

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 historische Positionen ein. Stefan Krankenhagen re-flektiert die Symbiose von Adornos ästheti-scher Unterhaltungstheorie mit Wahrheitsdis-kursen, möglichen kritischen Funktionen der Kunst und Konzepten eines gelingenden Le-bens. Krankenhagen zeigt die Einflüsse Adornos 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*

ist keine Neuschreibung und Nur-Aufwertung des älteren, fast nur abwertend gebrauchten Konzepts der *Massenkunst*. Popkultur ist nicht Populärkultur. Seitdem in den späten 1950ern zunächst in der Bildenden Kunst, später dann in Kritik, Kulturtheorie und Philosophie diverse Bemühungen um eine Neu- oder Umbewertung der Produkte der Kulturindustrien publiziert wurden, durchzieht die Frage, wie man *Pop* als eine besondere Umgehensweise mit diesen Produkten denn erfassen können, die Debatten. Es ging um solche Qualitäten wie die Massenhaftigkeit der Produkte, die Serialität von Produktion und Form, die unmittelbare Erschließbarkeit der Texte und Events, die Abwesenheit oder Trivialität von Sinn-Horizonten, die offenen ökonomischen Verwertungszusammenhänge. Die Frage, was *Pop* denn sei, ist bis heute Gegenstand von Artikeln der Kritik, von wissenschaftlichen Tagungen, von Sammelbänden geblieben. Ob die Diskussion darauf hinausläuft, *Pop* in den Formen und Strategien ästhetischer Aneignung auszumachen und das Konzept letzten Endes als eine besondere Form symbolischer Praxis (im Umgang mit wiederum besonderen Objekten) auszumachen, ob sie spezifische Elemente oder Aspekte von Objekten – wie deren Rauigkeit, ihre Ästhetisierung von Serialität und Repetitivität, den Umgang mit Körperllichkeit u. a. m. – fokussiert, ob sie sich auf soziale und kulturologische Leistungen der Pop-Kultur wie die Dimension des (kulturellen) Gedächtnisses oder die Funktion der Produktion von Distinktionsmerkmalen konzentriert, ist sicherlich heute kaum abzuschätzen. Ein lebendiger Gegenstand des Nachdenkens ist *Pop* aber geblieben, ein Sujet zwischen Kunstkritik (vor allem in der Musik), den Modellen ästhetischer Aneignung und soziologischer Theorie.

Thomas Hecken legt nun mit seinem Buch *Pop* eine erste umfassende Darstellung der Geschichte der verschiedenen Konzeptualisierungen des Gegenstands vor, der seit den 1950ern in immer neuen Kontexten neu bedacht worden ist. Es ist eins der Bücher geworden, das sei schon am Beginn festgehalten, die man mit größtem Vergnügen entgegennimmt, die man nicht missen möchte und die man sofort nach der Lektüre auf das Bücherbord mit den Standardwerken stellt. Hecken, der selbst lange für die Musikzeitschrift *Spex: Magazin für Popkultur* geschrieben hat, in der auch Diedrich Diederichsen publizierte, der in Deutschland wohl bekannteste Beiträger zum Pop-Diskurs, nennt sein Unternehmen ganz bescheiden und unspektakulär im Untertitel *Geschichte eines Konzepts*. Es ist eine Begriffsgeschichte geworden,

im besten Sinne des Wortes – weil Begriffe wie *Pop* nicht feststehen, sondern sich im historischen Prozess verändern, und weil Begriffe nicht Sachen bezeichnen, sondern auf tastende Versuche zurückweisen, Phänomene sprachlich zu erfassen und kommunizierbar zu machen, die sich erst in der historischen Praxis als Probleme herausstellen. Begriffe schaffen Ordnungen, die ihrerseits Orientierung ermöglichen (man mag dies auch als Grund dafür ansehen, dass die Diskussion über *Pop* vor allem in der Kritik und im Feuilleton ausgetragen worden ist – die Adressaten dieser Diskussion waren nicht Wissenschaftler und Theoretiker, sondern Subjekte, um deren kreative, ästhetische und symbolische Praxen es ging).

Der Pop-Diskurs steht im Zusammenhang mit der Auflösung der Kanonisierungen und Ritualisierungen der bildungsbürgerlich kontrollierten E-Kultur, setzt pünktlich mit den inneren sozialen Differenzierungen der hochkapitalistischen Gesellschaften ein, korrespondiert mit den sich auflösenden Traditionalismen des sozialen Lebens und der Herausbildung des *Mainstream*-Phänomens (und der zunehmenden Ermächtigung der Kulturindustrien). Die bis dahin so sicher geglaubte Kategorie des *Werks* verflüchtigt sich – es werden nun eher die Umgehensweisen mit kulturellen Produkten, eine spezifische Aufmerksamkeit, die die Oberflächen der Werke, ihre Materialität, aber auch ihre Inszenierung, die explizit ausgestellten Schau- und Hörwerte einnehmen, die in der Rede von *Pop* konzeptualisiert werden. Hecken zeichnet die sich verändernden Kontexte nach, basierend auf einer bewundernswerten Kenntnis der Texte, die diesen Diskurs entfaltet haben. Es sind vor allem amerikanische und englische Autoren, die die Debatte vorangetrieben haben (die deutschen Beiträge, die erst viel später entstanden sind, werden von Hecken sympathischerweise „provinziellen Zusammenhängen“ zugeschrieben, ohne deren Qualität aber diffamieren zu wollen).

Eines wird schnell deutlich, wenn man sich in Heckens Darstellung vertieft: Die Diskussion um *Pop* ist eine Auseinandersetzung um ästhetische Kategorien. Es geht hier nicht um die Untersuchung semiotischer, soziologischer oder ästhetischer Aspekte von Volkskultur (*popular culture*). Und es geht auch nicht darum (wie vor allem englische Untersuchungen zur Kultur der *lower class* betont haben), die Alltagskulturen der Nicht-Herrschenden auf Momente des Widerstands, der Verweigerung oder der Umwertung bourgeois Werte hin zu untersuchen. Werke, die man dem *Pop* zurechnen könnte, bleiben für alle zugänglich, sind

(zumindest potenziell) nicht nur massenhaft hergestellt, sondern auch ubiquitär verteilt. Sie erfüllen auch weiterhin elementare soziale Funktionen, Identitäts- und Subjektivitätsmodelle anzubieten, soziale Distinktionen zu produzieren, schichten- oder gruppenspezifische Stile herauszubilden. *Pop* fragt nach dem *Darüber hinaus*, nach dem von Roland Barthes so genannten *punctum*, nach dem Besonderen, das in einer als *Pop* zu bezeichnenden Aneignungsweise manifest wird. Die Kommerzialität der Objekte wird ebenso anerkannt wie die Seriärität und Typizität der Formen, die einerseits eine spezifische ästhetische Form des kulturellen Gedächtnisses ausmachen wie aber auch – in der Erfahrung von Typischem und Abweichendem – eigene ästhetische Erfahrungen ermöglichen. *Pop*-Objekte sind ambivalent, spielen mit Strukturen der Offenheit und Unbestimmtheit, sind gerade darum auslegungsbedürftig. Sie knüpfen an formale Strategien der Avantgarde aus der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts an – nutzen Verfahren der Verfremdung, nehmen Aufwertungen eines hedonistischen Stils der Selbstinszenierung vor, treiben ein bewusstes Spiel mit den Möglichkeiten der technischen Reproduktion (und der Manipulation oder Modifikation technischer Abbilder), ein Spiel auch mit den Methoden der Produktion von Aufmerksamkeit, wie sie in der Werbung üblich sind. Das *Pop*-Objekt gerät so in einen allgemeinen Horizont von Attraktionalität als eines antinarrativen Verfahrens, den Nutzer *qua* Erscheinungsweise des Produkts zu binden. *Stil* wird zum eigentlichen Verankerungspunkt des Adressaten, die symbolischen Elemente werden tendenziell de-symbolisiert, werden zu glanzvoll inszenierten Zeichenhülsen und zu Material einer umfassenden semiotischen Rezyklierungs-Maschinerie. Der sowohl in den 1960ern wie in den frühen 1980ern so wichtige gegenkulturelle Provokations- und Protestimpuls trat dagegen immer schnell zurück.

Dass sich heute bei der eingestandenen Herkunft der *Pop*-Produkte aus der Massenkultur mit dem Label *Pop* wiederum spezifische elitäre Stilrichtungen herausbilden können, die zur Formierung von stil-induzierten Gemeinschaften oder gar Gemeinden führen, deutet darauf hin, dass der *Pop*-Diskurs eng an die Frage nach den Deutungsmacht-Eliten der Vor-*Pop*-Zeit gekoppelt ist und so eine politische Dimension hat, zumal dem *Pop* immer wieder eine fundamental-hedonistische Tendenz vorgeworfen wurde, die zu einer fatalen Entkopplung von ästhetischer Praxis und politischer Macht führe. Andererseits kann *Pop*-Rezeption als eine

spezifische, augenblicks- und event-orientierte ästhetische Aneignungsform des Spätkapitalismus ansehen, die gerade darin ihre oppositionellen Potenziale entfaltet. Man kann das Argument aber auch umdrehen und den Mustern der *Pop*-Rezeption vorwerfen, nur den ideologischen Funktionszusammenhang, in dem Horkheimer und Adorno die Kulturindustrie als Mittel beschrieben hatten, die wirklichen Machtverhältnisse zu verdecken, weiter fortzuschreiben. Die Lektüre von Heckens Buch hilft, dieses ungelöste Dilemma besser verstehen zu können: Die verschiedenen Programmatiken, Polemiken pro und contra, Versuche der Theoretisierung oder Empirisierung stehen dabei aber in sich historisch ständig verschiebenden thematischen und diskursiven Kontexten. Neben den Fragen einer politisch-ethischen Begründung der Künste (etwa in der Frage nach der Rolle des Realismus des Films gebündelt) steht *Pop* im Zusammenhang mit Konflikten zwischen den Klassen oder Schichten, mit denen zwischen Rassen und Geschlechtern, zwischen den Kräften der Repression und denen der Befreiung. Wie in jedem Diskurs steht der Gegenstand-in-Rede im Schnittpunkt ganz verschiedener Kontroversen und Interessenkonflikte. Dieses Feld ändert sich permanent – und es ist eine der größten Qualitäten von Heckens Studie, dass er genetisch verfährt, die jeweiligen Argumente und Positionierungen vor ihre historisch jeweils besonderen Bezüge stellt.

Hecken kann die Widersprüche, die auch bei konsequenter Historisierung der Aussagen zum *Pop* bleiben, nicht auflösen – er will es aber auch gar nicht. Es macht den Wert seiner Studie aus, dass man sich auch stöbernd in immer neue Kontexte der *Pop*-Diskussion vertiefen oder sogar verlieren kann – sie steht so wenig fest wie der Begriff. Ein Register erschließt den Band, der so auch als Handbuch verwendet werden kann.

Ein tolles Buch, jedem zu empfehlen, der sich für eine immer noch laufende Auseinandersetzung um das Ästhetische in spätkapitalistischen Gesellschaften interessiert.

Zur weiteren Vertiefung der höchst komplexen Thematik ist übrigens auch ein zweites Buch von Thomas Hecken zu empfehlen: *Theorien der Populärkultur. Dreißig Positionen von Schiller bis zu den Cultural Studies* (Bielefeld: Transcript 2007, 230 S. [Kultur- und Medientheorie]). Man vgl. auch Heckens Beitrag „Der deutsche Begriff ‚populäre Kultur‘ (in: *Archiv für Begriffsgeschichte* 49, 2007, S. 195–204), in dem Hecken das Verfahren, dem auch sein Buch *Pop* folgt, in aller Kürze vorführt. Zum kulturwissenschaftlich so zentralen Konzept

des „sozialen Gedächtnisses“ vgl. das von Christoph Jacke und Martin Zierold herausgegebene Themenheft „Populäre Kultur und soziales Gedächtnis: Theoretische und exemplarische Überlegungen zur dauervergesslichen Erinnerungsmaschine Pop“ des *Siegener Periodicum zur Internationalen Empirischen Literaturwissenschaft (Spiel)* (24, 2, 2005, S. 191–413). Zum weiteren Kontext vgl. neben den von Hecken genannten Studien (*Pop*, S. 12, Anm. 1) auch das *Handbuch populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen* (hrsg. von Hans-Otto Hügel. Stuttgart [...]: Metzler 2003, VI, 580 S.), das den unmittelbar benachbarten Bereich der Populärkultur in Einzelfacetten entfaltet.

Hans J. Wulff

Jessica Heesen

Medienethik und Netzkomunikation

Öffentlichkeit in der individualisierten Mediengesellschaft

Frankfurt a. M.: Humanities Online, 2008. – 210 S.

ISBN 978-3-9341-5761-3

(Zugl.: Stuttgart, Univ., Diss., 2006)

Die Begriffe „Öffentlichkeit“ und „Medien“ gehören in der modernen Mediengesellschaft zusammen und sind seit dem 19. Jahrhundert durch die Massenkommunikation geprägt. Doch wie verändert sich Öffentlichkeit im Zuge individualisierter Netzkomunikation? Welche normativen Konsequenzen resultieren aus den Neuen Medien, die von Interaktivität und Medienkonvergenz geprägt sind?

Medien gelten in dem konstruktivistischen Ansatz Jessicas Heesens als „Mittel der Welterschließung“ und konstituieren sich über „Wirklichkeiten und Handlungsdispositionen“ (7). In Zeiten einer „Totalität der elektronischen Kommunikation“ plädiert die Autorin von der Universität Stuttgart daher neben der Pluralität auf der Ebene der Meinungsbildung für „eine Pluralität der möglichen Erfahrung von Wirklichkeit“ (15). Konkret beinhaltet Medienfreiheit als Recht auf Meinungsausübung und Informationsfreiheit daher die Möglichkeit, sich im Rahmen des Rechts auf „kommunikative Selbstbestimmung“ (184) genau dieser auch zu verweigern. Durch die „gedankliche wie auch die praktische Einrichtung von IT-freien Gebieten“, die als „kontrafaktische Orientierungshilfe und als Gedankenexperiment zur Erweiterung der Vorstellungskraft in der Erfahrung von Wirklichkeiten“ dient, sollen

Werte wie Spontaneität, Unabhängigkeit und Zweckfreiheit vermittelt und damit individuelle Freiheit manifestiert werden (185).

War diese Verweigerung in Zeiten der klassischen Massenmedien noch relativ leicht möglich (durch Verzicht auf Endgeräte), so ist die Forderung nach IT-freien Gebieten in der globalen Informationsgesellschaft dem Umstand geschuldet, dass sich nicht nur die Medienangebote, sondern auch ihre Nutzung, das Medienhandeln sowie die Medienorte gravierend verändert haben. In ihrem Buch „Medienethik und Netzkomunikation“ erarbeitet die Autorin daher einen Öffentlichkeitsbegriff, der „dem disparaten Phänomen des Öffentlichen in einer individualisierten Mediengesellschaft gerecht wird.“ (Buchklappe). Der Begriff Öffentlichkeit wird differenziert als *beobachtende Öffentlichkeit* im Kontext der Herstellung von Wirklichkeiten, als *sozialisierende Öffentlichkeit* bezüglich der Ausbildung personaler Identitäten und als *politische Öffentlichkeit* im Rahmen der Ausgestaltung gesellschaftlichen Handelns (36f.). Letztere resultiert aus der „Notwendigkeit demokratischer Handlungsfolgenkontrolle“ (11). Normativ wird der Öffentlichkeitsbegriff in der globalen Informationsgesellschaft aufgrund der Verbindung der demokratischen Grundsätze *allgemeine Partizipation* und *Diskursivität* mit dem Universalisierungsgedanken als ethischem Begründungsmodell. (21) Bedingung für die notwendige Herstellung einer kritischen Öffentlichkeit ist damit die Überwindung der digitalen Spaltung. (27)

Medienethik reflektiert nach diesem Modell „auf die normativen Implikationen einer durch Medienhandeln und Medienöffentlichkeiten disponierten Wirklichkeitswahrnehmung.“ (27) Ihr geht es um das Handeln mit und in den Medien unter bestimmten Wertannahmen sowie um die Wirkung der Medien auf persönliche Haltungen sowie Wirklichkeitskonstruktionen. Als „normative Handlungsbasis“ (8) hat der Öffentlichkeitsbegriff für die Medienethik daher eine „Schlüsselstellung:“ (28) „Mediale Öffentlichkeit als Ausdruck und Vollzug individueller und kollektiver Freiheit reflektiert notwendig auf eine solidarische Verwirklichung der Freiheitsidee“ (190) im Sinne einer Gemeinwohlorientierung. Wurde dies, so Heesen, in den klassischen Massenmedien primär über den Gesetzgeber sichergestellt, so geht der Impuls in den interaktiven Medien von den einzelnen Medienteilnehmern aus. Dazu bedarf es einer institutionellen Absicherung, welche Medienfreiheit sowie Vielfalt und Unabhängigkeit im Rahmen einer freiheitlichen Medienordnung garantieren.