

**Udo Göttlich / Stephan Porombka (Hrsg.)**  
**Die Zweideutigkeit der Unterhaltung**  
 Zugangsweisen zur populären Kultur  
 Köln: Halem, 2009. – 245 S.  
 ISBN 978-3-938258-95-8

Zwar bildet Unterhaltung unverkennbar einen Kernbereich der Medienkultur, jedoch bleibt die theoretische Beschäftigung mit diesem Phänomen in der Medienwissenschaft bislang vergleichsweise rudimentär. In diese Lücke zielen Theorien und Analysen des Hildesheimer Kulturwissenschaftlers Hans-Otto Hügel. Er hat in vielen Publikationen grundlegende theoretische Reflexionen mit der Analyse ganz unterschiedlicher Phänomene wie etwa der Kriminalliteratur in Beziehung gesetzt. Hügels Motto „Man muss sich für alles interessieren können“ motiviert seit den 1980er Jahren auch seine Schüler zu unterschiedlichen theoretischen Reflexionen der Populärikultur. Aus historischer Perspektive zeigte Hans-Otto Hügel, „wie bereits in der bürgerlichen repräsentativen Kultur die Entstehung von Unterhaltung angelegt war“ und welche ästhetischen Eigenarten populäre kulturelle Artefakte kennzeichnen. (11) Er konzipierte „Unterhaltung als einen kommunikativen Prozess, bei dem das Unterhaltungsartefakt etwas zu sagen hat, worauf der Rezipient antwortet, wodurch wiederum das Artefakt etwas anderes zeigt. Usf.“ (33) Auch der kommunikative Prozess ist vom dominierenden Prinzip der Uneindeutigkeit gekennzeichnet. „Unterhaltsames sei nicht identisch mit Unterhaltendem und in gewisser Weise sei das Unterhaltsame sogar das Gegenteil des Unterhaltenden, da der kommunikative Zweck von Unterhaltung niemals festgeschrieben, sondern stets mehrdeutig sei.“ (18) Ebenfalls interessiere Hügel, so Göttlich und Porombka in ihrer Einleitung, „die Frage nach der kulturellen Produktion – und damit dann auch die Frage nach der Gemachtheit der Werke und den Bedingungen und Möglichkeiten ihres Machens.“ (12)

In den Beiträgen des nun vorliegenden Sammelbandes „Die Zweideutigkeit der Unterhaltung“ wenden vor allem Hügels Schüler die Kernthesen ihres Lehrers auf vielfältige historische und aktuelle Erscheinungsformen der Populärikultur an. Schillers unvollendetes Geisterseher-Projekt (Porombka) wird ebenso analysiert wie die medientheoretischen Erklärungspotenziale etwa zur Tiefgründigkeit fotografischer Oberflächen der Trivialliteratur (Wortmann). Weitere Untersuchungsbereiche sind Kochsendungen (Lowry), Schlager

(Maase) und Songs der Neuen Deutschen Welle (Hohenberger) sowie Starkonstruktionen, Genrebilder und Brickfilme als Ausdrucksform der Medienamateurpraxis (Mertens). Trotz dieses thematisch sehr breiten Spektrums bilden Thesen und Publikationen Hügels die Basis der Texte. Selbst eher persönlich gehaltene Beiträge wie Christian Kortmanns „Im Auto mit Hügel“ werden u. a. mit Fragen nach der zentralen Zäsur in der Geschichte der modernen Populärikultur eng an die Hügelsche Theoriebildung gekoppelt. Gleichzeitig fungiert der Text als Aktualisierung eines Kleistschen Textes über die allmähliche Verfertigung von Gedanken beim Autofahren. Ein Anhang ergänzt die universitäre Perspektive und dokumentiert die thematisch vielfältigen Expertenaktivitäten von Hügel in der Quizreihe „Der große Preis“ (ZDF).

Ein Fokus des Bandes liegt auf unterschiedlichen Erscheinungsformen und Teilbereichen der Medienkultur. Ingrid Tomkowiak illustriert die Tragfähigkeit von Hügels Konzept der ästhetischen Mehrdeutigkeit am Beispiel des Schauspielers Johnny Depp. Sie verweist auf die vielschichtigen Beziehungen zwischen Starimage, Schauspielleistung, Rolle, filmischen Erzählfluss und der Aufmerksamkeit der Zuschauer. „Denn es ist eben diese gleichzeitige Präsenz von Figur und Schauspieler einerseits sowie von Teilhabe und Distanz des Zuschauers andererseits, die das ästhetische Vergnügen bereiten, Johnny Depp bei seiner Arbeit zuzuschauen.“ (29) Gleichzeitig verweist Frau Tomkowiak auf die theoretische Reflexion des Schauspiels durch Depp und seine konzeptionellen Figurenwürfe, die John Waters Bezeichnung „auteur actor“ auslösten. Dieser Begriff verweist auf die zentrale Rolle des Schauspiels in der filmischen Bedeutungskonstruktion.

Werner Greve illustriert am Beispiel der mittlerweile seit fast 50 Jahren produzierten James Bond-Filme, „dass Unterhaltungsfilme aus verschiedenen Gründen äußerst sensibel auf Strömungen des Zeitgeistes reagieren, diese daher geradezu seismografisch widerspiegeln und so für die Nachwelt dokumentieren.“ (44) Jede Traumfigur müsse „wenigstens ausreichend realistisch sein, um eine anschlussfähige denkbare Traumfigur werden zu können.“ (47) Ein zentraler Aspekt des Filmerfolgs liegt im Rollenmuster des Geheimagenten begründet. „Das Hauptaugenmerk gerade eines echten Geheimagenten ist es vielmehr, dass er sich nicht von seinen Mitmenschen unterscheiden darf. Insofern ist der Geheimagent geradezu das ideale Identifikationsobjekt, denn der Alltag,

der auch die (sic!) unsrige ist, ist zugleich sein Revier und seine Tarnung.“ (47) Da sich die Realität der Zuschauer permanent verändere, müsse sich auch der Geheimagent diesen Veränderungen anpassen. (49) Dennoch verändern sich die Bondfilme selbst nur wenig. (50)

Stephen Lowry befasst sich mit dem aktuellen System aus Formaten, „die mit einer Mischung aus Innovation, Wiederholung und Variation bestimmte Zielgruppen zu erreichen versuchen.“ (59) Er untersucht Kochsendungen als Talkshowformat, in dem auch gekocht wird und das zentral von den Rollenmustern der jeweiligen Fernsehköche beeinflusst ist. Gleichzeitig konstatiert er einen crossmedialen Charakter, der neben Rezepten und Empfehlungen auch Merchandizing-Angebote zur Verfügung stellt. Mit Vertretern der Literaturkritik ist er weniger vertraut, so dass der Name von Marcel Reich-Ranicki konstant falsch geschrieben ist. Ob diese falsche Schreibweise von Reich-Ranicki wohl ironisch gemeint ist?

Barbara Hohenberger widmet sich der Rezeption von Affirmation am Beispiel der Neuen Deutschen Welle. Dabei verweist sie auch auf den Einfluss von Traditionslinien und Stilelementen des deutschen Schlagers der 1950er Jahre. Die Protagonisten der Neuen Deutschen Welle besetzten „die Insignien des Bürgerlichen, indem sie z. B. demonstrativ Anzug tragen. (...) Die taktische Form der Affirmation ist eine Subversionsstrategie, die nicht mehr offen oppositionell, sondern als verstecktes Agieren, als entlarvend-ironische Unterwanderungsstrategie funktioniert.“ (87)

Felix Reisel und Jörg Uwe Nieland untersuchen die Rolle des frühen Todes von Popmusikern für den Unterhaltungsprozess, u. a. am Beispiel von Buddy Holly und Kurt Cobain. Dabei verweisen sie auf die Bedeutung des Star-körpers. „Dessen Jugendlichkeit sei ein Ideal der populären Kultur und der Popmusik im Besonderen. Im Falle des frühen Todes wird das Bild des jungen Körpers zum endgültigen, die Jugendlichkeit der Starfigur ist konserviert, sie währt ewiglich.“ (109) Ein weiterer Themen-schwerpunkt von Reisel und Nielands Beitrags bildet die Fankultur als existenzieller Gegen-part zum Star. Der Kommunikationsprozess innerhalb der Fanszene bilde einen aktiven Bei-trag zur Starkonstruktion. „Der Star ist keine real existierende Person, er ist ‚entwirkt‘“ (Hügel 2007b: 151), ein Konstrukt. Kulturin-dustrie und Medien unterbreiten durch das Ein-führen einer Medienfigur und das Publizieren ihres Werkes ein ‚vieldeutiges Kommunikati-onsangebot‘ (ebd.: 157), aus dem der Rezipient auswählt und Teile entweder ablehnt, umdeutet

oder adaptiert, um die Starfigur samt Image zu konstruieren.“ (104) Auch für den themati-schen Kontext dieses Beitrags lässt sich Hügels Konzept der ästhetischen Mehrdeutigkeit fruchtbar machen. „In Situationen der Unter-haltung hat der Rezipient teil an einem Prozess, bei dem ‚alles Dargebotene ganz echt und zu-gleich unecht ist‘“ (Hügel 2007a: 21), also ästhe-tisch zweideutig.“ (112)

Der Band vermittelt neben unterschiedlichen Analysen vielfältige Einblicke in verschiedene Themenschwerpunkte der Unterhaltungstheorie und bezieht dabei auch einflussreiche histo-rische Positionen ein. Stefan Krankenhagen re-flektiert die Symbiose von Adornos ästhe-tischer Unterhaltungstheorie mit Wahrheitsdis-kursen, möglichen kritischen Funktionen der Kun-st und Konzepten eines gelingenden Le-bens. Krankenhagen zeigt die Einflüsse Ador-nos auf aktuelle Unterhaltungstheorien auf. Re-flexionen zu theoretischen Kontinuitäten ent-hält bereits die Einleitung des Bandes. Hier be-tonen Udo Göttlich und Stephan Porombka die lang andauernde Dominanz des Verfallsdiskur-ses in der Dichotomie von Kunst und Unter-haltung seit den 1890er Jahren. Seit den 1990er Jahren ist aus ihrer Sicht eine „Analyse der Durchdringungen, Wechselwirkungen und Be-ziehungen von Kunst und Unterhaltung, von Kultur und Populärem sowie von Alltag und Medien“ (9) zu beobachten. Diese Theorien werden von Udo Göttlich und Eggo Müller weiterentwickelt: Göttlich beleuchtet in der Druckfassung seiner Duisburger Antrittsvorlesung die „Entwicklung einer Unterhaltungsof-fentlichkeit in der Gegenwart“ (14), Eggo Müll-ler thematisiert die Rolle der Unterhaltung im Zeitalter der Medienkonvergenz und berück-sichtigt dabei auch aktuelle Phänomene wie YouTube.

Diesen Sammelband zeichnen seine viel-schichtigen Verknüpfungen aus Theorie und Analyse aus. Er verdeutlicht exemplarisch, dass Unterhaltungstheorien eine wichtige Basis für die Erklärung historischer und aktueller Medi-enphänomene bieten.

Joan Kristin Bleicher

### Thomas Hecken

#### Pop – Geschichte eines Konzepts 1955–2009

Bielefeld: Transcript, 2009. – 568 S.

(Kultur- und Medientheorie)

ISBN 978-3-89942-982-4

*Pop* wie in *Pop Art* ist ein anderer Begriff als das *pop* in *popular culture* oder *Populärkultur*. *Pop*