

Kaspar Maase (Hg.)

DIE SCHÖNHEITEN DES POPULÄREN

Ästhetische Erfahrung der Gegenwart



campus

Inhalt

Einleitung: Zur ästhetischen Erfahrung der Gegenwart.....9
Kaspar Maase

Grundlegungen

Zur Kritik der ästhetischen Ökonomie.....28
Gernot Böhme

Die Erforschung des Schönen im Alltag. Sechs Thesen.....42
Kaspar Maase

Ästhetische Konzepte in der Geschichte
der US-amerikanischen Populärkultur.....58
Winfried Fluck

Nachrichten aus dem gelingenden Leben.
Die Schönheit des Populären.....77
Hans-Otto Hügel

Bilder und Dinge

Die Schönheit des Populären und das Fernsehen.....98
Knut Hickethier

Me, Myself, I: Schönheit des Gewöhnlichen. Eine Studie zu den fluiden ikonischen Kommunikationswelten bei <i>flickr.com</i>	114
<i>Birgit Richard, Jan Grünwald und Alexander Ruhl</i>	
Fumetti – Der Comic schwebt zwischen den Extremen.....	133
<i>Andreas Platthaus</i>	
Schönheit im Industriedesign. Es gibt vier Richtungen. Und dazu: Design und Liebe (Philippe Starck).....	157
<i>Gudrun Scholz</i>	
 Populäre Musik	
Moment und Erzählung.....	184
<i>Diedrich Diederichsen</i>	
Rau, süßlich, transparent oder dumpf – Sound als eine ästhetische Kategorie populärer Musikformen. Annäherung an einen populären Begriff.....	192
<i>Susanne Binas-Preisendörfer</i>	
Ästhetische Erfahrungen mit populärer Kultur.....	210
<i>Mohini Krischke-Ramaswamy</i>	
 Körper	
Das Populäre und das Nicht-Populäre. Über den Geist des Sports und die Körperlichkeit der Hochkultur.....	232
<i>Thomas Alkemeyer</i>	
Ars erotica – eine populäre Kunst?.....	251
<i>Richard Shusterman</i>	

Anhang

Literaturverzeichnis.....	270
Glossar.....	287
Autorinnen und Autoren.....	301
Abbildungsnachweise.....	306
Personenregister.....	307

Die Erforschung des Schönen im Alltag. Sechs Thesen

Kaspar Maase

Wer sich in den Alltag begibt, der kommt darin um – zumindest als Wissenschaftler. Denn Wissenschaft betreibt Unterscheidung; Alltag hingegen gilt (nicht ganz zu Unrecht) als fragloses, kaum reflexiv durchdrungenes Tun und Erleben – und das schließt *grosso modo* auch die alltägliche Erfahrung des Schönen ein. Ordentliche Wissenschaft präpariert einzelne Beziehungen heraus, sucht mögliche Faktoren und Variablen zu isolieren und die Regeln ihres Wirkens zu bestimmen. Dazu muss sie alle anderen als die gerade untersuchten Einflüsse systematisch eliminieren, als Störvariablen behandeln. Für unser Thema heißt das: Wer ästhetische Erfahrung nach den Regeln ordentlicher Wissenschaft untersucht, muss die Beziehung zwischen den Menschen und den Gegenständen ihrer Erfahrung theoretisch-methodisch reduzieren. Will er nicht in den Sümpfen der Trivialität versinken, in denen alles mit allem zusammenhängt, so muss er zwei Dinge voraussetzen: dass die Untersuchten sich auf den Gegenstand ihrer ästhetischen Erfahrung konzentrieren und eine rein ästhetische Beziehung zu ihm haben. Das ist methodologisch zwingend, und genau so hat die akademische Theorie der Ästhetik über Jahrhunderte gearbeitet. Der Kulturwissenschaftler volkskundlicher Prägung kann sich aber des Eindrucks nicht erwehren, auf diese Weise werde die Spezifik des Gegenstands verfehlt – denn die liegt gerade darin, dass im Alltag solche Konzentration die Ausnahme bildet. Ja, der störrische Ethnograph mag sich nicht einmal festlegen, was genau den Gegenstand ästhetischer Erfahrung im Alltag darstellt und wie der sinnvoll einzugrenzen ist.

Millionen Deutsche machen es sich sonntagabends um 20.15 vor dem Fernseher gemütlich: Sie suchen eine bequeme Sitzgelegenheit, die angenehmes Körpergefühl garantiert, sie kuscheln sich vielleicht behaglich aufs Sofa; wählen mit Bedacht ein Getränk und andere Genussmittel aus; vielleicht wollen sie das Vergnügen mit Freunden teilen, und die werden sich gewiss nicht 90 Minuten lang schweigend auf den *Tatort* am Bildschirm

konzentrieren. Es ist nämlich mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht der erste Film der Serie, den sie sehen, und da gibt es eine Menge zu kommentieren; schließlich hat man sich auch einiges mitzuteilen, das – für den Außenstehenden – gar nichts mit dem Werk zu tun hat. Gehören solche bewusst geschaffenen Rahmenbedingungen, die ja durchaus der sinnlichen Erkenntnis (*aisthesis*) zuzurechnen sind, zur ästhetischen Erfahrung oder nicht? Bildet nur der Film, wie ihn der Filmwissenschaftler an seinem High-Tech-Arbeitsplatz analysiert, den Gegenstand ästhetischen Wohlgefallens? Hieß es nicht einmal, der Film entstehe im Kopf des Zuschauers, in unserem Beispiel also aus der Interaktion aller Anwesenden? Und was folgt daraus, dass die Aufmerksamkeit der Beteiligten sich wechselnden Gegenständen zuwendet, sich teilt, aber auch immer wieder den *Tatort* fokussiert?

Bisher hat man sich dafür entschieden, solche komplexen und fluiden, gemischten und unordentlichen Alltagspraktiken einfach als nicht ästhetisch relevant zu behandeln. Aber wenn wir bedenken, dass die Beteiligten ihr Tun als höchst angenehm und befriedigend empfinden, dass sie sich nicht von einer reineren, tieferen Erfahrung abgehalten fühlen, dass sie vielmehr bewusst solche Erlebnissituationen schaffen – können wir da noch sagen, intensive geistige Konzentration sei die Voraussetzung jeder wirklich ästhetischen Erfahrung, zumindest jeder untersuchenswerten? Ist das eine sachlich begründete Prämisse? Oder wird hier die Not methodisch sauberer Erfassung zur Tugend einer Eindeutigkeit erklärt, die subjektiv höchst bedeutsame Wirklichkeit ausschließt?

Eigentlich müsste der Untertitel dieses Aufsatzes also lauten: 1001 Fragen. Er heißt aber, bescheidener: sechs Thesen. Die beiden ersten behandeln methodisch-begriffliche Fragen; die anderen vier sprechen Spezifika alltäglicher Erfahrung des Schönen an.

These 1: Mozart und Alessi

Ästhetische Erfahrung im Alltag bezieht sich auf zwei große Gegenstandsbereiche: auf die Künste von Abba bis Zurbaran, und auf schöne Dinge und Situationen. Dabei wird ›Das Schöne‹ im Alltag ausdrücklich nicht beschränkt auf das Harmonische, Erfreuliche, unmittelbar Angenehme. Einbegriffen sind vielmehr das Melodram, Tragisches und Erhabenes, Satire, Horrorgenuß und tränenreich Mitleiderregendes. Die Erfahrung sagt uns zwar,

dass das Erfreuliche, das *Happy Ending*, das sinnlich Schmeichelnde und emotional Aufbauende deutlich überwiegt; doch das ist ein pauschaler und noch dazu wesentlich historischer Befund.

Wenn im Folgenden vom Schönen die Rede ist, dann meint das die ganze Palette dessen, was im Alltag ästhetische Erfahrung auslöst, speist, ermöglicht. Die zirkulär klingende Formulierung ist bewusst gewählt – weil die Frage in meinen Augen primär empirisch anzugehen ist. Im Folgenden werden Vorschläge unterbreitet für das Programm einer induktiv und abduktiv vorgehenden »Ästhetik von unten« (Fechner 1876: I, passim). Die Formulierung und erste Schritte auf diesem Pfad sind keineswegs neu; sie stammen aus Gustav Theodor Fechners *Vorschule der Ästhetik* von 1876. Fechner hat selbst solche Studien vorgenommen;¹ ihm verdanken wir den Nachweis, dass die Proportion des sogenannten Goldenen Schnitts in unserer Kultur anderen Proportionen ästhetisch vorgezogen wird: Wir finden sie schöner.

Und die umgangssprachliche Bezeichnung als schön – oder geil, super, cool, Wahnsinn – nimmt der Empiriker schon ziemlich ernst als Hinweis auf das Vorliegen ästhetischer Erfahrung. Man kann freilich noch andere valide Indikatoren heranziehen. Sprachlos überwältigtes Staunen kann ebenso ein Signal sein wie begeisterter Redeschwall; und wo Künste im Spiel sind, darf man ohnehin ästhetische Erfahrung vermuten.

Doch selbstverständlich reicht das nicht hin. Wir brauchen ein abstrakteres, intersubjektiv erörterbares Instrument, um ästhetische von anderen Erfahrungen zu unterscheiden. Dazu eine Arbeitshypothese; sie soll den Kreis der Kandidaten einengen und sich zugleich weiter entwickeln mit den Befunden und ihrer Interpretation. Notwendig für ästhetische Erfahrung ist eine »außergewöhnliche«, aus dem Strom der Eindrücke herausragende sinnliche Wahrnehmung, die vom Wahrnehmenden mit Bedeutungen verbunden und in der emotionalen Gesamtbilanz als angenehm, erfreulich, lustvoll empfunden wird. Wegen der positiven Gefühle gesucht und genossen wird eine *Vorstellung*, eine mentale Repräsentation oder – denken wir an Literatur – eine Imagination. Das ästhetische Begehren – da dürfen wir Kant folgen – richtet sich also nicht auf die physische Verfügung über ein Objekt. Besitzerstolz, die Freude daran, bewundert oder beneidet zu werden, das angenehme Gefühl, etwas Gutes getan oder ein Schnäppchen gemacht zu haben, als wir das seidige Batiktuch oder den schönen Kessel von Alessi kauften – all diese Empfindungen kommen nicht als ästhetische in Frage, weil sie sich

¹ Zu Leistungen und Grenzen von Fechners Ansatz vgl. Schneider (1996: 126–133).

nicht auf die sinnlich gegründete und mit Bedeutungen verknüpfte *Vorstellung* eines Schönen beziehen.² Die Arbeitsdefinition schließt also schon einiges analytisch aus; die verbleibende Unschärfe scheint beim jetzigen Stand der Dinge mehr Vor- als Nachteile zu haben.

Im Blick auf Mozart und Alessi bleibt noch, die hier verwendete Bedeutung von ›Alltag‹ zu erläutern. Mir scheint es sinnvoll, von alltäglicher ästhetischer Erfahrung immer dann zu sprechen, wenn die Beziehung auf das Schöne nicht professioneller Natur ist – nicht die des aktiven Künstlers, Kritikers, Forschers.³ Alltag in diesem Sinn herrscht also nicht nur, wo man sich beim Bügeln durch Musik oder ein Hörbuch unterhalten lässt, sondern gleichermaßen für die meisten Besucher in Oper und Kunstmuseum, und auch für den Literaturkritiker beim Bundesligafußball oder den Kunsthistoriker beim Rock-Konzert. Nicht um Alltag, sondern um professionelle Aufmerksamkeit handelt es sich hingegen, wenn ein anerkannter Geschichtenerzähler zuhört, wie jemand anders in geselliger Runde eine Anekdote präsentiert.

Zur Begründung für diese Definition hier nur so viel. Wenn ästhetische Analyse und Bewertung immer wieder große Felder ästhetischer Erfahrung ausschließen oder abwerten, dann deshalb, weil sie einzig den professionellen Maßstab konzentrierter, ernsthafter und arbeitsförmiger, analytisch orientierter und intellektuell durchreflektierter Befassung mit zumeist kanonisierten Gegenständen anlegen. So wird sicher eine Spielart ästhetischer Erfahrung repräsentiert, aber eben nur eine. Die meisten Konstellationen des Umgangs mit dem Schönen haben anderen Charakter.

These 2: Banausen

Nun kann man fragen: Wenn seit über zwei Jahrtausenden im Abendland diese eine Lesart dominiert, warum lässt man es nicht dabei? Wenn denn unbedingt dem Erleben der genialen Kombination auf dem Rasen oder der Techno-Beats beim Autofahren eine Qualität zugeschrieben werden soll, die bisher nicht gewürdigt wurde, warum muss das dann unter dem Rubrum des

2 Für eine eingehendere Erörterung vgl. Maase (2007).

3 Beispielsweise konstatiert Schön (1997: 302 f.), dass die Gruppe der »professionellen Leser« einerseits die öffentliche Debatte bestimmt, andererseits jedoch sich »explizit einer Orientierung am tatsächlichen Leseverhalten verweigert« habe.