts der bisherigen Vernachlässigung der Nutzerperspektive sind explorative, erkundende Studien wie die von Appens für empirische Kulturforschung ausgesprochen hilfreich.

(Nur) ein knappes Drittel der Kritiken sprach die Songtexte an. Diese Hörer betrachteten den Realitätsbezug und »eine hohe Relevanz der Texte für das eigene Leben« (ebd.: 81f.) als wichtige positive Eigenschaft von Popsongs. Das betraf das »Mitfühlen«, also die Thematisierung von Emotionen, ebenso wie das »Nachdenken«: ethische oder gesellschaftskritische Aussagen, die zur kognitiven, rationalen Orientierung in der Welt dienen (ebd.: 87). Eine untergeordnete Rolle spielten »formale und sprachkünstlerische« Textqualitäten (ebd.: 89). Humor und als realistisch betrachtete Härte und Aggressivität der Texte (Rap) werden von vielen geschätzt; besorgte Hörer*innen hingegen bewerten brutale und derbe Sprache negativ (ebd.: 90f.).

Die Güte der Kompositionen messen die immerhin knapp 60% der Rezensenten, die auf den Aspekt eingehen, »in erster Linie an den Melodien« (ebd.: 100). Geschätzt wird, was sich einprägt, mitsingbar und immer wieder reizvoll zu hören ist. Ein Drittel der Texte geht auf interpretatorische Qualitäten ein: überwiegend auf die Stimme der Sänger*innen, weiter auf Instrumentierung, die Arbeit des Tonstudios oder das Zusammenspiel der Band insgesamt (ebd.: 105). Kraft und Ausdrucksbreite der Stimme werden ebenso geschätzt wie deren emotionale Ausstrahlung und Individualität (ebd.: 106-110).

17% der Kritiken ziehen das vieldeutige Kriterium der Authentizität positiv heran (ebd.: 115). 44% loben die Eigenschaft der Musik, sie emotional zu bewegen (ebd.: 136). Das heißt ganz holzschnittartig: Den Stücken werden einerseits Empfindungen von Energie, Kraft und Euphorie positiv zugeschrieben, andererseits Tiefe, persönlicher Ausdruck, Entspannung und »Schönheit« (ebd.: 137f.). Schließlich ist es 40% der Rezensent*innen wichtig, Musik als interessant wahrzunehmen: nicht bekannt und langweilig, sondern originell, neu und vielfältig (ebd.: 163).

Solche Befunde können noch einmal an Aussagekraft gewinnen in Vergleichen – mit anderen Genres, anderen Situationen, anderen Nutzergruppen, anderen Zeiträumen, auch mit anderen methodischen Zugriffen. Hier ist nur anzumerken, dass die Textausschnitte insgesamt überdurchschnittliche Kompetenz im sprachlichen Ausdruck zeigen; die Ergebnisse gelten also am ehesten für formal gut gebildete Popmusikliebhaber.

Von Appen beschränkt seine Studie nicht auf die analytische Ordnung der Daten, die er aus den Stellungnahmen der Nutzer gewonnen hat. Er versucht, hinter Bewertungskategorien wie Realismus der Texte, Kraft der Stimmen oder Einprägsamkeit der Melodien tiefer liegende, allgemeine, nicht nur für Musik geltende Strukturen herauszuarbeiten. Dazu ordnet er Passagen der Rezensionen den von Martin Seel (→Kap. 4.4) formulierten Grunddimensionen ästhetischen Erlebens zu. Dieser Teil der Studie – das ist das methodisch Anregende – geht nicht induktiv vom empirischen Material aus und entwickelt daraus Kategorien. Vielmehr arbeitet von Appen deduktiv-hermeneutisch. Er versucht, Seels Kategorien an die Spezifika von Musikerfahrung anzupassen und sie so zu konkretisieren, dass sich bestimmte, auch von den Nutzern artikuliert, Erlebensweisen als gelungene Varianten innerhalb von Seels Modell lesen lassen. Damit gewinnt der Forscher eine eigene – nicht willkürliche, sondern an Äußerungen der Nutzer anschließende – Position zu ästhetischen Qualitäten von Musik, die ihm auch die kritische Diskussion von Angeboten wie Erlebensweisen ermöglicht.

Ganz anders stellt sich ästhetisches Erleben in Christoph Bareithers (2016) Studie zum Vergnügen an Computerspielgewalt dar. Sie beruht auf einer Online-Ethnographie: Der Autor hat rund 1.200 Stunden an Online-Multiplayer-Games teilgenommen und die Kommunikation der Spieler im gemeinsamen Sprachkanal ausgewertet. Beobachtungen auf LAN-Partys und Online-Interviews mit Spieler*innen wurden ergänzt durch

die Analyse von »Let's Play-Videos« auf YouTube, Online-Kommentare von Nutzern dazu sowie Beiträge in Computerspielzeitschriften. Schließlich greift Bareither an bestimmten Punkten autoethnographisch auf eigene Spielerfahrungen zurück.

Die Befunde konkretisieren ästhetische Tendenzen der PK im Web 2.0, die unter 5.3 angeführt wurden. Das gilt insbesondere für das Vergnügen, das aus der Interaktion in und zwischen den Teams der Spielenden entspringt, und für das euphorisierende Selbstwirksamkeitserleben, das mit der Beherrschung der Spieltechnik verbunden ist. Bareither (ebd.: 94-101) spricht hier von »Effektstaunen«. Ähnliches kennen auch Kino-, Theater- oder Konzertbesucher; Spieler*innen erfahren sich aber selbst als Urheber der Effekte (auch wenn sie wissen, dass die sinnlichen Eindrücke ihre Kraft der in den Geräten steckenden Rechen- und Programmierleistung verdanken). In Action-Spielen geht es oft um die akustisch und visuell massive Repräsentation von Zerstörung, die, so Bareither (ebd.: 101-108), »Einschlagslust« empfinden lässt. Die ist besonders intensiv, da jedes Eingreifen ins Spiel über den virtuellen Körper eines Avatars geschieht und somit eine »embodiment relation« die körperliche Erfahrung des Spielers aufs Engste mit der der Computerfigur verknüpft (ebd.: 108-115). Vor diesem Hintergrund wird auch die Freude an Eleganz und Gekontheit virtueller Aktionen zur Freude an eigener Körperbeherrschung (ebd.: 115-126).

Die Gestaltung des Avatars, anderer Figuren sowie von Spielumgebungen ist ebenfalls eine genrespezifische Eigenheit. Laut Bareither ermöglicht sie eine Fülle ästhetischer Erfahrungen, aktiver wie passiver. Die von ihm beobachteten Spieler hatten oft enge emotionale Beziehungen zu ihren Waffen. Das betraf deren Gestaltung ebenso wie die körperlich vermittelte Empfindung beim Gebrauch; man kann da an die positiven Gefühle denken, die viele Menschen bei der Benutzung gut in der Hand liegender und effektiv arbeitender Werkzeuge und Geräte empfinden. Aber auch die reine Betrachtung selbstgewählter und modifizierter Elemente der virtuellen Umgebung kann zu einem ästhetischen Erleben führen, das durchdrungen ist von Freude an eigener Kreativität. Bareither resümiert,

»dass der Spielstil, die gewählten Waffen oder Angriffsarten sowie die Rüstung und Kleidung der Spielfigur durch die Spieler zu ästhetischen Einheiten zusammengebunden werden, die ihnen eine in-sich-geschlossene, geschmacklich fein

abgestimmte und als schön empfundene virtuell-körperliche Erfahrung erlauben.« (Ebd.: 187)

Auch die narrative Dimension ermöglicht laut Bareither die game-spezifische Erfahrung, dass man selbst etwas tut und die Wirksamkeit des Tuns körperlich spürt. Wenn man etwa in ein Spiel aus dem *Star Wars*-Universum einsteigt, vernetzt man sich mit den transmedialen Erzählpraktiken des Weltraum-Epos. Das kann im Vordergrund des virtuellen Geschehens stehen oder auf Hintergrundscenarien reduziert sein. Stets erleben Spieler*innen, dass sie sich in solche Geschichten »durch virtuelle Tätigkeiten [...] einschreiben und dadurch im Gegenzug besondere emotionale Erfahrungen machen« (ebd.: 248). Das wirft die Frage auf: Welchen Unterschied im ästhetischen Erleben macht es, ob einer Romanfigur, deren Geschehnisse eine Person persönlich sehr berühren, ein Leid geschieht, oder einem von ihr »geschaffenen« und geführten Avatar?

Die Musiksoziologinnen Tia DeNora und Sophie Belcher haben den Umgang mit Musik in britischen Bekleidungsgeschäften untersucht – Kettenläden wie Boutiquen für zahlungskräftigere Klientel. Neben Beobachtungen vor Ort und Gesprächen mit Kund*innen und Beschäftigten haben sie eine in der Kulturwissenschaft selten genutzte Ressource erschlossen: einschlägiges (»para-ethnographisches«) Wissen der Marktforschung und von Unternehmen, die Läden mit populärer Musik versorgen. Die Ergebnisse stellen die Annahme in Frage, mit der Allgegenwärtigkeit solcher Klänge (»Muzak«) in öffentlichen und halböffentlichen Räumen sei deren weitgehende Bedeutungslosigkeit verbunden. Vielmehr erweist sich nach Meinung der Autorinnen populäre Musik auch hier als wichtige Ressource für ästhetische Technologien des Selbst.

Das gilt nicht nur für die Unternehmen, die das Musikangebot in ihren Läden als wichtiges Instrument zur Imageproduktion, zum Signalisieren von Stilen und Identitätsangeboten und zum Auslösen von Käufen betrachten. Die Kund*innen greifen ebenfalls auf die ästhetisch-emotionalen Potenziale der Musik zurück. Sie lesen sie als Zeichen für die stilistische Ausrichtung der Läden und entscheiden mit dieser Hilfe (reflektiert wie emotional), ob sie dort überhaupt etwas für sie Passendes erwarten können. Darüber hinaus nehmen sie Rhythmen und Melodien auf, um durch Summen, Singen, Tanzbewegungen ihr Selbst zu modulieren. Musik hilft hier, praktisch zu definieren, wer und wie man (für eine gewisse Zeit) sein möchte und welches Outfit und Accessoire genau das

ermöglicht. Nicht wenige Kund*innen artikulieren dies auch mehr oder minder deutlich.

Die Soziologinnen ordnen ihre Beobachtungen in ein Modell umfassender Ästhetisierung ein. Dabei fokussieren sie Handlungen und Handlungsmacht der Jüngeren. Analytisch sehen sie im Bekleidungsgeschäft und in dem, was dort geschieht, Anzeichen für einen historischen Umbruch. Es verändere sich die Weise, in der »agency« erzeugt wird, und insbesondere die Art, wie Jüngere an ihrem Selbst, an ihrer »Identität« arbeiten. In Abgrenzung zu traditionellen Modi der Identitätsbildung formulieren DeNora und Belcher (2000: 98) die These,

»that, particularly for young people, agency involves much greater degrees of aesthetic reflexivity; that agency is flexible, instantiated in the here-and-now of on-going activity and thus more transient in character, more adaptive to local time/space. It is also more highly infused with affect – orbiting around mood, ambience and the creation of identity rather than purpose, principles and habit.«

Bekleidungsäden sind in dieser Sicht nicht einfach Orte, an denen nützliche Gebrauchsgüter erworben werden. Mit all ihren fein aufeinander abgestimmten Bestandteilen bilden sie Räume, in denen man durch Dinge, Musik, Einbildungskraft wechselnde Möglichkeiten des eigenen Ichs imaginieren und im Anprobieren und Kaufen zeitweilig realisieren kann oder zumindest erlebt, »wie sie sich anfühlen«. Einkaufsorte haben sich verwandelt in »purveyors of virtual realities; they are increasingly places one might visit, like a museum or gallery, to become acquainted with a stance, a set of attitudes, an ambience or style of being.« Shopping bedeutet hier, »to engage in *fantasy*, to project one's self into an aesthetic environment where one may ›be‹ other and new things (or perhaps more accurately, one may project ›things‹ on or into oneself).« (Ebd.: 90; Herv. i.O.) DeNora und Belcher stehen dem durchaus kritisch gegenüber; sie fragen, ob es sich hier um Warenfetischismus handle oder ob »ästhetische Flexibilität« Teil jener Selbsttechniken sei, die aktiv anpassungsfähige Subjekte mit besonderer Kompetenz für »emotionale Arbeit« (Arlie Hochschild) erzeugen (ebd.: 98f.).

Qualität und Chancengleichheit

Immer noch ist der Umgang mit PK strukturell vergiftet – durch die zäh sich haltende Annahme, es handle sich dabei letztlich »nur um kommerziellen Schund«. Das Vorurteil richtet Schaden an, weil es hier nicht um irgendwelche Produkte geht. Die Rede ist von kulturellen Texten, die viele Menschen in ihr Dasein einbeziehen, denen sie tief empfundene Erlebnisse verdanken, in die sie praktisch und emotional eine Menge investieren. Beides – den Aufwand wie das Erleben – möchten sie nicht missen. Solche Produkte abwerten heißt letztlich: über die Nutzer urteilen. Am Schluss dieses Abschnitts steht daher die Frage: Soll man als Wissenschaftler*in da mitspielen?

Ein Vorschlag zur ›Entgiftung‹ lautet: Ästhetische Produkte und Aktivitäten sind für höchst unterschiedliche Zwecke und Leistungen konzipiert, zielen auf völlig differente Publikumserwartungen und sind Teil unvergleichbarer Praktiken. Also ist die Idee, sie alle mit *denselben* Maßstäben zu messen (üblicherweise solchen der Profi-Ästhetik), eine intellektuelle Fehlleistung. Ein Text, der das Publikum eines Poetry Slam mitgehen lässt, muss völlig andere Qualitäten haben als ein literarisches Gesellschaftspanorama. Von einem potenziellen Bestseller, der gut verschenkbar sein und geradezu nach seiner Verfilmung rufen soll, wird wiederum ganz anderes Handwerk erwartet. Ob die Teilnehmer ein Heavy Metal-Festival als gelungen erleben, hängt ganz wesentlich von ihrem eigenen Investment ab. Zugespitzt könnte man sagen: Wenn es unvergesslich wird, dann war ihre Leistung mindestens so großartig wie die der Bands.

Positiv gewendet heißt das: Kunst- und Kulturwissenschaftler*innen sowie Kritiker*innen können hier durchaus nützlich sein – indem sie *Vergleichbares vergleichen*. Warum nicht erörtern, was eine gute Vorabendserie von einer weniger gelungenen unterscheidet und wieso Rapperin A mehr zu bieten hat als Rapper B? Das ist allerdings die Sache der Spezialisten für unterschiedliche Genres. Empirische Kulturforschung hat zu solcher Begutachtung wenig beizutragen; sie urteilt nicht über Texte, sondern studiert Wertungspraktiken und Wertungsregimes. Sie kann sich freilich engagieren dafür, Besonderheit und Unvergleichbarkeit der Spielregeln auf unterschiedlichen ästhetischen Feldern zu akzeptieren. Eine Gesellschaft, die (wie etwa die der USA) stolz auf ihre Hochkultur

und ihre PK ist, muss nicht streiten, ob die Ansprüche von E oder U, von Laien- oder Profiästhetik größere Legitimität besitzen.

Das Thema der Qualität von PK ist damit aber noch nicht vom Tisch. Kritische Forschung muss auch nach kultureller Chancengleichheit fragen, nach dem ungleich verteilten Zugang zu ästhetischen Erfahrungen und Kompetenzen – nach Unterschieden also, die die persönlichen Möglichkeiten für intensives und vielfältiges ästhetisches Erleben beeinflussen. In erster Linie hat sie sich selbst zu prüfen. Kulturwissenschaftler*innen stehen nämlich nicht unbeteiligt über den Mechanismen, die ungleiche Chancen erzeugen; sie gehören grosso modo zu denen, die sich diesbezüglich auf der Sonnenseite bewegen. Populärkulturforscher*innen sind selbst beteiligt an Wertungsregimes. Sie tragen aktiv bei zu deren Implementierung und Reproduktion – und sind dabei im Sinne Bourdieus als strukturierte Strukturierer zu verstehen: Sie vermitteln Einstellungen und Maßstäbe, die sie selbst nur zu kleinen Teilen bewusst und freiwillig erworben haben. Dennoch: Auch sie sind privilegiert. Darin liegt kein moralischer Makel, aber vielleicht eine moralische Verpflichtung.

Empirische Studien zu Wertungspraktiken arbeiten deren spezifische Logik und ihre begrenzte Geltung heraus; sie können auf diesem Weg zu Fremdverstehen und Toleranz beitragen. Es gibt keinen archimedischen Punkt, von dem aus (noch dazu in globaler Perspektive) allgemeingültige Kriterien zur Beurteilung kulturellen oder ästhetischen Werts zu entwickeln wären. Aber: Eine solche kulturrelativistische Sicht kann *im Rahmen einer nationalen Gesellschaft* – die ja verbindliche Regeln und Maßnahmen der Bildungs- und Kulturpolitik festlegt – dazu führen, dass man (diplomatisch formuliert) ausgesprochen *unbefriedigende kulturelle Verhältnisse rechtfertigt*.

Noch einmal muss ich mich selbst als Beispiel nehmen. Aufgewachsen in einem bildungs- und kunstorientierten Elternhaus, motiviert von engagierten Lehrern, Student der Literatur- und Kunstwissenschaft, beruflich zusammenarbeitend mit belesenen, künstlerisch rundum neugierigen und sensiblen Kolleg*innen, durfte ich die Erfahrung machen, dass ästhetische Erlebnisse zum besten Teil des Daseins gehören. Dabei stellt man immer wieder fest, wie eng Genuss und Freude mit Kenntnis und Übung zusammenhängen. Wer das weiß, kann sich schwerlich hinstellen und – mit wissenschaftlicher Autorität! – behaupten, er oder sie sei nicht privilegiert gegenüber Menschen mit einer erheblich schmaleren

Bandbreite ästhetischer Erfahrungen. Diese Menschen wuchsen meist in Milieus heran, die auf vielschichtige Empfindungs- und Ausdrucksfähigkeit sowie auf Wissen und Kommunikation zur Entfaltung ästhetischer Sensibilität wenig Wert legen oder das gar als »schwules Getue« ablehnen.

Kunst- und Kulturwissenschaftler*innen sind von Ausbildung und Berufspraxis her in hohem Maße disponiert, nach Mustern der Profästhetik wahrzunehmen und zu handeln. Sie haben gelernt, das Beziehungspotenzial von Phänomenen wie die damit verbundenen Rezeptionen analytisch zu entfalten. Sie gehören zu denen, die das Spiel der intertextuellen Verweise beherrschen – dessen Regeln sie formulieren, predigen und überwachen. Und sie haben die Fähigkeit entwickelt, dem professionellen Umgang mit ihren Gegenständen ein hohes Maß an Wohlgefallen abzugewinnen. Sie stehen (folgt man verbreiteten Selbstbeschreibungen) dem sinnlich Eingängigen kritisch gegenüber und ziehen einen analytischen Zugang zum Schönen vor. Mit Max Weber (1972: 327f.) könnte man sagen: Sie haben die Askese zu solcher Virtuosität entwickelt, dass deren Genuss zu ihren höchsten Vergnügungen gehört (zumindest nach eigener Aussage). Wenn diese Gruppe zum *unbegrenzten* Respekt vor anderen – auch restringierten! – ästhetischen Kulturen aufruft, dann kann man das so verstehen: Wir legen keinen Wert darauf, dass andere an den Möglichkeiten von Vergnügen und Genuss teilhaben, die wir praktizieren und hochschätzen.

Die Besserstellung von Kulturwissenschaftler*innen zu leugnen, fiel umso schwerer, als neuere Forschungen zur sozialen Verteilung kultureller Praktiken in westlichen Gesellschaften unter Stichworten wie »From Snob to Omnivore« (Peterson/Kern 1996) oder »multikulturelles Kapital« (Gebesmair 2001, 2004) einen Trend bestätigen: Die größte Breite der Aneignung von Kunst zwischen Giotto und *Game of Thrones*, Brahms und Black Metal zeigen Gruppen, die über das meiste *legitime* kulturelle Kapital verfügen, sich also am besten in der kanonisierten Hochkultur auskennen. Sie haben nicht nur das farbigste Spektrum ästhetischer Interessen. Wenn *sie* sich mit einem bestimmten Kunstbereich – auch im Populären! – beschäftigen, dann kennen sie sich dort mit hoher Wahrscheinlichkeit besser aus als jene, die nur diesen einen Bereich schätzen. Im Schnitt gehören sie auf *allen* Feldern ihres ästhetischen Interesses zu denen mit den *größten Kompetenzen*. Wer Ahnung von Brahms hat, ist mit höherer Wahrscheinlichkeit Kenner von Black Metal als jemand, der ein-

fach gerne Pophits hört! Das gilt anscheinend auch umgekehrt: »Wer sich in besonderem Maße für Rock- und Popmusik interessiert, kennt sich überdurchschnittlich gut im Bereich der Klassik aus.« (Frank/Maletzke/Müller-Sachse 1991: 281)

Der Begriff des Kenners bezieht sich auf Bertolt Brechts (1967) Forderung, im Blick auf die traditionellen Kunstgattungen bestehe demokratischer Fortschritt darin, den kleinen Kreis der Kenner zu einem großen zu machen – weil Kunst Kenntnisse verlange. Das ist zunächst einmal sympathisch gedacht, beruht aber doch auf einem relativ rationalistischen Verständnis des Wissens, das an ästhetischem Erleben beteiligt ist. Das verkörperlichte und praktische Wissen der »Laien« hat Brecht nicht im Blick.

Dass aber *weit verstandene Kennerschaft*, in welchen Formen und Sprachen auch immer, zur Basis ästhetischen Vergnügens gehört, dafür spricht so viel, dass man eben nicht einfach die Gleichrangigkeit aller ästhetischen Rezeptionsmodi verkünden kann. Im Komplexitätsargument (dem gar nicht so heimlichen Zentrum aller Profikästhetik) steckt allem Anschein nach, wie etwa bei Johnson (2006) und Faulstich (1996; →Kap. 5.4) zu sehen war, ein ernst zu nehmender Kern. Was folgt daraus? Ist es wirklich so, dass das Erkennen von Strukturen in und um kulturelle Texte ästhetisches Erleben grundsätzlich intensiver, vielschichtiger, reichhaltiger und damit befriedigender macht? Oder ist dies nur eine ›kognitivistische‹ Spielart *neben* anderen, deren Vergnügen auf einer ›integralen‹ kaum aufzuschlüsselnden Perzeption durch ›die ganze Person‹ beruht? Und falls es sich um unvergleichbare Weisen des Erlebens handelt, wäre es dann besser, wenn alle über möglichst viele dieser Methoden verfügen könnten?

Es gibt bisher zu wenig Kenntnis darüber, welche Unterschiede im ästhetischen Erleben mit kognitiven Aspekten wie Wissen, im Hirn gespeichertem Vergleichsmaterial und differenziertem Versprachlichungsrepertoire verbunden sind. - Kaum niedergeschrieben, hinterlässt der Satz ein ungutes Gefühl. Kann man als Intellektueller ein derart kognitiv-rationalistisches Verständnis von Ästhetik vertreten – und damit die eigenen Fähigkeiten und Neigungen für allgemeingültig erklären?

Wenn man jedenfalls gegebene Ungleichheit nicht hinnimmt, sondern Kompetenzen und Erleben *gerade derer mit dem schmalsten Spektrum des Vergnügens* an Massenkünsten entfalten will, dann ist eines offenbar nicht zu haben: Bequemlichkeit. Die liberale Gleichschätzung aller kultu-

rellen Praktiken und ästhetischen Maßstäbe hat ein erhebliches ›Geschmäcke‹: Sie festigt den Status quo. Nicht weniger heikel für Kulturprofis ist aber die Deutung komplexitätsorientierter ästhetischer Praktiken mit hohem intellektuellem und Wissensanteil als überkommenes Privileg, das nun demokratisiert (sprich: verallgemeinert) werden müsse. Denn daraus folgt: »Wer nicht wird wie wir, dem entgeht Schönes.« Nimmt man das ernst, dann verlangt man von allen, die im Geltungsbereich der Laienästhetik sozialisiert wurden, aufwändiges Einarbeiten in kognitive Wissensbestände und Fertigkeiten. Anders formuliert: Man legt ihnen nahe, ihr Leben zu ändern. Wer das nicht tut – und dafür haben Menschen meist sehr gute Gründe –, der sei dann selbst verantwortlich für sein beschränktes Erleben.

Bekennnisse zur Gleichwertigkeit ästhetischer Erfahrungsweisen sind aus dieser Sicht zwar ehrenwert. Doch sollten sie ergänzt werden durch Angebote kultureller Bildung, die *positiv* von verbreiteten Praktiken und *vorhandenen* Kompetenzen der ›Laien‹ ausgehen (Hornberger/Krankenhagen 2013; Maase 2015; Hornberger 2016, 2017).

5.6 RESÜMEE: MASSENKUNST IM ÄSTHETISCHEN ALLTAGSERLEBEN

Am Schluss des Kapitels ist auf eine Art Gretchenfrage zurückzukommen. Wenn a) ästhetisches Erleben den gesamten Alltag zunehmend durchzieht, und wenn b) die textlichen Unterschiede zwischen populären und traditionellen Künsten relativiert werden durch die Nutzungspraktiken der Laien- und Profikästhetik – wozu dann der Aufwand zur Erörterung dessen, was *Massenkunst* ausmacht? Warum nicht einfach über ästhetisches Vergnügen welcher Art auch immer reden? Dazu im Folgenden einige Überlegungen.

Als erstes ist festzuhalten: Bei Massenkünsten ist der Abstand, die gefühlte und praktizierte Differenz zum Alltäglichen deutlich geringer als bei den traditionellen. Man kann sagen, dass Profikästhetik hauptsächlich auf kanonisierte Hochkunst angewandt wird, Laienästhetik mehrheitlich auf Populäres. Der relativ feste Platz, den der etablierte Kulturbetrieb einnimmt, verdankt sich unter anderem dem verbreiteten Wunsch, den Alltag und seine Routinen nicht nur für kurze ästhetische Episoden zu

verlassen. Man genießt es, mit einer gewissen Ritualisierung deutlichen Abstand zu schaffen. Kunst-Events bieten sich dazu an.

Nun können fraglos auch ein Popfestival oder das gepflegte Ausgehen ins Musical mit anschließendem Restaurantbesuch als längerer Ausstieg aus dem Alltag erlebt werden. Doch aus historischen Gründen bieten Einrichtungen der Hochkultur sowohl mit aufwändigen multisensuellen Aufführungen wie mit exquisitem Ambiente hier ausgesprochen Reizvolles. Man denke an Opernhäuser, Konzertsäle oder den Hype um die Hamburger Elbphilharmonie. Auch wenn die Opposition populär vs. bildungskulturell für Untersuchungen der Kunst-Nutzung nicht länger die strukturierende Achse darstellt, eine gewisse Rolle spielt sie weiterhin.

Zweitens: Wenn aus der Alltagsperspektive der Abstand zur Hochkultur und ihren Ritualen deutlich größer ist als der zu populären Künsten, bedeutet das: Vor allem letztere stehen – marktwirtschaftlich formuliert – in Konkurrenz zu *nichtkünstlerischen ästhetischen Erlebnissen*. Vieles weist darauf hin, dass Massenkunst oft wenig fokussiert, mit wechselnder Aufmerksamkeit und in Ausschnitten rezipiert wird. So wird die Interaktion mit ihr vermutlich Erlebnissen ähnlicher, die Gerhard Schulze (1992: 98-102) als »alltagsästhetische Episoden« bezeichnet – und dazu zählt er unter bestimmten Umständen auch den Genuss einer Flasche Bier, das Bügeln oder den Griff zum Honig auf dem reich gedeckten Frühstückstisch.

Da macht dann auch ein wichtiger Unterschied keinen Unterschied. In diesem Band wird Kunst dadurch systematisch von anderen Partnern ästhetischer Interaktion abgegrenzt, dass sie vorrangig zum Zweck ästhetischen Erlebens produziert wurde – während Bier und Honig doch primär Nahrungsmittel sind. Allerdings löst sich auch diese Differenz in manchen Bereichen auf. Zu denken ist insbesondere an Gebrauchskünste wie Design, Gartenbau, Werbung. Ein Reklamespot, der überhaupt keinen Anspruch auf Sachinformation erhebt, vielmehr die Marke nur mit einer visuell eindrucksvollen Geschichte verbindet; ein Stuhl, der nicht als Sitzmöbel, sondern als Skulptur funktioniert; ein Garten, der dem Haus zu »einem starken Auftritt« verhilft – da geht es *in erster Linie* um ästhetische Wahrnehmung.

Die Konkurrenz der ästhetischen Alltagsepisoden trifft drittens die *narrativen* Künste am wenigsten. Und das nicht nur, weil ein Werbespot von maximal 60 Sekunden neben starken Bildern und ein wenig Spannung gerade mal *eine* überraschende Pointe bieten kann. In Massenkün-

ten wird heute relativ komplex erzählt – weil das durchschnittliche Anspruchsniveau kontinuierlich steigt und schlicht Gestricktes zunehmend weniger Menschen Vergnügen bereitet. Zugleich sorgen *laienästhetische Routinen* dafür, dass man den *Erzählungen* der PK insgesamt mit erheblicher Aufmerksamkeit und Eigenaktivität begegnet. Kaum jemand setzt sich hin, um Werbung zu schauen; daran ändern auch Spots nichts, die bei YouTube kurzzeitig virale Karriere machen. Eine TV- oder Heftromanserie hingegen wird von vielen auch als eine Art (selbstgewählter, da hilfreicher) Verpflichtung aufgefasst, möglichst auf dem Laufenden zu bleiben und wenige Lücken entstehen zu lassen (Nast 2017).

Allgemein sind Kunstphänomene darauf angelegt, einen weiteren Horizont in Vergangenheit wie Zukunft hinein zu eröffnen als die meisten alltagsästhetischen Episoden es vermögen. Sie sprechen Erinnerung und Phantasie umfassender an und zielen darauf, ausgreifendes Imaginieren in Gang zu setzen (Seel 2000: 119). Andere Gegenstände bieten ästhetisches Erleben auch ohne Anbindung an vergleichbar umfassende Kontexte.

Will sagen: Trotz aller Einschränkungen, die der gewöhnliche Tagesablauf mit sich bringt, kommen in der Interaktion mit Angeboten populärer *Kunst* unvermeidlich Zuwendungserwartungen und habitualisierte Aufmerksamkeitsmuster ins Spiel, die den dispersen Anlässen sonstiger alltagsästhetischer Episoden weithin fehlen. Da bleibt man mal eben an der Vase stehen und arrangiert die Blüten, man fokussiert kurzzeitig das leuchtende Herbstlaub im Garten oder lässt sich ein Dessert auf der Zunge zergehen – das war's.

Viertens die vermutlich wichtigste Differenz: *Alltagsästhetische Episoden* oder die Momente »impressiven Ausdruckserlebens«, von denen Kleimann spricht, *sind wesentlich private Erfahrungen*. Man spricht beim Frühstück nicht darüber, welche Assoziationen der Honig für Sekunden aufkommen ließ oder wie toll der erste Schluck Bier am vorigen Abend geschmeckt hat; man erzählt Partner*innen oder Freund*innen eher nicht, an welchem Naturphänomen man sich gestern erfreut hat. Solche ästhetischen Erlebnisse kann man ganz selten teilen und damit intensivieren – weil sie eben *nicht massenhaft zirkulieren*. Es ist schlicht weniger üblich, Eindrücke von Honig oder Herbstlaub zu kommunizieren – während die persönliche Mitteilung, wie einem der Krimi gefällt, den man gerade liest, sozial anerkannt ist. Plakativ: Alltagsästhetisches Erleben wird grundsätzlich als persönlich, privat, wenn nicht gar intim behan-

delt.⁵⁶ Hingegen gilt auch bei populärer Kunst Anschlusskommunikation als legitim und ist inzwischen Teil von Konversationsroutinen; mit dem Web 2.0 scheint dieser horizontale Austausch unter PK-Nutzern noch erheblich zuzunehmen. So hat man teil am Sozialen, letztlich an der Aushandlung gesellschaftlicher Wert- und Relevanzordnungen.

Das heißt: Auch aus der Alltagsperspektive bildet ästhetisches Erleben mit Massenkunst nicht einfach eine neben vielen anderen Episoden. Für die Menschen geht es – beileibe nicht immer, aber doch mehrheitlich – um geschätzte und bewusst gesuchte Erfahrungen; und analytische Betrachtung kann das anhand der markanten Unterschiede der Praxisformen bestätigen. Massenkunst als wichtige und spezifische Quelle ästhetischen Erlebens und sozialer Aushandlungen *ist* ein eigenständiges Untersuchungsthema.

WEITERFÜHRENDE LITERATUR

- Bourdieu, Pierre (1999): *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Frankfurt a.M.
- Dissanayake, Ellen (2001): Kunst als menschliche Universalie. Eine adaptionistische Betrachtung. In: Peter M. Hejl (Hg.): *Universalien und Konstruktivismus*. Frankfurt a.M., 206-234.
- Frith, Simon (1992): Zur Ästhetik der Populären Musik. In: *PopScriptum* 01 – Begriffe und Konzepte; URL: https://www2.hu-berlin.de/fpm/popscrip/themen/psto1/psto1_frith.htm [19.10.2018].
- Gebesmair, Andreas (2001): *Grundzüge einer Soziologie des Musikgeschmacks*. Opladen.
- Groys, Boris (1992): *Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie*. München.
- Liebau, Eckart (Hg.) (2007): *Schönheit. Traum – Kunst – Bildung*. Bielefeld.

56 | Das war zu Zeiten der bürgerlichen Empfindsamkeit im 18. Jahrhundert mit ihrer Brief- und Freundschaftskultur anders.