

ISSN 0259-7446
EUR 6,50

medien

Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart

& zeit

Thema:
„Kitsch . . .“

Zwischen Winnetou
und Gartenzweig

Eudaimonistischer Rausch

Kitschig, unfreiwillig komisch
oder einmalig?

Kitsch als Kunst der
Selbstunterbietung

Vom Geschmack zur
Gefühligkeit

Kitsch und Kult um
James Joyce

4/2012

Jahrgang 27

fjum_Kurse und Diskurse

Wir bieten: Mid-career Training für Journalistinnen und Journalisten.

Mit: Sree Sreenivasan +++ Gerlinde Hinterleitner
+++ Ken Doctor +++ Maria Nicolini +++ Herbert
Lackner +++ Madeleine Swistelnicki +++ Chris Moran
+++ Pari Niemann +++ Bill Mitchell +++ Richard
Gutjahr +++ David Röhler +++ Ulrike Schnellbach
+++ Guido Meyn +++ Nikolaus Forgó +++
Peter Laufer

Über: Crowdsourcing +++ Bewegtbild im Netz +++
Social Media Optimization +++ Bildredaktion +++
Entrepreneurship +++ Crashkurs Finanzmärkte +++
Innovation +++ Redigieren +++ Charisma +++
Diversity +++ Recht 2.0 +++ Schreibtraining +++
Conflict Sensitive Reporting +++ Interviewtraining
+++ Magazinjournalismus

Programm & Anmeldung: www.fjum-wien.at



medien & zeit

Inhalt

Zwischen Winnetou und Gartenweg Konrad Paul Liessmann und Jürgen Grimm im Gespräch über das Phänomen Kitsch.....	4
Eudaimonistischer Rausch Kitsch und moralische Glückseligkeit Jürgen Grimm.....	14
Kitsch Konrad Paul Liessmann.....	24
Kitschig, unfreiwillig komisch oder einmalig? Die Entstehung von Wertungsdiskursen und die Rolle der Medien anhand der Lyrik Friederike Kempners Julia Genz.....	29
Kitsch als Kunst der Selbstunterbietung Eine Bagatelle Jochen Hörisch.....	40
Vom Geschmack zur Gefühligkeit Über Kitsch in der volkskundlichen Alltagsanalyse Ueli Gyr.....	45
Kitsch und Kult um James Joyce The Itch of Kitsch Fritz Senn und Sabrina Alonso.....	55
Rezensionen.....	61

Impressum

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:

Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung
(AHK)“, Währinger Straße 29, 1090 Wien,
ZVR-Zahl 963010743
<http://www.medienundzeit.at>

© Die Rechte für die Beiträge in diesem Heft liegen beim
„Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung
(AHK)“

Redaktion:

Gaby Falböck, Roland Steiner

Lektorat & Layout:

Roland Steiner, Gaby Falböck, Christina Krakovsky, Irina Pöschl;
Christina Krakovsky, Marlene Raßbauer

Transkription:

Claudia Friesinger

Redaktion Buchbesprechungen:

Gaby Falböck, Roland Steiner

Korrespondenten:

Prof. Dr. Hans Bohrmann (Dortmund),
Univ.-Prof. Dr. Hermann Haarmann (Berlin),
Univ.-Prof. Dr. Ed Mc Luskie (Boise, Idaho),
Univ.-Prof. Dr. Arnulf Kutsch (Leipzig),
Prof. Dr. Markus Behmer (Bamberg),
Prof. Dr. Rudolf Stöber (Bamberg)

Druck:

digitaldruck.at Druck- und Handelsgesellschaft mbH
2544 Leobersdorf, Aredstrasse 7

Versand:

ÖHTB, Humboldtplatz 7, 1100 Wien

Erscheinungsweise:

medien & zeit erscheint vierteljährlich

Bezugsbedingungen:

Einzelheft (exkl. Versand): 6,50 Euro
Doppelheft (exkl. Versand): 13,00 Euro

Jahresabonnement:

Österreich (inkl. Versand): 22,00 Euro
Ausland (inkl. Versand auf dem Landweg): 30,00 Euro

StudentInnenjahresabonnement:

Österreich (inkl. Versand): 16,00 Euro
Ausland (inkl. Versand auf dem Landweg): 24,00 Euro

Info und Bestellung unter abo@medienundzeit.at

Bestellung an:

medien & zeit, Währinger Straße 29, 1090 Wien
oder über den gut sortierten Buch- und Zeitschriftenhandel

ISSN 0259-7446

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:

Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung
(AHK)“, Währinger Straße 29, 1090 Wien

Vorstand des AHK:

Dr. Gaby Falböck (Obfrau),
a.o. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell (Obfrau-Stv.),
Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitz (Obfrau-Stv.),
Mag. Christian Schwarzenegger (Obfrau-Stv.),
Mag. Roland Steiner (Geschäftsführer),
Barbara Fischer, Bakk. (Geschäftsführer-Stv.),
Mag. Christina Krakovsky (Schriftführerin),
Arne Sytelä (Schriftführerin-Stv.),
Dr. Norbert P. Feldinger (Kassier),
Katriina Janhunen, Bakk. (Kassier-Stv.),
Mag. Bernd Semrad,
Dr. Erich Vogl,
Mag. Klaus Kienesberger,
Dr. Johann Gottfried Heinrich

Editorial

Das süße Wien – kulinarisch manifestiert etwa in Mannerschnitte, Sachertorte, Apfelstrudel und Co. – aber auch symbolisch – das süße Wiener Mädel, Sissi, Weihnachtszauber und Grinzinger Heurigeneligkeit: wenig Wunder, dass die Überlegung sich mit Kitsch als Referenzrahmen für öffentliche Diskurse zu befassen in einer Fachzeitschrift entstand, die an einem universitären Institut in der Stadt „an der schönen blauen Donau“ angesiedelt ist. Wenngleich die Impulse für die Themenwahl auf der materiellen Ebene also vielfältig sind, wendet sich *medien & zeit* nicht der, seit dem 18. Jahrhundert vorwiegend am Kitsch-Objekt und dem ihm innewohnenden Betrug am gutgläubigen, naiven, weil ungebildeten Betrachter angesiedelten Wertungsdebatte zu. Vielmehr versammelt die vorliegende Ausgabe Autorinnen und Autoren aus mehreren wissenschaftlichen Disziplinen, die zur öffentlichen Wahrnehmung, der Wirkung und zur Rezeption von Kitsch denken.

In den postmodernen Betrachtungen dieses Phänomens ist die Frage nach – das Diktum Hermann Brochs aufgreifend – dem einst so „Bösen im Wertesystem der Kunst“ nicht nur ihrer aggressiven Aufladung entleert, sondern längst obsolet. Kitsch erfährt heute neue und andere Bedeutungszuweisungen, ist damit „salonfähiger“ geworden. Der schlechte Geschmack ist, ob seiner gezielten Inszenierung in der ironischen Brechung und der damit implizit kommunizierten Botschaft der profunden Kennerschaft von Objekten mit ästhetischem Anspruch und solchen ohne, der eigentlich gute. Hinter dieser postmodernen Lebensgefühl ausdrückenden Fassade entwickelt die Betrachtung von Kitsch allerdings auch ein Vakuum innerhalb dessen emotionale Spielarten wie Glaube, Liebe, Hoffnung und Schönheit möglich sind, die in einer zunehmend rationalisierten, technisierten Gesellschaft der instrumentellen Vernunft sonst nicht akzeptabel wären.

Diese Thesen vertritt der an der Universität Wien lehrende Philosoph Konrad Paul Liessmann in seiner Publikation zum Thema Kitsch. Ein Erkläransatz, dem Jürgen Grimm, Professor am Wiener Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, nur bedingt folgt, den er um einige Punkte erweitert und präzisiert. Für *medien & zeit* wie den Internet-Fernsehanbieter *dada-da-*

da.TV trafen sich die beiden Wissenschaftler, um über ihre jeweiligen Standpunkte zu diskutieren. Vor allem am Echtheitsdiskurs offenbarten sich die größten Reibungsflächen innerhalb des Gesprächs: Liessmann zufolge liegt Kitsch dann vor, wenn das Emotionen auslösende Objekt eine Realität vorspiegelt, die für den Betrachter niemals greifbar sein kann, wenn in letzter Konsequenz also doch eine bewusste Täuschung und damit etwas Falsches vorliegt. Nach Grimm dagegen meint Kitsch das Streben nach einem anderen, idealisierten, der Wirklichkeit enthobenen emotionalen Zustand – unabhängig von der Unerreichbarkeit und Massenhaftigkeit, des große Gefühle evozierenden Impulses. Der Auslöser für dieses transzendente Erleben ist von Person zu Person verschieden, unterliegt auch innerhalb der biographischen Entwicklung einem Wandel. Das Potenzial zur Kitscherfahrung an sich ist allerdings in jedem Menschen angelegt. An diesen beiden Argumentationslinien entspinnt sich jene, wie es scheint, das gegenseitige Denken befruchtende, für die Leserinnen und Leser jedenfalls höchst spannend nachzuverfolgende Debatte zu Beginn des Heftes.

Im Anschluss daran sind die anno 1998 entstandenen, aus seiner Auseinandersetzung mit der Wirkung von TV-Formaten wie *Nur die Liebe zählt* resultierenden 15, und vor dem Hintergrund der heute gängigen Praxis im Umgang mit medialem Kitsch nunmehr auf 16 Thesen erweiterten Überlegungen von Jürgen Grimm zu lesen. Er eröffnet damit eine neue, genuin kommunikationswissenschaftliche Perspektive auf Kitsch und verdeutlicht die Potenziale dieses Betrachtungswinkels.

Der folgende Beitrag von Konrad Paul Liessmann ist ein von den Herausgebern Stefanie Samida, Manfred K.H. Eggert und Hans Peter Hahn wie dem Metzeler Verlag dankenswerterweise genehmigter Vorabdruck aus dem „Handbuch materielle Kultur“, das demnächst erscheint. Liessmanns lexikalischer Eintrag bietet einen kompakten Ein- und Überblick über die kunst- und kulturgeschichtliche Wertungsdebatte zum Begriff Kitsch.

Kitschige Texte werden in der Alltags- wie auch der massenmedialen Sprache gerne mit den Attributen banal und trivial versehen. Dass es sich hier allerdings um drei scharf voneinander abzugrenzende Bewertungen handelt, führt Julia Genz ge-

stützt auf die Befunde ihrer Habilitationsschrift aus. Die bereits von Liessmann und Grimm konstatierte leichte emotionale Zugänglichkeit repräsentiert, so Gentz, das stärkste und am häufigsten zum Einsatz kommende Argument von Literaturkritikern bei der Bewertung von Belletristik bzw. Texten, die sich als solche generieren. Wie medial vermittelte Wertungsdiskurse ablaufen und welche Wandlungsfähigkeit diese Debatten in sich bergen, zeigt sie schließlich am Beispiel der Literaturkritik zu Friederike Kempner.

Jochen Hörisch ergreift in seinem Essay sodann Opposition für den Kitschliebhaber, dessen Medienhandeln er in unserer allzeit Höchstleistungen einfordernden Gesellschaft als durchaus zeitgemäße Form der Verweigerung begreift. Allerdings gilt seine Zustimmung jenen Kitschbekennern, deren Entscheidung für Kitschangebote bewusst als Moment der Entspannung erfolgt und nicht als Zeichen von Ignoranz gegenüber Angeboten mit Anspruch zu werten ist. Nicht zuletzt führt er vor Augen, dass Kunstobjekte, die heute mit dem Label „Kitsch-Art“ versehen werden bei genauer Betrachtung der Kunst- und Kulturgeschichte bereits bei Schubert, Mahler und Heine zu diagnostizieren sind.

Der mittlerweile emeritierte Schweizer Ethnologe Ueli Gyr, dessen Reflexionen zum Phänomen Kitsch – in Analogie zur touristischen Praxis in Wien wie auch anderen österreichischen Bundesländern – mit dem Beobachtungsgegenstand *Heidi* ihren Ausgang nahmen, liefert in seinem Beitrag eine Synopse der bisherigen Auseinandersetzung mit Kitsch im Feld der europäischen Ethnologie, der früheren Volkskunde. Wie er verdeutlicht, herrschten selbst in einem wissenschaftlichen Bereich, der sich der Alltagskultur widmet bis in die 1960er Jahre hinein enorme Berührungängste zum Kitsch. Auch hier speiste sich der Abwehrimpuls aus dem Diktum des Unechten: Volkskunde stand für Tradition, Originalität und Überlieferung. Mittlerweile scheint es, dass der – um mit Bourdieu zu sprechen – Ekel vor dem Leichten auch hier überwunden ist,

was nicht zuletzt auf die Weitung des Blicks auf das Alltagshandeln der Menschen wie auch den Rückgriff auf angrenzende Wissenschaftsdisziplinen möglich war.

Der Leiter der Züricher James-Joyce-Stiftung Fritz Senn wie die ebendort wirkende Sabrina Alonso korrigieren und erweitern das Bild des Schriftstellers James Joyce, dessen Werk bei geringerer Kennerschaft wohl über jeden Kitschverdacht erhaben zu sein scheint. Das Autorenduo fügt dem Image der irischen Ikone durch die Dokumentation seiner keineswegs zufälligen Kitschpassagen in Monumentalwerken wie *Ulysses* eine Facette hinzu und verdeutlichen dabei gleichzeitig, dass Joyce seiner Zeit voraus, schon anno 1920 Kitsch in der ironischen Brechung in seine Texte montiert.

Für den aufmerksamen Leser endet der Beitrag zu James Joyce abrupt und unvermittelt; er wirkt gleichsam unfertig. Dieser Eindruck täuscht keineswegs, denn die Ausführungen zu Joyce bilden gleichzeitig die Brücke zwischen den beiden Themenheften von *medien & zeit*, die nicht zufällig zur selben Zeit erscheinen. Die Fortsetzung des Joyce-Aufsatzes, der sich der Kultifizierung des Autors zuwendet, finden sie folglich im Themenheft „Kult“.

Ursprünglich intendiert war es eine *medien & zeit*-Ausgabe innerhalb der sich antipodisch gegenüberstehenden wie gleichermaßen in mancherlei Fällen einen Wandlungsprozess der Bewertung dokumentierenden Begriffe „Kitsch und Kult“ zu publizieren. Aufgrund der Vielzahl der zu diesen Phänomenen innerhalb dieses Spannungsbogens arbeitenden Wissenschaftlern, entschied sich die Redaktion schließlich für die Ausweitung auf zwei Heftnummern. Wir wünschen zunächst von ganzem Herzen erbauliche, weil möglicherweise eigene Muster und Antriebsmechanismen erhellende Lektüre.

Gaby Falböck & Roland Steiner

Zwischen Winnetou und Gartenzweig

Konrad Paul Liessmann und Jürgen Grimm im Gespräch über das Phänomen *Kitsch*

Crossmediale Vernetzung – sei es im Print- und Onlinebereich, sei es in TV und Radio und/oder Print – ist ein Modell, das in Publikumsmedien längst zur Praxis geworden ist. *medien&zeit* beschriftet als wissenschaftliche Fachzeitschrift wohl als Pionier diesen Weg und lud gemeinsam mit dem Internet-TV-Anbieter *dada-dada.tv* zwei Wissenschaftler, die sich dem Phänomen *Kitsch* aus einer wertfreien Disposition heraus zugewandt haben, an einen Diskussionstisch und vor Kamera und Mikrophon. Die TV-Aufzeichnung des folgenden Gesprächs finden Sie auf www.dada-dada.tv

D. Ecker: *Schönen guten Tag bei DaDa-DaDa.tv! Wir haben heute eine Diskussionsrunde anlässlich der Schwerpunktausgabe von medien&zeit, der Fachzeitschrift des „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung“ am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft zum Thema Kitsch. Ich darf zwei prominente Gäste begrüßen, zu meiner Rechten und Ihrer Linken Prof. Konrad Paul Liessmann, Professor am Institut für Philosophie an der Uni Wien. Essayist, Literaturkritiker, Kulturpublizist mit zahlreichen Veröffentlichungen zu Fragen der Ästhetik, der Kunst, der Kunstphilosophie, der Kulturphilosophie, Gesellschafts- und Medientheorie – sorgt immer wieder für Diskussion und Aufregung. Was für heute auch interessant ist: Er ist seit 2011 Vizepräsident der „Deutschen Gesellschaft für Ästhetik“ und hat 2002 das Kitschbuch herausgebracht mit dem Titel „Kitsch! Warum der schlechte Geschmack der eigentlich gute ist“. Zweiter Diskutant heute ist Prof. Jürgen Grimm, Professor am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Er ist durch zahlreiche Publikationen zu Medienwirkungen in der Politik, Reality TV, Talkshows, Nachrichtenvermittlung und vieles mehr hervorgetreten. Seit 1994 ist er Mitglied des Kuratoriums der „Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen“ und überdies Vorsitzender des „Vereins zur Förderung der Medienforschung“. Seine Betrachtungen des Phänomens Kitsch sind in der zitierten Fachzeitschrift „medien&zeit“ als 15 Thesen zu Kitsch nachzulesen. Herr Professor Liessmann, Sie haben in dem*

zitierten Kitschbuch erwähnt, dass der schlechte Geschmack der eigentlich gute ist. Was ist denn schlechter Geschmack und wie wird er denn salonfähig?

K.P. Liessmann: Der schlechte Geschmack, so wie er sehr lange definiert worden war, das ist der rohe Geschmack, das ist der ungeschulte Geschmack, das ist ein nicht verfeinerter Geschmack, das ist der Geschmack, der auf sehr einfache Reize reagiert und für diesen einfachen Geschmack hat man natürlich genau diese Kitschprodukte hergestellt. Mittlerweile hat man aber erkannt, dass es gar nicht so einfach ist, einen einfachen Geschmack angemessen zu befriedigen. Gleichzeitig unterliegt auch der einfache Geschmack einer Dynamik, die einfach zum Wesen des Geschmacks gehört. Das heißt, Geschmack bedeutet ja Beurteilungsvermögen, Urteilsvermögen, Urteilskraft. Geschmack, der befriedigt wird, lernt unterscheiden, lernt differenzieren, lernt bewerten, das heißt, er verfeinert sich. Auch in der Kitschdebatte, die im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert begonnen hat, können wir gleichfalls eine Entwicklung beobachten, die ich interessant finde: Dass der Kitsch auf der einen Seite sich selber natürlich gewandelt hat, sich selber auch den geänderten Bedingungen einer Massenkultur und einer Mediengesellschaft anpassen musste und dass bestimmte Kitschprodukte dadurch auch jener Dynamik unterlegen sind, die diese Gesellschaft charakterisiert. Das heißt etwa, diese Dynamik, dass Dinge, die es geschafft haben, eine bestimmte Zeit zu überstehen, die nicht sozusagen sofort wieder untergehen als Massenprodukt, das die dann unter anderen Gesichtspunkten gesehen werden, sie werden – obwohl ursprünglich ja als Kitschprodukt hergestellt – dann noch einmal durch einen Ästhetisierungsprozess nobilitiert. Dazu ein Beispiel: Kitschgegenstände der 50er Jahre, die man Seinerzeit verachtet hatte, findet man heute beim Antiquitätenhändler. Mittlerweile kann es Ausdruck eines guten Geschmacks sein, seine Wohnung mit Originalkitsch aus den 50er oder gar 30er Jahren zu garnieren.

D. Ecker: *Die Karriere des Kitsches erweist sich als ganz interessantes Thema der Auseinandersetzung. Herr Professor Grimm, Sie legen in Ihrer Publikation den Finger auf ein anderes Thema. Im Kern geht es um die These, dass Kitsch keineswegs ein Indiz für den Geschmack der weniger Gebildeten ist, sondern eine wichtige Funktion für den Gefühlshaushalt der Einzelnen wie der Gesellschaft hat. Deshalb meine Frage: Was tut denn der Kitsch mit den Gefühlen?*

J. Grimm: Wir haben natürlich erst mal zu konstatieren, dass kitschige Gegenstände, so wie sie normalerweise deklariert sind, mit der eher ungebildeten Masse in Verbindung gebracht werden. Kitsch bedarf keiner besonderen Bildungsvoraussetzungen, um genossen werden zu können. Trotzdem ist eine gewisse Paradoxie darin zu sehen, dass der Terminus an sich eher ein Elitenbegriff ist, der auf die Masse hin projiziert wird. Es gibt darüber hinaus Menschen, die in einer Situation vom Kitsch affiziert sind, die würden den Impuls selber gar nicht als „Kitsch“ bezeichnen. Ich habe deshalb aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive eine Umkehrung vorgenommen und danach gefragt: Was ist eigentlich Kitsch? Ist das ein bestimmter Gegenstand, der mit einem bestimmten Geschmack korreliert? Oder ist es nicht viel mehr ein existenzielles Vermögen von uns allen? So lautet auch meine These, ausgehend von den Menschen, die von bestimmten Gegenständen ergriffen werden, weil diese sie tief berühren, gewissermaßen existenziell erschüttern. Wie die Intellektuellen Kitsch erleben und unter geschmacklichen Gesichtspunkten bewerten mögen, ist eine zweite Frage. Das würde ich trennen. Es gibt den Kitsch sozusagen in zweifacher Ausfertigung: Als Objektkategorie, innerhalb derer man sich über geschmackliche Zuordnungen streiten kann; und es gibt ihn als Gefühlskategorie. Ludwig Giesz hat das schon in den 60er Jahren formuliert und dabei vom „Kitschmenschen“ gesprochen – nicht ganz ohne denunziatorischen Beigeschmack, weil natürlich hier die Gefühle an den Pranger gestellt wurden. Vorher waren es die Objekte, denunziert als Objekte des schlechten Geschmacks. Es ist natürlich wunderbar, wenn Herr Liessmann als Experte des Ästhetischen geschmackliche Qualitäten im Kitsch entdeckt. Aber ich würde sagen, wenn man es von der funktionellen Seite her sieht: Was bedeutet der Kitsch für den Einzelnen und für die Gesellschaft? Dann müssen wir eigentlich aus der ästhetischen Sphäre ein Stück heraustreten und ins Existenzielle gehen. Ich glaube, der Kitsch

ist eine Grundfähigkeit des Menschen, die sich manchmal in der Betrachtung ganz bestimmter Objekte manifestiert, aber gar nicht an bestimmte Objekte gebunden ist.

D. Ecker: *Wenn Sie eine gesellschaftliche Funktion ansprechen, die im Gefühlshaushalt zu finden ist, dann verweisen Sie immer wieder auch auf die ideologische Funktion von Kitsch, nämlich die Ästhetik des Massenbetrugs – Heimatstolz, Ideologie, Nostalgie, Schönheitskult. Wenn Sie sich die aktuelle politische Situation in Europa und in Österreich ansehen, finden Sie dann auch Elemente dieser strategischen Ästhetik?*

K.P.Liessmann: Einerseits kann ich Ihnen gerne zustimmen: Es gibt zwei Dimensionen des Kitsches, auf der einen Seite eben die Objektdimension, auf der anderen Seite die emotionale Dimension. Ich glaub nur, dass sich die Objektdimension und die emotionale Dimension von der Kategorie des Ästhetischen nicht lösen lassen. Kitsch mobilisiert Gefühle, Kitsch spricht Gefühle an aufgrund einer ganz bestimmten Ästhetik, die er präsentiert. Was man dem Kitsch immer vorgeworfen hat, war ja im Wesentlichen, dass es nicht nur eine verlogene Ästhetik ist, sondern als Konsequenz daraus ein verlogener Gefühlshaushalt entsteht, der durch den Kitsch eingerichtet wird. Das heißt also, dass Emotionen wie Sehnsucht, wie Eros, wie Liebe, wie Treue, wie Verbundenheit, dass diese Gefühle, die ja an sich hoch im Kurs stehen, befriedigt durch ein Kitschobjekt oder entzündet durch ein Kitschobjekt, gleichsam eine glatte, heile, schöne Welt, auch eine ungebrochene emotionale Welt vorgaukeln, die der Realität nicht entspricht. Ganz im Gegenteil: Sie hält die Menschen davon ab, sich mit der Realität angemessen auseinander zu setzen. Das ist der Standardvorwurf, denken wir etwa an Heimatkitsch. Dort wo tatsächlich in einer von schweren sozialen Konflikten durchzogenen industrialisierten Welt unberührte Almwiesen mit glücklichen Kühen und schönen jungen Schweizerinnen auftauchen, wird jeder sagen: Das ist furchtbar. Da wird ein Bild, eine Idylle gezeichnet, die der Realität nicht entspricht und die den Menschen deshalb den Blick vernebelt. Ich glaube überhaupt, dass die Idylle in diesem Zusammenhang eine zentrale Kategorie ist. Kitsch verspricht idyllische, überschaubare, auch emotional überschaubare Verhältnisse. Figuren in Kitschromanen durchleben nicht, wie Figuren bei Shakespeare oder bei Dostojewski, ein Wechselbad der Gefühle.

Sie sind im Wesentlichen einfach gestrickt, sonst wäre es kein Kitschroman. Die Sprechstundenhilfe liebt den Primar – aus, fertig. Da gibt es keine Abirrungen, da gibt es nur die Umstände, die diese Liebe über zweihundert Seiten hinaus nicht erfüllbar erscheinen lassen, um dann das Ganze zum glücklichen Ende zu führen – ein klassisches Arztromansujet. Ihre Frage führt natürlich zu einem ganz delikaten Thema. Denn es gehört vor allem zum ideologischen Kitsch, dass er für seine Anhänger nie als Kitsch gesehen wird, sondern als zentraler Ausdruck und wichtige, auch ästhetische Formulierung einer politischen Botschaft. Um jetzt vielleicht eine ganz provokante Antwort auf Ihre Frage zu geben: Würde ich heute gefragt, ob es so etwas wie politisch ideologischen Kitsch in unserer spätaufgeklärten Zeit gibt, würde ich sagen: Selbstverständlich. Er artikuliert sich für mich zum Beispiel in dem derzeit immer wieder mobilisierten, auch emotional mobilisierten Europakitsch. Der „glühende Europäer“ ist für mich eine aktuelle politische Kitschfigur par excellence.

D. Ecker: Was sagen Sie denn dazu, Herr Professor Grimm?

J. Grimm: Ich bin da ganz bei Konrad Paul Liessmann: Die zentrale Kategorie des Kitsches ist die Idylle, ist die Sehnsucht nach der Harmonie und sie ist auch mit dem Ästhetischen verbunden, auch da stimme ich zu. Ich würde nur sagen, die Harmoniesehnsucht ist im vorästhetischen Raum angesiedelt; sie wurzelt im Existenziellen und drängt erst nach ästhetischem Ausdruck, für den sie sich aber nur insofern interessiert, als er das existenzielle Bestreben befriedigt. Ich würde übrigens auch in Bezug auf Arztromane voll zustimmen, ergänzt vielleicht durch den kleinen Zusatz: Das Happy End ist natürlich entscheidend; um die Harmonie dann richtig erlebbar zu machen, brauchen wir aber zuvor den Konflikt. Das heißt, auch in Kitschdramaturgien ist der Horror praktisch immer präsent, als Möglichkeit, als implizite Gegenwelt der Idylle. Man könnte das auch allgemeiner formulieren: Was ist denn eigentlich die Wurzel dieses Harmoniestrebens? Es ist die Erfahrung der Verletzungsoffenheit unseres Lebens auf den Tod hin, eigentlich all das, was uns Angst machen kann. Wenn man sich die Situationen anschaut, in denen fast massenhaft Kitsch produziert wird – ich habe einmal versucht, das am

Beispiel des Titanic-Mythos zu exemplifizieren – dann sind es die Katastrophen. Katastrophen machen anfällig für den Kitsch. Warum? Weil sie den „chthonischen Atem“ spüren lassen: die Erdverbundenheit, die Bindung an das Endliche, an den Tod, die dann natürlich die Sehnsucht nach dem immerwährenden Aufgehobensein umso mehr stimulieren. Als die Titanic untergegangen ist, waren sofort Postkarten da. Kitschiger könnte man sie nicht zeichnen. Es gab private Gedichte von Leuten, die überlebt haben. Überall ein unglaubliches artifizielles Ausdrucksbedürfnis aufgrund eines affektiven Ergriffenseins von Kitschgefühlen. Und das kann dann in eine bestimmte Ästhetik führen. Eigentlich ist der Kitsch ein Ästhetik vergessender Zustand. Er ist etwas, wodurch ich so ergriffen bin, dass es unwichtig ist, wie gut die Kitsch-Artefakte gemacht sind.

Und dann vergießt man Tränen
anlässlich eines furchtbar in Öl
gesetzten Sonnenunterganges.

D. Ecker: Dennoch tun sich viele Intellektuelle sehr schwer, sich öffentlich zu

bekennen, dass ihnen auch Kitsch gefällt. Viele von uns kennen Künstler, Intellektuelle, die gerne die *Yellow Press* lesen, die gerne *Soap Operas* schauen, die gerne *Trash-Fernsehen* sehen. Sie bekennen sich aber in der Öffentlichkeit nicht wirklich dazu. Ist das moralisch oder intellektuell nicht vertretbar?

J. Grimm: Seit der Postmoderne haben sich die Fronten etwas aufgeweicht. *Crossover* ist heute mehrheitsfähig, auch unter Intellektuellen. Man kann sich als Professor durchaus als Karl May-Fan outen, das haben wir ja vor dem Gespräch schon getan. Das ist also gar kein Problem. Aber natürlich kann man sagen, dass, aus der Tradition des Kitschdiskurses hergeleitet, eine gewisse elitäre Perspektive auf den Massengeschmack vorherrscht. Das Distinguierende kommt eigentlich nicht von den Kitsch-Gebrauchern, sondern von den Kitsch-Bewertern. Letztere haben offenbar ein Interesse daran, ihre Überlegenheit gegenüber der breiten Masse sich selbst und vor anderen zu demonstrieren.

K. P. Liessmann: Um das an dem Beispiel Karl May nochmal zu verdeutlichen: Natürlich ist es gar kein Problem, sich dazu zu bekennen, in diesem Fall zu dieser Art von literarischem Kitsch. Aber wenn sich ein Professor zu Karl May bekennt, dann natürlich nicht ohne Ernst Bloch und Arno Schmidt zu zitieren. Das heißt also, er hat schon seine intellektuelle Referenz, seinen

intellektuellen Referenzrahmen, in dem er den Kitsch verortet. Gleichsam mit Bloch gesprochen: Als durchschauter Vorschein von Utopie lässt sich dieser Kitsch natürlich aus intellektueller Perspektive goutieren. Etwas anderes ist es, wenn man dann gefragt wird, ob man bei Winnetous Tod, beim Sterben des edlen Apachen auch geweint hat. Als Kind kann man sagen: Selbstverständlich. Als Erwachsener wird man sich hüten, hier Tränen zuzugeben. Denn das hat dann wirklich mit genau dieser unmittelbaren überwältigenden Erfahrung von Emotionalität und Kitsch zu tun. Der Literaturwissenschaftler Otto F. Best hat einmal den Kitschmenschen – unter Anführungszeichen jetzt – als den weinenden Leser beschrieben, also das Vergießen von Tränen angesichts ästhetischer Objekte als Kitschmerkmal diagnostiziert. Und das macht ja auch der Katastrophenkitsch, der sich um individuelle Schicksale rankt, die man beweinen kann: Den Tod eines Menschen, der unter denkbar ungünstigsten Umständen zu Ende kommt. Das Happy End, das dann gerade nicht stattfindet, weil eine Krebserkrankung bei der jungen Braut diagnostiziert werden muss. Das heißt: Alles das macht diese Art von Tränen möglich und gleichzeitig diese Art von Tränen zu einem Indikator für Kitsch. Was wiederum paradox ist, weil Kunst an sich immer unsere Emotionalität beanspruchen möchte. Und dann vergießt man die Tränen anlässlich eines furchtbar in Öl gesetzten Sonnenunterganges. Man weint nicht beim echten Sonnenuntergang und man weint auch nicht beim Sonnenuntergang eines impressionistischen Malers. Dort denkt man doch eher an die Millionen, die das Bild heute wert ist und weint vielleicht eher über das Schicksal dieses Malers, der zu Lebzeiten verkannt war. Das wiederum kann ein eigenes ästhetisches Kitschsubjekt abgeben: das verkannte Genie nämlich.

J. Grimm: Das ist natürlich die interessante Frage: Wie passt die Harmoniesehnsucht im Kitsch zu den Tränen? Denn die scheinen ja fast ebenso allgegenwärtig zu sein wie die Sehnsucht nach der Liebe. Normalerweise weinen wir nicht, wenn wir uns geliebt fühlen. Aber es scheint eben auch ein trauriges Moment durch – wir haben es ja schon benannt bei Blochs Vorschein-Ästhetik – die ewige Liebe ist utopisch, nicht gegenwärtig. Sie wird ersehnt, ist aber nicht wirklich da. Und das ist dann auch die wichtigste Begründung für den Kitsch als Existenzialkategorie. Der Kitsch lebt von unserem Gebrochen-Sein, von der Unvermeidlichkeit des Todes. Daher die Sehnsucht und

deswegen auch die Tränen. Wir weinen gleichzeitig darüber, dass wir sterben müssen und doch ewig geborgen und geliebt sein wollen.

K.P. Liessmann: Nur als ein Zusatz dazu: Deshalb auch die große Anfälligkeit von Religion und religiösen Gefühlen für den Kitsch. Dort geht es natürlich genau um diese Sehnsucht nach Unsterblichkeit und diese Sehnsucht geliebt zu werden. Devotionalien-Kitsch ist wahrscheinlich eine Urform von Kitsch überhaupt.

J. Grimm: Zum Jesus am Kreuz – wir haben das ja am Karfreitag wieder zelebriert: da ist auch der Tod Voraussetzung für die Auferstehung danach. Sie haben also eine Nähe zwischen dem totalen existenziellen Gebrochen-Sein und dem „auf-den-Tod-hin-leben-Müssen“ auf der einen Seite zusammen mit der Erlösungssehnsucht auf der anderen. Das ist eigentlich das, was Ergriffensein im Kitsch ausmacht. Das Doppelte: Ohne den Horror können Sie den Kitsch nicht denken.

D. Ecker: *Herr Professor Liessmann, gehen wir einmal kurz weg von den Kitsch konsumierenden Menschen und den Bewertenden, hin zu den Produzenten selbst. Ihr Kollege und Schriftsteller Roger Scruton hat jüngst in einem Magazin gemeint, Kunst wird durch Kitsch verdrängt, er führt Warhol, Jones und Jeff Koons als Protagonisten jener Künstler der Moderne an, die es begriffen hätten, dass diese modernistische Rigorosität, die sie gerade beschrieben haben, nicht mehr akzeptiert wird und daher Kitsch umarmen müssen, anstatt ihn zu meiden. Scruton sieht das als ästhetischen Weltuntergang. Wie kann man denn ein Kunstwerk aktueller Produktion bestimmen?*

K. P. Liessmann: Ich habe schon so viele ästhetische Weltuntergänge überlebt, dass mich dieser nicht sonderlich schockiert. Außerdem glaube ich, handelt es sich hierbei um ein Missverständnis. Jeff Koons, um nur bei diesem Beispiel zu bleiben, produziert nicht Kitsch, sondern Kitsch-Art. Das heißt also er produziert Kunst und bedient sich dabei in durchaus ironischer Art und Weise bestimmter ästhetischer Strategien, die wir aus dem Kitsch kennen. Allerdings immer verzerrt. Wir kennen winzig kleine niedliche, was weiß ich, Plüschtiere und kleine Skulpturen von süßschauenden Pudeln und dergleichen mehr. Das greift Jeff Koons auf, macht aber daraus eine Riesenskulptur. Die Monumentalskulptur eines geschneigten Pudels ist kein Kitschobjekt mehr.

Allein durch diese Strategie macht er uns auf die Dimension von Größe als bestimmendes ästhetisches Merkmal von Kitsch oder Nicht-Kitsch aufmerksam. Zweitens denke ich, dass Kitsch schon etwas mit industrieller Massenkultur zu tun hat. Das teure Unikat, auch wenn es noch so kitschig einher kommen mag, das praktisch unerschwinglich ist für den normalen Konsumenten, ist aus diesem Grund schon bis zu einem gewissen Grad nicht mehr, ich sage es jetzt einmal paradox, nicht mehr echter Kitsch, sondern ist gleichsam durch den Kunstmarkt gefilterter Kitsch. Der echte Kitsch, der findet sich dort, wo um wenige Cent oder Euros Andenken gekauft werden können, wo etwas gleichsam massenhaft produziert und reproduziert wird. Meistens an Badestränden, an Urlaubsdestinationen, an denen Händler das bekannte Mitbringsel feilbieten. Es gibt da natürlich auch Kitsch, der zwar noch immer Massenproduktion ist, um den sich aber schon eine bestimmte Aura gebildet hat, ein Nimbus es geschafft hat sich zu verbreiten. Man denke an die Original Wiener Schneekugel von Perzy, die nun schon in dritter Generation in einer Manufaktur produziert wird und so etwas wie eine gewisse ästhetische oder auch kulturhistorische Qualität innehat.

Wir kennen natürlich auch Kitsch, der keinen individuellen Urheber mehr hat. Das unterscheidet ihn auch vom Künstler, der Kitsch-Art produziert. Das gehört zum Wesen der industriellen Kitschproduktion dazu. Niemand weiß wo diese wunderschönen, kleinen, winzigen, süßen Venus-, Herkules- und „Wer auch immer“-Statuen hergestellt werden, die man an jedem griechischen oder italienischen Strand kaufen kann. Wenn man das Ding dann umdreht, steht „Made in China“ darauf. Das heißt in irgendeiner namenlosen Tonfabrik in China werden diese Dinge hergestellt. Das liegt meines Erachtens im Wesen des Kitsches. Insofern hat Kitsch irgendwie immer auch etwas mit Kolportage und mit Massenproduktion zu tun. Karl May war einer der Letzten, der zigtausende Seiten von Kitsch- und Kolportageromanen – und die Reiseerzählungen gehören gar nicht dazu – geschrieben hat. Ich denke an *Die Liebe des Ulanen*, *Das Waldröschen* oder *Deutsche Herzen*, *Deutsche Helden* und so schöne Fünftausendseitenromane, die als Fortsetzungsgeschichten erschienen sind. May war der Letzte oder einer der Letzten, der das als Individuum geschrieben hat. Moderne Kitschromane, die in

Ohne Horror ist der Kitsch nicht denkbar.

Fortsetzungen erscheinen, kennen nur mehr anonyme Autorenkollektive. Das ist weiter ein Merkmal des Kitsches: Dass diese Art von Ästhetik, zur Produktion von Gefühlen, selber standardisiert ist. Das heißt also: Ein anonym Autor bekommt einen Raster, so sind die Figuren gekennzeichnet, solche Handlungsabläufe darf es geben, so hat das Ende auszusehen und jetzt schreiben Sie schnell sechzig Seiten mit diesem Arsenal. Ansonsten wäre es undenkbar für bestimmte Reihen Woche für Woche so etwas rauszuwerfen. Und bei den Soap Operas, bei den Fernsehserien, die sozusagen die Nachfolge des Kolportageromans in unserer modernen Medienwelt angetreten haben, ist es ähnlich. Hier arbeiten Autorenkollektive rund um die Uhr und das Tag für Tag. Denken wir an die Telenovelas, die es jetzt ja auch im europäischen Fernsehen gibt, nicht nur im südamerikanischen. Tag für Tag wird an diesen Fortsetzungsgeschichten gearbeitet und da darf man keine Fehler machen. Wenn einmal ein Charakter so und so festgelegt ist, dann darf man dem keine Handlung zuschreiben, die diesem

Charakter nicht entspricht. Das macht für mich echten Kitsch aus, unterscheidet eine solche Serie von einem Fernsehfilm, der einen Regisseur, einen Drehbuchautor hat. Der kann durchaus zynisch, ironisch, verspielt mit Kitschelementen arbeiten. Aber dennoch ist er meilenweit von so einer Kitschproduktion entfernt.

J. Grimm: Also ich stimme vollkommen Jeff Koons betreffend zu. Das ist natürlich kein Kitsch, sondern das ist Kitsch-Art, das ist ganz klar. Man könnte also auch von der „Artifizierung“ von Kitsch sprechen. Das ist schon mal schön festzustellen, weil man in der ideologischen Kitschdebatte ja häufig umgekehrt von Kitsch als dem „abgesunkenen Kulturgut“ spricht. Wir haben hier einen aufsteigenden Trend. Wo ich nicht ganz übereinstimme, ist in Bezug auf die industrielle Massenproduktion, die ich eher für ein sekundäres Exploitationphänomen halte. Wir haben es schon damit zu tun, dass sozusagen der Massengeschmack bedient werden soll. Aber den echten Kitsch, den sehe ich noch ganz wo anders: Der echte Kitsch ist für mich die Betroffenheitslyrik des pubertierenden 17-Jährigen. Das ist für mich die Bemühung um artifiziellen Ausdruck beim Tod von Prinzessin Diana. Da gibt es massenhaft Beispiele dafür, ganz ohne industrielle Massenproduktion auf der Klampfe; das wird

dann vielleicht auch im Fernsehen gezeigt. Daneben gibt es dann das, was Sie beschrieben haben: Die industrielle, vorgefertigte, auf den Massengeschmack berechnete Produktion. Das ist sehr wohl etwas, was auch diese Kitschdimension mitformt, was aber nicht ihren Wesenskern ausmacht. Wenn man die These ernst nimmt, dass der Kitsch ein allgemeines Vermögen darstellt, also das Betroffen-Sein vor dem Hintergrund des Horrors, die Sehnsucht nach Harmonie, dann kann das nicht allein genuin durch die industrielle Form der Produktion erzeugt werden. Es wird dadurch nur ausgebeutet. Das wäre meine Modifikation. Ich finde es toll, in der Postmoderne nicht mehr diese Dichotomie zwischen Kunst und Kitsch, zwischen Hochkultur und Massenkultur zu haben. Aber in gewisser Weise ist natürlich im kritischen Diktum der Massenproduktion noch die alte These der Manipulation durch die Kulturindustrie von Adorno lebendig. Darin verspüre ich dann doch noch eine gewisse Resonanz des alten, elitären Kitschthemas. Ich möchte sogar noch einen Schritt weiter gehen, ich kenne die Konfektionsware qua Profession und beschäftige mich im Moment ja sehr mit Krankenhausserien, die voller Kitschstereotypen sind. Es gibt immer wieder Versuche, etwas aufzugreifen und es für die Massenproduktion dienstbar zu machen. Aber ich verteidige den Kitsch auch gegen die industrielle Massenproduktion, nicht nur gegen die Ausschließungsansprüche der Kunst.

D. Ecker: *Herr Professor Grimm, dazu eine ganz kurze Frage: Peter Handke spricht in einem Aufsatz aus '69 zu Landkinos und Heimatfilmen davon, dass das Publikum, nachdem es aus dem Kino kam sich wirklich geniert hat, sich diesen Heimatfilm angesehen zu haben. Das beschreibt das von Ihnen skizzierte Erlebnis sehr, sehr schön. Bedeutet das eigentlich, dass Medienkitsch nicht nur für die Intellektuellen erkennbar ist, sondern auch für das einfache Gemüt, um bei dieser Diktion zu bleiben?*

J. Grimm: Wir beobachten sehr häufig, dass in Zusammenhang mit Kitschkommunikation Gefühle der Scham und auch Gefühle der Aggression entstehen können. Ich habe jahrelang versucht, mit Hilfe von Gewaltdarstellungen die These zu prüfen, ob man damit Aggressionen steigern kann. Das ist mir sieben Jahre nicht gelungen. Dann haben wir eine Untersuchung zu *Nur die Liebe zählt* gemacht. Dabei geht es um Harmoniebedürfnisse der Masse und es war eine sehr anrührende Geschichte, die wir vorgeführt

haben. Mit einer Brasilianerin, die mit einem Deutschen verheiratet ist und von dessen Familie abgelehnt wird. Sie hat sich in der Sendung unter Tränen mit einem selbst gesungenen Lied dafür bedankt, dass er sich um ihrer Liebe willen von seiner Familie distanziert hat. Alleine daran zu denken, lässt bei mir die Haare aufstehen. Was ist passiert, als wir diesen Ausschnitt unseren Probanden vorgeführt haben? Ein Teil der Probanden war ebenso gerührt wie ich, der hier ganz kitschaffin reagierte. Ein anderer Teil ist aggressiv geworden. Wir haben das tatsächlich auch nachweisen können, objektiviert durch experimentelle Wirkungstests. Es waren übrigens eher die Burschen als die Frauen. Wir haben damit also Aggressionssteigerung gefunden, die wir bei der Gewaltdarstellung nicht feststellen konnten. Daraus entstand die These vom „Anti-Kitsch-Affekt“. Es gibt also offenbar ein Überwältigt-Sein vom Harmonie suggerierenden Objekt, das sich in kitschigen Gefühlen manifestiert. Aber es gibt einen genauso, fast möchte ich sagen, Furor des Kampfes gegen diese Harmonie, die mir von der emotionalen Energetik bis heute noch nicht ganz klar ist. Es gibt ein paar, ich sag mal, Behelfshypothesen, um das Phänomen zu erklären. Zum Beispiel jene, dass man sich irgendwie angesprochen fühlt und sich gegen dieses Harmoniegefühl wehrt. Das kann in der Abwehr dann sehr intensiv werden. Aber im Grunde wissen wir nicht genau, woher dieser Hass emotional gespeist wird, der auch den Anti-Kitsch-Kampf jahrzehntelang antrieb. Warum sind wir wütend auf die Idylle? Vielleicht weil sie uns dann doch etwas vorgaukelt, das wir nicht als Realität erleben.

K. P. Liessmann: Ich finde das sehr interessant, das bestätigt eine Vermutung, die ich wirklich nur ganz cursorisch hin und wieder geäußert habe: Nämlich, dass der Kitsch genau dann solche aggressiven Reaktionen hervorrufen kann, wenn er mit einer moralischen Botschaft verbunden ist, die man als Zumutung empfindet. Wenn er zum Beispiel eine heile Welt zeigt und damit gleichzeitig suggeriert: Wärs du nicht so schlecht, könntest du in einer heilen Welt leben. Also gerade solche Geschichten, die mit glücklichen Migrantenchicksalen zu tun haben, die suggerieren doch jedem Zuseher: Es könnte wunderbar sein in der Welt, aber du bist im Innersten deines Herzens ein kleiner Rassist und deshalb ist unsere Welt nicht so schön, wie sie sein könnte. Das produziert natürlich Aggressivität. Auch pädagogischer Kitsch zählt dazu. Jeder Lehrer, der sich anhören

oder ansehen muss, wie schön eine pädagogische Idylle aussähe, würde er sich nur mehr engagieren, wäre er nur offener, der hält diesen Kitsch nicht aus. Denn er weiß: Er entspricht nicht der Realität, er entspricht nicht seiner Lebenserfahrung, er entspricht nicht seinen Dispositionen. Er wird sich wehren. Das heißt, Kitsch im positiven Sinne, wo man dann wirklich weint und betroffen und gerührt ist, funktioniert natürlich immer dort am besten, wo einem Schicksale vorgeführt werden, die aus einem anderen Kontext stammen als aus dem in dem man selber lebt. Jemandem, der wirklich am Land lebt, einen Heimatkitschfilm vorzuspielen, wird wahrscheinlich seltsamste Reaktionen hervorrufen, ganz selten Tränen. Der junge Städter, die junge Städterin, die so etwas sieht, kann unbefangen weinen. Diese Welt berührt sie in dieser Weise überhaupt nicht, außer als Vorschein, als Idylle eines möglichen anderen Zustandes. Für denjenigen, der in dieser Welt lebt, ist es aber kein möglicher anderer Zustand, sondern die Konfrontation mit einem Bild und einer ganz anderen Lebensrealität. Ich denke, dass das in der Tat etwas für sich hat. Kitsch ging schließlich sehr lange – ich verweise nochmals auf Karl May – Hand in Hand mit Exotismen. Denn das Exotische ist das, was mich nicht berührt, ist das Schicksal weit draußen, in das ich alles reinprojizieren kann. Warum der edle Wilde? Warum der edle Fremde? Sie sind Bewohner einer anderen Welt, deren Perspektive sich sofort verändert, wenn dieser Kosmos näher rückt.

Das wäre eine ad hoc formulierte Hypothese zu diesem interessanten Phänomen.

J. Grimm: Also Exotismus ist mit Sicherheit eine ganz wichtige Dimension. Die Frage ist, wie sich unter den Bedingungen des Exotismus die Harmoniebedürfnisse manifestieren. Warum wollen wir uns vergemeinschaften mit den Fremden? Unter xenophobischen Aspekten fürchten wir das ja normalerweise.

K. P. Liessmann: Ich denk nicht, dass es um Vergemeinschaftung geht. Also wenn man sich verbalisierte, klassisch exotische Stereotype ansieht, geht es ja nicht darum, mit den Fremden zu vergemeinschaften, sondern den Fremden als eine Möglichkeit vorzuführen, die man selber

Kitsch ging sehr lange Hand in Hand mit Exotismen. Das Exotische ist das, was mich nicht berührt, ist das Schicksal weit draußen, in das ich alles reinprojizieren kann.

vielleicht auch hätte haben können oder haben könnte, entweder in dem man sich verändert oder an diesen Ort begibt. Denken wir zum Beispiel an die Südseeromantizismen: Dieses unbeschwerete Leben in der Südsee, frei, unmittelbar ohne den Druck industrialisierter Arbeit etc. Das sind idyllische Bilder, das sind idyllische Inselbilder, da geht es nicht darum, sich mit den dort lebenden Südseeinsulanern irgendwie zu vereinen, sondern an deren Stelle zu treten. Das ist etwas anderes.

J. Grimm: Also das wäre dann Eskapismus.

K.P. Liessmann: Das wäre der Eskapismus, genau.

J. Grimm: Ich bin mir nicht sicher, ob man es auf das Eskapismus-Phänomen reduzieren kann. Ich sehe diese Dimension schon.

K. P. Liessmann: Das ist *eine* Dimension. Reduzieren möchte ich es auf keinen Fall darauf. Kitsch ist so vielfältig.

J. Grimm: Ich möchte dem eine zweite hinzufügen. Ich glaube, es ist eigentlich ein Transzendenzstreben, das sich im Kitschgefühl manifestiert. Man will sich übersteigen. Man kann das manchmal mit Seinesgleichen praktizieren, das wäre dann „Saturday Night Fever“, um die Häuser ziehen mit Gleichartigen und sich da in einen Rauschzustand begeben. Aber man kann

auch einen, ich möchte mal sagen, eudaimonistischen Rausch erzeugen, indem man sich mit Winnetou identifiziert und mit ihm, und soweit würde ich dann schon gehen, gemeinsam durch die Prärie reitet und für das Gute kämpft. Und ich will Ihnen noch ein Beispiel nennen, das deutlich macht, wie man sich in gewisser Art und Weise authentisch transzendiert. Es ist dann nicht nur ein „im-Eigenen-Verbleiben“ und „Sehnen-in-die-Ferne“, sondern man taucht in diese ferne Welt wirklich ein.

K. P. Liessmann: Man imaginiert sie. Ja richtig.

J. Grimm: Eines der für mich interessantesten Kitscherlebnisse, das ich jemals hatte, war im Zusammenhang mit einer Studienfreundin aus

Eritrea. Eine sehr, sehr hübsche Frau, die mir gefallen hat und die mich auf ein Fest von Eritreern mitnahm. Das sind Menschen mit sehr dunkler Hautfarbe. Ich war also in einem Raum von ca. 250 Leuten der einzige Weiße. Und es war dort richtige Vergemeinschaftungsstimmung, Polonaise durch den ganzen Saal. Ich bin dann gemeinsam mit diesen Menschen umhermarschiert, mit Körperkontakt: Hände auf den Schultern, und das war dann fast, möchte ich sagen, der glücklichste Moment meines Lebens. Es war ein Moment, in dem ich plötzlich transzendierte im Exotischen, so könnte man das nennen. Aber es hat wirklich stattgefunden. Es gibt auch ein Beispiel von einem Kriminalfilm, der vor noch gar nicht allzu langer Zeit im österreichischen Fernsehen gelaufen ist: „Der Baum der Erlösung“. Es ging dabei um den Konflikt in Telfs zwischen türkischen Mitbewohnern und Einheimischen. Es war lange unklar, wer was gewesen ist. Der Täter war dann, in politisch korrekter Weise, am Ende der Tiroler. Der Ausländer durfte es aus öffentlich-rechtlichen Gründen nicht sein. Das spielt aber hier gar keine Rolle. Am Ende treffen sich dann die beiden Familienväter – der aus Tirol und der aus der Türkei –, die sich so lange verfeindet gegenüber standen, in der Moschee. Sie beten gemeinsam und dahinter sieht man die untergehende Sonne. Und wieder ein Moment des unbeschreiblichen Glücksgefühls. Ich nenne diesen Zustand, in den man da gerät, eudaimonistischen Rausch, weil man im Moment und plötzlich vom Guten wirklich angefasst wird und sich dadurch im Innersten transzendiert. Das ist für mich aber mehr als Eskapismus. Das ist dann eine existenzielle Form der Transzendenz, eine fast schon religiöse, aber ganz reelle Selbst-Überschreitung und keine Flucht.

K. P. Liessmann: Ich glaube, das ist jetzt wirklich der interessanteste Punkt unseres Gesprächs. Nämlich die Frage der Differenz zwischen Realität, die solche Züge haben kann, die solche Glücksmomente, solche Gefühle der Harmonie wenigstens für einen Moment der Versöhnung in uns hervorrufen kann und der gleichsam vorgefabrizierten ästhetischen Objektivität solcher einer Situation. Es ist, glaube ich, ein Unterschied, ob man selbst bei so einem Fest ist, selbst solch ein Gefühl der Harmonie und der Vereinigung mit Menschen aus ganz einem anderen Kulturkreis haben kann, oder ob man das als die politisch korrekte Botschaft im Rahmen eines Fernsehkrimis serviert bekommt. Das denke ich ist der Un-

terschied des Ganzen. Kitsch, ist für mich, – auch wenn die Wurzel des Kitsches in dieser Emotionalität liegen mag – in diesen Sehnsüchten, in diesen Transzendenzbedürfnissen durchaus gegeben, aber die sind an sich noch nicht kitschig. Kein Mensch der Frieden will, hat ein kitschiges Gefühl. Kein Mensch, der mit seinen Nachbarn in Harmonie leben will, ist deshalb ein Kitschmensch. Zum Kitsch wird das Ganze genau dann, wenn es sich gleichsam in einer ästhetischen Form objektiviert und auf diese Art und Weise diese Gefühle auf der einen Seite befriedigt, uns aber auf der anderen Seite auch die Realisierung einer Wirklichkeit, in der solche Gefühle gelebt werden könnten, vorenthält. So gesehen denk ich, ist dieser alte ideologiekritische Einwand gegen den Kitsch, noch nicht wirklich erledigt. Und dies betrifft nicht nur die industriellen Produktionsformen von Kitsch, die für mich allerdings nicht nur akzidentiell sind. Sie sind schon ganz wesentlich. Warum? So lange etwas individuell produziert wird, atmet es auch die Besonderheit des Individuellen. Damit ist es bis zu einem gewissen Grad davor gefeit, etwas gleichsam schablonenhaft und schablonenartig abzuhandeln oder zu befriedigen. Jede Form von industrieller Produktion zwingt auch zur Normierung von Handlungsweisen, zur Normierung von Gefühlen, zur Normierung von Ansprechweisen. Damit sieht dann alles einander ähnlich oder völlig gleich aus. Es funktioniert deshalb natürlich als Massenprodukt und funktioniert deshalb auch als Mobilisierungspotenzial für massenhaft auftretende Gefühle. Meine These wäre, dass es diese strengen Grenzen nicht mehr gibt. Es ist ein Hin und Her, aber es gibt natürlich noch die äußersten Pole. Meine These lautet, dass nicht nur Kitsch durch solche ästhetischen Strategien wie sie etwa Jeff Koons oder Pierre et Gilles oder andere an den Tag legen, nobilitiert wird. Sondern dass es auch den umgekehrten Weg gibt, dass Kunstwerke höchster Dignität durch massenhafte Reproduktion verkitscht werden. Ich denke nur an die Engel von Raffaels berühmter Sixtinischer Madonna, die oft rausgeschnitten werden und dann als Postkarten, als Poster, als Bildchen, millionenfach um den Erdball gejagt werden. Derjenige der das ursprüngliche Gemälde nicht vor sich hat, findet in diesen süßlichen Gesichtern natürlich nichts anderes mehr als Kitsch – es ist aber Raffael.

J. Grimm: Ich würde sagen, die Normierung ist ein Merkmal der Massenproduktion und nicht des Kitsches. Im Kitsch gibt es ein Moment der

Ritualisierung, also der Wiederholung des anderen Zustandes unter Bedingungen künstlicher Objekte, weil die ja notwendig sind, um diesen Zustand zu produzieren. Die Religion ist voll von diesen Ritualen. Die Liturgie wird zwar normalerweise nur alle paar Jahrhunderte geändert, aber sie wird jeden Sonntag wieder neu inszeniert. Dazu bedarf es keiner Industrie, dazu bedarf es einer Kirche.

K. P. Liessmann: Aber ein Ritual ist etwas Anderes als standardisierte Massenproduktion. Es gibt natürlich auch diese Empfänglichkeit des Rituals für den Kitsch, weil eben auf diese Art und Weise künstliche Emotionen jederzeit erzeugt werden können. Trotzdem denke ich ist das Ritual eine symbolisch aufgeladene gemeinschaftliche Handlung. Wenn sie das nicht ist, ist es kein Ritual mehr, sondern eben ein leeres Ritual. Aber solange es noch mit Lebendigkeit gefüllt ist, ist es als Handlung Teil einer ganz bestimmten Lebenswirklichkeit und eben gerade nicht das, was das Kitschobjekt suggeriert. Etwa dann, wenn die von diesem Ritual losgelöste beleuchtete, sanft aufflackernde Kitschmadonna, die man sich irgendwo hinstellt, um bestimmte religiöse Emotionen vielleicht noch am Rande zu evozieren. Aber ich gebe zu, dass gerade im Bereich des Religiösen wirklich sehr, sehr fließende Grenzen vorliegen. Wann wird aus einem, in ein Ritual eingebettetes Skulpturenwerk, wie etwa einer Krippe, Weihnachtskitsch, der am Weihnachtsmarkt feilgeboten wird? Wo ist hier die Grenze?

J. Grimm: Ich würde auf jeden Fall auf der Ritualisierung als Grundbestimmung des Kitsches bestehen. Also wir haben den gemeinsamen wohlwollenden Blick auf den Kitsch, aber wir haben einen Dissens in der Bewertung des Kitsches unter dem Gesichtspunkt des Echten oder Unechten. Sie bestehen auf der These des Unechten und ich sage der Kitsch kann unecht sein, ist aber im Grunde ein echtes Gefühl, das sich auf diese und jene Weise zeigt. Ich würde auch ohne weiteres zugeben, dass es so etwas wie ästhetische Mängel in der Kitschkultur gibt. Das hängt damit zusammen, dass den Leuten, die Kitsch leben, die artifizielle Seite nicht so bewusst ist und sie bislang nicht wirklich interessiert. Daraus folgt, dass man den Kitsch kultifizieren kann und muss. Man kann ihn ästhetisch weiterentwickeln und die Beispiele haben Sie genannt. Aber zunächst mal würde ich den Kitsch nicht nur aus dem Geschmacksdiskurs, sondern auch aus dem Echt-

heitsdiskurs rausnehmen wollen. Ihn sozusagen existenzialisieren und dadurch eine neue kritische Perspektive auf die Objekte gewinnen. Für mich sind zum Beispiel der röhrende Hirsch und der Gartenzweig kein Kitsch. Der funktioniert bei mir nicht. Das mag bei meinen Eltern noch anders gewesen sein. Bei mir funktioniert *Winnetou*, das haben wir schon gesagt. Aber bei mir funktioniert zum Beispiel auch alles, was mit Flower Power zu tun hat. Das war eine Zeit, in der ich jung und prägnant war. Da waren natürlich Harmoniesehnsüchte noch und nöcher unterwegs. Das ist mein persönlicher biographischer Kitsch. Aber es geht nicht an, daraus, dass die Gartenzweige massenhaft produziert werden, abzuleiten, dass deswegen der Kitsch unecht ist. Man muss vielmehr danach fragen: Wo hat jeder Mensch seinen echten Kitschpunkt, bei dem er funktioniert? Wir neigen oft dazu, zu beschreiben, wo er nicht funktioniert.

K.P. Liessmann: Ich habe kein Problem das zu individualisieren. Ich würde es für mich nur genau umgekehrt sagen: Also ich finde Flower Power und Hippieprodukte aller Art mittlerweile unerträglich. Es ist mir peinlich wenn ich so etwas sehe. Da geht es mir so wie demjenigen, der aus dem Heimatfilm kommt und peinlich berührt ist. Wenn ich Scott McKenzie heute höre, bin ich peinlich berührt. Andererseits habe ich mittlerweile ein echtes Faible für Gartenzweige entwickelt. Und warum? Ich finde es erstens wirklich mutig sich zu Gartenzweigen zu bekennen. Zweitens finde ich Gartenzweige als Ausdruck dieser Sehnsucht nach Idylle ja so etwas von perfekt, weil gleichzeitig so etwas von absurd. Es ist ein reines Kunstprodukt. Im Gegensatz zum Insulaner, zum edlen Wilden oder zum Apachen, gibt es in der Wirklichkeit keine Gartenzweige. Es ist wirklich ein reines Phantasieprodukt, ein Kunstprodukt, das nichts Anderes dokumentieren soll, als einen unbedingten Willen zur Idylle. Dieser ist schon so verzerrt und so pointiert, dass man gar nicht anders kann, als diese Gartenzweige ironisch in diese kleine Welt im Garten einzubauen. Deswegen finde ich Aktionen wie etwa „befreit die Gartenzweige“ viel witziger als noch irgendwelche nachgeschobenen Flower Power-Aktivitäten.

D. Ecker: *Herr Professor Grimm, haben Sie eine persönliche Vorliebe für Kitsch?*

J. Grimm: Aber natürlich. Ich habe ja schon einiges davon kundgetan. Es hat sich an meiner

Liebe für Karl May nichts geändert. Ich habe jetzt tatsächlich *Winnetou III* vor kurzem nochmals gelesen. Das war nicht peinlich, es war interessant. Ich habe natürlich dann auch ein bisschen biografisch reflektiert. Irgendwie geht der Weg ja manchmal von Karl May zu Karl Marx, also von der Vorscheinästhetik zur Umgestaltung von Gesellschaft. Wenn man dann diesen Weg auch wieder hinter sich gebracht hat und etwas ernüchtert die Utopien hat scheitern sehen, dann erscheint das, was den linken Kitsch einmal ausgemacht hat – rote Fahnen, die Internationale usw. – plötzlich als etwas, das nicht mehr funktioniert. Das ist dann das verallgemeinerbare Moment für mich. Es gibt offenbar Perioden, in denen bestimmte

Formen als Kitsch für bestimmte Personengruppen funktionieren. Diese können diese Funktion aber auch wieder verlieren. Allein aus dieser Beobachtung leite ich ab: Es muss so etwas wie einen authentischen Kitschmoment geben.

D. Ecker: *Meine Herren, das war ein gutes Schlusswort! Ich denke, wir haben in den letzten vierzig Minuten viele Aspekte von Kitsch beleuchtet. Für unsere Zuseher ein Motiv, sich die eine oder andere Publikation zu organisieren und nachzulesen. Ich bedanke mich bei beiden: Ich bedanke mich beim Gartenzwergegliebhaber, ich bedanke mich beim Winnetou-Fan. Es war ein Vergnügen Ihnen zu folgen. Danke!*

Eudaimonistischer Rausch

Kitsch und moralische Glückseligkeit

Jürgen Grimm

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft,
Universität Wien

Abstract

Der Beitrag aktualisiert und erweitert die Kitsch-Thesen des Autors aus dem Jahre 1998. Vorgeschlagen wird eine alternative Sicht auf Kitsch-Phänomene, die nicht die ästhetische Minderwertigkeit von Objekten, sondern den existenziellen und alltagspraktischen Wert für die Kitsch-Gebraucher in den Mittelpunkt rückt. *Kitsch* wird verstanden als Ästhetik vergessender Zustand, der mit Harmoniebedürfnissen korreliert. In diesem ANDEREN Zustand, der sich vom normalen Alltagsleben unterscheidet, empfindet das Subjekt echte und intensive Gefühle von Liebe und Geborgenheit, die von Kitsch-Objekten ausgelöst werden und/oder zur Produktion von Kitsch-Objekten führen. Das Kitsch-Erleben wird gratifiziert – und darin liegt die neue Zuspitzung der Theorie – durch moralische Glückseligkeit, die den *Kitsch* mit dem Wunsch verzahnt, tugendhaft zu sein und Gutes zu tun. Abschließend werden Anwendungsperspektiven der Kitsch-Theorie für die kommunikationswissenschaftliche Unterhaltungsforschung diskutiert.

Als ich 2002 zum ersten Mal in Österreich Thesen zum Thema *Kitsch* vortrug, fiel mir so gleich das geheime Einverständnis der versammelten Kollegenschaft in Klagenfurt auf die, anders als in Deutschland, den nicht-denunziatorischen Ton sofort verstand und goutierte. *Kitsch* als ein seriöses akademisches Thema zu präsentieren, schien bis dahin als riskantes Unternehmen nahe der bildungsbürgerlichen „Selbstverleugnung“ und „Nestbeschmutzung“. Schließlich gehört es zu den identitätsstiftenden Ritualen des intellektuellen Habitus, die distinguierte Existenzform der „Träger des guten Geschmacks“ von allerlei Geschmacksverirrungen abzugrenzen (Bourdieu 1998). Im österreichischen Rahmen waren, so schien es mir, die Abgrenzungsbedürfnisse geringer ausgeprägt, die Kitsch-Affinitäten hingegen, wie der Gang auf den Weihnachtsmarkt zeigte, desto größer. Dafür legte denn auch Konrad Paul Liessmann beredtes Beispiel ab, wenn er im selben Jahr mit der Autorität des Philosophen und Ästhetik-Professors den *Kitsch* zum „eigentlich guten Geschmack“ erklärte (Liessmann, 2002).

Sind also dichotomisierende Konzepte von Kunst versus *Kitsch* mittlerweile auf ein regionales Minderheitenphänomen geschrumpft?

Kitsch in Transition

Selbst auf die deutsch-österreichische Dichotomie ist nicht mehr richtig Verlass, liest man den Beitrag des deutschen Literaturprofessors Jochen Hörisch in diesem Heft, der *Kitsch* gleichsam augenzwinkernd als Zone „absichtsvoller Selbstunterschreitung“ von Künstlern, Ästheten und Intellektuellen begreift. *Kitsch* als Korrektur- und Reinigungsstation der überkomplexen, überationalen und überartifizialen Hochkultur! Eine ästhetische Abwertung des *Kitsches* klingt anders. Der vielstimmige „postmoderne“ *Crossover* zwischen Hoch- und Massenkultur lässt eine strikte Trennung prinzipiell obsolet erscheinen (Braun-gart, 2002). Die Separierung kultureller Sphären, die Umberto Eco noch in den 1980er Jahren als eine Art soziokultureller „Apartheid“ kritisierte (Eco, 1984), ist durchlässiger geworden.¹

¹ Intellektuelle bekennen sich heute leichtgänglich und rein-
henweise zu ihrer eigenen Kitsch-Affinität und können sich
dabei auf James Joyce berufen, der bereits zu Beginn des 20.

Jahrhunderts einen freundlichen Blick auf die Unterhaltungs-
und Kitsch-Bedürfnisse der einfachen Leute riskiert (Senn &
Alonso, 2012/13).

Zur gesteigerten Aufwärtskompatibilität des *Kitsches* gesellt sich eine radikale Umwertung von Kitsch-Ikonen. So haben Gartenzwerge längst Kult-Status erreicht; von der Verachtung durch öffentliche Meinungsbildner früherer Zeiten keine Spur. Eindringlich bezeugt das Erfolgsmusical *Natürlich Blond!*, wie aus ehemals als „kitschig“, „dumm“ und „angepasst“ abgekanzelten weiblichen Attributen – blonde Haare, pinkfarbene Accessoires, mit Schleifchen gewandete Schoßhündchen – stilbildende Ausdrucksmittel berufs- und aufstiegsorientierter Frauen werden können. Und wenn schon Künstler wie Jeff Koons den *Kitsch* als Kunst nobilitieren, besteht offenbar kaum noch Bedarf, dem Anti-Kitsch-Kampf von anno dazumal² mit einer generalisierten Pro-Kitsch-Kampagne entgegenzutreten. Fast scheint es so, als ob aus dem ehemals verachteten Schmutzkind nunmehr *Everybody's Darling* geworden ist. In diesem geistigen Klima lohnt ein zweiter Blick auf alte und neue Kitsch-Theorien, die sich in den neuen Kitsch-Verhältnissen erst noch bewähren müssen.

Neue Sachlichkeit und offene Fragen

Wissenschaftliche Einlassungen zum Thema *Kitsch* haben deutlich zugenommen und sind keineswegs grundsätzlich auf Abwertung bedacht. *Kitsch* als Kunst der „Kleinen Leute“ wurde von Pionieren der Volkskunde wie Rudolf Schenda und Ueli Gyr seit den 1970er Jahren (z.B. in Gestalt von Hefromanen, Postkarten-Idylle oder Urlaubsfotos) zum ganz normalen Analyse-Gegenstand erhoben (Schenda, 1976; 1977; Gyr 2002; 2005)³. Hier geht es dann nicht mehr um die Frage, ob Hochgebildete sich dazu bequemem, auch einmal in Kitsch-Sphären abzutauchen, sondern darum zu beobachten, wie Leute mit und ohne Matura ihr Alltagsleben kulturell bewältigen. Für die *Kitsch-Gebraucher* steht – anders als für die *Kitsch-Urteiler* – die ästhetische Qualität nicht im Mittelpunkt. Im gelebten *Kitsch* zählt allein der Existenzialwert des Szenarios. Was hilft es mir in meinem Leben?

Die Kommunikationswissenschaft tut sich mit dem *Kitsch* deutlich schwerer, weil Journalismus-

Theoretiker im Bemühen um den guten Stil gerne die Boulevard-Zeitung mit ihren dramatischen und rührseligen Storys als Gegenteil von „Qualitätsjournalismus“ definieren. Aber auch hier hat sich im Gefolge von Herta Herzogs bahnbrechenden Studien zu den „Daytime Serials“ im Radio (Herzog, 1944) eine Unterhaltungsforschung etabliert, die mittlerweile *Tearjerker-Filme* wie *Titanic* und *Avatar* trotz oder wegen ihres hohen Rührungspotenzials und ausgeprägter Idylle-Reservate zu den untersuchungswerten Phänomenen zählt (Knobloch-Westerwick et al., 2012; Wirth et al., 2012). Warum können wir im Kino unsere Tränen genießen, die wir im außermedialen Leben gerade vermeiden wollen? Hat die Paradoxie des Genusses trauriger Filme mit *Kitsch* zu tun? Über die Legitimität des Studienobjekts besteht Einvernehmen, nicht aber über die Terminologie und seine theoretische Modellierung. Der *Kitsch* ist im Mainstream der Kommunikationswissenschaft angekommen, nicht aber ein (angemessener) Kitsch-Begriff. Unter dem Einfluss des Uses-and-Gratification Approach wurde in der Unterhaltungsforschung lange Zeit das Eskapismus-Motiv zur Erklärung des *Selective Exposure* bei der Programmwahl des Publikums herangezogen (Katz & Foulkes, 1962). Vor allem romantische Unterhaltungsformen wie Heimat- und Liebesfilme werden dabei zu Fluchtwelten erklärt, die dem Zuschauer erlauben, seine Sorgen zu vergessen, indem sie eine geschönte Realität suggerieren. Der Preis für die medialen „Glückspillen“ sei der Realitätsverlust. Demgegenüber zeigen empirische Studien zur Unterhaltung, dass vermeintliche mediale Fluchthilfen in Wahrheit Lebenshilfen sind (Grimm, 2010). Gerade unter dem Gesichtspunkt tränenreicher Rührstücke erscheint das Fluchtmotiv wenig überzeugend. Warum sollte man/frau, um seine Sorgen zu vergessen, ausgerechnet weinen wollen?

In neueren Studien wird die „Freude“, die traurige Filme vermitteln, mit deren „eudaimonic value“ (Oliver & Raney, 2011; Oliver & Bartsch, 2011) in Zusammenhang gebracht. Die Zuschauer genießen es, auf der Seite der Guten zu stehen. Das scheint, in der Tat, eine Spur zu sein, um die Kitsch-Verhältnisse weitergehend zu entschlüsseln. Unklar blieb allerdings bislang,

² Vgl. stellvertretend für die Anti-Kitsch-Kämpfer Fritz Karpfen (1925), der in martialischer Diktion gegen die „Entartung“ der Kitsch-Kunst ins Felde zog.

³ Siehe auch den Überblick von Ueli Gyr zur volkskundlichen Beschäftigung mit dem Thema *Kitsch* in diesem Heft.

warum eigentlich das „Gute“ glücklich macht. Olivers These von der Bedeutsamkeit („meaningfulness“), die *Tearjerker* vermitteln sollen, läuft auf Ich-Stärkung hinaus, die mit der demütigen Haltung vieler Kitsch-Gebraucher konfligiert. Der Taschentuch-Verbrauch im Kino verweist jedoch nicht auf Ich-Orgasmen, sondern darauf, dass der Mit-Trauernde sich der Tragik bewusst wird, angesichts derer selbst Heroen wie Ödipus auf normalmenschliche Maße schrumpfen. In psychologischer Diktion lautet derselbe Befund: Bei den *Tearjerkers* werden keineswegs internale Kontrollerwartungen gestärkt (Rotter, 1966), deren maximale Steigerung in Allmachtsphantasien münden. Vielmehr erscheint das objektiv Unbeeinflussbare als das, was es realistischer Weise ist: Statt Action wird Demut und Trauer induziert.

Thesen zum Kitsch

Von den 15 Kitsch-Thesen seinerzeit (Grimm, 1998) ist aus heutiger Sicht nichts abzustreichen.⁴ Ja, jeder ist ansprechbar für *Kitsch*, jeder hat seinen persönlichen *Kitsch*, bei dem er Ästhetik ver-gessend vom Kitsch-Objekt überwältigt wird.

Die Wertungsperspektive im Kitsch-Diskurs ist aporetisch, insofern als ästhetikfixierte *Kitsch-Urteiler* die „echten“ Kitsch-Zustände der *Kitsch-Gebraucher* zwangsläufig verfehlen. Um den *Kitsch* zu verstehen, bedarf es daher einer grundlegenden Umdeutung: Während der „alte“ *Kitsch-Begriff* als eine kritische Kategorie der Ästhetik, genauer als Theorie ästhetischer Mängel fungierte und sich dabei im Bewertungsdschungel elitärer Kulturkonzepte verhedderte, setzt der „neue“ *Kitsch-Begriff* auf die Beschreibung existenzieller Zustände des Ergriffenseins durch Harmonieszenarien, die zur Teilhabe an selbstüberschreitenden *Communitas*-Erfahrungen einladen. Die ästhetische Dimension ist hier zweitrangig und nur insofern von Belang, als der Kitsch-Gebraucher qua mangelndem Interesse an ästhetischen Fragen auch „schlecht“ gemachte Kitsch-Objekte akzeptiert, wenn sie nur die betreffenden Schlüsselreize für Harmoniesehnsüchte bedienen und eine tief empfundene Resonanz auslösen. Seinem Wesenskern nach wurzelt der *Kitsch* im Existenziellen und Vergänglichen und strebt gerade deshalb in

transzendente Höhen (Paglia, 1990). Das hat er mit der Religion gemein, die nicht umsonst den *Kitsch* in Form von Devotionalien gerne und ausgiebig beheimatet. Das Kreuzifix steht dem *Kitsch* insofern nahe, als es ebenso wie *Tearjerker*-Filme Leid und Erlösung gleichzeitig symbolisiert. Im Kino weinen wir deshalb mit klammheimlicher Freude, weil in der para-existenziellen Verlust-erfahrung, die Schiffsuntergänge und der Tod sympathischer Leinwand-Figuren vermitteln (Grimm, 1999), Trauer und ein überwältigendes Gefühl der Liebe amalgamieren. Und auch die Demutsgeste ist ähnlich wie im Christentum für die paradoxe Lust am Traurigen mit bedeutsam, da sie nämlich dazu motiviert, sich selbst moralisch zu übersteigen und für andere ein Opfer zu bringen. Die moralische Komponente des *Kitsches* wird in der 15. These zur neuen Kitsch-Definition bereits angesprochen, aber noch nicht hinreichend erklärt. Daher wird abschließend eine ergänzende 16. These zur eudaimonistischen Funktion des *Kitsches* formuliert.

1. Von Kitsch-Menschen und anderen

Den „Kitsch-Menschen“ gibt es nicht. Jeder ist prinzipiell ansprechbar für Gefühlswirkungen, wie sie beispielsweise durch Schlager, sentimentale und melodramatische Filme oder ornamentale Einrichtungsgegenstände, Accessoires und Andenken beabsichtigt werden. Wer sich von einem Objekt mit dem Argument *Kitsch* distanzieret, ist von diesem speziellen Objekt entweder nicht angesprochen worden oder er hat einen Grund, ein bestimmtes ausgelöstes Gefühl abzuwehren. Gibt es schon keine „Kitsch-Menschen“, so gibt es allerdings Anti-Kitsch-Menschen, die inflationär zu einem Distanzierungsverhalten neigen.

2. Echtes und Unechtes

In den Gefühlen, die sogenannte Kitsch-Objekte auslösen, äußern sich authentische, oft verdrängte Seiten unseres Seelenlebens. Wenn dem *Kitsch* immer wieder vorgeworfen wird, mit „falschen“, „unechten“ Gefühlen zu arbeiten, so weist dies darauf hin, dass sich diese Gefühle eben nur in verkleideter, uneigentlicher Form zeigen (können, dürfen). Deshalb geht es darum, den echten,

⁴ Die Redaktion von *medienzeit* hat sich daher entschlossen, sie hier nochmals zu präsentieren, und mich um eine aktualisierte Deutung gebeten.

eigentlichen Kern des *Kitsches* freizulegen, der identisch ist mit einem wesentlichen Teil unserer Gefühle, mit emotionalen Konflikten, mit unseren realen Ängsten und Träumen überhaupt.

3. Gefühlsauslöser

Entscheidend für die Gefühlswirkung ist die persönliche Relevanz des jeweiligen Szenarios. Die Auslösung von Gefühlen ist davon abhängig, ob der Rezipient Bezüge zu sich selbst herstellen kann, ob es ihm also gelingt, Assoziationen mit entsprechenden Gefühlswerten an die szenische Gestalt der Darbietung anzuschließen oder nicht. Hieraus folgt: es gibt *Kitsch*, der bei bestimmten Menschen funktioniert und bei anderen nicht. Hieraus folgt außerdem, dass *Kitsch*, wenn er funktioniert, Ausgangspunkt für Selbstthematierungen und die Reflexion des eigenen Gefühlslebens werden kann. Dabei ist eine zustimmende Gefühlsreaktion genauso aussagekräftig wie eine Abwehrhaltung.

4. Gefühlszensur

Die persönliche Relevanz des Szenarios setzt sich allerdings nicht immer und überall in adäquate Gefühlsreaktionen um, da diese von konventionellen Urteilsformen der Gefühlsbewertung überlagert werden. Dazu gehören in unserer Kultur Normen, die Kitsch-Objekte und Kitsch-Gefühle abwerten. Auf diese Weise wird Gefühlskontrolle eingefordert und notfalls auch Gefühlszensur geübt. Der kulturell verordnete *Anti-Kitsch* war jedoch nicht in der Lage, die inkriminierten Gefühlszustände einzudämmen oder gar abzuschaffen. Statt der beabsichtigten Gefühlsbeschränkung war die Folge eine GefühlsABSPALTUNG; das heißt, die Gefühle wurden nach wie vor erlebt, jetzt aber mit negativem Beigeschmack und schlechtem Gewissen. Es lässt sich im übrigen beobachten, dass die Intensität der Abwertung von der zuvor erlebten (oder erwartet erlebbaren) Gefühlsintensität beeinflusst wird: Um so mehr man dem emotionalen Sog eines Gegenstandes zu erliegen droht, desto stärker wird die Abwehrreaktion, desto mehr psychische Energie wird aufgewendet, um dem Gefühlsansturm zu widerstehen.

5. Gefühl und Verstand

Das ambivalente Verhältnis zu (bestimmten) Gefühlen hat die ganze Gesellschaft erfaßt. Der

emotionale Riss ist bei jedem Individuum mehr oder weniger vorhanden. Er äußert sich in einer Entgegensetzung von Gefühl und Verstand. Dem Gefühl wie dem Verstand werden je eigene, abgezielte Zonen zugewiesen, wobei Grenzüberschreitungen mit einem zermürbenden Gefühle-Verstandes-Konflikt bezahlt werden müssen. Die Spaltung der Kultur in 'hochwertige' Kunst und 'minderwertige' Massenunterhaltung institutionalisiert den Zwiespalt von Gefühl und Verstand in der kulturellen Organisationsstruktur der Gesellschaft. Auch wenn die Grenzen heute durchlässiger und die Anzahl der Grenzgänger zahlreicher sind, wird im situativ variierten *Crossover* die Gefühls-Verstandes-Dichotomie keineswegs überwunden. Nach wie vor lässt man sich in der Unterhaltungskultur fast ausschließlich von fluktuierenden, diffusen Emotionen leiten, während im Kunstbereich hochfliegende intellektuelle Experimente dominieren, die sich längst von der eigentlichen Gefühlsbasis lösen. Während die Unterhaltungsproduzenten/ -konsumenten mit dem Vorwurf konfrontiert werden, ein Zuviel an Gefühl und Zuwenig an Verstand zu praktizieren (=dümliche Gefühlsduselei), kann man die Kunstproduzenten/ -konsumenten mit gleichem Recht tadeln, weil sie dem Verstand zuviel und dem Gefühl zuwenig Raum anbieten (=gefühlskalter Verstand). Wir haben aber nicht zuviel Gefühl und zuwenig Verstand bzw. zuviel Verstand und zuwenig Gefühl, sondern zuwenig Verstand in Fragen des Gefühls.

6. Halbierete Welt oder halbiertes Kitsch?

Im Allgemeinen wird der *Kitsch* mit Harmoniestreben, Liebes- und Versöhnungsbedürfnissen sowie mit dem Wunsch nach Ordnung und Einfachheit in Verbindung gebracht, also: mit 'heiler Welt' und Idylle. Das hat ihm den Vorwurf eingetragen, die unschönen Seiten der Welt zu ignorieren und sich damit von der Wirklichkeit entschieden ins Irreale abzusetzen. Der Eindruck einer halbierten Welt entsteht jedoch nur demjenigen, der den *Kitsch* selbst halbiert, indem er die Aspekte der Wunschproduktion im *Kitsch* von den wunschproduzierenden Verhältnissen trennt. Gerade dann, wenn der *Kitsch* apollinische Schön-Welten konstruiert, die mit den dunklen chthonischen Seiten der Realität kontrastieren, zeigt er in der Gegenrichtung des Wünschbaren seine Erdverbundenheit an. Der Kitsch-Wunsch lässt im Nacken den chthonischen Atem spüren,

der den apollinischen Höhenflug ermöglicht, antreibt, motiviert.

7. Kitsch und Horror

Die Sehnsucht nach der Idylle, nach Enklaven der Harmonie und Geborgenheit wurzeln im erlebten Grauen. Der *Kitsch* ist die Kehrseite der Angst, die unter der notdürftig geschönten Oberfläche lauert. Daher ist es nicht verwunderlich, dass romantisierende TV-Unterhaltungsformen zurzeit ebenso Konjunktur haben wie Horrorfilme. In beiden Fällen geht es darum, Angst zu domestizieren. Während Horrorfilme auf die Konfrontation mit dem Schrecklichen setzen, um ihm die Spitze des Unaussprechlichen zu nehmen, bietet der *Kitsch* eine Abkürzung, die ohne Umwege in die Utopie einer angstfreien Zone führt.

8. Kitsch und Chaos

Das Bedürfnis nach Ordnung und Einfachheit, das im *Kitsch* ebenfalls zum Tragen kommt, ist die Kehrseite der erlebten Unordnung. Der *Kitsch* reagiert auf die Zunahme von Komplexität und die Abnahme der Strukturierungssicherheit; er signalisiert Unbehagen an chaotischen Zuständen. Deshalb gehören Chaos und *Kitsch* zusammen wie Frage und Antwort, wie Mangel und Wunsch nach Beseitigung des Mangels. Die Alternative zum *Kitsch* sind kulturelle Techniken, die – wie zum Beispiel Videoclips – Komplexität und Chaos unmittelbar thematisieren. Ähnlich wie Horrorfilme gegenüber der Angst setzen Videoclips gegenüber dem Komplexitätserleben auf *analogisch-konfrontierende* Kulturtechniken. Der *Kitsch* bevorzugt demgegenüber ein *kontrastiv-kompensierendes* Verfahren, bei dem die Verunsicherungen, die durch die hohe Komplexität der realen Welt hervorgerufen werden, mittels geringkomplexer Alternativwelten bekämpft werden. Der *Kitsch* befriedigt das Bedürfnis nach Komplexitätsreduktion also auf direktem, simulierendem Weg, um Fehlleistungen des Weltbildapparats zu vermeiden, die aus der Überschreitung einer kritischen Grenze der Komplexitätstoleranz und Verarbeitungskapazität resultieren.

9. Vom Soll-Zustand zur Problematisierung

Der *Kitsch* betont das Ausphantasieren von ProblemLÖSUNGEN, während andere Inszenierungsformen stärker die ProblemSTELLUNG in

den Blickpunkt rücken. Dennoch hat der *Kitsch* wie alle Unterhaltungsgenres eine Binnenstruktur, in der typischerweise zunächst ein Problem zur Sprache kommt, um es sodann in den problemlosen Zustand des *Happy End* zu überführen. Deshalb vermeidet der *Kitsch* in der Regel auch nicht den Konflikt, sondern setzt ihn im Gegenteil häufig sogar drastisch in Szene. Eine dramaturgische Struktur PROBLEM \Rightarrow LÖSUNG bewirkt, dass der Endzustand als Sollzustand erscheint und nach der vorangegangenen Problematisierung besonders intensiv empfunden werden kann. Selbst dann, wenn sich der *Kitsch* auf die Gestaltung von Sollzuständen beschränkt, wird der Rezipient die fehlende Problemstellung ergänzen, da sich die gewünschte Lösung nur vor dem Hintergrund eines Problems genießen lässt. In jedem Fall enthält der Genuss einer Wunschprojektion eine latente Problematisierung von Zuständen, die den Wünschen vorausgehen und im Rückwärtsgang der Analyse freigelegt werden können.

10. Erinnerungen an die Zukunft

So wie der *Kitsch* der Logik eines Problem-Lösungs-Modells folgt und dabei gegenüber anderen Unterhaltungsgenres vor allem den Lösungsaspekt betont, so ist auch die innere Zeitstruktur des *Kitsches* zweiteilig mit dem Akzent auf einer positiven Perspektive. Im *Kitsch* gehen Erinnerung und Zukunftsvisionen eine eigenartige Verbindung ein. Der *Kitsch* fragt, wie es anders sein könnte, als Antwort darauf, wie es ist. Der *Kitsch* entwirft eine Utopie, indem er sich an vergangene Verluste erinnert. Das persönliche Andenken zum Beispiel vergegenwärtigt eine vergangene Situation, aber nicht einfach als pure Konservierung der Vergangenheit, sondern funktional eingebunden in eine aktuelle Lebenssituation. Man erinnert sich, um die Stimmung in der Gegenwart zu heben. Die Stimmung in der Gegenwart hebt sich, weil man angesichts gegenwärtiger Probleme auf vergangene Erfahrungen zurückgreifen kann. Denn mit dem Blick auf die Vergangenheit erscheint der Ist-Zustand nur als Möglichkeit und zukünftige Veränderungen bleiben offen.

11. Wechselnde Größenverhältnisse

Die größte Leistung des *Kitsches* sind seine wechselnden Angebote an Größe und Kleinheit, die sich einesteils in miniaturisierten Objekten und Szenarien, andernteils in verehrungswürdigen

Erhabenheitswelten manifestieren. Der *Verniedlichungskitsch* ermöglicht, die eigene Größe als besondere zu erleben; im Unterschied dazu setzt der *Erhabenheitskitsch* auf ein demütiges Sich-Fallenlassen des Gebrauchers. Der *Kitsch* justiert die im Alltag aus den Fugen geratenden Größenverhältnisse zwischen Subjekt und Welt immer aufs Neue. In Phasen der Depression wird der Kitsch-Konsument, um sich aufzubauen, den *Verniedlichungskitsch* präferieren, während ihn in Zeiten des Größenwahns oder einer unbeeinflussbar-übermächtigen Realität der *Erhabenheitskitsch* besser bedient. Die wahrhaft *kitschige Kuschelmentalität* zeichnet sich dadurch aus, dass – ähnlich einer russischen Matroschka-Puppe – unter der kosmischen Decke mit dem Kuscheltier im Arm, die Gefühle des Eingebundenseins und der Überlegenheit gleichzeitig entstehen.

12. Problematischer Kitsch

Das Hauptproblem des *Kitsches* besteht darin, dass Menschen ihre Gefühle, Vorstellungen und Erwartungen auf Objekte verlagern, als könnte die Nutzung dieser Objekte Gefühle und Erwartungen befriedigen. Das aber ist für jedermann nur durch seine Beziehung zu anderen Menschen möglich. Den Objekten kommt lediglich eine, allerdings entscheidende Rolle für die Entwicklung von Beziehungen zwischen Menschen zu, die man nutzen, die man aber auch missbrauchen kann. Der *Kitsch* erweitert die Möglichkeiten zum Gefühlsmanagement, birgt aber die Gefahr eines *selbstreferenziellen Gefühlsleerlaufs*, der die passenden Anschlüsse an die Alltagswirklichkeit verfehlt. Ein gefühlsimmanentes Problem des *Kitsches* ist darin zu sehen, dass durch die einseitige Beanspruchung harmonieorientierter Emotionen der emotionale Apparat an Integrationsfähigkeit in Bezug auf das gesamte Gefühlsspektrum verlieren könnte und damit Einbußen der Umweltadaptivität entstehen. Dieses Problem teilt der *Kitsch* freilich mit dem *Anti-Kitsch*, da die Wut auf Gefühl nicht weniger einseitig emotional engagiert wie der *Kitsch* selbst. Statt einem Abdriften in romantische Gefühlsseligkeit droht hier eine – scheinbar moralisch und ästhetisch legitimierte – Schwerpunktsverlagerung in Richtung Aggression.

13. Kitsch-Spiele und Ironie

Durch spielerische, ironisierende Nutzungsformen wird das reflexive Potential des *Kitsches*

entfaltet, das in naiven Formen des Kitsch-Konsums häufig ungenutzt verpufft. Allerdings darf die Ironisierung nicht soweit gehen, dass der *Kitsch* seine Glaubwürdigkeit als Gefühlserzeuger verliert. Nichts ist belastender für den Gefühlswert und unerträglicher für die Mitspieler als solche Personen, die behaupten, nur Spaß haben zu wollen und dabei fundamentale Regeln des Spiels verletzen. Der Hauptgewinn im Kitsch-Spiel besteht in einem Gefühl des kosmischen Aufgehobenseins und der weltüberlegenen Gelassenheit, das aber nicht direkt angestrebt werden kann und darf. Vielmehr setzt der Erfolg minimal voraus, dass der Kitsch-Spieler sozial aufgeschlossen ist, sich auf das Szenario mit spielerischem Ernst einlässt und dabei nicht (nur) auf den egoistischen Gefühlswert schießt. Optimalerweise verfügen Kitsch-Spieler auch über ein ernsthaftes moralisches Anliegen.

14. Schwierigkeiten der Begriffsbestimmung

Unter *Kitsch* wurde und wird zu verschiedenen Zeiten von verschiedenen Menschen Verschiedenes verstanden. Dies ergibt sich aus den historisch und individuell unterschiedlichen Bedingungen der Gefühlserzeugung wie aus der Variabilität von Wertungsmaßstäben, die sich auf jeweils andere, als schädlich erachtete Gefühlszustände beziehen. Mit der Vieldeutigkeit des *Kitsches* als Rezeptions- und Wertungsphänomen korrespondiert eine paradoxe Verwendungsweise des Begriffs. Derjenige, der ein Gefühl wirklich hat, sieht dies keineswegs als kitschig an; und derjenige, der das Gefühl bewertet, grenzt sich selbst von der kitschigen Gefühlsstimulierung ab. Entweder bezieht sich der Urteiler auf die Gefühle anderer, die er kaum zu beurteilen vermag; oder er lehnt sein eigenes Gefühl ab, das dadurch getilgt, zumindest beeinträchtigt wird. Hieraus folgt: Wo *Kitsch* ist, wird er nicht als solcher empfunden, und wo der Begriff ist, ist sein Referenzobjekt entschwunden. Eine Änderung der terminologischen Praxis scheint ebenso unausweichlich wie ein Umdenken in Sachen *Kitsch*.

15. Neudefinition

Trotz der Aporien des herkömmlichen Kitsch-Verständnisses kann man auf den Kitsch-Begriff nicht verzichten, da es Kitsch-Phänomene gibt, für die keine andere und bessere Bezeichnung zur Verfügung steht. Eine aufgeklärte Kitsch-Defini-

tion vermeidet Vorabwertungen und beschreibt die Art und Weise des Gefühlsgeschehens. *Kitsch* ist weder durch einzelne Objektmerkmale noch durch bestimmte Einzelgefühle eindeutig bestimmt. *Kitsch* wird definiert als ein besonderer Modus des Erlebens, in dem ästhetische Maßstäbe ihre Bedeutung verlieren. *Kitsch* ist Ergriffensein vom Objekt, das zu einem vom üblichen abweichenden, Ästhetik vergessenden Gefühlszustand führt. In diesem ANDEREN ZUSTAND treten kulturell geformte Bewertungsschemata in den Hintergrund, da sie von emotional grundierten Urteilsformen überlagert, besser: unterspült werden. Dem Kitsch-Affizierten ist es völlig gleichgültig, ob die auslösenden Bedingungen eine Wagner-Oper, ein schenkelklopfendes Volksfest oder ein rührendes Erinnerungsfoto sind. Entscheidend ist nicht die ästhetische Qualität, sondern allein die persönliche Relevanz des Szenarios, das eine Thymos-Saite im Gebraucher zum Schwingen bringt. Ästhetische Indifferenz führt nun keineswegs zu ethischer Gleichgültigkeit oder gar Amoralität. Vielmehr sind im *Kitsch* urtümliche Moralformen virulent. Deshalb gilt: Ohne vorgängige Thymos-Verletzung entsteht kein Kitsch-Gefühl, ohne moralische Versöhnung bleibt die kitschige Erfüllung aus.

Eudaimonia im Kitschgenuss

„Die Glückseligkeit stellt sich dar als ein Vollendetes und sich selbst Genügendes, da sie das Endziel allen Handelns ist.“

(Aristoteles, Nikomachische Ethik 1995, S. 11)

Die Neudefinition des *Kitsches* wurde in lockerer Anlehnung an Robert Musils „anderen Zustand“ formuliert (Musil, 1978), der diesen mit Musik, Mystik und Moral verbindet. Das Gemeinsame der drei großen *M* ist die Selbsttranszendierung des Individuums, das sich nach Geborgenheit im Irgendwo sehnt. Und die ist nachgeburtlich nur in der Gemeinschaft mit anderen oder gemäß religiöser Lesweise in der Verbindung mit Gott zu haben.

Das Revolutionäre der Aristotelischen Ethik ist die Kopplung des Glücksempfindens an die Tugendhaftigkeit, deren Bedeutung in der modernen Glücksforschung unterschätzt wird. Wir fühlen uns gut, wenn wir gut sind – nicht weil wir uns dabei selbst auf die Schulter klopfen und das immer prekäre Ego auspolstern, sondern weil wir als Menschen nur ganz Mensch sein können, wenn wir uns im sozialen Bezug auf andere er-

leben. Dann tun wir etwas für andere um eines höheren Gutes willen. Moralisches Verhalten in der Gruppe schließt ein demütiges Moment des individuellen Egos ein, das die Gruppe für seinen Opfergeist durch Sicherheit und Geborgenheit entlohnt. Wenn wir nicht sozial eingebunden sind, wenn wir daher auch nichts Gutes tun können, das uns überschreitet, dann verlieren wir das Gefühl einer sinnerfüllten Existenz. Daher war Robinson Crusoe nicht glücklich, bis ihm schließlich Freitag begegnete. Einsamkeit macht depressiv, weil sie uns ein Gefühl der Nutzlosigkeit verschafft.

Allerdings sieht Aristoteles die moralische Glückseligkeit mehr oder weniger auf geistige Eliten beschränkt, da eudaimonistische Zustände zu erreichen seiner Einschätzung nach hohe Bildung des Geistes und Herzens voraussetzt. Hier irrt der griechische Philosoph, der die Potenziale des *Kitsches* entweder nicht kennt oder verleugnet. Denn der *Kitsch* bietet eine Möglichkeit, ohne Bildungsumwege eudaimonistische Selbstüberschreitung immerhin zeitweise zu organisieren. Und so lautet meine ergänzende 16. These zum *Kitsch*:

16. Moralische Glückseligkeit

Was dem intellektuellen Selbstunterbieter ein derivatives Vergnügen bereitet, weil er im *Kitsch* (s)einen Akt geistiger Freiheit genießt, ist dem durchschnittlichen Kitsch-Gebraucher die moralische Selbstüberschreitung, die Kitsch-Objekte in ihm spontan auslösen. Genossen wird dabei die Einordnung des Egos in höhere Formen der *Communitas* und in übergeordnete Sinnzusammenhänge. Tugendhaftes *Well-being* im Kitsch-Erleben erreicht, wer die Vergemeinschaftung maximal dehnt und moralische Handlungen rigoros befürwortet. Dabei nimmt der Kitsch-Gebraucher Aufwändungen und Einschränkungen der eigenen Lust und Interessenslagen in Kauf, die er im Normalzustand vermieden hätte. In Anbetracht moralischer Unsicherheiten, die durch die Krise religiöser Transzendenzsysteme entstehen, bietet der *Kitsch* eine alternative Möglichkeit, moralische Ressourcen zu mobilisieren. Allerdings kann die moralische Glückseligkeit im wahren Kitsch-Genuss rauschhafte Züge annehmen und muss ob ihrer Flüchtigkeit ständig reproduziert werden. Daher bietet der *Kitsch* nur begrenzte Möglichkeiten, die erodierende emotionale Basis moralischer Erziehung zu stärken. Überdies kann die rauschhaft erlebte *Eudaimonia* zu emotional

fehlgeleiteten para-moralischen Handlungen verführen. Der moralische Kern des *Kitsches* ist ein Potenzial, das wie der *Kitsch* insgesamt der kultivierenden Bearbeitung bedarf.

Schluss mit Ausblick

„Denn die sittliche Tugend hat es mit der Lust und der Unlust zu tun. Der Lust wegen tun wir ja das sittlich Schlechte, der Unlust wegen unterlassen wir das Gute. Darum muss man, wie Plato sagt, von der ersten Kindheit an einigermassen dazu angeleitet worden sein, über dasjenige Lust und Unlust zu empfinden, worüber man soll.“

(Aristoteles, Nikomachische Ethik 1995, S. 29)

Wie aussichtsreich sind die Kultivierungsperspektiven des *Kitsches* – ästhetisch, ethisch und politisch? An der Kulturmacht *Kitsch* kommt niemand vorbei. Der *Kitsch* ist präsent im öffentlichen Raum wie nie, daher ist die Chance zum Ausmerzen äußerst gering. Und auch Ignoranz und Kitschverdrossenheit helfen nicht weiter. Denn Gefahren wie z.B. der politische Missbrauch des *Kitsches*, lassen sich eben nur dann einschränken, wenn wir die *Kitsch*-Verhältnisse aktiv mitgestalten. Gerade die früher exzessiv betriebene Abgrenzung und Abstinenz kultureller Eliten hat die Anfälligkeit des *Kitsches* für kitschfremde Instrumentalisierungen erhöht. Der erste Schritt zur produktiven Nutzung des *Kitsches* ist daher eine genaue Bestimmung seiner (positiven) Potenziale, die Anknüpfungspunkte zur kulturellen Veredelung bieten: Harmonie, Friedfertigkeit, Liebe, Moral. Was lässt sich dagegen sagen? Der aggressive Kulturkampf gegen den *Kitsch* hat ihn nur stärker gemacht; er ist längst verloren, und zwar zu Recht.

Nun ist das Skandalon des *Kitsches* heute weder seine ästhetische noch seine moralische Minderwertigkeit (die immer weniger von ihm behaupten) und auch nicht die elitäre Exklusion aus dem Kulturbetrieb, sondern seine Allgegenwart und Beliebigkeit. Verdächtig macht sich heute nicht der *Kitsch*-Liebhaber, sondern derjenige, welcher seine Abscheu vor dem schlecht Gemachten unverhüllt zum Ausdruck bringt. Wer traut sich heute noch, den einschmeichelnden

Harmonie-Versprechen von *Kitsch*-Objekten zu misstrauen? Musste man vor zwanzig Jahren dem *Kitsch* Bezirke erkämpfen, in denen er sich ohne Repression entfalten kann, so scheint heute eher der Anti-*Kitsch*-Affekt eine vom Aussterben bedrohte Spezies von Gefühlen zu sein, die unsere Aufmerksamkeit und Fürsorge verdient.

Die aktuelle Kultivierungsperspektive des *Kitsches* ist daher die *Rückgewinnung der Kitsch-Kritik*, ohne allerdings in die alten manichäischen Muster zu verfallen. Gefordert sind Differenzierungsgewinne. Unter welchen Bedingungen ist ein romantisches *Happy Ending* im Film gerechtfertigt? Wann vernebelt es den Blick auf kritikwürdige Realitäten und erschwert die Lösung des Problems? Welche Möglichkeiten und Grenzen haben *Kitsch*-Szenarien bei der *Entertainment-Education* (Singhal et al. 2004/2010) z.B. im Rahmen von Anti-Rassismus-Kampagnen und der Gesundheitskommunikation? Bei wem und wodurch wird ein Anti-*Kitsch*-Affekt provoziert, der edukative und persuasive Kommunikationen unterläuft? Welche Kommunikationsmittel verhindern aggressive Reaktionsbildungen auf idyllische Designs? Und schließlich: Welchem Kommunikationsziel dient der eudaimonistische Wert, welchem der hedonistische Wert eines Unterhaltungssettings? Eine ganz und gar lustlose Moral zu präsentieren, beschädigt womöglich die Rezeptionsbereitschaft und belastet damit auch den potenziell eudaimonistischen Gewinn. Doch das ist nicht theoretisch vorzuentcheiden, sondern lässt sich nur empirisch klären. Genau dafür ist kommunikationswissenschaftliche Forschung da. Dann, so ist zu hoffen, lässt sich auch das Geheimnis des paradoxen Genusses tränenreicher Filmerlebnisse erhellen, die von der existenziellen Not der Zuschauer ebenso zehren wie von Erlösungssehnsucht und dem Bedürfnis nach moralischer Integrität (treu über den Tod hinaus).

Also, wir bleiben bei unserem Projekt der kulturpolitischen Anwaltschaft für die „*Kitsch*-Affizierten“, ob mit oder ohne höhere Bildungsweihen. Das bin ich schon *Winnetou* schuldig, der meinen *Kitsch*-Geschmack bis heute prägt. Freilich tun wir niemandem einen Gefallen, wenn wir dabei auf kritische Zwischentöne verzichten.

Bibliographie:

- Aristoteles (1995). *Nikomachische Ethik*. Philosophische Schriften, Bd.3, übersetzt von Eugen Rolfes. Hamburg.
- Bourdieu, P. (1998). *Die feinen Unterschiede*. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, übersetzt von Bernd Schwibs und Achim Russer, 10. Aufl. Frankfurt a.M.
- Braungart, W. (2002) (Hg.). *Kitsch*. Faszination und Herausforderung des Banalen und Trivialen. Tübingen.
- Eco, U. (1984). *Apokalyptiker und Integrierte*. Zur kritischen Kritik der Massenkultur. Frankfurt a.M.
- Grimm, J. (1998). Medienkitsch als Wertungs- und Rezeptionsphänomen. Zur Kritik des Echtheitsdiskurses. In: *Sprache im technischen Zeitalter*, Okt./Nov., S.302-331.
- Grimm, J. (1999). Titanic – Untergangsmythos zwischen Kitsch und Katharsis. In: *Texte*, Sonderheft der Zeitschrift *medien praktisch*, (2), S.17-29.
- Grimm, J. (2010). From reality TV to coaching TV. Elements of theory and empirical findings towards understanding the genre. In: Amir Hetsroni (Hg.), *Reality TV*. Merging the global and the local. New York, S.211-258.
- Gyr, U. (2002). Kitsch (k)lebt weiter. Neues und Bewährtes von der Kitschfront. In: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde*, 98, S.387-396.
- Gyr, U. (2005). „Alles nur Touristenkitsch“. Tourismuslogik und Kitsch-Theorien. In: Spröde, H. & Ziehe, I. (Hg.), *Voyage*. Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung, Bd.7 (Sonderband): *Gebuchte Gefühle*. Tourismus zwischen Verortung und Entgrenzung. München, Wien, S.92-102.
- Gyr, U. (2012). Vom Geschmack zur Gefühligkeit. Über Kitsch in der volkswissenschaftlichen Alltagsanalyse. In: *Medien & Zeit*, 27 (4), S.45-54.
- Herzog, H. (1944). What do we really know about daytime serial listeners? In: Lazarsfeld, P. F. & Stanton, F. N. (1944) (Hg.), *Radio Research 1942-1943*. New York, S.3-33.
- Hörisch, J. (2012). Kitsch als Kunst der Selbstunterbietung. Eine Bagatelle. In: *Medien & Zeit*, 27 (4), S.40-44.
- Karpfen, F. (1925). *Der Kitsch*. Eine Studie über die Entartung der Kunst. Hamburg.
- Katz, E. & Foulkes, D. (1962). On the use of the mass media as ‚escape‘: Clarification of a concept. In: *Public Opinion Quarterly*, 26, S.377-388.
- Knobloch-Westerwick, S., Hastall, M.R. & Rossmann M. (2009). Coping or escaping? Effects of life dissatisfaction on selective exposure. In: *Communication Research*, 36 (2), S.207-228.
- Knobloch-Westerwick, S., Gong, Y., Hagner, H. & Kerkeybian, L. (2012). Tragedy viewers count their blessings: Feeling low on fiction leads to feeling high on life. In: *Communication Research*, online published.
- Liessmann, K. P. (2002). *Kitsch! Oder: Warum der schlechte Geschmack der eigentlich gute ist*. Wien.
- Musil, R. (1978). *Der Mann ohne Eigenschaften*, Bd. 1 und 2. Reinbek bei Hamburg.
- Oliver, M. B. & Bartsch, A. (2011). Appreciation of entertainment. The importance of meaningfulness via virtue and wisdom. In: *Journal of Media Psychology*, 23 (1), S.29-33.
- Oliver, M. B. & Raney, A. A. (2011). Entertainment as pleasurable and meaningful: Identifying hedonic and eudaimonic motivations for entertainment consumption. In: *Journal of Communication*, 61 (5), S.984–1004.
- Paglia, C. (1990). *Sexual Personae*. Art und Decadence from Nefertiti to Emily Dickinson. London, New Haven.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. In: *Psychological Monographs*, (1) (total 609).

- Schenda, R. (1976). *Die Lesestoffe der kleinen Leute*. Studien zur populären Literatur im 19. und 20. Jahrhundert. München.
- Schenda, R. (1977). *Volk ohne Buch*. Studien zur Sozialgeschichte der populären Lesestoffe 1770-1910. München.
- Schramm, H., Wirth, W. & Bilandzic, H. (2006) (Hg.). *Empirische Unterhaltungsforschung: Studien zu Rezeption und Wirkung von medialer Unterhaltung*. München.
- Senn, F. & Alonso, S. (2012). Kitsch und Kult um James Joyce . In: *Medien & Zeit*, 27 (4), S.55-60.
- Senn, F. & Alonso, S. (2013). Vom Joyce-Kult. In: *Medien & Zeit*, 28 (1), S.4-12.
- Singhal, A., Cody, M. J., Rogers, E. M. & Sabido, M. (Hg.) (2004/2010). *Entertainment-education and social change: History, research, and practice*. Reprint Lawrence Erlbaum 2004. New York, London.
- Wirth, W., Hofer, M. & Schramm, H. (2012). Beyond pleasure: Exploring the eudaimonic entertainment experience. In: *Human Communication Research*, 38 (4), S.406-428.

Jürgen GRIMM

ist seit 2004 Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien. Hier betreibt er neben seiner Lehrtätigkeit empirische Forschungen vornehmlich im Umfeld von Medienwirkungen und den daraus ableitbaren Konsequenzen für das Medienhandeln. Außerdem ist er Leiter des Sozialwissenschaftlichen Forums im Methodenzentrum der Fakultät für Sozialwissenschaften. Seit 1994 gehört Grimm dem Kuratorium der „Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen“ in Deutschland an. Aktuelle Forschungsprojekte sind: „Medien, Patriotismus, Integration“, „TV-Geschichtsvermittlung im transnationalen Raum“ und „Professionelle Kommunikatoren in Europa“. Grimm ist mit zahlreichen Publikationen hervorgetreten unter anderem zu Gewaltdarstellungen, Kriegs- und Krisenjournalismus, Medienwirkungen in der Politik, zur Nachrichtenvermittlung und Medienunterhaltung sowie diversen Aspekten der Methodenentwicklung

Kitsch

Konrad Paul Liessmann
Institut für Philosophie, Universität Wien

Kitsch und materielle Kultur

Wohl kaum ein Phänomen ist in der materiellen Alltagskultur so präsent und gleichzeitig so umstritten wie der Kitsch. Kaum eine Wohnung, kaum ein Garten, kaum ein Fernsehprogramm, kaum ein Weihnachtsmarkt, der frei wäre von dem, was gerne als Kitsch bezeichnet wird. Von den Gartenzwergen bis zu der mit Lichtgirlanden bekränzten Madonna, von den sanft rieselnden Schneekugeln bis zu treuherzigen Porzellanpudeln, von Statuetten antiker Göttinnen bis zum leuchtenden Gondoliere, von den röhrenden Hirschen bis zu den überwältigenden Sonnenuntergängen, von niedlichen Nippesfiguren bis zu schmalzigen Melodien, von tränenreichen Liebesbeziehungen in Seifenopern und Telenovelas bis zu den endlosen Orgasmen der neueren literarischen *Softpornos* reicht die Palette dessen, was sich zumindest dem Kitschverdacht aussetzt. Gleichzeitig gelten der Kitsch und das Kitschige als Ausdruck eines schlechten Geschmacks. Kitsch wird in der Regel nicht als Phänomen sui generis, sondern in Opposition zu Kunst gesehen.

Die Formsprache des Kitsches hat gegenüber der von Kunst ein hohes Maß an Eindeutigkeit aufzuweisen. Sanfte, engelsgleiche Mienen, pinkfarbene Gewänder und Accessoires, gefaltete Hände, das Niedliche und Bunte, das Ungetrübte und Harmonische, eine idyllische Natur, das Glatte und Kindliche sowie eine Sentimentalität, die unmittelbar zu Herzen geht, sind die Ingredienzien, aus denen sich der Kitsch zusammensetzt. Die Funktion des Kitsches im Alltag ist dann ebenso klar wie umstritten: es geht um Verschönerung und Behübschung, um Entspannung und Trost, um die Evokation positiver Gefühle und um die Rührung, um angenehme, mit der Welt versöhnende Reize und das seelische Wohlbefinden. Wer sich dem Kitsch aussetzt oder diesem bewusst einen Platz in seinem Leben einräumt, muss sich deshalb nicht selten den Vorwurf gefallen lassen, sich mit falschen Tröstungen und Harmonien eine heile Welt vorzugaukeln, in der alles klein, niedlich, überschaubar, geordnet, harmonisch

und rührselig sein darf, um die Härte, die Ungerechtigkeit und die Differenzen der Wirklichkeit nicht wahrnehmen zu müssen. Die Objekte des Kitsches werden deshalb auch gerne aus einer ideologiekritischen Perspektive kritisiert, als Ausdruck von Verlogenheit und falscher Idylle.

Zum Begriff „Kitsch“

Die etymologische Wurzel des Wortes *Kitsch* ist noch immer nicht geklärt. Ob sich dieses Wort, das Ende des 19. Jahrhunderts in Berliner und Münchner Künstlerkreisen aufkam und rasch verbreitete, von der mundartlichen Wendung ‚verkitschen‘ im Sinne von ‚auf listige Weise Kleinhandel betreiben‘ oder vom englischen Wort ‚sketch‘ im Sinne eines kleinen, billigen Kunstwerkes ableitet, ist nach wie vor umstritten. Tatsache ist allerdings, dass dieses Wort eine offenbar treffende Bezeichnung für ein Phänomen der modernen Industriegesellschaft war und auch in andere Sprachen wie dem Englischen und Französischen Eingang fand. Der Sache nach bezeichnet dieses Wort eine in einer besonderen Weise trivial gewordene *Kunst*, eine Kunst, die zugänglich, aber auch zudringlich geworden ist. Kitsch war vielleicht einmal ein Synonym für Kolportage. Die leichte, massenhafte Herstellung und der billige, deshalb massenhafte Vertrieb definieren so die äußere Seite des Kitsches. Die Maxime der industrielle Produktions- und Distributionsweise stellt schlechterdings den Imperativ des Trivialen dar, dem auch der Kitsch gehorcht: Alles soll für alle käuflich sein. Kunst aber hat demgegenüber lange den Anspruch auf Einmaligkeit und Einzigartigkeit, auf Originalität und Besonderheit erhoben, die jedes Allgemeine und Standardisierte radikal durchbrechen will. Die ästhetische Moderne bezog ihr Pathos deshalb nicht zuletzt aus dem supponierten Widerspruch zwischen *individuell* produzierten und *individuell* zugänglichen authentischen *Kunstwerken* und dem *industriell* produzierbaren und *allgemein* zugänglichen verlogenen *Machwerken*, die, nur scheinbar Kunst, als ästhetische Trivialitäten und artifizielle Gemeinplätze denunziert werden konnten.

Schon in der im Jahre 1909 im Stuttgarter Gewerbemuseum von Edmund Pazaurek veranstalteten Ausstellung *Geschmacksverirrungen im Kunstgewerbe* wurde nicht nur dieser Aspekt betont, sondern auch auf Objekte verwiesen, die als „Kitsch überhaupt“ zusammengefasst wurden, wobei dieser als „äußerster Gegenpol“ zur „künstlerisch durchgeistigten Qualitätsarbeit“ bestimmt wurde, der sich um ethische, logische oder ästhetische Forderungen nicht kümmert, dem alle

„Verbrechen und Vergehen gegen das Material, gegen die Technik, gegen die Zweck- wie Kunstform vollständig gleichgültig sind, der nur eines verlangt: das Objekt muss billig sein und dabei doch wenigstens möglichst den Anschein eines höheren Wertes erwecken.“

(Pazaurek, 2012, S. 349)

Pazaurek unterschied dabei zahlreiche Varianten des Kitsches, z.B. „Hurrakitsch“, „Devotionalienkitsch“, „Geschenkkitsch“ und „Reklamekitsch“.

Eine bündige Definition von Kitsch und damit eine gültige Beschreibung des Gegenstandsgebietes von Kitsch gibt es allerdings nicht. Lange jedoch wurde der Kitsch als sekundäres Phänomen wahrgenommen, als „seichte“, „kommerzialisierte“ oder „unechte“ Kunst (Gelfert 2000, S. 7f.), gleichzeitig musste Kitsch aber auch von missglückter, trivialisierter oder unorigineller Kunst, aber auch von *Trash* unterschieden werden. Kitsch fällt auch nicht zusammen mit dem, was man gerne ‚Schmutz und Schund‘ nannte. Hans-Dieter Gelfert hat versucht, dem Kitsch insgesamt durch ein Missverhältnis zwischen „ästhetisch-formaler“ und „ethisch-substanzieller“ Intention zu beschreiben und deshalb auch zwischen „Formkitsch“ und „Stoffkitsch“ unterschieden, wobei das „Schwülstige“ und das „Schmalzige“ zu den entscheidenden Charakteristika des Kitsches werden, die wiederum in unterschiedlichsten Formen auftreten können, wobei der „sentimentale“, „religiöse“, soziale“ und „erotische“ Kitsch gemeinsam mit dem Natur- und Heimatkitsch am weitesten verbreitet sein dürfte. (Gelfert 2000, S. 16ff.; S. 31ff.) In einem übertragenen Sinn, der sich von konkreten Objekten, Bildern oder Filmen ablöst, kann dann durchaus auch von Kitsch als eine Einstellung oder Haltung oder als eine Summe sprachlicher Leerformeln, wie sie sich vor allem in ideologisch-moralisch stark besetzten Feldern sozialen Handelns finden, gesprochen werden. Die klassische politische „Sonntagsrede“ kann dann ebenso kitschig werden wie die Auf-

fassung vom unschuldigen, kreativen und friedlichen Kind, das erst durch eine Gesellschaft oder ein Erziehungssystem beschädigt wird, als „pädagogischer Kitsch“ bezeichnet werden könnte (Reichenbach, 2003).

Interessant am Kitsch ist aber stets seine Nähe zur Kunst, obwohl er oft als der eigentliche Widerpart zu dieser gesehen wird. Für die materielle Kultur ist dies insofern von Bedeutung, als Kitschgegenstände nicht den Charakter von symbolisch aufgeladenen Gebrauchsartikeln haben, sondern wie künstlerische Objekte um ihrer selbst willen aus ästhetischen oder sentimentalischen Motiven angeschafft werden, aber durch ihre massenhafte Produktion und niedrigen Preise die Ästhetik des Alltags in weit höherem Maße bestimmen als die auf Museen und wenige repräsentative Räume konzentrierte Kunst. Dass aber auch Kunst selbst, wird sie massenhaft reproduziert, zum Kitsch mutieren kann – man denke etwa an die kindlichen Engelsgesichter von Rafaels *Sixtinischer Madonna* – unterstreicht einerseits die These, dass die Massentauglichkeit ein Grundelement des Kitsches darstellt, wirft aber andererseits die Frage auf, inwiefern ein Kunstwerk, das sich problemlos als billige Reproduktion auf einem Massenmarkt platzieren lässt, nicht schon einen immanenten Hang zum Kitsch haben muss. Albrecht Dürers Betende Hände wären dann vom religiösen Kitsch so wenig klar zu trennen wie Pablo Picassos *Guernica* vom Politkitsch.

Der Kampf gegen den Kitsch

In den ästhetischen Diskursen des 20. Jahrhunderts wurde der Kitsch fast nie als ein Phänomen betrachtet, das wertneutral analysiert werden kann, sondern fast immer als ein Gegenstand vernichtender Kritik. Der amerikanische Kunstkritiker Clement Greenberg sah im Kitsch den Feind der künstlerischen Avantgarde und konnte deshalb alles, was nicht Avantgarde war, dem Kitsch zuschlagen und über diesen in einem einflussreichen Aufsatz aus dem Jahre 1939 schreiben:

„Kitsch ist mechanisch und funktioniert nach festen Formeln. Kitsch ist Erfahrung aus zweiter Hand, vorgetäuschte Empfindung [...] Kitsch ist der Inbegriff alles Unechten im Leben unserer Zeit.“

(Greenberg, 1997, S. 40)

Hermann Broch sah im Kitsch nicht nur das ästhetisch Misslungene, sondern sogar ein ethisch

Verworfenes und konnte so nicht nur über den Kitsch, sondern gleich über den Kitschmenschen ein vernichtendes Urteil sprechen:

„Er ist der Verbrecher, der das radikal Böse will. Und weil es das radikal Böse ist, das sich hier manifestiert, das Böse an sich, das als absoluter negativer Pol mit jedem Wertesystem in Verbindung steht, deshalb wird der Kitsch nicht nur von der Kunst, sondern von jedem Wertesystem aus, das nicht Imitationssystem ist, böse sein.“
(Broch, 1955, S. 348)

Und noch zu Beginn der wilden 60er Jahre versammelte der Literaturwissenschaftler Walter Killy unter dem Titel *Deutscher Kitsch* alles, was von Sentiment und Verlogenheit nur so triefte, und wertete dies als Ausdruck eines halbgebildeten Publikums, dem „die Kunst fremd ist“. (Killy, 1978, S. 31) Kitsch: das war in der Tat einmal das andere von Kunst, für den Kunstfreund und Kunstkenner etwas Unangenehmes, Unappetitliches und Verwerfliches, Konsumgut allein für ungebildete, denkunfähige, unsensible und infantile Charaktere, Kommerz, Ausdruck eines schlechten Geschmacks. Wer etwas auf sich hielt, war bestrebt, sich von allem, was nach Kitsch aussah, fern zu halten. Karlheinz Deschners *Longseller Kitsch, Konvention und Kunst*, erstmals erschienen 1957, befriedigte dieses Bedürfnis. Noch in der 1980 erschienenen revidierten Ausgabe heißt es dort:

„Kitsch ist immer unecht, unwahr, Als-ob-Kunst. Kitsch, für den wir fast alle anfällig sind, ist leider nicht bloß lächerlich, sondern hochgradig gefährlich, infektiös, epidemisch, die mörderischste Droge der Welt.“
(Deschner, 1991, S. 24)

Kitsch, Reiz und Rührung

Die Ranküne gegenüber dem Kitsch ist dabei älter als der Kitsch selbst. Was Walter Killy dem Kitsch in erster Linie vorwarf, war dessen Absicht, auf nichts anderes aus zu sein als auf „Reiz“ und „Stimmung“. Im Kitsch ist alles dem Reizeffekt untergeordnet, und weil nichts so schnell verpufft wie ein plumper Reiz, bleibt dem Kitsch nichts anderes übrig als eine „Kumulation“ der Reize, um die erwünschte emotionale Reaktion beim Rezipienten, vorzüglich dessen Rührung, zu erreichen. (Killy, 1978, S. 15f.) Dass Kunst nicht reizen und nicht rühren darf, ist aber ein Verbot, das schon Immanuel Kant ausgesprochen hatte:

„Der Geschmack ist jederzeit noch barbarisch, wo er die Beimischung der Reize und Rührungen zum Wohlgefallen bedarf; ja wohl gar diese zum Maßstabe seines Beifalls macht.“
(Kant, 1977, S. 138)

Wo der Blick des Betrachters und das Auge des Lesers gereizt werden, wo direkt an seine Gefühle appelliert wird, wo Sehnsucht und Liebesschmerz, Liebesglück und langsame Heimkehr zu Tränen rühren, wo unschuldige Körperoberflächen und zitternde Leiber die zärtlichsten Begierden wecken, da ist ein ästhetisches Urteil unmöglich geworden.

Keine Frage: Kitsch arbeitet mit der Evokation genau dieser sanften Lüsterheit. Kitsch ist allerdings nie direkt vulgär und pornographisch, seine Erotik ist glatt, geschönt, gibt sich unschuldig, nicht einmal wirklich frivol und schien gerade deshalb ganz besonders verwerflich. Dort, wo sich ein „Gewand von weißer Seide“ über einen „süßen Leib“ spannt und es durch einen Mädchenkörper „heimlich wie ein warmer Strom, der Erwartung und Bangen war, und doch voll unfassbaren Glücks“ läuft, dort zeigte sich für Walter Killy der Kitsch in seiner degoutanten Grenzenlosigkeit, als „geistiger Brunftschrei“, als Steigerung des Stimmungsreizes zum erotischen Reiz, der gerade deshalb nicht als reines Gefühl, sondern nur als verlogener, als vermischter Effekt in Erscheinung treten kann. (Killy, 1978, S. 17) Was immer seitdem demonstrativ und direkt auf den Gefühlshaushalt der Menschen abzielt, steht unter diesem Verdacht eines barbarischen Geschmacks, für den sich seit dem frühen 20. Jahrhundert der Kitschbegriff eingebürgert hat. Die Geschichte einer unglücklich-glücklichen Liebe zu lesen oder dem traurigen Sterben eines edlen Wilden im Wilden Westen zu den Klängen eines deutschen Ave Maria beizuwohnen und darob in Tränen auszubrechen, ist das Kennzeichen einer Rührung, zu der sich ein Kunstkenner nie hinreißen ließe. Kein Wunder, dass Otto F. Best den „weinenden Leser“ zur paradigmatischen Figur seiner Auseinandersetzung mit dem Kitsch machte, die diesen kurzerhand als „Tröstung, Droge und teuflische Verführung“ klassifizierte. (Best, 1985, S. 3)

Kitsch und Kitsch-Art

Der Kampf gegen den Kitsch, der vor allem die Auseinandersetzung nach 1945 bestimmt hatte, ist mittlerweile abgeflaut, die Emphase, mit der

einst gegen den Kitsch und seine Ansteckungsgefahr zu Felde gezogen an, erscheint mittlerweile als einem Kuriosum der Kulturgeschichte. Dass man in einem Zeitalter der Toleranz auch dem Kitsch gegenüber tolerant geworden ist, dass es niemand mehr auf sich nehmen wollte, für wahre Kunst zu missionieren und vor verlogenen Kitsch zu warnen, versteht sich angesichts einer Entwicklung, in der Kunst auf dem Markt der ästhetischen Sensationen genauso um ihre Konsumenten buhlt wie der Kitsch. Was allerdings verwundert, ist die Karriere, die der Kitsch im Kunstdiskurs selbst gemacht hat. Nicht nur erfreut sich seit der so genannten Postmoderne die *Kitsch-Art*, also die Arbeit von Künstlern mit dem Vokabular des Kitsches, einer anhaltenden Beliebtheit, nein, auch der Kitsch selbst wurde zum Objekt einer ästhetisch reflektierten Neugier, und je kitschiger der Kitsch ist, je wahrer er in seiner Verlogenheit in Erscheinung tritt, umso besser. Kitsch als Objekt des Sammelns, Kitsch als begehrtes Dokument der Alltagskultur, Kitsch als Gegenstand gelehrter Texte und Diskurse, Kitsch als Kult: das ist mehr, als der Kitsch je hatte erwarten dürfen. Seine Stellung in der materiellen Kultur hat sich dadurch allerdings gravierend verändert.

Nicht länger gilt mehr, dass Kitsch keine avancierte Kunst sein kann. Im Gegenteil: Spätestens seit Jeff Koons wissen wir, dass der Kitsch kunstfähig ist. Die Etablierung von *Kitsch-Art* erzwingt so eine Neudeutung und eine ästhetische Neubewertung des Phänomens Kitsch überhaupt. Kitsch bietet offenbar etwas, was sich die Kunst der Moderne lange versagen musste. Wenn der Kitsch auch nicht alle Farben der Empfindungen hervorrufen mag, dann ist doch sein Bekenntnis zur Farbigkeit höchst auffällig. Kitsch ist bunt, und seine Palette ist so gestaltet, dass man sie bestenfalls einem kindlichen Gemüt durchgehen ließe. Die moderne Kunst, die Avantgarde, mag keine Farben, vor allem aber verachtet sie das Bunte, das Zusammenspiel von Farben, die nicht aufeinander abgestimmt sind. In den großen monochromen Werken dominieren Schwarz, Rot und Weiß, in der Architektur und im Design kühles Chrom, durchsichtiges Glas, glattes Metall und blanker Beton. Der britische Künstler und Essayist David Batchelor spricht dann auch von der nahezu pathologischen „Chromophobie“, einer Farbangst der Moderne. (Batchelor, 2002)

Kitsch aber ist bunt und diese Buntheit eröffnet auch neue ästhetische Möglichkeiten.

Die Entdeckungen des Kitsches für die Kunst des ausgehenden 20. Jahrhunderts könnte auch als eine sublimen Rache des schlechten Geschmacks an den Zumutungen der Moderne gedeutet werden. Der Kitsch erlaubt es per se – weil er als Kitsch immer schon identifizierbar ist –, sich jene Genüsse zu erfüllen, die sich die ihrer selbst bewusste Moderne versagen musste: Gegenständlichkeit, Opulenz, saubere Erotik, glatte, schöne Körper, Helden, Heilige und die sublimen Freuden des kleinen Glücks. Zu einem ästhetischen Wert wird Kitsch aber insbesondere dann, wenn es ihm gelingt, sich mit kindlicher Unschuld zu paaren.

„Kitschkunst entführt die Betrachterinnen und Betrachter mit einem Augenzwinkern wieder in die Welt der Kindheit. Die Kitschkünstler nehmen die bunte, lustige, überzuckerte Kinderwelt ernst. Bevor es Normen eingehämmert bekommt und bevor es verdrängen lernt, lebt das menschliche Wesen in Unschuld. Kitschkünstler wie Zwillinge, Koons, Palestine, Pierre et Gilles und Plumcake bekennen sich zu ihrem Kind-Ich. In einer Gesellschaft, die nur immer ein Mehr an Leistung abverlangt, kann man diese positive Botschaft nicht genug begrüßen.“

(Fuller, 1992, S. 28)

Die von Gregory Fuller vorgenommene ästhetische Nobilitierung des Kitsches bringt nun aber das Paradoxon mit sich, dass nur solches als echter Kitsch gelten kann, was tatsächlich massenhaft existiert. Dort, wo nur mehr wenige Exemplare einer lang zurückliegenden Produktionsserie vorhanden sind - Fernsehleuchten aus den 50er Jahren zum Beispiel -, verringert allein schon die Seltenheit den Kitschcharakter und rechtfertigt damit auch den Sammler; und dort, wo ein Künstler der Gegenwart sich der Formensprache des Kitsches bedient - Jeff Koons zum Beispiel oder Pierre et Gilles - entsteht eben nicht echter Kitsch, sondern Kunst, die mit dem Kitsch als Material arbeitet. Kitsch-Art ist oft ironisch und hängt im Museum. Echter Kitsch kommt aber, der der materiellen Kultur des Alltags ihr Gesicht gibt, kommt nicht aus der Werkstatt des Künstlers, sondern aus den Produktionshallen der Kitsch-Industrie.

Bibliographie:

- Batchelor, D. (2002). *Chromophobie*. Wien.
- Best, O. F. (1985). *Der weinende Leser*. Kitsch als Tröstung, Droge und teuflische Verführung. Frankfurt a.M.
- Broch, H. (1955). *Dichten und Erkennen*. Essays. Gesammelte Werke 1, hg. v. Hannah Arendt, Zürich.
- Deschner, K. (1991). *Kitsch, Konvention und Kunst*. Eine literarische Streitschrift. Erweiterte Neuauflage 1980. Frankfurt a.M. Berlin.
- Dettmar, U. & Küpper, Th. (2007) (Hg.). *Kitsch*. Texte und Theorien. Stuttgart.
- Fuller, G. (1992). *Kitsch-Art*. Wie Kitsch zur Kunst wird. Köln.
- Gelfert, H.-D. (2000). *Was ist Kitsch?* Göttingen.
- Giesz, L. (1971). *Phänomenologie des Kitsches*. München.
- Greenberg, C. (1997). Avantgarde und Kitsch. In: Lüdeking, K. (Hg.): *Clement Greenberg*. Die Essenz der Moderne. Ausgewählte Essays und Kritiken, Dresden.
- Kant, I. (1977). *Kritik der Urteilskraft*. Werkausgabe Band X, Frankfurt a.M.
- Killy, W. (1978). *Deutscher Kitsch*. Ein Versuch mit Beispielen. Göttingen.
- Liessmann, K. P. (2002). *Kitsch!* Oder warum der schlechte Geschmack der eigentlich gute ist. Wien.
- Pazaurek, G. E. (2012). *Guter und schlechter Geschmack im Kunstgewerbe*. (Reprint der Ausgabe 1912), Bremen.
- Pross, H. (Hg.) (1985). *Kitsch*. Soziale und politische Aspekte einer Geschmacksfrage. München.
- Reichenbach, R. (2003). Pädagogischer Kitsch. In: *Zeitschrift für Pädagogik*, 49 (6), S.775-789.

Vorabdruck aus:

Konrad Paul Liessmann: Kitsch. In: *Handbuch Materielle Kultur. Bedeutungen – Konzepte – Disziplinen*. Herausgegeben von Stefanie Samida, Manfred K.H. Eggert und Hans Peter Hahn. Der Vorabdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Herausgeber und des Verlags. © 2014 J. B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung und Carl Ernst Poeschel Verlag in Stuttgart

Konrad Paul LIESSMANN (1953)

ist seit 1995 Professor am Institut für Philosophie der Universität Wien. Seit 2011 hat er eine Professur für Methoden der Vermittlung von Philosophie und Ethik an der Fakultät für Philosophie und Bildungswissenschaft der Universität Wien inne. Er ist Verfasser zahlreicher wissenschaftlicher und essayistischer Veröffentlichungen zu Fragen der Ästhetik, Kunst- und Kulturphilosophie, Gesellschafts- und Medientheorie, Philosophie des 19. und 20. Jahrhunderts und Bildungstheorie. Seit 1996 wirkt er als wissenschaftlicher Leiter des *Philosophicum Lech* und Herausgeber der gleichnamigen Buchreihe im Zsolnay-Verlag. 2002-2006 war er Leiter des *Friedrich-Heer-Arbeitskreises* der Österreichischen Forschungsgemeinschaft und Herausgeber der Werke Friedrich Heers im Böhlau-Verlag. 2008-2012 hatte er die Funktion des Vizedekans der Fakultät für Philosophie und Bildungswissenschaft der Universität Wien inne. Seit 2010 ist er Vizepräsident der *Gesellschaft für Bildung und Wissen*, seit 2011 Vizepräsident der *Deutschen Gesellschaft für Ästhetik*.

Kitschig, unfreiwillig komisch oder einmalig?

Die Entstehung von Wertungsdiskursen und die Rolle der Medien anhand der Lyrik Friederike Kempners

Julia Genz

Institut für Komparatistik, Eberhard Karls Universität Tübingen

Abstract

Im Beitrag wird zunächst gestützt auf die Habilitationsschrift der Autorin der Kitsch über die drei Zugänglichkeitskategorien (sozial/medial, kognitiv und emotional) gegenüber verwandten Diskursen (Trivialität, Banalität) abgegrenzt und als Diskurs gekennzeichnet, der leichte emotionale Zugänglichkeit abwertet. So lässt sich das paradox anmutende Phänomen nachvollziehen, dass bestimmte Literatur einerseits als „kitschig“ und nicht lesenswert gebrandmarkt wird, andererseits jedoch häufig eine große Leserschaft findet. Auch Komik und Humor als häufige Reaktion auf Kitsch lässt sich durch das Wechselspiel von reflexartig aktivierten Reaktionen und nachträglicher rationeller Distanzierung verstehen. Anhand ausgewählter Kritiken über Lyrik des 18. Jahrhunderts (Schiller über Gottfried August Bürger) sowie des 19. Jahrhunderts (Kritiken zu Friederike Kempner) kann anschließend exemplarisch gezeigt werden, wie es zu diesem Wechselspiel aus emotionaler und rationaler Rezeption kommt und wie die Verbreitung und Stabilisierung des Kitschdiskurses über andere Medien (Zeitschriften usw.) erfolgt.

Kitsch in der Literatur

Spricht man im Hinblick auf ein literarisches Werk von Kitsch, impliziert dieses Urteil zu meist auch, dass es schlecht sei und eine nähere Beschäftigung mit ihm nicht lohne. Das mag für bestimmte Rezipientengruppen eine als hilfreich empfundene Empfehlung sein, die dieses Buch dann weder kaufen noch lesen. Dennoch kann sich gerade diese Literatur bei anderen Lesern großer Beliebtheit erfreuen. Friederike Kempners Lyrik, die erstmals 1873 erschien, kann als geradezu exemplarisch für das Auseinanderklaffen von weiter Verbreitung und hoher Beliebtheit auf der einen Seite und negativer Kritik und Spott auf der anderen Seite gesehen werden: Ihr Werk erreichte schon 1903 die 8. Auflage, obwohl sie gleichzeitig Zielscheibe des Spotts wurde. Für diese Diskrepanz von Kritikermeinung und der Meinung breiter Lesermassen wird oftmals eine Erklärung bemüht, für die beispielhaft Arno Holz stehen soll: Der avantgardistische Schriftsteller verwies in der *Selbstanzeige* seines Lyrikzyklus *Phantasia* (1898) gerade auf die Beliebtheit von Kempners Lyrik, um den Lyrikverstand des deutschen Volks zu geißeln (vgl. Möbus, 2009, S. 19).

Andere Kritiker wiederum konstruieren geradezu abenteuerliche Vermutungen darüber, warum ein Werk weit verbreitet ist, obwohl es doch (zumindest in den Augen des Kritikers) „schlecht“, „kitschig“ usw. sei.

Eine eher unwahrscheinliche Version wird beispielsweise von Gerhart Herrmann Mostar in den 1950er Jahren kolportiert: Er begründet die hohe Auflage von Kempner mit einer Negativwerbung des Literaturkritikers Paul Lindau von 1880. Lindaus Rezension, die in der Zeitschrift *Die Gegenwart* erschien, hatte sich über Kempners Lyrik als Beispiel für unfreiwillige Komik und Kitsch lustig gemacht und seine Leser aufgefordert, ihr Werk zu kaufen. Diese ironische Empfehlung Lindaus habe (laut Herrmann Mostar) den Absatz ihrer Werke befördert, sodass die Angehörigen der Dichterin sich genötigt sahen, ihrerseits alle erreichbaren Gedichtbände Friederikes aufzukaufen, um den Spott von der Familie abzuwenden. Der reiße Absatz ihrer Werke hätte wiederum die Dichterin zur vermehrten Produktion angespornt, und diese Trias aus spottlustigen Käufern, verzweifelter Familie und entfachtem Dichterehrgeiz hätten die Auflagen erst

in die Höhe geschraubt und fast alle drei Jahre für eine Neuauflage gesorgt (vgl. Herrmann Mostar, 1953, S. 10ff.).

Zumindest für die Geschichte, dass die Familie Kempners durch ihre Aufkäufe der immer neuen Auflagen maßgeblich zum Absatz der Werke beigetragen habe, gibt es laut Möbus (Möbus, 1990, S. 19) keinen Beleg. Vielmehr vermutet er, dass Kempners Lyrik von der Mehrheit der Zeitgenossen tatsächlich wertgeschätzt wurde:

„Für diese Behauptung [dass die Familie ihre Werke in großem Stil aufgekauft habe, Anm. J.G.] gibt es keinen Beweis. Im Gegenteil. Zu ihren Lebzeiten ist Friederike Kempner offenbar eminent bekannt gewesen [...]. Angesichts solch zeitgenössischer Dichter wie Geibel, Heyse, Liliencron mag man gute Argumente dafür finden, Kempner zu schätzen“
(Möbus, 1990, S. 19)

Ob nun Kempners Lyrik bei einer breiten Leserschaft beliebt gewesen ist oder lediglich als Zielscheibe des Spotts gesehen wurde, soll an dieser Stelle nicht weiter ausdiskutiert werden.

Auffällig ist vor allem, dass Arno Holz und Gerhart Mostar, auf deren Kritik weiter unten ausführlich eingegangen wird, mit ihren wertenden Aussagen jeweils Unterschiedliches implizieren: Arno Holz lässt an seiner Verachtung für die Lesermassen und Friederike Kempner keinen Zweifel, zumindest bescheinigt er jedoch damit Kempners Lyrik eine breite Käuferschicht mit aufrichtigem Interesse. Gerhart Mostar wertet dagegen Kempners Gedichte ab und die Käufer ihrer Lyrik auf, die er als deutsche Literaten vom Schlage Bierbaums oder Dehmels mit einem „Sinn für Komik, Ironie und Scherzboldtum“ (Herrmann Mostar, 1953, S. 10) ausmacht.

Dass es heute wiederum erste Versuche gibt, die Dichterin und ihr Werk in vorsichtig-angemessener Weise zu würdigen und ihre Gedichte in wissenschaftlicher Form aufzubereiten (z.B. Bar-kow & Hacks, 1989; Möbus 2009), zeigt ein Umdenken in der Bewertung von Kempners Werk.

Wertungsdiskurse und ihre Wandelbarkeit

Um Werturteile, die Ursachen für ihre Wandlungsfähigkeit und die Rolle, die Medien bei der Verbreitung und Umakzentuierung von Wertungsdiskursen spielen,¹ soll es im Folgenden gehen. Dabei legt die Bandbreite der Werturteile und deren Wandlungsfähigkeit die Schlussfolgerung nahe, dass literarische Werke nicht an sich „schlecht“, „banal“, „trivial“, „kitschig“, „hochwertig“ usw. sind, sondern dass sie aus Elementen, Stilmitteln, Ideen etc. bestehen, die eine bestimmte Sichtweise begünstigen, die jedoch auch gesellschaftlich ausgehandelt und überformt wird. Mithilfe der in Genz (Genz, 2011) entwickelten Theorie der Wertungsdiskurse werden dabei drei Arten der Zugänglichkeit zu einem Werk ausdifferenziert, die in verschiedenen Gesellschaften unterschiedlich bewertet werden können. Anhand ausgewählter Gedichte Kempners und Kritiken über sie werden die Möglichkeiten des Zugangs, die Bewertungen dieser Zugänglichkeiten und das letztendliche Aushandeln des Wertungsdiskurses sichtbar gemacht. Das Aushandeln des Diskurses geschieht im Fall Kempners über Medien wie Zeitschriften oder Periodika (Lindaus Artikel in *Die Gegenwart*; Lindau 1880 oder die Parodien im *Aeolsharfenkalender*, vgl. Bleibtreu, 1973, S. 170 Anm. 64, S. 23), in Vorworten von Buchausgaben (Herrmann Mostar, 1953; Hacks, 1989; Möbus, 2009) und in jüngster Zeit im Internet.²

Welche Aspekte eines Werks rezipiert und wie diese gewertet werden, ist dabei immer kontextabhängig: Zunächst einmal sind Wertungen abhängig von den Personen und Personengruppen, die bewerten (z.B. Kritiker, Verleger, Autoren etc.), diese wiederum sind vom Geschmack ihrer Zeit, wie etwa sozio-kulturellen Hintergründen geprägt. Auch die Wahl der Medien, in denen die Wertungsdiskussionen stattfinden, prägt das letztendliche Urteil einer Zeit über diesen Autor. Da das Aushandeln des Diskurses über Kempner sich über einen längeren Zeitraum erstreckt, ist

¹ Unter (Wertungs)diskursen verstehe ich in Anlehnung an Michel Foucault (1971) individualisierbare Gruppen von Aussagen mit besonderen Strukturen innerhalb eines allgemeinen Diskurses, die Macht, Bedeutung und Wirkung innerhalb eines sozialen Kontextes aushandeln. Wissen und Wahrheit werden von diesen Diskursen als Folge von Machtkämpfen

erst hervorgebracht (vgl. Genz, 2011, S. 18).

² Beispielsweise in „Kempner – Biografie und Lebenslauf“, in: Die deutsche Gedichtbibliothek, Gesamtverzeichnis deutschsprachiger Gedichte, hg. v. Ralf-Dietrich Ritter. URL: http://gedichte.xbib.de/biographie_Kempner.htm (letzter Zugriff 29.01.2013).

es möglich, dass ihre Lyrik von zeitgenössischen (Normal)Lesern als ernstzunehmend rezipiert wurde, während sich langfristig das abwertende Urteil von professionellen Lesern (Kritiker, andere Autoren, Wissenschaftler) durchsetzt, das allerdings auch verschiedene Wandlungen durchlaufen kann.

Theorie der dreifachen Zugänglichkeit

Ich gehe davon aus, dass die Wertung von literarischen Texten (und anderen ästhetischen Produkten) maßgeblich von drei Ausprägungen der (erleichterten) Zugänglichkeit bestimmt werden. Dies können positiv oder negativ bewertet werden, je nachdem, ob man eine wertende oder eine integrative Position vertritt. Die folgenden Ausführungen sind eine verkürzte Wiedergabe der in Genz (2011) entwickelten Theorie der dreifachen Zugänglichkeit. Diese umfasst die soziale Zugänglichkeit, die kognitive Zugänglichkeit und die emotionale Zugänglichkeit:

1. Die soziale Zugänglichkeit (Banalitäts-/Exklusivitätsdiskurs): Unter sozialer Zugänglichkeit verstehe ich die sozial-mediale Verbreitung von Literatur bzw. Kunst im weitesten Sinne. Maßgeblich sind dabei die Auflagenhöhe eines ästhetischen Produkts, die Frage, ob es massenmedial zu einem erschwinglichen Preis verbreitet wird oder ob es nur in kleinen, exklusiven Auflagen und zu einem hohen Preis erhältlich ist. Dabei könnten Anhänger des Wertungsdiskurses eine geringe Auflage als Zeichen für Exklusivität wertschätzen, während sie eine massenmediale Verbreitung als „banal“ abwerten könnten. Nicht nur Objekte, sondern auch Sprache kann zugänglich oder exklusiv verwendet werden. Das Urteil der Banalität bzw. Exklusivität kann daher auch Sprache selbst betreffen: Als sprachliche Banalisierungen können zu häufig gebrauchte und daher zu Formeln erstarrte Wortverbindungen empfunden werden, die dazu oftmals aus einer ehemals elitären „Hochkultur“ stammen, nun aber breiteren Schichten zugänglich geworden sind und die einen Bildungsanspruch und z.T. einen Verhaltenskodex markieren, der jedoch nicht mehr stringent ist (vgl. Genz, 2011, S. 70 ff.). „Banalisierte“ Rede und „banalisiertes“ Gedankengut sind nur bruchstückhaft aus einer elitären Kultur übernommen, ohne in der neuen Umgebung
2. Die kognitive Zugänglichkeit: (Trivialitäts-/Komplexitätsdiskurs): Die Pole von Trivialität und Komplexität beziehen sich auf die Wertungsskala der kognitiven Zugänglichkeit: Geht es um eine Wissensvermittlung, die eher an der Oberfläche verbleibt und daher für alle ohne Anstrengung zugänglich (und in wertender Hinsicht trivial) erscheint, oder geht es um gedanklich und sprachlich komplexe Wissensgebäude, die durch Deutungsüberschuss und Mehrfachcodierungen gekennzeichnet sind? Im Diskurs über die kognitive Zugänglichkeit geht es also um die Frage, ob ein bestimmtes Wissen und bestimmte Zusammenhänge verkürzt und/oder verfälschend wiedergegeben und damit trivialisiert werden, oder ob sie als vielschichtig und „komplex“ gewertet werden.
3. Die emotionale Zugänglichkeit: (Kitsch-/Kunstdiskurs): Im dritten Diskurs geht es um die ästhetischen Dimensionen der Wertungs- und Integrationsdiskurse, also um die Bewertung einer leichten Zugänglichkeit im sinnlichen bzw. emotionalen Bereich. Dieser Diskurs geht seit dem Ende des 18. Jahrhunderts von einer Trennung von Geist und Sinnlichkeit aus: Ersterer wird mit Reflexion, Distanz, künstlerischem Schaffen assoziiert, Letztere mit Distanzlosigkeit, Genussucht, Selbstbezug, künstlerischer „Minderwertigkeit“ (vgl. Genz, 2011, S. 79). Eine leichte emotionale Zugänglichkeit, die vom Wertungsdiskurs als „Kitsch“ abgewertet wird, versucht, den Rezipienten durch den Appell an bestimmte Reflexe (z.B. über die Aktivierung des Kindchenschemas) distanzlos zu absorbieren und das Wahrgenommene unreflektiert auf sich selbst zu beziehen. Dieser Diskurs zielt auf eine Aufladung bestimmter Objekte oder Räumlichkeiten mit eindeutigen Emotionen ab. Dabei wird die sinnliche und emotionale Zugänglichkeit oft durch eine quantitative Anhäufung oder Verstärkung der materiellen Reize erreicht, das heißt, es wird hier zumeist mit einem „allzu viel“ gearbei-

Dimensionen der Zugänglichkeit

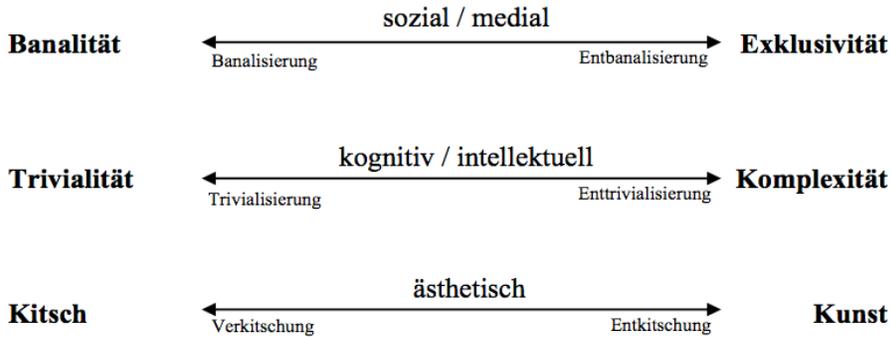


ABB. 1: ÜBERSICHT ÜBER DIE DREI ZUGÄNGLICHKEITSDISKURSE, (VGL. GENZ, 2011, S. 89)

tet: Als kitschig abgewertete Objekte werden von ihren Kritikern oft als zu süß, zu bunt, zu niedlich etc. empfunden. Eine Übersicht über die drei Zugänglichkeitsdiskurse gibt Abb. 1.

Die drei Diskurse können in unterschiedlichster Weise miteinander kombiniert werden; so lassen sich z.B. leichte soziale Zugänglichkeit mit Komplexität und Kunst ebenso miteinander vereinbaren wie etwa Kitsch und Exklusivität. Gedankliche Komplexität lässt sich entweder in einer leicht zugänglichen, für alle verständlichen Sprache vermitteln oder auch in einer exklusiven Sprache, die nur Fachleute verstehen. Trivialitäten lassen sich gleichfalls entweder durch eine exklusive oder eine banale, alltägliche Sprache ausdrücken. Die Wertung in den Diskursen verfährt dabei nicht dichotomisch. Vielmehr verlaufen die Übergänge zwischen den Polen der Ab- und Aufwertung kontinuierlich. Ein Objekt kann demnach auf diesen Skalen im Laufe der Zeit banalisiert, trivialisiert und verkitscht wie auch entbanalisiert, enttrivialisert und entkitscht werden.

Anhand der Rezeption von Kempners Lyrik lassen sich die unterschiedlichen diskursiven Komponenten der Wertung und die Rolle, die Medien dabei spielen, gut zeigen. Zwar wird Kempners Lyrik nicht *hauptsächlich*, aber eben *auch* von einigen Kritikern als kitschig rezipiert. Es gibt selten unvermischte Wertungsdiskurse im Sinne von

reinen Kitschdiskursen – die Diskurse überlagern sich vielfach, sie verstärken oder behindern sich. Anhand von Kempners Werk und Aussagen über ihr Werk sollen das Zusammenspiel der Diskurse und jeweils dominierende Diskurse sichtbar gemacht werden.

Die Ausgangslage: Das Gedichtmaterial

Friederike Kempners Lyrik erfuhr, wie bereits erwähnt, innerhalb kürzester Zeit einige Neuauflagen. Sie muss daher auch von vielen Lesern geschätzt worden sein. Die große Beliebtheit der Lyrik Kempners lässt sich zum Beispiel damit erklären, dass ihre Botschaft leicht nachvollziehbar war, die Gefühlslage der beschriebenen Figuren eindeutig, Reimschema und Rhythmus der Gedichte eingängig. Dass die Gedichte aufgrund ihrer leichten Zugänglichkeit die Käufermassen eher mobilisieren konnten als der von Herrmann Mostar geschilderte Aufruf Lindaus, deren unfreiwillige Komik zu goutieren,³ ist relativ wahrscheinlich:

Kempner traf offensichtlich den Ton ihrer Zeit, der sich u.a. aus dem Diskurs des mittleren bis gehobenen Bürgertums speiste. Nicht zufällig war sie Zeitgenossin von Gustave Flaubert, der diesen Diskurs in seinen Werken sichtbar gemacht hat. Vor allem der *Dictionnaire des idées reçues* macht den „Bauplan“ dieses Diskurses metasprachlich

³ Dies bezweifelt neben Möbus auch Neumann (Neumann, 1964, S. 216): „Wäre der Mehrzahl der Zeitgenossen unser Gelächter, das ja von Schadenfreude nicht rein ist, verständlich ge-

wesen? Der Anklang beim Publikum war groß, wenn auch dem der Gedichte Geibels nicht entfernt zu vergleichen. Freilich hat es auch an ‚Pamphletisten‘ [...] nicht gefehlt.“

sichtbar, indem er u.a. bestimmte strukturelle Satzverknüpfungen hervorhebt (vgl. Herschberg-Pierrot, 1988, S. 89; Genz, 2011, S.131-138). So gibt es in Flauberts *Dictionnaire* einen Typus von Einträgen, der mit festen Verbindungen aus Substantiven und Adjektiven arbeitet, wie etwa in den Beispielen „Chaleur – toujours „insupportable“ (Flaubert, 2006, S. 497; dt. Übers. „Hitze – stets unerträglich“, Flaubert, 1968, S. 85) oder „Esprit – Toujours suivi d’étincelant“, (Flaubert, 2006, S. 513, dt. Übers. „Geist – glänzt immer“, Flaubert, 1968, S. 73).

Konstruktionen dieses Typs lassen sich auch unschwer in Kempners Lyrik ausmachen, da sie mit Assoziationen arbeitet, die auf der Hand liegen. So lautet eine Zeile aus *Abdel-Kaders Traum*: „Auf dem Boden Wüstensand, der gelbe“ (Kempner, 1989, S. 43), die man sich ohne weiteres als metasprachlichen Eintrag in Flauberts *Dictionnaire* als „Wüstensand – immer gefolgt von gelb“ vorstellen könnte. Das lässt sich beliebig fortsetzen: Rehe sind in Kempners Gedichten „immer schuldlos“,⁴ Arme sind arm, aber sanftmütig und edel,⁵ während Reiche hartherzig und geizig sind.⁶ Damit aktiviert Kempner einerseits einen Diskurs, der großen Teilen des Bürgertums vertraut erscheint, weil es selbst derartige Wortverbindungen in der Alltagssprache benutzt. Andererseits führen diese sprachlich „abgenutzten“ floskelhaften Verbindungen im Wertungsdiskurs zum Banalitätsurteil: Denn anders als Flaubert, der die Einträge seines *Dictionnaire* durch verschiedene Stilmittel wie Anführungszeichen, Kursivierungen, Verfremdungen durch die ungewöhnliche Auflistung in einem Wörterbuch usw. als „fremde Rede“ kennzeichnet, die er als Autor zwar wiedergibt, für die er jedoch keine Verantwortung übernimmt, distanziert sich Kempner formal nicht von den Floskeln in ihren Texten: Sie verwendet sie vielmehr objektsprachlich, nicht metasprachlich wie Flaubert. Anders als Kempner macht sich Flaubert durch diese Distanzierungsstrategien über den Diskurs des Bürgertums lustig.

Auch der für Kempners Lyrik typische Umschwung vom Pathetischen und Exklusiven in eine lakonische Alltagssprache könnte man als

„banal“ abwerten, wie etwa das Ende des Gedichts *Lord Byron*. Der in diesem Gedicht besungene Held gibt nach geschildertem heldenhaftem Durchqueren der Fluten einfach „den Geist auf“. Zudem lässt sich in diesem Beispiel auch eine Tendenz zur Entkomplexivierung (oder abwertend gesprochen: Trivialisierung) feststellen, da suggeriert wird, dass Lord Byron nach seinem Durchschwimmen des Hellespont an Erschöpfung gestorben wäre:⁷

[...]
*Eine Blume blühet –
 Dunkler Horizont –
 Schwarze Wellen peitschet,
 Schäumt der Hellespont;*

*Eines Mannes Hand
 Taucht oben auf
 In der Fluten Lauf.*

*Byron schwamm an's Land
 Wo die Blume stand
 Gab den Geist er auf.
 (Kempner, 1989, S. 170)*

Die Banalisierung des Faust-Stoffes

In Kempners Bearbeitung des Faust-Stoffes erkennt man eine Entkomplexivierung bzw. Trivialisierung, da Kempner das, wofür Faust steht, wenig aussagekräftig als „Du Bild des Menschen“, „gigantisch war der Stoff, und schön gelang das Bild“ (Kempner, 1989, S. 137) wiedergibt. Auf die intellektuelle Problematik, etwa das Problem des Wissens- und Erkenntnisdrangs, geht sie jedoch nicht ein.

Intertextuelle Verweise beziehen sich bei Kempner häufig auf bekannte literarische Prätexte, die aus der Hochliteratur stammen, aufgrund ihres häufigen Zitierens aber zu geflügelten Worten geworden sind. Diese Verweise werden bei Kempner z.T. auf überraschende Weise rekontextualisiert, wie das folgende Beispiel zeigt: Die Verszeilen „Kennst Du das Land, wo die Lianen blühen?“ spielen auf Goethes Lied *Mignons an*: „Kennst

⁴ Etwa in *Die Jagd*: „Räche Gott, mein schuldlos Leben‘ – fleht das Tier vor seinem Tod [...] Schuldlos Reh hat obgesiegt!“ (Kempner, 1989, S. 80f.).

⁵ Vgl. *Der Invalide* (Kempner, 1989, S. 45f.).

⁶ Vgl. *Der Kontrast* und *Der Invalide* (Kempner, 1989, S.

45f. und 51ff.).

⁷ Diese Art der Trivialisierung, die falsche Verknüpfung eines historischen oder mythischen Namens mit einem Ausspruch oder einer Tat, findet sich in Flauberts *Dictionnaire*, z.B. unter dem Eintrag „Absalon“ (Flaubert, 2006, S. 485).

Du das Land, wo die Zitronen blühn?“⁸

Während das Lied Mignons auf die Italiensehn-sucht der Deutschen anspielt und bei dem Leser eine Assoziationskette von bildender Kunst und Hochkultur in Gang setzt, rekontextualisiert Kempner die Zeilen mit Amerika – Lianen – Urwald, die nun gerade keine Hochkulturassoziationen wecken. In diesem Beispiel kombiniert Kempner leichte soziale mit leichter kognitiver Zugänglichkeit.

Emotional leicht zugänglich ist Kempners Lyrik in ihrer Schilderung sozialer Ungerechtigkeit und Kälte: Holzschnittartig stehen sich in vielen Gedichten „kalthertige“ und „geizige“ Wohlhabende und „edle“ und „geduldige“ Arme gegenüber. Ebenso ist die Einteilung von Tieren in „gute“ Haustiere⁹ und „böse“ Raubtiere und Exoten wie Schlangen¹⁰ emotional unmittelbar nachvollziehbar. Diese Aufzählung an Elementen, die bestimmte Wertungsdiskurse begünstigen, soll aus Platzgründen hier nicht weiter fortgeführt werden. Vielmehr stellt sich die Frage, welche Wertungen nun in einflussreichen Diskursen über Kempner auf welche Weise aktiviert werden.

Der Banalitätsdiskurs

Dass der Kempnerdiskurs zwischen Banalität und Exklusivität schwankt, zeigt ein Zitat von Peter Horst Neumann in einer Gedichtausgabe von 1964:

„Einzig Friederike Kempner wird nach einer neuen Ausgabe ihrer Gedichte für wert befunden, nachdem deren zeitgenössische Ausgaben längst zu den Sammelobjekten der Bibliophilen gehören. Es ist klar, dass sie diesen Vorzug anderen als literarischen Qualitäten verdankt.“

(Neumann, 1964, S. 214)

In Neumanns Argumentation scheinen die vergriffenen Ausgaben als bibliophile Kostbarkeiten ihr einerseits einen Hauch von Exklusivität zu verleihen und rechtfertigen daher die Neuaufla-

ge. Andererseits stellt Neumann klar, dass es nur um den Seltenheitswert und nicht um literarische Qualitäten geht. Laut Möbus ist es der gesamte Diskurs über Kempner, der bewirkt, dass die leichte soziale Zugänglichkeit zu ihrem Werk gewährleistet bleibt:

„Aber Gassenhauer wie ‚Letzte Mahnung‘, die Mär von der peinlich berührten Familie, die zentnerweise immer neue Ausgaben der Gedichtbände aufzukaufen bereit ist, der Mythos von der Ächtung der Texte durch die Nationalsozialisten: Das alles sind auflagensteigernde Faktoren. Und so gehören die Kempner-Apokryphen mittlerweile zu den meistzitierten Texten der Dichterin.“

(Möbus, 2009, S. 20)

Insgesamt scheinen das Trivialitäts- und das Kitschurteil jedoch einer Veröffentlichung in einem exklusiven Verlag entgegenzuwirken, wie die mediale Präsentation zeigt: Von Kempners Lyrik gibt es bislang zwar regelmäßige Neuauflagen (zuletzt das von Frank Möbus herausgegebene Reclam-Bändchen), aber keine wissenschaftliche Gesamtausgabe. Kempner ist nicht Gegenstand wissenschaftlicher Kongresse oder Seminare, dafür ist ihre Präsenz in einem Medium wie dem Internet hoch, das für leichte soziale Zugänglichkeit steht und dafür sorgt, dass Kempner nicht der Vergessenheit anheim fällt.¹¹

Ein weiteres wichtiges Indiz, dass sie als banal abgewertet wird, ist das geringe Bewusstsein für ihre Autorschaft (zur fehlenden Autorschaft als Banalitätsproblem vgl. Genz, 2011, S. 24): Seit ihrem Erscheinen manifestiert sich ihr Einfluss hauptsächlich in Parodien. Die Nachahmer dichten dabei anonym, ihre Gedichte werden von verschiedenen Herausgebern einfach Friederike Kempner zugeschrieben.¹² In vielen Kempner-Ausgaben, allen voran der bereits erwähnten von Herrmann Mostar, lässt sich ein sehr sorgloser Umgang mit Autorschaft und Fakten zu ihrem Leben feststellen, der sich im Internet fortsetzt.¹³ Sie wird

⁸ Dieser Vers ist vor Erscheinen des ersten Gedichtbandes von Kempner schon in Büchmanns *Geflügelte Worte* aufgenommen, (vgl. Büchmann, 1865, S. 42f.).

⁹ Etwa die Gedichte auf ihren Hund (Kempner, 1989, S. 142 und S. 164) oder Papagei (Kempner, 1989, S. 206f.).

¹⁰ Kempner, 1989, S. 152 und S. 193ff.

¹¹ Die Suchmaschine Google liefert beispielsweise am 29. Januar 2013 für „Friederike Kempner“ 111.000 Ergebnisse.

¹² Möbus (Möbius, 2009, S. 17) entdeckt diese Praxis z.B. nicht nur in der Ausgabe von Gerhart Mostar, sondern auch in Walter Meckauers 1953 erschienenem Band *Die Nachtigall*

im Tintenfaß und Horst Dreschers *Das Leben ist ein Gedichte* (1971).

¹³ Z.B. auf der Seite Friederike Kempner-Gedichte. URL <http://www.buchdesign-kiessling.info/gedichte/gedichte-kempner/ke-01.htm> (Zugriff 15.01.2013), die Parodien wie „Also doch?“ und „Indisches“ Kempner zurechnet. Auf der Website Kempner – Biographie und Lebenslauf, in: Die deutsche Gedichtbibliothek (wie Fußnote 2) wird die Geschichte der Familie angeführt, die Kempners Auflagen regelmäßig aufkauften.

also eher als „Marke“ denn als Autorin gewertet (eine derartige Kollektivautorschaft unter einem gut verkäuflichen „Markennamen“ ist bislang das Kennzeichen von so genannter Trivalliteratur)¹⁴. Erst Ausgaben wie die von Barkow und Hacks (1989) haben ihr Werk von „Apokryphen“ gereinigt und damit die Leistung der Dichterin aufgewertet.

Holz und Herrmann Mostar als Vertreter des Kitschdiskurses

In seiner *Selbstanzeige* des *Phantasia* bettet Holz seine Kritik an Friederike Kempner in eine Abrechnung mit dem George-Kreis und der Heimatdichterin Johanna Ambrosius, indem er schreibt:

„Aus ihren Büchern der Preis- und Hirtengedichte, der Sagen und Sänge, der hängenden Gärten und der heroischen Zierrate, der donnernden Geysen und der unausgeschöpften Quellen dufteten Harmonien in Weiß, vibrierenden Variationen in Grau und Grün, schluchzten Symphonien in Blau und Rosa. Noch nie waren so abenteuerlich gestopfte Wortwürste in so kunstvolle Ornamentik gebunden. Half nichts. Ihr Dasein blieb ein submarines und das deutsche Volk interessierte sich für Lyrik nur noch, insofern sie aus den Damen Friederike Kempner und Johanna Ambrosius trüffelte.“

(Holz, 1951, S. 39f)

Holz verwendet in seinem Zitat drei Dichtertypen, die unterschiedlicher nicht sein könnten, um die „Geringschätzung“ der Lyrik ab 1890 zu veranschaulichen: Neben der autodidaktischen, aus ärmlichen Verhältnissen stammenden „Naturdichterin“ Johanna Ambrosius, die mit Kempner höchstens die Nähe der geographischen Herkunft sowie eine gewisse öffentliche Aufmerksamkeit teilt, nennt er zunächst einmal Gedichtzyklen Georges, die 1894 in den Blättern für die Kunst erschienen: „aus den Büchern der Preis- und Hirtengedichte, der Sagen und Sänge und hängenden Gärten“.

Holz bescheinigt in dem Zitat den genannten Titeln Georges implizit eine kitschige Wirkung,¹⁵ indem er die Gedichte als sinnlich und emotional

leicht zugänglich charakterisiert, da sie geradezu aufdringlichen den menschlichen Geruchssinn („dufteten Harmonien in Weiß“), das Gehör („donnernden Geysen“), oder Auge und Ohr als synästhetisches Erlebnis zugleich zu bedrängen scheinen („schluchzten Symphonien in Blau und Rosa“). Die Bemühung des George-Kreises, Lyrik interessanter zu machen, sind Holz’ zufolge vergeblich: Selbst die „üppige Fülle“ der George-Gedichte bleibt wirkungslos gegenüber der emotionalen und sinnlichen Eingängigkeit der Kempnerschen Lyrik, von der bereits eine minimale Dosis zu genügen scheint, wie das Verb „träufeln“ suggeriert, das zusammen mit dem sprechenden Nachnamen der Heimatdichterin Ambrosius im Leser die Assoziation mit einer süßlichen, klebrigen Flüssigkeit weckt.

Auch Herrmann Mostar ruft die für den Kitsch charakteristische „Süßlichkeit“ der Lyrik von Kempner auf:

„[...] sonst dichtet sie im Stile von Baumbach und von Roquette, mit der gleichen zeitbeliebten Süßlichkeit und der gleichen Freude an platten Bildern [...]“

(Herrmann Mostar, 1953, S. 21)

Lange führt in seiner Kempner-Ausgabe von 1995 sogar ein Zitat an, das sie als

„begnadet mit dem schlafwandlerischen Genie zum erleuchtenden Schlimm-Mißlungenen’ als Befreierin vom Kitsch durch den Kitsch auf hebrabllassende Weise stilisiert.“

(Lange, 1995, S. 14)

„Kitsch“ ist allerdings nicht das Etikett, mit dem Kempners Lyrik vorrangig charakterisiert wird. Das liegt meines Erachtens nicht daran, dass ihr Kitsch angeblich von Kitsch befreie, sondern an den komischen Aspekten ihrer Lyrik, die im Rezipienten Distanz erzeugen.

Die kitschigen, banalen und trivialen Aspekte sind es, über die sich Paul Lindau in seiner Rezension in der *Gegenwart* mokiert, etwa über den „edlen und spendablen Kutscher“¹⁶ und die

¹⁴ Die Produktionsbedingungen für Trivalliteratur beschreibt Nusser, 1991, S. 37ff. (In meiner Systematik wäre der Name „Banalliteratur“ allerdings treffender.)

¹⁵ Auf Georges Verhältnis zu Banalität, Trivialität und Kitsch sowie die unterschiedliche Rezeption Georges durch Kritiker, die ihn z.T. als „kitschig“ abwerteten, und durch seine Jünger, die ihn über jeglichen Kitschverdacht erhaben wähten, kann hier nicht weiter eingegangen werden. Dies wird aus-

fürlich in Genz (Genz, 2011, S. 273-304) diskutiert.

¹⁶ Lindaus Kritik richtet sich hier gegen die mangelnde emotionale Vielschichtigkeit, betont also den Kitschaspekt, wenn er schreibt: „Ich habe den Kutscher sogar stark in Verdacht, dass er sich die sechs Groschen nachher noch von seinem Herren wiedergeben lässt, wodurch die Verdienstlichkeit seiner Spende erheblich geschmälert, seine Sentimentalität aber nur noch problematischer werden würde.“ (Lindau, 1880, S. 411).

Cigarre als Attribut des Bourgeois, die aber in Hinblick auf Metrik (als *Ci-gar-ré*) und Inhalt deplaziert,¹⁷ falsch kontextualisiert, also „banal“ erscheint. Die scheinbar eindeutigen Attribute für Exotik (Kaktusfluren, saufende Dromedare) bewirken laut Lindau nicht die von Kempner beabsichtigte emotionale eindeutige Aufladung des Ortes, sondern eine komische Distanzierung im Leser.¹⁸

Die „Kempnerisierung“ von Liebeslyrik

Gerade die emotionale leichte Eingängigkeit funktioniert häufig nicht bei Kempner. Das haben auch die zahlreichen Parodisten erkannt, wenn sie Liebeslyrik „kempnerisieren“: In der (nicht von Kempner stammenden, in der Ausgabe von Herrmann Mostar aber Kempner zugeschriebenen) Parodie „Also doch?“ wird beispielsweise die emotionale leichte (bzw. kitschige) Eingängigkeit des Verliebtheits im Frühling auf ein Abdriften in den (ebenso für jedermann leicht nachvollziehbaren, aber eben banalen) Alltag verschoben. Das reflexartige Bedienen von „Liebesgefühlen“ funktioniert hier nicht. Statt leichter emotionaler Zugänglichkeit wird man mit der leichten alltäglichen Zugänglichkeit abgespeist: Der „feste Mut“ richtet sich auf das Zubereiten einer deftigen Alltagsmahlzeit und die Herzen werden leicht, weil die Darmtätigkeit wieder funktioniert:

*„Wenn der holde Frühling lenzt
Und man sich mit Veilchen kränzt,
Wenn man sich mit festem Muth
Schnittlauch in das Rührei thut
Kreisen durch des Menschen Säfte
Neue, ungeahnte Kräfte –
Jegliche Verstopfung weicht,
Alle Herzen werden leicht,
[...]“*

(Hermann Mostar, 1953, S. 136)

Zwar wurde die Komik schon von Anbeginn in der Kempnerlyrik gesehen. Zunächst diente sie

aber zumeist der Aufwertung der Rezipienten und der Abwertung Kempners. Lindau kritisiert Kempner beispielsweise meist nicht direkt, sondern überlässt es seinen Lesern, ein endgültiges Urteil über sie zu fällen, was impliziert, dass er auf das (richtige) Urteilsvermögen seiner Leserschaft zählt. Auch Herrmann Mostar wertet im eingangs erwähnten Zitat die Leser, die die Komik in Kempners Lyrik erkennen, auf.

Das Urteil „Kitsch“, das bei Lindau und Herrmann Mostar, wie gezeigt, auch zu finden ist, prägt allerdings nicht das Gesamturteil der beiden Kritiker. Anhand von Passagen in Herrmann Mostars Vorwort kann man nachvollziehen, wie sich der Eindruck vom Kitschigen zunächst auf die Komik verschiebt, die auf der Wertskala der kognitiven Zugänglichkeit eher im positiven Bereich angesiedelt ist. Dies beeinflusst dann auch die positive Bewertung auf der sozialen Zugänglichkeitsskala (weg von der Banalität hin zur Exklusivität):

„[...] sie ist das Genie der unfreiwilligen Komik. Und das gab es nur einmal. Man hat Friederike den ‚Marsyas der deutschen Literatur‘ genannt, hat sie also mit jenem Hirten der griechischen Sage verglichen, der dem Apoll die Flöte stahl und darauf blies [...] und der so jammervoll spielte, dass Apoll ihn zu Tode schinden ließ. Der Vergleich stimmt nicht. Friederiken hätte der Gott nicht zu Tode geschunden. Er hätte Tränen gelacht, in einem göttlichen Gelächter, und sie mit in den Olymp genommen, zu Homer und den Musen. Dort gehörst du hin, Friederike [...]“

(Hermann Mostar, 1953, S. 24)

Man sieht, an dieser Stelle ist vom Kitsch nicht mehr die Rede. Vielmehr verschiebt sich sein abschließendes Urteil durch einen hochkulturellen Vergleich aus der griechischen Mythologie über die Komik auf das Urteil „Exklusivität“. Folgende Graphik soll diese Verschiebung veranschaulichen:

¹⁷ Lindau kommentiert: „Ernsthaftere Bedenken habe ich wegen des Sachlichen. Der Herr Gemahl soll nämlich [...] doch nach den Intentionen der Dichterin unzweifelhaft den sogenannten gebildeten Kreisen angehören. Aber da ist die Cigarre, ob sie nun den Accent auf der zweiten oder dritten Silbe hat, im Wagen mit der Frau in Baltoilette auf alle Fälle verpönt. Das habe ich we-

nigstens immer gehört.“ (Lindau, 1880, S. 411)

¹⁸ Lindau distanziert sich selbst ironisierend mit folgendem Urteil: „Na, so eine Kaktusflur wäre nun zwar nicht gerade das, was mich im Süden am meisten reizen würde“ (Lindau, 1880, S. 412).

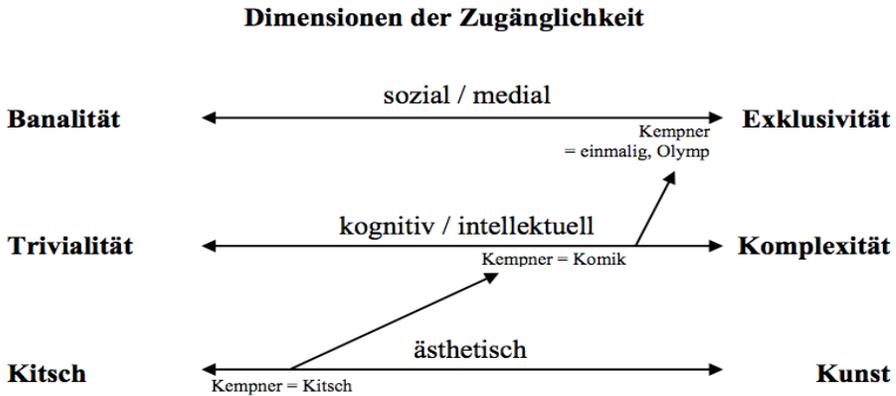


ABB. 2: HERRMANN MOSTARS URTEILE ÜBER KEMPNER ALS BEISPIEL FÜR EINE UMWERTUNG VOM KITSCH ZUR EXKLUSIVITÄT

Zwei Aspekte der Komik sind also für eine Revision des Urteils über Kempner von Vorteil: Komik impliziert zum einen ein gewisses Maß der Distanzierung. Werden Kempners Gedichte als komisch rezipiert, können sie also nicht gleichzeitig als kitschig wahrgenommen werden, da die Kitschwirkung durch distanzloses, reflexartiges Reagieren im Rezipienten zustande kommt.

Zum anderen ist, wie Peter Hacks in seinem Vorwort zur Ausgabe von 1989 formuliert, „bei der komischen Erleichterung immer etwas Verstand dabei“ (Hacks, 1989, S. 8). Diesen Verstand, der von Kritikern bisher höchstens den kritischen Lesern der Kempner-Gedichte zugestanden wurde, rechnet Hacks nun auch Friederike Kempner selbst zu:

„Ihre körperhaftesten, durchgeführten, eigenen Verse sind ihre ulkigsten: läßt sich da eigentlich noch von unfreiwilliger Komik sprechen? Sie bezweckt Wirkung, sie hat sie; wo liegt die Unfreiwilligkeit? [...] Lachen wir über Kempner? Bestimmt nicht. Der Schelm ward noch nicht getroffen, der niedrig genug gefühlt hätte, sie auszulachen. Demnach will sie uns lachen machen? Ganz bestimmt nicht. Die Frage ist falsch gestellt. Was den deutschen Leser seit hundert Jahren im Werk der Vielgeliebten entzückt, sind die Witze des Weltgeists, Kempner erzählt sie nur weiter.“

(Hacks, 1989, S. 33)

Damit verschiebt er den Wertungsdiskurs der emotionalen Zugänglichkeit, kurz gesagt, den

Kitschdiskurs, auf den Diskurs der kognitiven Zugänglichkeit und kommt zu folgendem positiven Urteil:

„Komik ist mehr als bloß der psychologische Trick, wie das Gemüt zu entsorgen [sic]. Sie stellt eine inhaltliche Aufgabe, und unser Lachen verrät unsere Befriedigung darüber, dass wir pfiffig genug waren, sie zu lösen. [...] Schlechte Gedichte müssen schon außerordentlich gut sein, um so außerordentlich komisch zu sein.“

(Hacks, 1989, S. 33)

Und Möbus schlägt vor:

„Vielleicht ist die Zeit reif, Friederike Kempner mehr als 100 Jahre nach ihrem Tode mit einem neuen Beinamen zu versehen. Sie war nicht Nachtigall noch tirilierende Lerche, trötender Schwan schon gar nicht [...]. Ihr eigentlicher Wappenvogel sollte vielleicht besser der Albatros (*Diomedea exulans*) sein. Denn ihre gedanklichen Höhenflüge sind durchwegs so ‚erbeiternd und erfreulich‘ wie das vielbewunderte Schweben dieser ‚prachtvollen Vögel‘, die anstands-voll und zierlich, wie von einer unsichtbaren Kraft geleitet, in den Lüften dahinschwimmen. Wenn’s aber aus dem gedanklichen Gleitflug der Friederike Kempner hinabging auf den harten Boden der Versifizierung poetischer Visionen, dann benahm sie sich ebenso wie dieser wundersame ‚Geier des Meeres‘: ‚beim Niederlassen verändert sich [...] sein Bild gänzlich, und seine Gestalt verliert alle Anmuth und Gleichmäßigkeit [...]‘.“

(Möbus, 2009, S. 20f)

Konklusion

Sind Kempners Texte denn nun kitschig oder nicht? Diese Frage lässt sich, wie wir gesehen haben, nur als Problem der Rezeption beantworten: Werturteile sind, wie das Beispiel Friederike Kempner zeigt, höchst wandelbar, da sie einerseits aus unterschiedlichen Komponenten zusammengesetzt sind und andererseits die einzelnen Komponenten auch wiederum einen Wertewandel erfahren können. Dabei zeigt das Beispiel Kempner, dass die (gute oder schlechte) Qualität der Texte selbst die tatsächliche Wertung nur zu einem kleinen Teil erklären kann. Vielmehr bildet sich im Hin und Her der Kritiker- bzw. Lesermeinungen

allmählich ein Urteil über den jeweiligen Autor erst aus, das aber höchst wandelbar bleibt: So kann der Fokus der Aufmerksamkeit von einem Aspekt auf einen anderen verschoben werden: Stand der Name Kempner bei Arno Holz noch für Kitsch *par excellence*, so ist sie schon bald nur noch das Beispiel für Komik, während die Stellen, die als kitschig abgewertet werden könnten, in den Hintergrund der Aufmerksamkeit geraten. Ob ein Aspekt wie die Komik dann gebraucht wird, um ihre Lyrik zu kritisieren oder um sie als einmalige, besondere Gabe aufzuwerten, ist vom jeweiligen Kontext abhängig, in dem die Wertung geäußert wird.

Bibliographie:

- Barkow, N. & Hacks, P. (Hg.) (1989). *Friederike Kempner – Dichterleben, Himmelsgabe*. Sämtliche Gedichte. Berlin.
- Bleibtreu, C. (1973). *Revolution der Literatur* (1886). Mit erläuternden Anmerkungen u. einem Nachwort neu hg. v. Johannes J. Braakenburg. Tübingen.
- Büchmann, G. (1865). *Geflügelte Worte*. Der Citatenschatz des deutschen Volks. 2. Aufl. Berlin.
- Flaubert, G. (1968). *Wörterbuch der Gemeinplätze*. Gefolgt vom Katalog der schicken Ideen. Übers. u. eingeleitet v. Dirk Mülder. München.
- Flaubert, G. (2006). „Le Dictionnaire des idées reçues“. In: Flaubert, G.: *Bouvard et Pécuchet*. Édition de Claudine Gothot-Mersch. Paris, S.485-555.
- Foucault, M. (1971). *L'ordre du discours*. Leçon inaugurale au Collège de France prononcée le 2 décembre 1970. Paris.
- Genz, J. (2011). *Diskurse der Wertung*. Banalität, Trivialität, Kitsch. München.
- Hacks, P. (1989). „Vorwort zur 9. Aufl. Die Kempner wäre nicht so komisch, wenn sie nicht so gut wäre“. In: Barkow, N. & Hacks, P. (Hg.) *Friederike Kempner – Dichterleben, Himmelsgabe*. Sämtliche Gedichte. Berlin, S.7-33.
- Herrmann Mostar, G. (Hg.) (1953). *Friederike Kempner*. Der schlesische Schwan. 6. Aufl. Heidenheim a.d. Brenz.
- Herschberg-Pierrot, A. (1988). *Le Dictionnaire des idées reçues de Flaubert*. Lille.
- Holz, A. (1951). „Selbstanzeige. Phantasmus. Berlin. Johann Sassenbach“. In: Holz, A.: *Die Revolution der Lyrik*. Eine Einführung in sein Werk und eine Auswahl von Alfred Döblin. Wiesbaden, S.39-40.
- Kempner, F.: *Friederike Kempner-Gedichte*. Abgerufen von <http://www.buchdesign-kiessling.info/gedichte/gedichte-kempner/ke-01.htm>, Zugriff am 15.01.2013
- Lange, H. (1995). „Vorwort“. In: Kempner, F.: *Gedichte*. Ausgabe letzter Hand. München, S.7-17.
- Lindau, P. (1880). Sommerliche Briefe. Friederike Kempner. In: *Die Gegenwart*. Wochenschrift für Literatur, Kunst und öffentliches Leben, 26, S.410-412.

- Möbus, F. (Hg.) (2009). „*Kennst Du das Land, wo die Lianen blühen?*“ Gedichte des schlesischen Schwans. Stuttgart.
- Möbus, F. (2009). Vorwort: Mein lieber Schwan! In: Möbus, F. (Hg.) (2009). „*Kennst Du das Land, wo die Lianen blühen?*“ Gedichte des schlesischen Schwans. Stuttgart, S. 7-27.
- Neumann, P. H. (1964). Nachwort. In: Neumann, P. H. (Hg.): *Die sämtlichen Gedichte der Friederike Kempner*. Bremen, S.213-217.
- N.N.: *Kempner – Biografie und Lebenslauf*. In: Ritter, R.-D. (Hg.): Die deutsche Gedichtbibliothek. Gesamtverzeichnis deutschsprachiger Gedichte. Abgerufen von http://gedichte.xbib.de/biographie_Kempner.htm, Zugriff am 29.01.2013.
- Nusser, P. (1991). *Trivilliteratur*. Stuttgart.

Julia GENZ

PD Dr., Komparatistin und Germanistin an der Eberhard Karls Universität Tübingen, 2010-2012 Professurvertretungen in Köln und Essen, Forschungsschwerpunkte u.a.: Wertung, Banalität, Trivialität und Kitsch, Medialität und Materialität in der Literatur, Literalität und Literarität, deutschsprachige und europäische Literatur des 18.-21. Jahrhunderts.

Kitsch als Kunst der Selbstunterbietung

Eine Bagatelle

Jochen Hörisch

Institut für Neuere Germanistik und Medienanalyse,
Universität Mannheim

Abstract

Anspruchsvolle moderne Kunst ist kritische Kunst, wer wüsste das nicht? Gerade aber, weil das alle wissen, wird selten bedacht, dass sich Avantgarde-Kunst damit ein Problem einhandelt: sie steht zunehmend unter Hochleistungs- und Konkurrenzdruck wie viele andere gesellschaftliche Sphären auch – und deshalb ist sie zumindest in dieser zentralen Hinsicht nicht „kritisch“, sondern „affirmativ“, nämlich denselben Impulsen verschrieben und verpflichtet wie andere soziale Teilsysteme auch. Das ist die Chance für Kitsch – Kitsch ist der wahre Aussteiger aus den Zwängen der Avantgarde, Kitsch versteht sich auf die Kunst der Unterbietung.

Kunst soll Vergnügen bereiten und belehren. Wer noch Latein gelernt hat, zumeist ohne dabei besonders viel Vergnügen verspürt zu haben, kann diese Weisheit mit berühmten und zweitausend Jahre alten Versen belegen: „aut prodesse volunt aut delectare poetae“ (Fink, 2000, S. 271) heißt es ausgerechnet und wohl placent im Vers 333 der *Ars poetica* des Horaz. (vgl dazu Hörisch, 2008, S. 25ff) Der Vers hat es in sich. Denn Vergnügen ist, welch kitschig-triviale Tautologie, vergnüglicher als Belehrtwerden. Wer sich delectiert, wer sich vergnügt, wer genießt, wer sich erfreut, hat es besser und ist in aller Regel besser drauf als der Be- und Gelehrte. Denken macht traurig, das wissen wir Neu- und Spätzeitlichen spätestens seit Hamlet und Robert Burtons 1621 erschienener *Anatomie der Melancholie*, nach Auskunft von George Steiner hat sich an dieser Einsicht auch in der alternden Moderne nichts geändert (Steiner, 2006). Der Denker, der Be- und Gelehrte ist dem Leistungsprinzip verpflichtet, der sich Delektierende genießt hingegen ein beneidenswertes Privileg: das des Dilettanten. Dilettant – dieser sich recht direkt vom lateinischen ‚delectare‘ herleitende Begriff bezeichnete, als er in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts modisch wurde, noch ein Privileg. Der (prototypisch adelige) Liebhaber konnte es sich leisten, sich an dem zu erfreuen, was der (prototypisch bürgerliche) Gelehrte mühsam erschließen und analysieren musste. Der eine genoss die Laszivitäten und/oder die Idyllen, die in großen Werken aus-

gebreitet wurden, der andere schrieb eine gelehrte Abhandlung über Metrik; der eine griff zum Pinsel, weil es ihm Spaß machte, der andere musste damit seinen Lebensunterhalt verdienen; um ein kitschiges Klischee zu bedienen: Der eine zog sich beim Anhören von Mozarts *Don Giovanni* mit einer schönen Frau und einer Flasche Champagner auf die Chaiselongue seiner Opernloge zurück, der andere analysierte beim Zuhören die Partitur.

Der ursprünglich zumeist positiv verwendete, weil ein Privileg markierende Begriff „Dilettant“ erlitt im neunzehnten Jahrhundert schnell eine dramatische Bedeutungsverflechtung. Als „Dilettant“ galt nicht länger der souveräne Liebhaber, „Dilettant“ wurde vielmehr zur kritischen Bezeichnung für denjenigen, der sich im Vergleich mit Fachleuten, wirklichen Könnern und Kennern blamierte. Was der „Dilettant“ schuf, konnte mit dem avancierten Stand der Dinge, Künste und Diskurse nicht mehr mithalten; es wurde dritt- bis fünftrangig, im schlimmsten und zugleich interessantesten Fall zu „Kitsch“. „Kitsch“ ist ein erst bemerkenswert spät (nämlich im Jahr 1878) belegter Begriff, dessen Herkunft umstritten ist. Einigermaßen plausibel ist die Etymologie aus dem Jiddischen ‚verkitschen‘ = ‚verkaufen‘ im Sinne von Andrehe des Überflüssigen und Minderwertigen (Moles, 1971). „Kitsch“ ist ein Begriff, der sich in den letzten beiden Jahrzehnten des neunzehnten Jahrhunderts rasant durchsetzte und der auch in anderen Sprachen ohne Über-

setzungsäquivalent geläufig ist, "Kitsch" ist nicht zuletzt ein Begriff mit beeindruckender Karriere, dem eine gleichermaßen beeindruckende Karriere des von ihm Bezeichneten entspricht. Kitsch wird um 1900 zum Massenphänomen, und das ist Kitsch über alle Weltkriege, Massenmord und Kulturbrüche hinweg bis heute geblieben und wird es wohl noch lange bleiben.

Dass dem so ist, ist leicht zu erklären. Kunst war über längste Zeiten hinweg vorrangig dem ‚delectare‘ und nicht dem ‚prodesse‘ verpflichtet. Was ja auch sofort einleuchtet – für letzte Wahrheiten waren die Philosophie und die Theologie, für das Wissen die Wissenschaften, für das Handwerk die Technik zuständig. Natürlich konnten es geniale Künstler wie Ovid, Walter von der Vogelweide, Shakespeare, Velasquez oder Mozart schaffen, die eine oder andere (in aller Regel verrätselte) belehrende Provokation, Kritik oder Frechheit in ihre Werke einzuschmuggeln. Deren Hauptzweck aber blieb es zu erfreuen, sehr handfest: Gott und Herrscher zu loben. Die kritische Funktion von Kunst, second-order-observation und damit alternative Wirklichkeitsversionen zu ermöglichen, lief reizend bis aufreizend

mit, blieb aber ostentativ sekundär. Das ändert sich langsam ab 1750 und verstärkt seit 1850, also in Zeiten, die sich selbst als moderne Zeiten beschreiben und erfahren. Hohe Kunst wird im Prozess der Moderne immer komplexer und immer avancierter.

Goethes Faust II und Hölderlins späte Hymnen sind voller Schönklang, aber leicht zu verstehen und eingängig sind diese Texte nicht. Ob die Lyrik von Mallarmé, die Zwölftonmusik Schönbergs, das *Schwarze Quadrat* von Malewitsch oder die Stücke von Heiner Müller – Kunstbanausen wie Kunstkenner würden zögern, zu bekennen, dass sie sich an diesen Werken delectieren. Das Argument ist von theoriekitschiger Trivialität und dennoch nicht sachlich falsch: Große Kunst schaltet im Prozess der Moderne immer stärker von "delectare" auf "prodesse" um, vom Willen zu erfreuen auf den Impuls, zu irritieren und (Neues, zumindest neue Erkenntnisse) zu provo-

zieren, von U wie Unterhaltung auf E wie Ernst. Noch die Scherze der Avantgarde-Kunst (wie das *Urinoir* Marcel Duchamps) sind irritierend ernste Scherze.

Anspruchsvolle moderne Kunst ist kritische Kunst, wer wüsste das nicht? Gerade aber, weil das alle wissen, wird selten bedacht, dass sich Avantgarde-Kunst damit ein Problem einhandelt: Sie steht zunehmend unter Hochleistungs- und Konkurrenzdruck wie viele andere gesellschaftliche Sphären auch – und deshalb ist sie zumindest in dieser zentralen Hinsicht nicht "kritisch", sondern "affirmativ", nämlich denselben Impulsen verschrieben und verpflichtet wie andere soziale Teilsysteme auch.

Ohne jede heroische Verweigerungsattitüde machen der Kitschproduzent wie der Kitschkonsument unmissverständlich klar, dass sie das Höhenniveau der großen modernen Avantgardemusik und Avantgardeliteratur nicht erreichen können – ja selbst dann, wenn sie es erreichen könnten, nicht einmal erreichen wollen.

Seit dem späten neunzehnten Jahrhundert, als das Wort "Kitsch" modisch wird, muss und will große, anspruchsvolle, komplexe Kunst neu, innovativ, gar avantgardistisch sein. Das aber teilt sie etwa mit der Militärtechnik und anderen Produkten der Ingenieurskunst (klugen zeitgenössischen Köpfen wie dem schreibenden Ingenieur Robert Musil fällt bald auf, dass der Ingenieur und das künstlerische

Genie mehr gemeinsam haben, als beiden lieb ist), eben dies hat sie auch mit den Modernisierungsschüben in der Lebenswelt gemeinsam (Elektrizität, Eisenbahnen, große Kaufhäuser, neue schnelle Medientechnik wie Telegraphie und Telephonie etc.). Diese Paradoxie der affirmativ-kritischen Avantgardemusik spürte schon Arthur Rimbaud, als er imperativisch formulierte: "il faut être absolument moderne!" (Rimbaud, 1979, S. 116) Anspruchsvolle Kunst steht wie Wissenschaft und Industrie, wie der Sport und das Bildungssystem, wie Militär- und Medientechnik unter Leistungs-, Optimierungs- und Überbietungsdruck. Und genau das ist die Chance von Kitsch: Kitsch ist der wahre Aussteiger. Ohne jede heroische Verweigerungsattitüde machen der Kitschproduzent wie der Kitschkonsument unmissverständlich klar, dass sie das Höhenniveau der großen modernen Avantgardemusik, Avantgardeliteratur nicht erreichen können – ja selbst

dann, wenn sie es erreichen könnten, nicht einmal erreichen wollen. Kein Ausstieg ohne Abstieg aus den Gipfelregionen.

Der Apologet des Kitsches hat den Charme desjenigen, der seine Schwäche freimütig eingesteht: ich kann und will da nicht mithalten. Ihm schwant, dass an der Sottise „Das Niveau ist ungeheuer hoch, es ist nur keiner drauf“ etwas dran ist. Der bekennende Kitsch-Liebhaber um 1900 ist anders als die auf Avantgarde-Hochniveau eingeschworenen dagegen gefeit, Neurastheniker zu werden. Er bewahrt sich sentimentale Freiräume, die sein beschleunigtes Leben verlangsamen, die ihn vom Modernitätszwang entlasten und die ihn mit Vertrautem statt mit Innovationen umstellen.

Im Liebhaber des Kitsches um 1900 findet der seit 1800 entwertete Dilettant (Liebhaber) sein spezifisch modernes Incognito. Ihm leuchtet der schöne Wiener Schmähsatz über die alt gewordene neue Musik ein: „Wenn’s den Leut auch nach achtzig Jahren nicht gefällt, ja mei, dann

ist es vielleicht nicht gut.“ Zur attraktiven Figur wird der Kitsch-Sympathisant in dem Maße, in dem er sich der Moderne oder zumindest gewissen zumutungsreichen Ausprägungen der Moderne freundlich verweigert. Diesen Gestus kann er dann affin-different mit modernitätskritischen Avantgardekünstlern gemeinsam haben. Überzeugend ist der Kitschfreund, wenn er heiter auf dem Recht der Selbstunterbietung insistiert. Wenn er listig argumentiert, erinnert er daran, dass auch die Renaissance-Kunst den neuzeitlich erreichten Stand der Dinge unterbot, als sie sich der Direktive „ad fontes“ verschrieb und zurückblickte. Im klugen Liebhaber des Kitsches lebt der Renaissance-Impuls in Zeiten der Avantgarde-Moderne weiter. Er weiß oder ihm schwant doch zumindest, dass ohne Rückorientierung, ohne Verlangsamung, ohne Entspannung, ohne Loslassen, ohne Höchstniveaunterbietung ein gelingendes Leben in der auf Höchstleistungen und ständige Selbstüberbietungen getrimmten Moderne schlicht nicht möglich ist. Der gelassenheitere Kitschliebhaber kennt die Vorzüge der Arrièregarde.

Unerträglich aber wird der Freund des Kitsches, wenn er nicht gelassen und selbstdistanziert („ich

kann da nicht mit, ich kann das nicht leisten“) das Recht auf Selbstunterbietung in Anspruch nimmt, sondern seine Ressentiments pflegt: „Was mir nicht gefällt, was ich nicht verstehe, was mir nicht zusagt, kann nichts taugen und muss deshalb bekämpft werden.“ Aus dem mit Kitsch kokettierenden Kunstliebhaber, der im Zeitalter der Leistungszwänge seinen Sinn für Unzeitgemäßes bewahrt, wird dann sofort eine grauenvolle und gefährliche Figur voller Aggressivität und Affekte. Die trostlose Inkarnation dieser Figur ist der Kitschfanatiker Hitler. Zu den Paradoxien des militanten Kitsches gehört es, dass er so von sich selbst überzeugt ist, wie bestimmte Avantgardeprogramme ihrerseits von sich selbst überzeugt sind. Dass beide Positionen einander nichts

Kein anderer als Adorno, der unverdächtig ist, Kitsch-Apologet zu sein, hielt den sentimental Wirtshausmusiker Schubert für die Bedingung der Möglichkeit seiner avancierten Kompositionskunst.

zu sagen haben und sich doch in wechselseitiger Feindschaft brauchen, ist offensichtlich. Der Feind ist unsre eigene Frage als Gestalt. Kitsch, den seine Liebhaber als den verbindlichen Stand der ästhetischen Dinge ansehen, bringt sich um sein produktives ironisch-

gelassenes Potential: das der differenzbewussten Selbstunterbietung. Wo dieses Potential zur Geltung und zum Rendezvous mit dem Neuen kommt, kann sich Unerhörtes einstellen.

Zu großer Form läuft der Kitschkünstler nämlich genau dann auf, wenn er Selbstunterbietung als seine genuine Möglichkeit präsentiert, also im Blick behält, dass er um den Preis, angestrengt zu sein, auch anders könnte, aber eben dies nicht will.

An Beispielen dafür ist kein Mangel. Schon lange vor der Konjunktur des Begriffs ‚Kitsch‘ hat Franz Schubert auskomponiert, was Kitsch sein kann. Sein *Ave Maria* aus dem Jahr 1825 unterbietet grandios den Stand der Kompositionstechnik, den er mit dem Streichquartett *Der Tod und das Mädchen* (1824) erreicht hat. Kein anderer als Adorno, der unverdächtig ist, Kitsch-Apologet zu sein, hielt den sentimental Wirtshausmusiker Schubert für die Bedingung der Möglichkeit seiner avancierten Kompositionskunst. Richard Wagner hat schon durch die enthemmte Infantilität seiner Szenen (voller Bärenhäute, Eschen, Drachen, Waldvögel, Schwäne, Ritter, Burgen, Tafelrunden, Handwerkerkammern) und seines artifiziell-retrograden Sprachstils, der das Verlachtwerden

nicht scheut, Kitschelemente an Kitschelemente gereiht. Eben damit hat er, der Meister in der Kunst grandioser (und schrecklicher!) Selbstunterbietung seine in jedem Wortsinne unerhörten melodischen Einfälle und kompositorischen Finessen abgefedert. Mahlers Adagietto aus der fünften Symphonie ist Kitsch at its best, nur wer diesen Satz sentimental goutiert hat, kann die ambitionierteren anderen Sätze der Symphonie verstehen. Schönbergs Zwölfton-Werke waren, was Bewunderer seiner neuen Kompositionstechnik erst nach dem dritten Glas Wein zugeben, nie so überzeugend wie die *Verklärte Nacht*, die sich vom Imperativ „il faut etre absolument moderne“ souverän emanzipiert. Und Richard Strauss hat mit *Salome* und *Rosenkavalier* Werke geschaffen, die ewig er- und nachklingen werden, weil sie nicht um jeden Preis an der vordersten Avantgardefront ihrer Entstehungszeit sein wollten.

Ein Einwand gegen diese und weitere Beispiele aus der Literatur (Stifter, Rilke, Trakl, Handke ...) und bildenden Kunst (Nazarener, Chagall, Dali, Neo Rauch ...) liegt nahe und ist auch überzeugend: Diese Werke seien doch nicht die Inkarnation des Kitsches. Das ist zutreffend; wer Kitsch als Feindbild braucht, um bestimmte neuere Kunstlogiken zu rechtfertigen, wird in anderen Regionen als den hier evozierten fündig. Aller Aufmerksamkeit wert aber sind diejenigen Werke der Moderne, die die Kunst der Selbstunterbietung kultivieren und deshalb mit Kitschelementen kokettieren, weil sie mit dieser Strategie gegen ressentimentgeladenen Kitsch immunisieren. Das gilt auch in vulgärpsychologischer Perspektive: Wer sich (wie etwa Friedrich Schlegel oder Georg Lukács) in jungen Jahren nie Momente der Selbstunterbietung geleistet hat, kann dann umso anfälliger werden für anspruchslose sei es katholische, sei es stalinistische Militanzen, die nicht einmal das Niveau des besseren Kitsches erreichen. Forcierte Avantgardeschriststeller wie Ezra Pound oder Céline, die sich keine Selbstunterbietung gestatteten, waren bereit, sich mit

der unheimlichsten Form der kitschigen Massentalität, der faschistischen, gemein zu machen. Gottfried Benn wurde zum ganz großen Lyriker erst, als er wohltdosierte Momente von Kitsch in seine zynisch-harten Verse einfließen ließ.

Wer neuere Beiträge zur reichen Diskussion um den Kitsch verfolgt (Braungart, 2002; Liessmann, 2002; Dettmar & Küpper, 2007), wird schnell feststellen, dass ein entspanntes Verhältnis zu diesem Phänomen immer häufiger anzutreffen ist – auch bei kritischen Theoretikern. Zu den Gründen mangelnder Strenge in der Verurteilung des Kitsches dürfte gehören, dass der Gestus der Selbstunterbietung nicht mehr nur eine individuelle oder milieuspezifische Option darstellt, sondern zur ästhetischen Epochensignatur geworden ist. Und dies schlicht deshalb, weil in der Postmoderne Zitate (auch unfreiwillige!), Wiederholungen und Unterbietungen kaum zu vermeiden sind. Wer auch immer literarisch, musikalisch oder bildkünstlerisch Neues, Zumutungsreiches und Avantgardistisches präsentiert, wird mit dem Hinweis rechnen müssen, sein Werk stehe in dieser oder jener Tradition, erinnere an xyz, kombiniere diese oder jene vertrauten Elemente neu. Wer Rückgriff auf Altes und vermeintlich Überwundenes als Definitionskriterium von Kitsch akzeptiert, wird auch akzeptieren müssen, dass nicht mehr die Unterscheidung von Kitsch/Nicht-Kitsch, sondern von gutem und schlechtem Kitsch ausschlaggebend ist, um die Qualität eines Werkes zu bestimmen. Das ahnte lange vor der ersten Konjunktur der Kitsch-Diskussion schon ein Schriftsteller, der wusste, dass er, der Epigone sein musste, so avanciert wie retrograd schrieb. Zu Heinrich Heines populärsten, klügsten und kitschigsten Versen zählen diese:

*„Es ist eine alte Geschichte,
Doch bleibt sie immer neu;
Und wem sie just passiert,
Dem bricht das Herz entzwei.“*

Bibliographie:

- Braungart W. (2002). *Kitsch*. Faszination und Herausforderung des Banalen und Trivialen. Tübingen.
- Dettmar, U. & Küpper T. (Hg.) (2007). *Kitsch*. Texte und Theorien. Stuttgart.
- Fink, G. (Hg.) (2000). *Horaz*. De arte poetica, Düsseldorf, Zürich.
- Hörisch, J. (2007). Warum lügen und was wissen die Dichter? In: Hörisch, J.: *Das Wissen der Literatur*. München, S.15-42
- Liessmann, K. P. (2002). *Kitsch!* Oder warum dieser schlechte Geschmack der eigentlich gute ist. Wien.
- Moles, A. (1971). *Psychologie des Kitsches*. München.
- Steiner G. (2006). *Warum Denken traurig macht – Zehn (mögliche) Gründe*. Frankfurt a. M.
- Rimbaud A. (1979). *Une saison en enfer*. In: OEuvres completes. Paris.

Jochen Hörisch (1951)

wurde 1951 in Bad Oldesloe geboren, ist seit 1975 verheiratet und hat drei Kinder (geb. 1980, 1983 und 1987). 1970-76 Studium von Germanistik, Philosophie und Geschichte in Düsseldorf, Paris und Heidelberg. Nach der Promotion Assistent bzw. nach der Habilitation (1982) Privatdozent und Professor an der Universität Düsseldorf. Seit 1988 Ordinarius für Neuere Germanistik und Medienanalyse an der Universität Mannheim. Längere Gastprofessuren 1986 an der Universität Klagenfurt, 1993 am CIPH und der ENS in Paris, 1996 in Charlottesville (USA/Virginia), 1999 in Princeton (USA), 2002 in Bloomington (USA/Indiana); Kurzzeitdozenturen 2003 in Buenos Aires, 2006 an der EPHE in Paris, 2007 an der Marmara Universität in Istanbul, 2012 an der Universität St. Gallen. Mehrfach ausgezeichnet unter anderen mit dem Heynen-Preis der Stadt Düsseldorf 1988 und dem Reimers-Preis der Aby-Warburg Stiftung Hamburg 1999.

Jüngste Publikationen u.a.:

- *Theorie-Apotheke*. Eine Handreichung zu den humanwissenschaftlichen Theorien der letzten fünfzig Jahre, einschließlich ihrer Risiken und Nebenwirkungen. Ffm (Eichborn, Andere Bibliothek) 2004.
- *Die ungeliebte Universität*. Rettet die Alma mater. München (Hanser) 2006
- *Bedeutsamkeit*. Über den Zusammenhang von Sinn, Zeit und Medien. München (Hanser) 2009
- *Tauschen, Sprechen, Begehren*. Eine Kritik der unreinen Vernunft. München (Hanser) 2011.

Vom Geschmack zur Gefühligkeit

Über Kitsch in der volkskundlichen Alltagsanalyse

Ueli Gyr
Universität Zürich

Abstract

Kitsch bleibt in der Diskussion, Kitsch erreicht endlich auch Akzeptanz in jener Disziplin, die sich mit der Alltagskultur beschäftigt und früher Volkskunde bzw. Europäische Ethnologie hiess. Der Beitrag zeichnet den langen Verdrängungsprozess von Kitsch nach und stellt heraus, wie dieser im Zuge eines revidierten Fachverständnisses ab den 1960er Jahren allmählich Alltagsrelevanz erreichte und frühere Moralpositionen rund um das angeblich "Echte" überwand. Dabei zeigt sich, wie fruchtbar sich Theorien und Konzepte aus benachbarten Fächern erweisen und auf das Alltagsleben übertragen lassen. Die Bestimmung diesbezüglicher Positionen mündet in die These, derzufolge Kitsch keine Objektqualität ist, sondern als selbstgenüßlich gefühliger Erlebnismodus (Jürgen Grimm) zu fassen bleibt, zu dem es in alltäglichen rührigen Mustern, Konfigurationen, Dispositionen und inneren Bildern kommt. Kitsch gehört in eine populäre Gefühlskultur, die neu auszumessen ist, abseits einer elitären Geschmacksdebatte.

Wer heute von "Volkskunde" oder "Volkskundlichem" spricht, muss mit kritischen Rückfragen rechnen, und wer dabei noch Kitsch ins Spiel bringt, mutet sich einiges zu. Es entsteht ein mittlerweile bekannter Reflex – häufig setzt er mit einem milden Lächeln ein, dem im besten Fall die Vermutung einer exotischen Alltagsrosine folgt, auch wenn es ernst wird. Dem Fach (Volkskunde) wie dem Gegenstandsbereich (Kitsch) gemeinsam scheinen ein langer Leidensweg und ein programmatischer "Aufbruch" aufgrund externer Zugänge. Zwar wird es langweilig, ständig nur Verpasstes zu bilanzieren, doch hier spiegeln sich Paradigmen und Strukturen exemplarisch. Daran ändern auch die Etiketten eines kleinen Vielnamenfachs nichts, das an über 20 universitären Instituten im deutsch-sprachigen Raum auch als "Empirische Kulturwissenschaft", "Europäische Ethnologie", "Kulturanthropologie", "Kulturwissenschaft", "Populäre Kulturen" oder in Kombinationen mit "Volkskunde" erscheint.

Der Befund einer marginalen Behandlung von Kitsch stimmt nachdenklich und wirkt symptomatisch – in einschlägigen Handbüchern und Einführungen (z.B. *Grundriss der Volkskunde*, 2001) oder in Registern namhafter Zeitschriften (z.B. *Zeitschrift für Volkskunde*) wird man kaum fündig. Die seit 1917 erscheinende *Internationale*

Volkskundliche Bibliographie (IVB) – das für europäische Volks- und Erzählforschung maßgebende Organ – nahm das Schlagwort Kitsch erstmals 1959/60 auf. Das monumentale Nachschlagewerk hielt sich in Sachen Kitsch aber auch in den folgenden Jahrzehnten zurück und verzeichnete bis 1981/82 nur gerade sieben Titel zuhanden einer gleichlautenden Kategorie. Bedenkt man den für diese Bibliographie festgelegten Bezugsrahmen und das Jahr für Jahr um Tausende von Neuaufnahmen wachsende Gesamtvolumen, so bestätigt sich indiktatorisch ein äußerst geringes Interesse am Kitsch.

Die wenigen Beiträge aus der Volkskunde zeigen immerhin an, wo Kitsch als Forschungsthema auftauchte. Seine "Auftritte" lassen geschmacksästhetische Zuordnungen sowie konzeptuelle Zugänge einigermaßen gut erkennen. Ich sehe konkret sechs Orte, an denen Kitsch bisher behandelt wurde, nämlich erstens in der Volkskunstdiskussion, zweitens in der Bild- und Wandschmuckforschung, drittens in der populären Frömmigkeit, viertens im Spannungsfeld von Folklorismus und Tourismus, fünftens in der Trivilliteratur und der Massenkultur und sechstens an der Pforte einer populären Gefühlskultur. Es zeigt sich rasch, dass die Behandlung von Kitsch fachintern meist nur ein Abtasten der je entdeckten Gegenstands-

qualität war. Die Volkskunde verabscheute und verdrängte den Kitsch auf weiten Strecken, doch diese Abneigung lässt sich fachgeschichtlich erklären. Wenn es richtig ist, dass Kitsch gemäß einer älteren Einstellung auch mit Massenprodukten und Massenkonsum zu tun hat, so leuchtet es ein, dass sich die ältere Volkskunde mit Kitsch generell nicht beschäftigen wollte.

Traditionelle Volkskunde vor 1968 war bekanntlich fast identisch mit der Beschreibung und Idyllisierung ländlicher oder alpinen Lebenswelten, mit dem Studium von traditionellen Überlieferungen und Ordnungen in kleinräumigen Gemeinschaften über Sitte und Brauch. Ihre häufig auf Reliktstrukturen ausgerichteten Beschreibungen sollten dem Nachweis einer diesbezüglichen Intaktheit, Vitalität und Zählebigkeit dienen. Dabei erfuhr die Modellierung der expressiv-pittoresken Seite der Alltagskultur besondere Gewichtung, zudem durch entproblematisierte Lebensweltdarstellungen verstärkt. Modernes Gesellschaftsleben, städtische Kultur und eben Massen- und Medienkultur kamen daher praktisch nicht in den Blick, allenfalls als negativer Gegenpol. Das Interesse am angeblich echten, organisch gewachsenen Volksleben dominierte derart, dass neue Erscheinungen der Gegenwartskultur hartnäckig verdrängt wurden. Kitsch funktionierte hier vorzugsweise als wertbesetzte Kontrast- und Entlastungskategorie. Das Siegel der Echtheit galt nur für ihren Gegenpol und verwarf Unechtes grundsätzlich.

Moralische Geschmackspositionen gegen Kitsch

Es ist einfach, ein markantes Desinteresse am Kitsch und die Abscheu von Kitschigem innerhalb der deutschsprachigen Volkskunst-Diskussion zu belegen. Kitsch wurde danach auf der Seite der industriellen Massenkunst verortet und damit als Unkunst oder Unkultur identifiziert und abqualifiziert. Industriekunst erschien der Volkskunde, wie eben angedeutet, als unecht und als moralisch zu bekämpfen, denn sie verwirre

„nur das gesunde Gefühl für Echtheit ... anstelle volksnaher, volkstümlicher Kunst, die deshalb Volkskunst ist, weil sie jeden anspricht, und die Urgefühle aller Menschen zu erregen weiss, tritt das, was man Kitsch nennt, gesunkenes Kulturgut im üblichen Sinne, Theatergefühl, Pose und zuckersüsse Flaubeit“,
(Rosenfeld, 1955, S. 84).

wie Hellmut Rosenfeld anführte.

Diesem ablehnenden Standpunkt begegnet man im deutschsprachigen Raum noch bis in die 1960er Jahre hinein. Unverkennbar sind damit auch Urteile verbunden, war doch der Begriff Kitsch selber ein stark geladener Wertbegriff. Vielen konservativen Volkskundlern kam Kitsch als Entlastungsbegriff jedoch sehr gelegen — mit dem Begriff Kitsch brauchte man sich nicht weiter zu rechtfertigen, denn alles, was unecht, modern und massenindustriell gefertigt war oder sonstwie wie mit populärem (=schlechten) Geschmack zu tun hatte, ließ sich auf diese Art schnell und problemlos einordnen bzw. auf eine Folie projizieren, die außerhalb des damaligen Volkskundekanon lag.

War es des Schlechten zuviel, schritten volkskundliche Geschmackshüter ein. Herbert Freudenthal machte sich in seinen „Streiflichtern“ der Hamburger Volkskunde-Zeitschrift Gedanken über gewisse Entwicklungen in der dinglichen Volkskultur. Er stellte 1958 besorgt einen immer grösser werdenden Riss zwischen Kunst und Unkunst fest und zog z.B. engagiert gegen die Andenkenindustrie los.

„Noch nie“, schrieb er, „waren wir so verseucht mit Ansteckfigürchen oder ähnlichen Mitbringern, die auf den Sammeltrieb spekulieren, und mit Gebrauchsgegenständen, die von lokalen Sprüchen, Bildern und Emblemen verbrämt sind.“

(Freudenthal, 1958, S. 144).

Freudenthal unterstützte damalige „Offensiven des guten Geschmacks“, wie sie von einzelnen Verkehrsvereinen lanciert wurden.

Nicht alle Volkskundler vertraten solche Missionen mit volksaufklärerischem und volkspädagogischem Impetus, es gab auch Ausnahmen, die hier zu erwähnen sich lohnt. Eine von ihnen war Adolf Spamer. Unter Volkskunst verstand er 1928 in einem Grundsatzbeitrag alles „Kunstgut des Volkes“, wobei dieses nicht durch Kunstwissenschaftler, sondern durch das Volk selbst zu definieren sei.

Deshalb sei „auch für den Volkskunstbegriff lediglich der Verbraucherstandpunkt massgebend ... so sind auch „Kunst“ und „Kitsch“ lediglich Gegensätze vom Standpunkt reflektierender ästhetischer Wertung, während der Volksmensch in ihnen keine Zweifelt empfindet.“

(Spamer, 1928, S. 10).

Aus heutiger Sicht mutet diese Denkauffassung gegenüber Kitsch recht modern an, doch sollten

Jahrzehnte vergehen, bis sie reflektiert und kanonisiert wurde. Der Aufbruch hin zu einer modernen, sozialwissenschaftlich weit geöffneten Volkskunde war unter anderem auch ein Aufbruch, der Trivialkunst, der Massenkunst und dem seriellen Kunstgewerbe den ihr gebührenden Stellenwert endlich einzuräumen.

Ab den frühen 1960er Jahren kam eine allgemeine Diskussion über die Trivilliteratur langsam auf. Hier meldeten sich auch die ersten Volkskundler und Erzählforscher mit ihren Positionen zu Wort, allen voran Hermann Bausinger. Über Kitsch hatte er sich bereits in seiner Habilitationsschrift "Volkskultur in der technischen Welt" (1961) geäußert und einen Auftakt initiiert. Ausgehend von Hermann Brochs Essays über Kitsch (Broch, 1955) setzte er bei einer allgemeinen "Extase des Gefühls" in der Romantik an, um auf deren Folgen aufmerksam zu machen. Er zeigte überzeugend die Wirkkraft des Sentimentalen an der Schwelle der Moderne und verfolgte Art und Maß einer eigenen Sentimentalisierung von Kulturgütern.

"Der Einfluss des Sentimentalen auf die Volkskultur und die Volksgeistigkeit der neuesten Zeit", so führte er aus, "kann kaum überschätzt werden"

(Bausinger, 1961, S. 147f.).

Die Einbruchsstellen einer bis heute wirkenden Schablonisierung von Gefühlen wurden hier auch konkret benannt und mit genretypischen Beispielen abgesichert, darunter z.B. volkstümliche Rührstücke, populäre Erbauungsliteratur, Volkslieder, religiöses Erleben, Volkstänze, Schlager, schöne Trachten sowie liebliche Schlafzimmerbilder, um nur sie zu nennen.

Das Tübinger Institut für Empirische Kulturwissenschaft übernahm für diesen Forschungszweig eine zentrale Rolle. Kitsch wurde, wenngleich nicht als selbständiges Thema, so doch in verschiedenen Projekten und Dissertationen mitportiert. An dieser Stelle gilt es, die Untersuchung von Dorothee Bayer zum Thema "Der triviale Familien- und Liebesroman im 20. Jahrhundert" (Bayer, 1963) zu erwähnen, mit der die Herausgeber die neue Institutsreihe "Volksleben" auf den Markt brachten. Symptomatisch für diesen Erstling war auch das Kapitel "Kitsch in Bild und Stimmung" (Bayer, 1963, S. 129-141), in welchem u.a. konstituierende Merkmalsqualitäten von Kitsch in den hier interessierenden Schmachromanen aus-

gemacht und kontextualisiert wurden. Es gehören z.B. Sentimentalität, übertriebene Herzlichkeit, private Rührung, gefühlsgeladene Klischierung und Stimmungsmache, Bereitschaft für den Genuss subjektiver Gefühle, Verniedlichung, Trivialisierung ausgewählter Situationen sowie Aufplusterung banaler Vorgänge dazu.

Revidiertes Fachverständnis, neue Zugänge

In einem Aufsatz von 1968 (2. Aufl. 1976) problematisierte Hermann Bausinger trivilliterarischen Kitsch und schematisierte dabei drei klassische Zugänge in einem eigenen Abschnitt über "Kitsch und Schund" (Bausinger, 1976, S. 12ff.). Ein erstes Urteil ging von einem moralisch-weltanschaulichen Standpunkt aus. Gute und schlechte Literatur werden nach moralischen Kriterien beurteilt, gute Literatur ist Kunst, während schlechte Literatur pauschal auf Schund reduziert wird. Kunst erschien hier als das Kostüm der Moral, also Verkleidung, kein Selbstzweck. Eine zweite Auffassung gab sich etwas differenzierter: es geht um die pädagogische Einschätzung von Kitsch nach Erwin Ackerknecht (Ackerknecht, 1950). Danach werden sowohl Kunst wie Unkunst eingeteilt in moralische und unmoralische Teile. Es entstehen damit vier Bezirke, wobei, wie zu erwarten, Kitsch und Schund auf der Seite der Unkunst liegen. Kitsch gilt dann als "dichterisch nicht vollwertige aber moralisch einwandfreie", Schund dagegen als "dichterisch und moralisch minderwertige Schönliteratur" (Ackerknecht, 1950, S. 14) – Kitsch wird leicht höher platziert als verwerflicher Schund. Die dritte Einstufung verlegt sich auf die Opposition von Kunst und Nicht-Kunst. Dabei gilt Kunst von sich aus als moralisch wertvoll, ja unantastbar, Kunst überlebt über alle Zeiten, Kitsch und Schund liegen auf der Gegenseite, gehören zusammen.

Auch Bausinger versuchte sich hier nicht in neuen Definitionen, er situierte das Problem, um zu zeigen, wo denn die besonderen Schwierigkeiten einer Trivilliteraturforschung liegen, die den Kitsch anfänglich noch mithilfe von ästhetischen und moralischen Kriterien zu erfassen versuchte (Bausinger, 1976, S. 17). Er selber schlug vor, Kitsch und Schund stärker im Begriff der Konsumliteratur einzugrenzen, das heißt auch die Leserschaft und ihre Bedürfnisse einzubeziehen. Dieser Forderung entsprachen später einige Vertreter der Tübinger Schule, sei es mit programma-

tischen Entwürfen, sei es mit der Behandlung von sachbezogenen Einzelthemen.

Hierzu gehört z.B. die Dissertation von Elke Schwedt über "Volkskunst und Kunstgewerbe" (Schwedt, 1970), in welcher sich Distanzierungen gegenüber der älteren Trivialitätsdiskussion auf Schritt und Tritt verfolgen lassen. Hier wurde mit dem Verbraucherstandpunkt ernst gemacht. Volkskunst und Kunstgewerbe (und damit auch Kitsch) gingen hier in einer neu orientierten Volkskunstforschung auf. Ihre besonderen Kennzeichen hatte diese Konzeption darin, dass sie die Massenkunst in einer Kunst-Kommunikations-, einer Konsumtions- und einer Kreativitätsforschung verankerte (Schwedt, 1970, S. 116ff.). Unter kulturkritisch-ideologiekritischen Aspekten erschien Massenkunst so als Teil der Populärkultur. Wenn die Grundsatzdebatte um die sogenannte Volkskunst gerade hier so stark aufkam, so war dies kein Zufall.

Die Beschäftigung mit Trivialem wurde und blieb in Tübingen fortgesetzt beachtetes Thema, Kitsch wurde in diversen, hier entstandenen Arbeiten integriert. Nach dem bereits erwähnten Zugriff auf den trivialen Familien- und Liebesroman (Bayer, 1963) und einer von Rudolf Schenda geleiteten Gesamtdarstellung über populäre Lesestoffe (Schenda, 1970) spürte Margret Tränkle dem Kitsch im Bereich von Wohnkultur und Wohnweisen nach (Tränkle, 1972). Peter Mettenleiter legte Kitschelemente in der Heimatdichtung am Beispiel von Gotthelf, Auerbach und Ganghofer frei (Mettenleiter, 1974), und Werner Mezger vermass eine aufschlussreiche Schnittstelle von Schnulzen, Schlagern, schmachtenden Melodien und rührseligen Texten im Rahmen von Trivialmusik (Mezger, 1975).

Aus dem gleichen Tübinger Institut ging ein explizit auf Kitsch gerichteter Beitrag von Martin Scharfe über "Die Volkskunst und ihre Metamorphose" hervor, dies mit einem theoretischen Positionsbezug, der noch immer lesenswert ist (Scharfe, 1974). Scharfe reservierte den Begriff Volkskunst ausschließlich für das Zeitalter des Feudalismus. Dies bedeute, dass sie eine Klassenkunst sei, genauer "die den subalternen Klassen ‚verordnete‘ Kunst" (Scharfe, 1974, S. 228ff.). Volkskunst in diesem Sinn sei handwerklich oder manufaktuell

produzierte Standeskunst. Im Gegensatz dazu — daher der Ausdruck Metamorphose — steht all das, was durch die Industrialisierung hergestellt wird, nämlich eben die sogenannte Massenkunst. Neue Produktionsverhältnisse, neue Reproduktionstechniken und neue Bedürfnisse seitens der Konsumenten lösten also die ältere Volkskunst ab. Scharfe Analyse fragte vor allem nach der gesellschaftlichen Funktion der billigen Massenkunst, häufig mit Kitsch gleichgesetzt.

Deren Produkte gehören zur spätbürgerlichen Ideologie. Exakt an dieser Stelle erscheint der Kitsch: als materialisierte Form eines Versprechens, wonach alle an der Kunst teilhaben können, im gesellschaftlichen Oben wie im gesellschaftlichen Unten. Der Schein dieser Gleichheit

Der Schein dieser Gleichheit überdeckt vieles, vor allem eben, dass die Klassengesellschaft weiter besteht.

überdeckt vieles, vor allem eben, dass die Klassengesellschaft weiter besteht. Kitsch und Kitschprodukte reproduzieren diesen Schein ziemlich umfassend und ziemlich perfekt: Es sind multi-

funktionale Kunstgebilde, die fast allen dienen: der kapitalkräftigen Machtelite ebenso wie der unterschichtlichen Konsumentenschaft, deren Bedürfnisse nach Gleichheit, nach Harmonie und Daseinserfüllung auf diese Weise befriedigt werden.

"Dieses Syndrom", führte er dazu aus, "nenne ich Kitsch: die in sinnlicher Form inszenierte Ideologie, Kitsch als ästhetische Verpuppung von Ideologie, als gesellschaftlich notwendiger (weil den Eindruck von Gleichheit erweckender) Schein in ästhetischer Gestalt. Das Gemeine daran wäre, dass er Indiz ist für die Herrschaft der einen über die anderen, die es nicht merken. Das Wahre daran wäre die historische Notwendigkeit seiner Existenz, die letztlich wieder auf die objektiven Verhältnisse verweist."

(Scharfe, 1974, S. 241).

Andere Definitionen, die den Kitsch z.B. nur als künstlerisch-ästhetischen oder technischen Defekt umschreiben, werden verworfen. Diese Merkmale hat er zwar auch, aber: "In erster Linie ist er Indiz für einen gesellschaftlichen Defekt" (Scharfe, 1974, S. 241).

Hier traf sich Scharfe mit jenen Autoren, die wie z.B. Gert Ueding Kitsch als "Glanzvolles Elend" unter gesellschaftskritisch-ideologiekritischen Gesichtspunkten analysieren (Ueding, 1973). Kitschbilder oder Kitschobjekte enthalten gleich-

zeitig alte und utopische Elemente, um schöne Traumbilder und Wünsche zu evozieren, ohne diese aber einzulösen. Scharfe verankerte sie in einen gesellschaftlichen Gesamtzusammenhang und betont mit Ueding

„jenes legitime Bedürfnis nach einer Realität nicht wie sie ist, sondern wie sie sein sollte, und die der Kitsch aus alten Versatzstücken und überlieferten Requisiten zusammensetzt“
(Scharfe, 1974, S. 244).

Kitsch setze lediglich eine harmlose Gegenwart zusammen: er sei durchsetzt mit demokratischen Versprechungen des vorletzten Jahrhunderts, in diesem Sinn also niemals "echte" Gegenkunst.

In der deutschsprachigen Volkskunde folgte diesem grundsätzlichen Beitrag kaum mehr etwas Vergleichbares, zumindest nicht auf einer allgemeinen Diskussionsebene. Kitsch war aber zuvor auch in der Bildforschung und in der Wanderschmuckforschung aufgetaucht. Unter dem Titel "Die Bilderfabrik" hatte Wolfgang Brückner in Frankfurt 1973 eine Ausstellung gestaltet und eine Begleitpublikation veröffentlicht. Hier ging es um die Darstellung des Kommunikationsmediums Bild: um das Beispiel der Bilderbogen der Firma May zwischen 1845 und 1973 einerseits, um ein interessantes Stück konkreter Geschmacksbildung und kitschnaher Kunstpopularisierung andererseits. Die hier produzierten Bilder deckten einen breiten Rahmen ab, darunter fromme Bekenntnisbilder, Genregraphik, Kinderbilder, Exotik, Schlafzimmerbilder, Sofabilder, Landschaftsdarstellungen, Jagdbilder mit den berühmten röhrenden Hirschen und anderes mehr.

Was die volkskundliche Wanderschmuckforschung betrifft, so nahm sie den Kitsch nur punktuell auf. Während die Zürcher Dissertation von Hannes Sturzenegger den Kitsch aus kunstgeschichtlicher Warte moralisch und ästhetisch pauschal verwarf (Sturzenegger, 1970), verfuhr Heinz Schilling in seiner Frankfurter Dissertation mit dem Titel „Wanderschmuck unterer Sozialschichten“ wesentlich differenzierter. In seiner empirischen Analyse bezog er auch die Kitschfrage mit ein und reflektierte den damaligen Diskussionsstand (Schilling, 1971). Da die Wanderschmuckforschung in der Folge aber wieder rückläufig war, trat der Kitsch ebenfalls wieder in den Hintergrund. In Tübingen wurde kurz danach ein Wanderschmuck-Projekt nach Abschluss der empirischen Erhebungen aufgegeben.

Eine weitere volkskundliche Meldung zu unserem Gegenstandsbereich stammte von Ulrike Aggermann-Bellerberg mit ihrem Beitrag über „Kitsch im Bereich religiöser Massenartikel“. Sie fragte nach der Wertigkeit und Funktion von Wallfahrtsandenken, auch etwa mit Seitenblicken auf das zunehmende Interesse an Kitsch und kitschigen Objekten, wie es im Antiquitätenhandel zu beobachten ist. Der Beitrag war als Folgeprodukt einer Ausstellung über Kitsch im Grazer Stadtmuseum entstanden. Auch diese Verfasserin hielt dafür, Kitsch sei volkskundlich vermehrt vom Verbraucherstandpunkt her zu analysieren. Kitsch erschien hier als eine eigene "Kunstgattung" unserer Zeit, die volkskundlich nicht als Kopie der großen Kunst oder gar als deren Ersatz angesprochen werden dürfe, sondern als eigenständiges Zeitphänomen unserer Alltagswelt (Aggermann-Bellenberg, 1984).

In Graz fand 1989 weiter eine Veranstaltung über Kitsch mit gemischt zusammengesetzten Teilnehmern statt, wo Reinhard Johler klassische (fachexterne) Auffassungen zu einem "Syndrom" in Form einer Überblicksdarstellung präsentierte (Johler, 1989). Ebenfalls aus der Grazer Volkskunde stammt die 1998 veröffentlichte Untersuchung "Möblierter Sinn" von Elisabeth Katschnig-Fasch. Auf der Basis der Kulturtheorie von Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1982) charakterisierte die Autorin in ihrer Studie über städtische Wohn- und Lebensstile allerlei Kitschelemente und schlechten Geschmack. Dieser ist auch Epochengeschmack und Differenzmerkmal und muss in Form einer Lebenshaltung in eine soziale Geschmackslogik eingefügt werden (Katschnig-Fasch, 1998).

Zwischen Beruhigung und Aufbruch an der Kitschfront

"Einfügen" umschreibt wohl auch die in den 1980er und 1990er Jahren auszumachenden Auseinandersetzungen um einen Gegenstandsbereich, der in der Volkskunde bislang keine adäquate Aufnahme fand. Fast scheint es, als ob er sich einer fachspezifischen Analytik auch weiterhin zu entziehen versuchte, während außerhalb des Faches "Beruhigung" aufkam. Gleichwohl zog sich die Diskussion fort, ging es um analytische, empirische, allgemeine, sachbezogene oder um populäre Zugriffe. Kitsch wurde salonfähig durch die Akzeptanz von kitschart, wie Gregory Fuller gezeigt hat (Fuller, 1992), während in den 1990er Jahren trash, camp und design das Spektrum in

Richtung eines "guten schlechten Geschmacks" erweiterten (Roller, 1997). Ob es Sinn macht, eine externe Kitschforschung von volkskundlichen Einzelbeiträgen zu unterscheiden, ist eine Frage der Perspektive, die sich dem Problem der Fachidentität einmal mehr zu stellen hätte. Da es nicht nur eine Volkskunde gibt, sondern eine Reihe unterschiedlicher Fachpraxen, erweist sich die jeweilige Verortung sinngemäß als sehr bedeutsam.

Kitsch, um an eine jüngere Veröffentlichung von Wolfgang Braungart zu erinnern, bleibt in beiden Zugangsbereichen irgendwo zwischen "Faszination und Herausforderung des Banalen und Trivialen" (Braungart, 2002). Diesbezügliche Veröffentlichungen stützen gerne auf eine Kitschdebatte mit ihren "Klassikern" ab, darunter z.B. Hermann Broch (1955: Kitsch als das Böse in der Kunst), Ludwig Giesz (1961: Kitsch als objektiver Selbstgenuss), Umberto Eco (1964: mid-cult als strukturelle Lüge), Pierre Moles (1972: Kitsch als ästhetischer Modus), Pierre Bourdieu (1970/1928: Geschmacksverhalten als Ausdruck sozialer Klassenzugehörigkeit) sowie Claudia Putz (1994: Kitsch als intertextuelles Reproduktionsphänomen), um nur an sie zu erinnern. Umgekehrt gingen volkskundliche Beiträge über Kitsch aber kaum oder gar nicht in einschlägige Lexika und Sammelwerke ein, wie das "Handbuch Populäre Kultur" (Hügel, 2003) ausweist. Auch das von Kaspar Maase herausgegebene Referenzwerk "Die Schönheiten des Populären" problematisiert den Kitsch überraschenderweise nicht (Maase, 2008).

Dem Fach Volkskunde werden allgemein auffällig häufige Theorie-Importe und ein stärker empirisch ausgerichteter Leistungsausweis attestiert, der auf der Basis qualitativer Funktionsanalysen von kulturalen Alltäglichkeiten in überschaubaren lebensweltlichen Mikrobereichen zustande kommt. Von einer so konzipierten Volkskunde als Erfahrungswissenschaft vom Alltagsleben mit-samt seinen diesbezüglich kodierten Selbstverständlichkeiten (Köstlin, 1991, S. 62) dürfte ein Output über Kitsch eigentlich erwartet werden, doch die analytische Kitschfront liegt anderswo. Eine thematische Sichtung fachexterner Beiträge ab etwa Mitte der 1990er Jahre ließ dort auf Dynamik und zunehmendes Interesse schließen – "Kitsch (k)lebt weiter" (Gyr, 2002). Ein eigenes Kitschprofil entwickelte sich in den Medienwissenschaften, wo Trivialitätskonsum, Massenkultur

sowie Medienkitsch und Kitsch in den Medien zu attraktiven Forschungsfeldern und strukturellen Substanzen führten.

Neue Denkansätze mit alltagskulturellem Potential

An dieser Stelle gilt es, den Denkansatz des Medien- und Kommunikationswissenschaftlers Jürgen Grimm aufzugreifen, den dieser 1998 in einer Einzelstudie vorgelegt hat: Nach wie vor gültig und angesichts neuer Einsichten und differenzierter Thesen auch für alltagskulturelle Analysen gewinnbringend anwendbar (Grimm, 1998). In Bestätigung bereits aufgedeckter Nutzungen (Gyr, 2005) seien Definition, Potential und Übertragbarkeit hier erneut aufgegriffen und vertieft.

"Kitsch", so präziserte Grimm, "ist weder durch einzelne Objektmerkmale noch durch bestimmte Einzelgefühle eindeutig bestimmt. 'Kitsch' wird definiert als ein besonderer Modus des Erlebens, in dem ästhetische Maßstäbe ihre Bedeutung verlieren. Kitsch ist Ergriffenheit vom Objekt, das zu einem vom üblichen abweichenden, ästhetikvergessenden Gefühlszustand führt. In diesem anderen Zustand treten kulturell geformte Bewertungsschemata in den Hintergrund, da sie von emotional grundierten Urteilsformen überlagert, besser: unterspült werden."

(Grimm, 1998, S. 356f.)

Kitsch wird hier als ein besonderes Gefühlserleben gefasst, das in einen anderen Zustand versetzt. Diese Definition fokussiert eine Befindlichkeit und führt zum Träger wie zum Objekt zurück, aber in relationaler Perspektive. Entscheidend ist eine Zustandsveränderung, die abrufbar, inszenierbar und ritualisierbar wird. Dabei zeichnen sich kodierte "Anfälligkeiten" ab, wie Grimm mit Fallstudien (z.B. Tod von Diana) belegt und strukturiert, wobei sich das Bezugsfeld von Kitsch und Religion als besonders instruktiv ausnimmt (Grimm, 1998, S. 358f.) Beide harmonisieren gemäß Grimm Leben, Tod und Schicksal. Angetrieben von der Sehnsucht nach dem Guten, schaffe Kitsch utopisch-moralische Gegenwelten. Dabei komme es zu einer Simulation als Schutz vor Täuschung und Selbsttäuschung.

Es gibt tatsächlich viele Schnittstellen zwischen populärer Frömmigkeit und Ergriffenheit. Konkret gesteuert werden sie beispielsweise über schwülstige Heiligenbilder, süßliche Barockengel

sowie niedliche Figuren, ortstypische Souvenirs und Gebrauchsartikel an Wallfahrtsorten.

Welche Stützkraft vom Paradigma eines anderen Zustands über Kitschregulierung ausgehen kann, kann weiter z.B. am Habitus sogenannter Massentouristen festgemacht werden. Sie brauchen und lieben Kitsch, der systemisch mit Tourismus und Folklore verlinkt ist (Gyr, 2005). Auf relevante Gegenwelten deuten gefühlige Übergangsrituale bei Abreise, Ankunft und Rückkehr. Der Touristenurlaub, so eine erste These, wird "verkehrte Welt" und zeichnet sich durch andere, vom Alltagstrott abweichende Konsumgewohnheiten, Aktivitäten und Interessen aus. Kitschgestützte Erlebnissphären erreichen und "verwandeln" Durchschnittstouristen mithilfe gezielter Strategien und Mittel. Auch bei hoher Kitschdichte dominiert das Bedürfnis nach Anderem und Außergewöhnlichem. Heimatpflege und Brauchtum, volkulturelle Architektur und Gastronomie, Lokal-, Regional- und Nationalsymbolik sowie materialisierte Souvenirs bestimmen das Set.

Auch bei hoher Kitschdichte dominiert das Bedürfnis nach Anderem und Aussergewöhnlichem.

Die Folklorismus-Debatte hat typisierte Muster kitschiger Verdinglichung, Stereotypisierung und Ritualisierung endlich auch erkannt. Am Beispiel des Vorarlberger Fremdenverkehrs hat Kriemhild Kapeller die touristische Modellierung eindrücklich nachgezeichnet (Kapeller, 1991). Zum Prozess der "Touristisierung" gehört offenbar immer auch ein Stück Verkitschung, doch der reale Umgang mit entsprechenden Erlebnismomenten und einer eigenen Warenästhetik blieb auf Seiten der Touristen wissenschaftlich bisher auf der Strecke. Auch der touristische Zugriff auf Kitsch, welcher Art auch immer, scheint diesem seine Position im Brachland zu bewahren.

Im Alltag, verstanden als lebensweltlicher Erfahrungsraum, konstituiert sich der von Jürgen Grimm immer wieder aufgegriffene "andere Zustand" an vielen Orten. Kitsch findet sich zum einen da, wo sich Zustandsveränderungen als Übergänge traditionell und kalendarisch fixiert haben, also z.B. an Weihnachten, Silvester, Valentinstag oder Ostern. Wir fassen mit ihnen besondere Zeiten, die man durchaus auch als Kitschzeiten sehen kann – "Zeit für Gefühle", wie geschickte Werber pointieren. Zum anderen verdichtet sich

Kitsch in ausgewählten Dispositionen und Handlungssituationen, etwa bei Ankunft, Abschied, Geburtstag, Hochzeit, Tod und auch in vielen Schenkmustern, während heimlich zugelassene Kitschgenüsse im privaten Konsumbereich und Wohnverhalten angesichts fehlender Analysen noch immer sehr geheimnisvoll anmuten. Nicht alles, was hier abläuft, kann erforscht werden, aber einiges lässt sich vermuten.

In vielen solchen Situationen werden nicht nur geschmacksästhetische Nerven getroffen: es kommt auch zu spontaner Rührung und Ergriffenheit und zwar, dies eine zweite These, über Bilder, genauer innere Bilder (Gyr, 2005). Ich meine, dass die Entschlüsselung von Kitsch nur über solche in uns steckenden Bilder führen kann, seien diese real oder künstlich produziert. Oft hängen sie auch an Objekten, zum Beispiel am Gartenzweig oder an der Schneekugel und werden über diese aktiviert. Es geht um einfache Stimmungsbilder, über welche wir Normal-

situationen und Ausnahmestände abgespeichert haben und je Stimulus immer wieder neu erleben können. Abschied, Trennung, Schmerz, Freundschaft, Nähe, Distanz, Einsamkeit, Vertrautheit, Fremdheit, Wärme und Hoffnung gehören beispielsweise dazu, als Erfahrungsgefühle nicht selten durch massenmedial gelenkten Gefühlskitsch konfiguriert.

Aus der Sicht einer modernen Alltagsforschung bestimmen Kitschanalysen eine reizvolle Schnittstelle, welche innerfachlich durchaus an curriculare und kalendarische Kanonstützen anschließen kann. Mit dem Verständnis von Kitsch im Sinne des Grimm'schen Erlebnismodus werden der modernen Alltagsforschung neue Perspektiven eröffnet, geht es doch darum, kulturelle Gefühlskonfigurationen, Stimmungsszenarien und Bildvorstellungen auszumachen, um so die spezifisch kitschgeprägte Rührung, Ergriffenheit und Genüßlichkeit zu fassen. Nach einer langen Phase wertgerichteter und kunsthistorischen Einschätzungen wird es Zeit, den elitären Zweig einer stark geschmacksästhetisch-moralischen Debatte zu verlassen und Kitsch in eine Gefühlskultur einzurücken. Hier geht es darum, zu verstehen, was denn zu dieser besonderen Art von gefühligen Bedürfnissen und populären Handlungs- und Konsumstilen führt. Immer mehr fallen hier auch

globale Dimensionen auf. Davon sprechen die 74 Millionen jährlicher BesucherInnen in den Disneyländern, davon zeugen die BesitzerInnen von 34 Millionen fröhlichen Gartenzwergen.

Ausblick: Merkmale und Aufgaben

Kitsch, so sei seine alltagskulturelle Kodierung gebündelt, ist erstens also kein Objektmerkmal, Kitsch hockt nicht im Gartenzweig, sondern zwischen mir und diesem, einmal näher da, einmal eher dort. Kitsch ist eine Relation, die je Situationszusammenhang einmal stärker genussästhetisch, rührig-ergreifend, sentimental-süßlich, ein andermal ätzend-schockierend, heiter-verzückend oder spielerisch-parodistisch erfahren wird. Kitsch meint zweitens einen Erlebnismodus in einem oft kurzen, gefühlig fundierten Ausnahmezustand, bei dem innere Bilder aktualisiert werden, wobei Bildkonstituierung und Bildlenkung auf strukturellen Gehalt verweisen. Im Konsumakt werden Stimmungsbilder an unseren traditionsgeprägten Geschmacks- und Gefühlsordnungen abgeglichen, wodurch ein Differenzenerlebnis zustande kommt. Kitsch in dieser Auslegung kennt diverse Formen und Intensität.

Drittes Merkmal ist es, dass er immer nur etwas Abgeleitetes sein kann – Kitsch ist ein Derivat, das heißt, eine aus einer anderen Struktur abgeleitete Substanz, fragt sich nur, welche dies im einzelnen betrifft und wie ähnlich sie ihr kommt. Kitsch als bildgesteuertes Gefühlsderivat zu fassen, wie ich auch an dieser Stelle weiterhin vorschlage (Gyr, 2005, S. 364), heißt aber nicht, Abgeleitetes am Maßstab des Originalen zu messen, um Kitsch erneut als Geschmacksverirrung aufzulegen. Es gilt vielmehr, nach Eigenqualitäten des Derivats zu fragen, um herauszufinden, wieviel Rührung und Ergriffenheit dieser Art wir in unserem Stimmungshaushalt zulassen, ertragen oder alltagstherapeutisch brauchen. Das Raffinierte am Kitsch ist es, viertes Merkmal, dass er Täuschungen über Simulationen produziert, wie Jürgen Grimm ausgeführt hat (Grimm, 1998, S. 360). Diese lassen

uns tröstend, bestätigend oder spielerisch allerlei harmonische, moralische und ästhetische Ordnungen und Welterfahrungen erfüllen. Zwar sind diese uns nur als konstruierte und utopische Gegenwelten zugänglich. Dabei wirkt Kitsch fünfens als alltagstherapeutisches Regulans. Kitsch ist keine Vollwertkost, eher ein Appetizer, der nicht bloß auf der Zunge bleiben will – er kann durchaus zum Seelenbalsam mutieren.

Kitsch als Erlebnismodus im Rahmen einer populären Gefühlskultur verstehend zu erfassen und in der Alltagswelt zu verorten, ist ohne Zweifel ein anspruchsvolles und tückenreiches Programm. Dieses hat nicht irgendwo zu beginnen, sondern zunächst bei sich selber. Mit Burghart Schmidt meine ich, dass Kitsch uns alle angeht und bewegt:

„In jedem Menschen steckt darum Kitsch, weil Kitsch der kürzeste Weg zur Versöhnung mit den Lebensumständen zu sein scheint, und warum soll man nicht den einfachsten Weg einschlagen?“

(Schmidt, 1994, S. 14)

Das hier vorgeschlagene Vorhaben, von einer überholten Geschmacksforschung abzukommen, um zur Analyse alltagsgeprägter Gefühligkeiten im Rahmen einer populären Gefühlskultur vorzustoßen, bleibt zu testen. Eine solche Kitschforschung darf dann aber bei Engeln, Schneekugeln (Ludewig, 1983), Madonna, Traumschiff (Foltin, 1987), Kioskliteratur, Rosamunde Pilcher, Ostergebäck, Tierfriedhof, Europapark oder Musikantenstadl (Binder & Fartacek, 2006) nicht stehen bleiben – sie muss auf genereller Ebene nach Kitschbedarf, Kitschpraxis und Kitschbedeutung bei Menschen, Gruppen und Gesellschaften mit diesbezüglichen Bedürfnissen, Sehnsüchten und Gestimmtheiten fragen, und sie hat endlich auch die spielerische Heiterkeit und Parodie im Kitsch zu erklären. Kitsch darf ruhig Kitsch bleiben und seine Herausforderungen verstärkt zur Analyse ausspielen.

Bibliographie:

- Ackerknecht, E. (1950). *Der Kitsch als kultureller Übergangswert*. Bremen.
- Aggermann-Bellenberg, U. (1984). Einige Bemerkungen zum Thema Kitsch im Bereich religiöser Massenartikel. In: *Österreichische Zeitschrift für Volkskunde*, 87, S.30-46.
- Bausinger, H. (1961). *Volkskultur in der technischen Welt*. Stuttgart.
- Bausinger, H. (1976). Wege zur Erforschung der trivialen Literatur. In: Burger, H. O. (Hg.), *Studien zur Trivilliteratur. Studien zur Philosophie und Literatur des 19. Jahrhunderts*, Bd. 1. 2. Aufl., Frankfurt a. M., S.1-33.
- Bayer, D. (1963). *Der triviale Familien- und Liebesroman im 20. Jahrhundert*. Volksleben 1. Tübingen.
- Binder, S. & Gebhard, F. (Hg.) (2006). *Der Musikantenstadl*. Alpine Populärkultur im fremden Blick. Wien, Berlin.
- Bourdieu, P. (1970). *Zur Soziologie der symbolischen Formen*. Frankfurt a. M.
- Bourdieu, P. (1982). *Die feinen Unterschiede*. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt a. M.
- Braungart, W. (Hg.) (2002). *Kitsch*. Faszination und Herausforderung des Banalen und Trivialen. Tübingen.
- Brednich, R. W. (Hg.) (2001). *Grundriss der Volkskunde*. Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie. 3. Aufl. Berlin.
- Broch, H. (1955). Einige Bemerkungen zum Problem des Kitsches. In: Broch, H.: *Essays*. Bd. I, Dichten und Erkennen, Zürich, S.295-309.
- Broch, H. (1955). Das Böse im Wertsystem der Kunst. In: Broch, H.: *Essays*. Bd. I. Dichten und Erkennen, Zürich, S.311-350.
- Brückner, W. (1973). *Die Bilderfabrik*. Dokumentation zur Kunst- und Sozialgeschichte der industriellen Wandschmuckherstellung zwischen 1845 und 1973 am Beispiel eines Grossunternehmens. Frankfurt a. M.
- Eco, U. (1992). Die Struktur des schlechten Geschmacks. In: Umberto, E.: *Apokalyptiker und Integrierte*. Zur kritischen Kritik der Massenkultur. Frankfurt a. M., S.59-115.
- Foltin, H.-F. (1987). Das Traumschiff. Exotismus in Unterhaltungssendungen des Fernsehens. In: Koebner, T. & Pickerodt, G. (Hg.), *Die andere Welt*. Studien zum Exotismus. Frankfurt a. M., S.363-381.
- Freudenthal, H. (1958). Volkskundliche Streiflichter auf das Zeitgeschehen. In: *Beiträge zur deutschen Volks- und Altertumskunde*. 2 (3), S.144-146.
- Fuller, G. (1992). *Kitsch-Art*. Wie Kitsch zur Kunst wird. Köln.
- Giesz, L. (1994). *Phänomenologie des Kitsches*. Ein Beitrag zur anthropologischen Ästhetik. Frankfurt a. M.
- Grimm, J. (1998). Medienkitsch als Wertungs- und Rezeptionsphänomen. Zur Kritik des Echtheitsdiskurses. In: *Sprache im technischen Zeitalter*. 36, S.334-364.
- Gyr, U. (2002). Kitsch (k)lebt weiter. Neues und Bewährtes von der Kitschfront. In: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde*. 98, S.387-396.
- Gyr, U. (2005): "Alles nur Touristenkitsch". Tourismuslogik und Kitsch-Theorien. In: Sprode, H. & Ziche, I. (Hg.), *Gebuchte Gefühle. Tourismus zwischen Verortung und Entgrenzung. Voyage*. Jahrbuch für Reise und Tourismusforschung. Kleine Schriften der Freunde des Museums Europäischer Kulturen, Berlin, Bd. 7 (Sonderband). München, Wien., S.92-102.
- Gyr, U. (2005). Kitschbilder? Bilderkitsch? Gedanken zur Bildsteuerung im Kitsch. In: Gerndt, H. & Haibl, M. (Hg.), *Der Bilderalltag*. Perspektiven einer Volkskundlichen Bildwissenschaft. Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33. Münster, New York, München, Berlin, S.357-365.
- Hügel, H. O. (Hg.) (2003). *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Stuttgart.

- Internationale Volkskundliche Bibliographie (IVB) 1917ff. Bonn 1919- [1917-1937].
- Johler, R. (1989). Kitsch als Syndrom. In: *Freibord*. Themenheft Kitsch, 89 (2), S.21-27.
- Kapeller, K. (1991). *Tourismus und Volkskultur*. Folklorismus – zur Warenästhetik der Volkskultur. Diss. Graz.
- Katschnig-Fasch, E. (1998). *Möblierter Sinn*. Städtische Wohn- und Lebensstile. Kulturstudien Sonderband 24. Wien, Köln, Weimar.
- Köstlin, K. (1991). Folklore, Folklorismus und Modernisierung. In: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde*. 78, S.46-66.
- Ludewig, U. (1983). *Die Schneekugel, das vollklimatisierte Reiseandenken*. Marburg.
- Maase, K. (Hg.). *Die Schönheiten des Populären*. Ästhetische Erfahrung der Gegenwart. Frankfurt a. M.
- Mettenleiter, P. (1974). *Destruktion der Heimdichtung*. Typologische Untersuchungen zu Gotthelf-Auerbach-Ganghofer. Tübingen.
- Mezger, W. (1975). *Schlager*. Versuch einer Gesamtdarstellung unter besonderer Berücksichtigung des Musikmarktes der Bundesrepublik Deutschland. Tübingen.
- Moles, A. A. (1972). *Psychologie des Kitsches*. München.
- Putz, C. (1994). *Kitsch – Phänomenologie eines dynamischen Kulturprinzips*. Bochum.
- Roller, F. (1997). *Abba, Barbie, Cordsamthosen*. Ein Wegweiser zum prima Geschmack. Leipzig.
- Rosenfeld, H. (1955). Die Rolle des Bilderbogens in der deutschen Volkskultur. In: *Bayerisches Jahrbuch für Volkskunde* 1955, S.79-85.
- Scharfe, M. (1974). Die Volkskunst und ihre Metamorphose. In: *Zeitschrift für Volkskunde*. 70, S.215-245.
- Schenda, R. (1970). *Volk ohne Buch*. Studien zur Sozialgeschichte der populären Lesestoffe 1770-1910. Studien zur Philosophie und Literatur des neunzehnten Jahrhunderts, Bd. 5. Frankfurt a. M.
- Schilling, H. (1971). *Wandschmuck unterer Sozialschichten*. Empirische Untersuchungen zu einem kulturellen Phänomen und seiner Vermittlung. Europäische Hochschulschriften, Reihe XIX, Ethnologie, Volkskunde, Sitte, Brauchtum, Volksleben, 4. Bern, Frankfurt a. M.
- Schmidt, B. (1994). *Kitsch und Klatsch*. Fünf Wiener Vortragsessays zu Kunst, Architektur und Konversation. Wien.
- Schwedt, E. (1970). *Volkskunst und Kunstgewerbe*. Ueberlegungen zu einer Neuorientierung der Volkskunstforschung. Tübingen.
- Spamer, A. (1928). Volkskunst und Volkskunde. In: *Oberdeutsche Zeitschrift für Volkskunde*. 2, S.1-30.
- Sturzenegger, H. (1970). *Volkstümlicher Wandschmuck in Zürcher Familien*. Wesen und Funktion. Europäische Hochschulschriften, Reihe XIX, Ethnologie/Kulturanthropologie 2. Bern.
- Tränkle, M. (1972). *Wohnkultur und Wohnweisen*. Tübingen.
- Ueding, G. (1973). *Glanzvolles Elend*. Versuch über Kitsch und Kolportage. Frankfurt a. M.

Ueli GYR (1945)

Prof. em. Dr. phil., Ordinarius für Volkskunde an der Universität Zürich (1995-2010). Studium in Volkskunde und Romanistik in Zürich und Grenoble. Promotion 1978 ("Die Fremdthematik im Werk von C.- F. Ramuz") und Habilitation 1987 über Welschlandaufenthalte ("Lektion fürs Leben"). Forschungsinteressen: Theorien, Fachidentität und Fachgeschichte (besonders der Schweiz), interkulturelle Kontakte, Alltagskulturen und urbane Lebenswelten, nonverbale Kommunikation, Tourismus, Bräuche und Folklorismus, Nahrung, Kitsch, Symbolanalyse, Alltagsästhetik, Wohnen u.a.m. Herausgeber der Zeitschrift "Schweizerisches Archiv für Volkskunde" (seit 1983) und der "Zürcher Beiträge zur Alltagskultur" (1996-2010) .

Kitsch und Kult um James Joyce

The Itch of Kitsch

Fritz Senn und Sabrina Alonso
James-Joyce Stiftung, Zürich

Abstract

Aus der Perspektive der Hochkultur wird der Kitsch gerne in Gegensatz zur Kunst gesetzt und als minderwertig abgetan. Der irische Autor James Joyce zeigt allerdings einen unvoreingenommenen Blick darauf, er weiß um seine Wirkungskraft und setzt ihn in seinen ohnehin oft parodistischen Texten gezielt ein. Diesem Grenzgang gilt Teil I des Aufsatzes im ersten Teil dieses Hefts. Es bleibt auch einem Künstler wie Joyce nicht erspart, selber Teil der Kitschkultur zu werden, ins populäre Bewusstsein hinab zu steigen und in einigen Kreisen besonders Begeisterter auch Kultstatus zu erlangen. Als Autor, der Wahrnehmungsvorgänge, und damit auch Prozesse der Angleichung an eigene Fantasien, immer wieder in Szene setzt, thematisiert er schon einen Hergang, der in der Kulturpraxis besonders dominiert.

Angesichts dessen, dass niemand so richtig sagen könnte, was Kitsch eigentlich ist oder wo seine Grenzen sind, versteht man sich darüber doch recht ordentlich. Was immer es sein mag, als geistiger Mensch sollte man sich dabei nicht wohl fühlen, kann sich aber gleichzeitig für überlegen halten. Kitsch ist grundsätzlich für die Andern bestimmt. Oder aber man zündet die zweite Stufe und behandelt ihn in gedachten distanzierenden Anführungszeichen, von oben herab: Mich selber spricht er nicht an, ich amüsiere mich bloß darüber. Und dann sind wir vielleicht doch verschämt gerührt.

Wer windet sich nicht ein wenig, wenn (außerhalb der Anatomie) das Wort „Herz“ gebraucht wird; „von ganzem Herzen“ geht fast nur noch mit Augenzwinkern unter Gleichgesinnten; was auf „halbherzig“ dann aber nicht zutrifft, wohl weil man (wiederum außerhalb der Anatomie) auf wenig halbe Herzen trifft.

Gerade das überstrapazierte „Herz“ mit langer Tradition zeigt, dass im Kitsch etwas Sekundäres liegt, eine Spur von Abklatsch, eine vage Empfindung: das hatten wir doch schon mal, allenfalls schon besser. „Originaler Kitsch“ wäre ein begrifflicher Widerspruch. Kitsch ist eine Schöpfung, die nicht am Anfang stehen kann. Etwas muss vorausgehen – meist „Kunst“, was immer das sein mag. Kunst und Kitsch sind in heikler Beziehung von Anziehung und Abstoßung verschwägert. Kunst, mag sie sich noch so wehren, hat noch et-

was von Schönheit um sich, Kitsch will sie konfektionieren. Vielleicht eine veraltete Vorstellung, aber im vorliegenden Kontext gilt sie.

Es wäre aufschlussreich – und mag schon untersucht worden sein –, was wem zu „Kitsch“ als erstes einfällt. Hierzulande (und fragt jetzt nicht, welches Land hier ist) vielleicht ein gemalter rosaroter Sonnenuntergang (was ja wohl mit der unbelegten Ableitung des Worts von „Sketch“ zusammenhängt), ein eingängiger schmalziger Schlager, Text und Melodie oder das Bekenntnis einer überwältigenden Zuneigung. Anderswo mögen es massenhergestellte Souvenirs sein, von Postkarten zu Lebkuchenherzen, Kuhglocken bis hin zu Eiffeltürmen. All dies mag das wohlige Unbehagen hervorrufen, das uns dabei befällt.

Alles recht und ungut: Aber nun schreibt mal schön einen Liebesbrief oder eine Kondolenz, ohne euch zu winden! *In extremis* neigen wir zu Rückfällen, auch weil Originalität, wenn sie sich denn auf Knopfdruck herstellen ließe, gar nicht angebracht wäre. Nur schon bei Grußformeln ist es einigen von uns nicht geheuer, wenn gleichgültige Mitmenschen „lieb“ oder „sehr geehrt“ werden müssen und man um „Herzlich“ fast nicht herumkommt.

Kitsch versüßt den Alltag, wenn auch nicht zuverlässig, und, wer weiß, vielleicht ist die Menschheit gerade durch ihn verbunden und lose zusammen-

gekittet. Auf große Ereignisse reagiert die Welt jedenfalls reflexartig mit Kitsch in gleichfalls großem Stil – Hochzeiten, Krönungen, Jahresfeiern, Olympiaden, Nationalfeiern, Verabschiedungen. Mechanisch ziehen Katastrophen orchestrierte Trauer in Gottesdiensten nach sich, ein gesellschaftlicher Reflex, wodurch den Höheren Mächten, die nachweislich nichts verhindert haben, noch besondere Ehre zugesprochen wird. Auch Weihnachten ohne Kitsch wäre trostlos, wobei „weih“ und Kitsch es ohnehin gut miteinander können.

All das hat die Literatur seit eh und je zu Sprache gebracht, nur Joyce eben, wie fast immer, noch etwas ausgeprägter. Vermutlich ist er einer der ersten Autoren, die, ohne den unterdessen internationalen Begriff je zu gebrauchen, Kitsch bewusst eingesetzt haben.

Er ist allgegenwärtig. Schon in den *Dubliners* hängt eine Photographie „neben dem Farbdruck der Verheißungen, die der Seligen Margareta Maria Alacoque gemacht worden waren“ (Joyce, 1914, S. 36), anderswo „ein Bild der Balkonszene in *Romeo und Juliet*“ und daneben „ein Bild der beiden ermordeten Prinzen im Tower“ (Joyce, 1914, S. 190) – Eros und Thanatos gefiltert durch Shakespeare sind zu Innendekoration geworden. Im Haushalt der Blooms im *Ulysses* finden sich

„eine Uhr aus geriefeltem Connemara-Marmor, ... ein Zwergbaum mit wie vereist wirkenden Formen unter einer transparenten Glasglocke, ... eine ausgestopfte Eule“, lauter Hochzeitsgeschenke, und dazu die „stehende Statue“ eines „Narcissus-Bildes“, erworben an einer Auktion.“ (Joyce, 1975, S. 855-873)

Im Schlafzimmer hängt ein „Bad der Nymphe über dem Bett. Gratisbeilage zur Osternummer der *Photo Bits*. Herrliches Meisterwerk in künstlerischen Farben“ (Joyce, 1975, S. 87).

Der *Ulysses* mit seinem impliziten umfassenden Anspruch führt Kitsch an allen Fronten auf. Musik ist all überall und löst Gefühle aus. In der Geschichte *Die Toten* ist es eine alte irische Melodie, die alte schmerzliche, erschütternde Erinnerungen aufruft. *Ulysses* ist von Musik durchdrungen, vor allem ein langes Kapitel (in Anlehnung an die homerische Vorlage auch „Sirenen“ genannt) wird selber geradezu zu einer Komposition von Töneffekten, die sich oft vor das Verständnis stellen. Eine Arie von Flotows *Martha* wird zum emotio-

nen Höhepunkt, daneben klingen Liebeslieder auf. Sentimentale Balladen, voll von Sehnen und Empfindungen oder nationalistischer Inbrunst, sind allen Zuhörern (und waren zeitgenössischen Lesern) innig vertraut, und gleichwohl werden sie davon angerührt – und Leser, vielleicht gegen ihren Willen, nicht weniger.

Es ist, als wollte Joyce bewusst machen, wie sehr wir uns über Kitsch belustigen und wie er uns doch unter die Haut gehen kann. Blooms Frau Molly, auf der Bühne Mrs Marion Tweedy, bereitet sich auf eine Konzertreise vor, bei der sie Mozarts *La ci darem* wie auch das viktorianische Lied *Love's Old Sweet Song* als sicher nicht unzulängliche Sängerin zum Besten geben wird. Das Lied war einst berühmt und ist ein Kernstück im *Ulysses* mit vielen Resonanzen. Unterdessen wird es an Tagungen, und obligatorisch an kultischen Bloomsday-Zusammenkünften, nicht durchweg melodisch vorgetragen; es ist zur Joyceschen Hymne auf(?)gestiegen. Lieder vorigen Jahrhunderts bewegen sich heutzutage am Rand und werden bei der leichtesten Übertreibung von selbst zur Parodie einer verstaubten Epoche, auch wenn sie bei Joyce noch durchaus ernsthaft gemeint wäre. Eine Wirkung, gegen die man sich beinahe wehren muss, haben sie dennoch beibehalten.

Alle Register aber zieht Joyce in der Sprache, die sich damit oft über Gebühr in den Vordergrund drängt. Meist hebt Joyce leise an, so dass eine Eigenheit kaum auffällt, doch bald weitet sie sich aus und nimmt recht schnell überhand. So geschieht es mit dem so genannten inneren Monolog, den man zunächst fast nicht wahrnimmt, der sich dann aber immer mehr in den Vordergrund schiebt und das dritte Kapitel des *Ulysses* beinahe ausfüllt.

Schon auf der ersten Seite weiß man auf Anhieb nicht so recht, ob eine Wendung wie „A pleasant smile broke quietly over his lips“ genau so gemeint ist oder ob nicht schon ein leicht spöttischer Ton mitschwingt (*Ulysses* 3). Derartige Formulierungen kennt man aus Romanen. Ähnliches gilt in einer der sonst so realistischen *Dubliners*-Geschichten, wo ein leicht gehobener Tonfall in eine Alltagsszene einbricht:

“The door was burst open and a young woman ran in, panting ... She flung her parcels on the floor and snatched the child from him. – What have you done to him? she cried, glaring into his face.” (Joyce, 1913, S. 93)

Es gibt dem Ganzen einen melodramatischen Anstrich, der sich von der vorwiegenden nüchternen Prosa gelinde abhebt. Bald wachsen derartig gedämpfte Ansätze aus zu resonanten Passagen, Nachbildungen herkömmlicher Stilformen. Ganze Episoden im mittleren Teil des *Ulysses* bestehen aus Parodien, also Nachahmungen oder Übertreibungen bestimmter herkömmlicher Stile, sie sind mit implizierten Anführungszeichen versehen. Der Roman beginnt in anderen Zungen zu sprechen, mit nuancierten Brechungen.

Vielfach wird recht dick aufgetragen. Ganz offen machen sich ein paar Journalisten lustig über eine Passage, die sich über die Schönheiten Irlands blumig auslässt:

„Or again, note the meanderings of some purling rill as it babbles on its way, tho' quarrelling with the stony obstacles, to the tumbling waters of Neptune's blue domain, mid mossy banks, fanned by gentlest zephyrs, played on by the glorious sunlight or ,neath the shadows cast o'er its pensive bosom by the overarching leafage of the giants of the forest.“
(Joyce, 1922, S.102)

Hier wird ein Bach, der durch Wälder über Kiesel gleitet, stilistisch und metaphorisch aufgemöbelt und von klassischem Neon angestrahlt: „meandering“, „Neptune“, „Zephyr“ – dies, nicht zu vergessen, in einem Roman, der einen Dubliner Alltag wiedergibt, sich aber *Ulysses* nennt. Metaphern haben es immer in sich: „Neptune's blue domain“ klingt besser als ein gemeines Meer, das ohnehin alles andere als blau ist und anderswo sogar als „snotgreen“ („rotzgrün“) beschrieben wird (vgl. Joyce, 1922, S. 4).

Eine andere Variante ist erotisch. Leopold Bloom erregt sich an Stellen aus einem milde lasziven Roman, *Sweets of Sin*, den er seiner Frau mitbringen wird:

“Her mouth glued on his in a luscious voluptuous kiss while his hands felt for the opulent curve inside her deshabelle. ... The beautiful woman threw off her sabletrimmed wrap, displaying her queenly shoulders and heaving embonpoint. An imperceptible smile played round her perfect lips as she turned to him calmly.“
(Joyce, 1922, S. 194)

Der letzte Satz ist vom früheren „A pleasant smile broke quietly over his lips“ gar nicht so weit entfernt. Kennzeichen sind schmückende Adjektive,

ohne die sich kein Substantiv präsentieren darf, versetzt mit einer Prise von frivolem Französisch. Einzelne Wendungen bleiben Bloom den ganzen Tag in reger Erinnerung.

Nun war aber Joyce selber nicht unbedingt immun gegen Sentimentalitäten. Vielleicht war es ihm ernst – nur ernst – mit einem frühen Gedicht:

*„This heart that flutters near my heart
My hope and all my riches is,
Unhappy when we draw apart
And happy between kiss and kiss;
My hope and all my riches – yes! –
And all my happiness.“*
(XXIII)

Es entstammt einem Zyklus mit dem sehr konventionellen Titel *Chamber Music*; aber schon darin könnte ein Nebenton die Illusion stören. Im *Ulysses* überlegt sich Bloom dabei ein denkbare Wortspiel, wenn „chamber“ als Nachtopf aufgefasst wird. Vielleicht schleicht sich derlei Ironie bereits in das Gedicht: Das zwischen Gedankenstriche eingeschobene „yes!“ scheint mehr einem forcierten Reim verpflichtet als echtem Gefühl, auch „kiss“ harmoniert nicht ganz mit „is“ und noch weniger mit „happiness“. Die Schiefelage könnte bereits Anzeichen der Beunruhigung sein, die Joyces Prosa zunehmend auszeichnet. Das gewollt Sublime bewegt sich immer auf einer Gratwanderung.

Und da wäre noch das einzige Schauspiel von Joyce, *Exiles*, mit dem sich nicht alle Leser gleichermaßen anfreunden können. Wie ist, vor allem, der letzte Dialog zwischen Mann und Frau aufzufassen, wo er deklamiert: „*To hold you with no bonds, even of love, to be united with you in body and soul in utter nakedness – for this I longed*“, und sie ihrerseits erwidert: „*You, Dick, O, my strange wild lover, come back to me again!*“ (Joyce, 1918, S. 162). Wie soll so etwas auf der Bühne deklamiert werden, wie reagieren wir – ergriffen, beklommen, befremdet, belustigt?

„Sanft wie Tau“

An seinem 39. Geburtstag schrieb Joyce in Zürich an eine junge Frau, die er angesprochen hatte und mit der er kurz korrespondierte, einen Brief in wohlausgewogenen Sätzen und in beinahe korrektem Deutsch:

„Nach langes Erwarten sah ich gestern abend
Dein Gesicht, aber so blass, so müde und so
traurig.

Der erste Gruss an diesem Tag kam von Dir —
durch die Nacht

Und durch die Nacht der Bitterkeit meiner Seele
fielen die Küsse Deiner Lippen über meinen
Herz — weich wie Rosenblätter, sanft wie Tau.

„O rosa mistica, ora pro me!“

(Letters, 2. Februar 1919)

Ein kleines Kunststück in einer angelernten Sprache von beachtlicher Fertigkeit, und doch würde der Verfasser damit an einer Sprachkitsch-Olympiade mühelos ins Halbfinale vorstoßen. Was er, auch mit dem liturgischen Latein, genau bezweckte, bleibt unklar, vielleicht hoffte er in der Tat auf eine Wirkung, er wollte der Dame schließlich näher kommen. Möglicherweise handelt es sich um eine Finger- und Stilübung und einen Probelauf für ein gerade entstehendes Kapitel (*Nausikaa*), das als Kronzeuge für den sorgfältig konfektionierten Kitsch im *Ulysses* bestens geeignet ist.

„Sanft wie Tau“ findet sich dort sogar am Ende des orgiastischen Höhepunktes in ebendiesem Kapitel wieder: „all greeny dewy stars falling with golden, O so lovely, O, soft, sweet, soft!“ (Joyce, 1922, S. 300) („tauige Sterne [...] O so sanft, süß, sanft!“ in der Übertragung von Wollschläger (Joyce, 1975, S. 498), wo die Parodie unverkennbar ist.

Eine Suche im Internet belegt reichlich, dass „sanft wie Tau“, wann auch immer, abrufbares Allgemeingut geworden ist; in einem jüngeren Roman kann man sogar auf eine ähnliche Kombination stoßen: „Seine Stimme, weich wie ein Rosenblätterbett. Seine Berührungen, sanft wie Tau“ (Goerres, 2010, S.59). Es ist wenig wahrscheinlich, dass die Autorin den Joyce-Brief, der ja außerhalb eines engen Kreises kaum bekannt ist, je zu Gesicht bekommen hat – und wenn, dann hätte sie sich einen parodistischen Ton erlaubt, der aus dem Zitat nicht herauszuhören ist. Klischees neigen zu penetranter Allgegenwärtigkeit. Seltsam auch, dass Joyce das Herz ins Spiel bringt, mit einem wohl ungewollten Straucheln („über meinen Herz“), das zu einer Zeit, wo er eben dieses romantische, übertragene Herz in einem bereits geschriebenen Kapitel auf den Boden der Wirklichkeit, eigentlich sogar darunter, gebracht hat. Auf dem Friedhof hört Bloom, was ein Bekannter etwas geschwollen, nicht eben in

Alltagssprache, über einen Gottesdienst von sich gibt: „That touches a man’s inmost heart“. Bloom pflichtet höflich bei und denkt dabei für sich: „Your heart perhaps but what price the fellow in the six feet by two with his toes to the daisies? No touching that“ (Joyce, 1922, S. 87) („Dein Herz vielleicht, aber was solls dem Burschen in dem sechs Fuß mal zwei da, der die Radieschen von unten besieht? Bei dem gibts nichts mehr zu packen“ (Joyce, 1975, S.143-144), und vergleicht den metaphorischen Gebrauch mit einer bloßen Pumpe. Joyce konnte demnach mit „Herz“ durchaus pragmatisch umgehen. So liegt die Vermutung nahe, dass Joyce in seinem Brief doch eher bewusst scherzhaft einen Stil verwandte, der seine Wirkung gleichwohl nicht verfehlen würde.

Nicht mehr zu überhören wird die Ironie in den Parodien (oder Nachahmungen oder Persiflagen) der mittleren *Ulysses*-Kapitel. Der große Teil eben desjenigen, das die Schatten der homerischen Nausikaa wie auch der Unbefleckten Jungfrau Maria, aber auch Groschenromane und Modezeitschriften aufruft, gibt die Gedanken einer jungen Frau wieder, die sich selber gern so geschildert sähe, wie sie es in ihrer Lektüre erlebt:

“It was Gerty who turned off the gas at the main every night and it was Gerty who tacked up on the wall of that place where she never forgot every fortnight the chlorate of lime Mr Tunney the grocer’s christmas almanac, the picture of halcyon days where a young gentleman in the costume they used to wear then with a threecornered hat was offering a bunch of flowers to his ladylove with oldtime chivalry through her lattice window. You could see there was a story behind it. The colours were done something lovely. She was in a soft clinging white in a studied attitude and the gentleman was in chocolate and he looked a thorough aristocrat. She often looked at them dreamily when she went there for a certain purpose and felt her own arms that were white and soft just like hers with the sleeves back and thought about those times because she had found out in Walker’s pronouncing dictionary that belonged to grandpapa Giltrap about the halcyon days what they meant. [...]”

[...] she felt that she too could write poetry if she could only express herself like that poem that appealed to her so deeply that she had copied out of the newspaper she found one evening around the potherbs. Art thou real, my ideal? it was called by Louis J. Walsh, Magherafelt, and after there was something about twilight wilt thou ever? and oftentimes the beauty of poetry, so sad in its transient loveliness, had misted her eyes

with silent tears for she felt that the years were slipping by for her, one by one [...]"
(Joyce, 1922, S. 291-298)

Man liest so etwas dramatisch, mit verstellter Stimme und in gehobenem Ton, von oben herab, wie auch in einer epischen Überhöhung der Molly Bloom:

"There grew she to peerless beauty where loquat and almond scent the air. The gardens of Alameda knew her step: the garths of olives knew and bowed. The chaste spouse of Leopold is she: Marion of the bountiful bosoms."
(Joyce, 1922, S. 262)

Kitsch bedient sich oft klassischer Vorbilder, wie sie durch Jahrhunderte weitergereicht wurden. So ist immer eine Art Abglanz im Spiel, wobei im Lauf der Wiederverwertung der Glanz mehr und mehr ab- und das Streben danach eher zunimmt. Joyce kompliziert es noch durch allerlei Brechungen: Fast alles geht um viele Ecken herum, subjektive Wahrnehmung, die Angleichung an die eigene beschränkte Sicht der Dinge vermengt sich mit Wunschvorstellungen und Fantasien, wobei jede der so kapriziösen Episoden noch ihre thematische Färbung mitbekommt.

Die sprachliche Vollen- dung des Kitsch hat die Besonderheit, dass sie sich in ihrer Qualität nicht übersetzen lässt, zu sehr ist die nuancierte Schräglage an die Originalsprache gebunden; auch bei Parodien gehen die fein kalibrierten Stilbrüche verloren und damit vergrößert sich eine stille Ab- sprache zwischen Autor und Lesern.

Seitensprung: Amanda Ros

Joyces Sekundärkitsch, d.h. die absichtliche augenzwinkernde Nachahmung, unterscheidet sich vom primären, der von selbst entsteht und meist nur abgedroschen daherkommt – oder aber mit gewisser Intensität (was sich nicht ausschließt). So sollte bei dieser Gelegenheit auch die leider weitgehend noch unbekannte Großmeisterin des Kitsch mindestens ehrend erwähnt werden: Amanda McKittrick Ros aus Nordirland (1860–1939). Sie brachte Ende des 19. Jahrhunderts drei Romane und zwei Gedichtsammlungen zu Buch, allerdings privat, so dass ihre Bücher praktisch zu

seltenen Sammelstücken geworden sind. Man hat sie schon als weltweit schlechteste Schriftstellerin gekrönt, aber sie ist in der Tat die Weltbeste aller schlechten Schriftsteller. Nirgendwo sonst liegen „Best“ und „Schlecht“ so nahe beisammen. Anders gesagt: man muss ziemlich gut sein, um derart schlecht Beachtung zu finden.

Sie stellt selbst Joyce in den Schatten, mindestens in einer Hinsicht; im Gegensatz zu seinen Parodien ging sie mit verböhrender Ernsthaftigkeit zu Werk, was ihre gehobenen Worte, ohne den geringsten Anflug von Humor, noch einprägsamer macht. Einer ihrer Romane setzt so an:

"When on the eve of glory, whilst brooding over the prospects of a bright and happy future, whilst meditating upon the risky right of justice, there we remain, wanderers on the cloudy surface of mental woe, disappointment and danger, inhabitants of the grim sphere of anticipated imagery, partakers of the poisonous dregs of concocted injustice. Yet such is life!"
(McKittrich, 1897, S. 14)

Und genau so ist das Leben in ihren Büchern. Ein Lauf wie „the poisonous dregs of concocted injustice“ – ganz abgesehen davon, welche Bedeutung

Man hat sie schon als weltweit schlechteste Schriftstellerin gekrönt, aber sie ist in der Tat die Weltbeste aller schlechten Schriftsteller.

beabsichtigt war – hat eine kaum zu leugnende Wirkung, einen poetischen Drall. Oder „the cloudy surface of mental woe“ – das muss mal einer nachmachen! Die Wirkung verstärkt sich noch, wenn Amanda Ros

gelegentlich leicht daneben greift, oder erst recht, wenn sie sich auf metaphorische Äste hinauswagt: „the meddling mouth of extravagance swallows every desire and eats the heart of honesty with pickled pride“ (McKittrich, 1897, S. 26).

Zu besonderen Höhen schwingt sie sich auf, wenn ihre angeborene Neigung zu Alliterationen mit ihr durchbrennt: „the quiet corners of costly curiosity“ (McKittrich, 1898, S. 16), „his pillaged pillow of poverty“ (McKittrich, 1898, S. 48), „faultless fabrics of flaxen fineness“ (McKittrich, 1897, S. 4). Es wäre auch schwer zu analysieren, warum die erste Zeile ihres Oster-Gedichts so unmittelbar komisch wirkt: „Dear Lord the day of eggs is here!“ (McKittrich, 1988, S. 30).

Amanda Ros kannte James Joyce nicht (der Satz kann in beide Richtungen gelesen werden), dabei

ist ihm viel entgangen. Sie verdient ihren Platz im Olymp, vielleicht am Dienstbotentisch und, noch mehr, sie verdient neu zugänglich zu werden. Nochmals: ein Gebilde wie „the poisonous dregs of concocted injustice“ hat einen überwältigenden Klang und Rhythmus. Oder, raffinierter ausgedrückt, es hört sich so an, als ob es das hätte, und das ist auch schon etwas. Leider gilt hier das schon Bedauerte: Varianten von ungewolltem oder gewolltem Sprachkitsch bleiben praktisch unübersetzbar.

Joyce hat, abgesehen von der „hohen“ Kultur, auch all das eingewoben, worauf vorher oft abschätzig herabgesehen wurde, also Volksbühne, Gassenhauer, Groschenromane, vor allem Werbung (Bloom übt diesen Beruf bereits aus), so-

gar die aufkommende Körperkultur (der Kraftmensch und Selbstvermarkter Eugene Sandow, ein Schwarzenegger seiner Zeit, macht seine Aufwartung). Dazu kommen Objekte wie „a ruched teacosy with embroidered floral design“ (Joyce, 1922, S. 294): Die Beschreibung ist nebenbei, auf einer Meta-Ebene, anwendbar auf das ganze Kapitel, „embroidered floral design“ würde auch eine Spielart vom Kitsch charakterisieren.

So ist es kein Wunder, dass Joyce selber auf Handtüchern, T-Shirts, Kaffeetassen, Aschenbechern zu erwerben ist, er ist damit zu dem geworden, worüber er auch schreibt – eine gewundene, aber anhaltende Art von Ruhm. Wer zu Kitsch hochsteigt, wird auch Kult – es entsteht das Zwielficht einer „cultic twalette“, wie es in *Finnegans Wake* so schön heißt (Joyce, 1939, S. 344).

Fritz SENN (1928)

in Basel geboren, in Zürich aufgewachsen, arbeitete lange als Korrektor und Verlagslektor. Er ist in frühen Jahren auf James Joyce gestoßen und hat versucht, den Zugang zum Autor zu erleichtern und ihn von seiner vermeintlichen Abgehobenheit zu befreien. Ein Augenmerk gilt Problemen der Übersetzung. Seit 1985 leitet er die Zürcher James-Joyce-Stiftung.

Publikationen:

- *Joyce's Dislocutions. Essays on Reading as Translation*, 1984.
- *Inductive Scrutinies. Focus on Joyce*, 1995.
- *Nichts gegen Joyce. Joyce versus Nothing*, 1983.
- *Nicht nur Nichts gegen Joyce*, 1999.
- *Joycean Murmoirs. Fritz Senn on James Joyce*, 2007.
- *Zerrinnerungen. Fritz Senn zu James Joyce*, 2007.
- *Noch mehr über Joyce. Streiflichter*, 2012.

Sabrina ALONSO (1972)

in Zürich geboren. Studium der Englischen Literatur- und Sprachwissenschaften, Italienischen Literatur und Vergleichenden Literatur, mit Pädagogik und Didaktik, an der Universität Zürich. Seit 1996 ist sie aktiv in der Lehre und Vermittlung von Sprache und Literatur. 2004 kam die Zusammenarbeit mit Werkstätten im Produkt-Design für die Beschäftigung innerhalb der Sozialpsychiatrie hinzu. Seit 2012 ist sie tätig bei der James-Joyce-Stiftung in Zürich.

Rezensionen

CLAUDIA RIESMEYER/ NATHALIE HUBER: *Karriereziel Professorin. Wege und Strategien in der Kommunikationswissenschaft*. (Reihe: Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft, hrsg. von Michael Meyen), Köln: Halem 2012, 326 Seiten.

Es ist normalerweise nicht die Art der Autorin Privates in die Öffentlichkeit zu tragen, aber hier trägt es zur Rezensionsstrategie bei. Gelesen habe ich das Buch nämlich erstmals auf den Bahnfahrten zu verschiedenen Berufungsverfahren – lediglich für mich selbst – mit dem Ziel einer Peer-Orientierung („Wie haben die anderen das gemacht?“); damals meinerseits noch als „Vertretungsprofessorin“. Vorweg: Es ist ein sehr spannendes und ein gutes Buch mit den Stimmen von Kolleginnen, die viele kennen, aber vielleicht noch nicht auf diese Weise (Wann redet man wirklich über die *Bewertung* seines Berufes, einschließlich eigener Stärken und Schwächen?). Ärgerlich ist allein der hochtrabende Titel: Denn die meisten der in dem Buch befragten Professorinnen und Juniorprofessorinnen hatten nämlich gar kein so klares „Karriereziel Professorin“, wohl aber einen mitunter recht langen und verschlungenen Weg bis zu der Erkenntnis, dass das der richtige Beruf für sie sein könnte. Oft führte dieser Weg über einen ersten Berufswunsch Journalistin, der später ad acta gelegt wurde, vielfach verbunden mit einer Erfahrung als wissenschaftliche Hilfskraft. Oder die Neigung zur Wissenschaft als Beruf und Berufung wurde bei der Vertiefung in die Magisterarbeit, bzw. die Dissertation bemerkt.

Die Autorin der Rezension vereint mit den meisten der 19, hier in offenen Leitfadeninterviews befragten Frauen, jedenfalls gerade das Nicht-Geplante, das Zufällige, darin aber durchaus dann das Erkennen von Chancen und das Überwinden von Hürden zur richtigen Zeit. Beides ist sicher *auch* strategisch, aber nicht nur. Vieles ist schlicht *Norwendigkeit*. Welche Mutter eines kleinen Kindes pendelt freiwillig 500 km zu einer Stelle und das ein Jahr lang, ‚nur‘ um eine Professur zu vertreten? Einmal abgesehen davon, dass man dabei beruflich wertvolle Erfahrungen, neue Netzwerke und neue Perspektiven sammelt (was die bereichernde Seite ist). Frau tut es bisweilen auch, weil sie sonst glaubt, keine Chance auf dem „Professorinnenmarkt“ zu haben oder schlicht, weil die eigene befristete Stelle bald ausläuft. Margreth

Lünenborg bringt die Finessen der vor-professoralen Arbeitswelt eingängig auf den Punkt: „Mein Planungshorizont war ein Semester, mein Aktionsradius umfasste knapp 1000 km“ (S. 135). Sie ist Mutter von zwei Kindern.

Überhaupt die Mütter: Die Autorinnen Riesmeyer und Huber thematisieren sie leider nicht explizit (allenfalls am Rande, implizit aus den Interviews heraus, aber nicht analytisch S. 301f.). Die Mütter selbst thematisieren sich aber sehr wohl. Wenn man das Buch unter diesem Aspekt liest, treten einige Unterschiede zu Tage: Alle Professorinnen arbeiten viel, Zeit für sich selbst, Muße, hat jede zu wenig, aber bei den Müttern ist das Problem potenziert, denn sie haben auch wenig Zeit für ihre Kinder. Ein Problem, das es ständig neu zu lösen gilt (schon weil in diesem Berufsalltag keine Woche wie die andere ist). U.a. das BMBF finanziert derzeit eine von der TU Dresden umgesetzte Befragung zu den Müttern in der Wissenschaft (und aus guten Gründen nicht nur der Professorinnen unter ihnen) und deren „Wiedereinstieg“ nach der Geburt des oder der Kinder (vgl. <http://wiedereinstieg-wissenschaft.de>). Dahinter steht noch immer die Frage, warum es so wenige Mütter gibt – und diese dann meistens nur ein Kind haben (was auch bei den Befragten in diesem Buch so ist). Der Diskurs darüber ist eröffnet – was gut ist, hat man doch als Mutter in der Wissenschaft immer das Gefühl, es könnte (strategisch) besser sein, seine Kinder zu verstecken (was ich an Männern nicht in gleicher Weise beobachte; gilt Mutterschaft als Schmälerung des symbolischen Kapitals?).

Jenseits des *Diskurses* über Mütter in der Wissenschaft, ganz faktisch: Die Rezensentin schreibt diese Rezension am Sonntag, nachdem sie bereits vier Stunden an einem Vortrag geschrieben hat – wie auch sonst bei hoher Lehrbelastung mitten im Semester und noch diversen anderen Deadlines. Es bleibt wieder einmal nur das Wochenende, um ‚in Ruhe‘ zu arbeiten. Das Töchterlein ist jetzt so groß, dass sie ein Stockwerk tiefer mit dem Nachbarskind spielt. Ganz pausenlos geht der Schreibvorgang aber auch nicht von statten („Mama, haben wir Eis?“, „Mama, wo ist...“?). Vorbei zwar die Zeiten, mit Krabbelkind auf dem Boden Abschlussarbeiten zu lesen und Aufsätze *nur noch* in der Nacht zu schreiben; aber am Ende dieser Rezension wird neben mir gemalt. In der Woche geht mein Kind aus guten Gründen (nämlich meinen) in die Ganztagschule, aber die

ist um vier Uhr aus. Ohne eine komplette Rollengleichheit und Rollenteilung zwischen Frau und Mann, bzw. PartnerIn (jede/r arbeitet und jede/r betreut das Kind) würde das nicht gehen – das berichten ziemlich einhellig auch die Mütter in diesem Buch.

Der persönliche Lektüregewinn dieses Buches ist für Wissenschaftlerinnen, ob Mütter oder nicht, und auch junge Nachwuchswissenschaftler (mit und ohne eigenen Nachwuchs) sehr hoch: Man lernt etwas über Wege in die Wissenschaft, teils sehr Persönliches von den einzelnen Wissenschaftlerinnen, die hier befragt wurden, aber auch Allgemeines: hohe Arbeitsbelastung, keine Karrieresicherheit, Zeitverträge, zunehmender Druck durch standardisierte Berufungsverfahren, die nicht nur die Qualität von Publikationen, sondern vor allem auch ihre Quantität und ihren Publikationsort „messen“. Keine der hier Befragten, hat sich davon schrecken lassen und das ist vermutlich das Wichtigste, was man hier lernen kann: Jenseits von Graduiertenprogrammen, Mentorings etc. (die alle für sich sinnvoll sind), muss man sich *gerade* auf sich selbst (und nahe stehende Personen) verlassen können – und zwar weit mehr als auf die formalen Procederes der Nachwuchs- und/oder Frauenförderung. Riesmeyer und Huber schreiben dazu, es gebe keinen „Königsweg“, der zu einer Professur führe. Ich würde es so übersetzen: Strategie allein hilft nichts. Denn dieser Weg ist nicht wirklich strategisch beherrschbar und wenn er das nicht ist, dann darf es auch erlaubt sein, bestimmte Dinge *nicht* zu tun (auch wenn sie bisweilen in diversen Förderprogrammen gerne geraten werden), etwa als junge WissenschaftlerIn nicht auf jede Konferenz zu fahren, die fachlich – mehr oder minder – naheliegt (man könnte ja den und den treffen...), sondern vielleicht nur die Veranstaltungen zu besuchen, zu denen man einen eigenen Vortrag, eine Moderation oder ein Poster beisteuert. Familie, Sport (Sport wird in dem Buch mehrfach als Fehlstelle aufgrund von „keine Zeit“ benannt), Kunst und Kultur geraten nämlich sonst schnell in die Peripherie des wissenschaftlichen Alltags und dessen „Zeitnot“ (S. 306). Die Arbeitszeiten liegen bei 60 und mehr Stunden in der Woche; von Semester“ferien“ ist meist keine Spur. Es gilt also auch die eigene *wissenschaftliche Kreativität* (und damit Qualität) zu bewahren unter all dem Druck. Die Befragten schildern, wie sie damit umgehen.

Außerdem – und das ist ebenso interessant – wie sie die Herausforderungen der eigenen Studien-

wahl, der Entscheidung zur Doktorarbeit, ihre Berufungsverfahren, spezifische Forschungsforderungen (die eigenen und die der anderen), Konkurrenzdruck, Networking, Drittmittelwerbung, die Lehre (die als eine primäre Aufgabe erachtet wird), den Umgang mit Studierenden, dem Team und der Universitätsleitung erleben und erlebt haben.

Die befragten Professorinnen sprechen auch über Mentoring, was hier allerdings in den meisten Fällen nicht „Mentoringprogrammen“ (die es vielfach für diese Frauen noch gar nicht gab) entspricht, sondern langfristigen, vertrauensvollen Arbeitsbeziehungen mit älteren Wissenschaftlern, oft stammend aus der Zeit der Magisterarbeit. Das waren bei den Befragten zumeist männliche Mentoren; weibliche Rollenvorbilder fehlten weitgehend (vgl. S. 301). In der Frage einer Quotenregelung in Berufungsverfahren sind sich die Befragten uneins, einige sind dafür, andere dagegen; alle bringen gute Gründe an. Etwas über der Debatte stehen die Zahlen, die für sich sprechen: 2009 waren von 115 Professorenstellen im Fach Kommunikationswissenschaft „gerade einmal 27 weiblich“ (S. 16).

Methodisch-Methodologisch haben Riesmeyer und Huber – wie häufig im Rahmen der Münchner Fachgeschichtsschreibung und -systematik – mit dem Habituskonzept von Bourdieu gearbeitet (soziales Kapital z.B. wird durch Hilfskraftstellen erworben, ökonomisches Kapital ist vor allem in der Dissertationsphase ein Problem, symbolisches Kapital erwirbt man im Umgang mit Mentoren, vgl. S. 302ff.). Der einfachste Nenner des hier vorfindbaren kollektiven Habitus ist wohl: Leidenschaft für die Wissenschaft. Würde man das sonst alles tun? Im Umkehrschluss heißt das aber auch: Strategien funktionieren langfristig nie nur formal, sondern müssen mit Leben und auch mit ganz persönlichem, nicht immer zielgeradem Leben (wie aber der Buchtitel assoziieren lässt) gefüllt werden oder: Ohne *intrinsische, also inhaltlich-fachliche Motivation*, wie sie alle der Befragten als einschneidend beschreiben, ist dieser Weg nicht zu machen. Dazu sind die kurzfristigen Gratifikationen zu gering, und zwar in allen relevanten Feldern wie Sicherheit (Stellenunsicherheit – was im Zusammenhang mit später Mutterschaft und Einzelkindern stehen dürfte), lange Jahre wenig Gehalt, z.B. auf „halben“ Doktorandenstellen mit „ganzer“ oder mehr Arbeitsbelastung (was im Übrigen auch die Männer trifft). Nicht zufällig wird wohl auch deshalb von

den Befragten die Habilitation als größte Hürde gesehen – entscheidet man sich dafür, wäre man bei einem Scheitern für den journalistischen und verwandte Arbeitsmärkte endgültig zu alt (vgl. S. 304), also weitermachen und doch hoffen, dass spätestens danach die Gratifikationen kommen? Auch das trifft ebenfalls für Männer zu. Speziell weiblich scheint mir etwas anderes: Von den 19 befragten Professorinnen arbeiteten 2008 (zum Zeitpunkt der Befragung) immer noch 16 am Ort ihrer Erstberufung, was die Autorinnen Riesmeyer und Huber auf „fehlende Mobilität“, wohl auch aufgrund der Vorerfahrungen eines Zuviel an Mobilität (in der Habilitationsphase) und eines engen Mobilitätsspielraums (durch die Kinder und Partnerschaften) beschreiben (S. 306). Hier wäre es interessant, Vergleichszahlen über das „männliche Pendeln“ zu haben.

Dieses sowohl lehrreiche als unterhaltsame Buch (die Schilderungen der Kolleginnen sind lebensnah und sehr lesenswert) hat bereits viel (private) Anschlusskommunikation zwischen (älteren und jüngeren) Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen provoziert. Das ist gut, denn nur, wenn darüber geredet wird, lassen sich teils überkommene Strukturen so verändern, dass Menschen ihrem Wissenschaftsberuf wirklich gut nachgehen können und die sogenannte Familienfreundlichkeit (ob mit, ob ohne Kinder) zunimmt. Das Buch macht durchaus Mut: Trotz aller Widrigkeiten bereut *keine* der Frauen ihren Weg; Forschen und Lehren wird als Bereicherung der eigenen Person empfunden, *Wissenschaft als Teil des Lebens* beschrieben, eine Schranke zwischen Privatleben und wissenschaftlichem Leben gibt es so gut wie nicht (was ein Teil des Problems ist, aber auch ein Teil der Chance).

Stefanie Averbek-Lietz, Bremen

ULRICH SAXER: *Mediengesellschaft. Eine kommunikationssoziologische Perspektive*. Wiesbaden: Springer VS 2012, 968 Seiten.

„Küsnacht, im Januar 2012“ – mit dieser Angabe (S. 15) schließt das Vorwort dieses monumentalen Werks, das im Spätherbst vergangenen Jahres als Hardcover-Edition in einem Umfang von

insgesamt 968 Seiten erschienen ist. Ulrich Saxer verstarb am 8. Juni 2012 (im 82. Lebensjahr). Dem Vernehmen nach soll er die Druckfahnen noch selbst gelesen und korrigiert haben. Diese Monografie ist, darüber besteht kein Zweifel, sein Lebenswerk.

Ulrich Saxer war fraglos einer der profiliertesten, theoretisch reflektiertesten und publikationsmächtigsten Wissenschaftler unserer Disziplin. Einer jener akademischen Pioniere, die zur Verankerung des Faches im universitären Betrieb nachhaltig beigetragen, die es als „Publizistikwissenschaft“ gewissermaßen „erfunden“ haben.¹ Vor diesem Hintergrund erscheint es doch bemerkenswert, wenn er am Ende seines Lebens freimütig einbekennt, dass ihm die Wissenschaft, die er mehr als drei Jahrzehnte in Lehre und Forschung vertreten hat, zusehends entgleite (S. 13). Es ergehe ihm dabei übrigens genau so, wie der Disziplin selbst mit ihrem Gegenstand, auch ihr komme „die durch Medien vermittelte öffentliche Kommunikation“ (ebd.) zusehends abhanden. Wohl wissend, dass Diskussionen über das Selbstverständnis unseres Fachs so alt sind, wie dieses selbst, seien sie dennoch – so Saxer – „keineswegs gegenstandslos geworden“ (ebd.), ganz im Gegenteil: Die Tatsache, dass das Beobachtungsobjekt „öffentliche Kommunikation“ allgegenwärtig ist, hat längst viele andere Fächer auf den Plan gerufen, die der „Publizistik-, Kommunikations- und Medienwissenschaft“ (PKMW) ihre wissenschaftliche Deutungshoheit streitig machen. Damit verbunden ist einerseits die immer weitere Ausdifferenzierung unserer Disziplin, andererseits aber auch der Verlust an Übersichtlichkeit und ihre zunehmende Desintegration – so lautet die Diagnose Saxers.

Saxer wollte diesem Auseinanderdriften der PKMW entgegenwirken und dazu ein Korrektiv liefern. Mit dem erklärten Ziel, einen gemeinsamen Fokus für die publizistikwissenschaftliche Lehre zu etablieren und damit zugleich ein Fundament für die einschlägige Forschung zur Verfügung zu stellen. Dies war – wie er schreibt – „vor einem Dutzend Jahren“ seine zentrale Motivation. Damals begann er, eine umfassende Theoretisierung der Mediengesellschaft zu entwerfen. Sie hat nun mit seiner „Theorie der Medialisierung“ im vorliegenden Werk einen Abschluss gefunden

¹ Für Ulrich Saxer und sein „Seminar für Publizistikwissenschaft“ an der Universität Zürich trifft das sogar ganz konkret zu (vgl. Saxer 2007).

– einen „prekären Abschluss“ (ebd.) allerdings, wie Saxer gleich selbst hinzufügt, denn die diagnostizierte Entwicklung hat sich inzwischen noch weiter verschärft.

Charakteristisch für das vorliegende Opus Magnum von Ulrich Saxer ist vor allem eines: Die bis ins kleinste Detail durchgehaltene Systematisierung seines – stark systemtheoretisch geprägten – Denkens. Mit dieser Orientierung hält er gleich zu Beginn nicht hinter dem Berg, denn eine weitere wesentliche Motivation für seine Arbeit bezog er ausdrücklich daraus, die seiner Meinung nach „größte und folgenschwerste Einseitigkeit zumal des publizistikwissenschaftlichen Lehr- und Forschungsbetriebs zu korrigieren“ (ebd.), nämlich die Bevorzugung der Prozessorientierung auf Kosten der Strukturperspektive und die Präferenz für Mikro- zu Lasten von Makro-Analysen.

Grob betrachtet, besteht das Buch aus zwei großen Teilen: Im Teil 1 (Seite 25-383) entwickelt Saxer seine „Theorie der Medialisierung“ und im Teil 2 (Seite 389-835) unternimmt er dann auf dieser theoretisch abgestützten Basis die Dimensionsanalyse der Mediengesellschaft.

Im ersten Teil will Saxer mit „Medialisierung“ einen gleichermaßen zentralen wie historischen Prozess fokussieren, der (immer schon) den gesellschaftlichen Wandel dynamisiert (hat). Damit rückt er die Medialisierungs- in die Nähe einer Modernisierungstheorie. Mediengesellschaften sind funktional differenzierte Gesellschaften, „ihre drei großen Funktionssysteme Politik, Wirtschaft und Kultur (sind) von Medialität durch und durch geprägt“ (S. 22). Spätestens an dieser Stelle wird der Systemtheoretiker Saxer explizit deutlich. Er rekurriert – wie auch an vielen weiteren Stellen seines Textes – insbesondere an das klassische AGIL-Schema (Adaption, Goal-Attainment, Integration, Latency) des amerikanischen Systemtheorie-Urgesteins Talcott Parsons, auf den ja auch die Differenzierung in ein politisches, wirtschaftliches und kulturelles System als Teile des allgemeinen sozialen Systems zurückgeht. Passend dazu und nunmehr in ausgereift elaborierter Form findet man das – ursprünglich aus den 1970er Jahren (Saxer, 1979) stammende – Schaubild „Mediengesellschaftliche Systemkonstellation“ (Abb. 1.3. auf Seite 67): In die überarbeitete Darstellung ist jetzt vor allem auch die „Weltgesellschaft“ als das am weitesten reichende Kommunikationssystem grafisch integriert, denn über die Mikro-, Meso- und Makrolevels hinaus

hat Saxer in seinem aktuellen Entwurf freilich auch stets den „Globallevel“ im Visier:

“Ohne diese Ausweitung des klassischen soziologischen Dreiebenenmodells verfehlte die Analyse der Mediengesellschaft ein zentrales Charakteristikum ihres Beobachtungsobjekts.”

(S. 524)

Was aber meint Saxer nun genau mit „Medialisierung“? Bei der Suche nach einer klaren Begriffsbestimmung findet man nicht unbedingt eine zitable Definition, deshalb sei auch in der Rezension – gleichsam als Vorgeschmack auf das Buch – eine ausholende Antwort gestattet. Zu beginnen ist mit menschlicher Kommunikation (S. 17/18), in der Saxer den zentralen Vermittlungsmechanismus zwischen der Wahrnehmung und den wahrgenommenen Phänomenen begreift. Typischerweise vermittelt ein Kommunikator (bei Saxer: Kommunikationsurheber) intentional einen Mitteilungsinhalt (bei Saxer: einen Kommunikationsgehalt mit bestimmter Bedeutung) an einen Rezipienten (bei Saxer: Kommunikationsadressat) und dadurch entsteht auf beiden Seiten Sinn. Dieser Sinn ist stets an die Vermittlung von Zeichen gebunden und zur Zeichenvermittlung benötigen wir einen Bedeutungsträger, also einen Kanal als Kommunikationsbahn. Die Kombination von Kanälen und Zeichensystemen (Codes) macht die „Medialität“ von Kommunikation aus. „Medienkommunikation“ dient Saxer als Etikett für die „primär technische Steigerung des Leistungspotenzials von Medialität“ (S. 18). „Medialisierung“ meint schließlich „den Gesamtprozess, der im Gefolge dieser Leistungssteigerung Gesellschaften verwandelt, Medialität deren Grundlage und Implikationen“ und als „Mediengesellschaften“ gelten Gesellschaften, „die von Medialisierung durch und durch geprägt sind“ (ebd.).

Mit Blick auf das Internet und die neuen digitalen Online-Medien spricht Saxer sogar von einer „entfesselten Medialität“ (S. 157) und zwar in dreifacher Hinsicht: Zum einen, weil die vorhandene Kommunikationstechnologie über einen Komplexitätsgrad verfügt, der ihre Elemente fast beliebig zu weiteren Diensten kombinieren lässt. Zum anderen, weil aus kommunikationsökonomischer Perspektive die Nachfrage nach immer attraktiveren medialen Vergegenwärtigungs- und Präsentationsleitungen trotz Sättigungssymptomen weiter wachsen dürfte und schließlich, weil sich die neuen Netzwerke institutioneller Bindungen entledigt haben und sich gegen neue

sperren. Das Internet als dezentrales elektronisches Netzwerk habe sich – anders als seinerzeit der Rundfunk – nämlich von Anfang an rechtlich weitgehend autonom entwickelt, dennoch impliziere seine effiziente Nutzung hohen Koordinationsbedarf, denn auch gegeninstitutionelle Einsatzvarianten seien mit ihm leicht zu realisieren. Im „Netz der Netze“ kulminiere daher nicht nur

„das Leistungsvermögen moderner Kommunikationstechnologie, sondern auch die damit verbundene gesellschaftliche Gestaltungsproblematik.“

(S. 158)

Diese Diagnose ist ein schönes Beispiel für die realitätsgerechte Ambivalenz, oder besser: die angemessene Parallelisierung in der Saxer'schen Diagnostik der Medialität. Ganz in den Spuren des Denkansatzes von Karl Popper (1994) sieht er in den Medien (ebenso wie in den Gesellschaften und Wissenschaften) sowohl problemlösende als auch problemschaffende Systeme (z.B. S. 31, 38, 52, 78, 89, 840).

Im zweiten Teil (S. 389ff.) geht es Saxer sodann, theoretisch wohl vorbereitet, um die Dimensionsanalyse der Mediengesellschaft aus kommunikationssoziologischer Perspektive. Er differenziert neuerlich in einem Höchstmaß systematisch und durchgehend strukturiert Probleme zwischen „Medialität und Lebenswelt“, also auf dem Mikrolevel, ebenso wie zwischen „Medialität und Gesellschaftsebenen“, also auf dem Meso-, Makro- und Globallevel. Das sechste – und längste – Kapitel ist schließlich der Medialisierung als Totalphänomen im Gesellschaftstypus unserer Gesellschaft, also der Mediengesellschaft gewidmet. Unter dem Titel „Medialität und Funktionssysteme“ (S. 633) werden – dem funktionalistisch-systemtheoretischen Bezugsrahmen entsprechend – Probleme auf den Ebenen des politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Systems verhandelt.

Was kann als Ergebnis dieser gewaltigen Anstrengungen gelten? Und was ist – last but not least – der Wert dieser wahrlich monumentalen Monografie? Auch wenn sich dies so kurz freilich nicht zusammenfassen lässt, wage ich dennoch eine – betont subjektive – Antwort: Das zentrale Ergebnis liegt für mich in der Erkenntnis, dass wir mit „Medialität“ bzw. „Medialisierung“ jene Vorgänge erfassen können, die sämtliche Mitglieder unserer (Medien-)Gesellschaften in allen ihren Lebensphasen dauerhaft prägen. Ohne

Medienkommunikation ist menschliche Existenz heute undenkbar. Zugleich wird aber auch klar, dass daraus – je nach Bezugsrahmen bzw. Analyseperspektive – sowohl funktionale (in Saxer'scher Terminologie: „eufunktionale“) als auch dysfunktionale Folgen erwachsen können. Medialität ist sowohl als problemlösendes als auch als problemschaffendes gesellschaftliches Totalphänomen zu begreifen.

Rechtfertigt diese Erkenntnis die Lektüre des knapp eintausend Seiten umfassenden Saxer'schen Lebenswerkes? Die Antwort lautet zunächst „nein“, wenn ich mich tatsächlich mit dem von mir pointiert zugespitzten Ergebnis begnüge. Dazu reicht es, die Einleitung und noch ein paar Seiten aus dem Fazit zu lesen. Allerdings kann aus dieser allgemeinen Erkenntnis weder eine spezielle Problemstellung, noch eine konkrete Forschungsfrage, Hypothese oder Variable abgeleitet werden. Die Antwort lautet daher „ja“, die Lektüre lohnt sich genau dann, wenn ich das Buch mit derartigen Erwartungen zur Hand nehme. Dann habe ich die Chance, entsprechende Anregungen zu finden.

Dennoch seien alle Leserinnen und Leser eindringlich gewarnt: Dies ist kein Lehrbuch, das man einem Erstsemester in die Hand drücken kann, es erscheint vielleicht sogar noch für die Literaturliste zur Magisterprüfung problematisch, weil als schlichter Lesestoff kaum zu bewältigen. Saxer selbst sagt im Vorwort, es will „weniger Einführungs- als Überblickscharakter haben“ und sogar ausdrücklich: es will „nicht primär Komplexität vereinfachen und plausibilisieren“, sondern „die Vielfalt der Ansätze veranschaulichen und integrieren“ (S. 15).

Das ist weitgehend gelungen. Was vielleicht weniger gelungen ist – diese Kritik erlaube ich mir posthum an einem von mir auch persönlich sehr geschätzten Kollegen – das ist der Versuch, den komplexen und sprachlich anspruchsvollen, weil in der Regel hochabstrakten Text, durch beispielhafte Erläuterungen besser zugänglich zu machen und damit lesefreundlicher zu gestalten. Wir können Saxer leider nicht mehr fragen, aber ein „Lesebuch“ zu schreiben, war vermutlich nicht eines seiner Ziele. Und nebenbei: Es hätte die bereits jetzt exorbitante Seitenzahl wohl explodieren lassen. Somit bleibt abschließend festzuhalten: Diesen Saxer muss man sich „erarbeiten“ – aber das haben alle Saxer-Kenner wohl ohnehin nicht anders erwartet.

Bibliographie:

- Popper, K. R. (1994). *Alles Leben ist Problemlösen. Über Erkenntnis, Geschichte und Politik.* München.
- Saxer, U. (1979). Soziologische Aspekte der Massenkommunikation im medienpädagogischen Kontext. In: Sturm, H., Grewe-Partsch, M., Saxer U., Bonfadelli, H., Hättenschwiler, W., Ammann, G. & Doelker, Ch. (Hg.), *Grundlagen einer Medienpädagogik.* Zug, S.103-136.
- Saxer, U. (2007). Ich habe dieses Fach erfunden. In: Meyen, M. & Löblich, M. (Hg.), *„Ich habe dieses Fach erfunden“ – Wie die Kommunikationswissenschaft an die deutschsprachigen Universitäten kam.* 19 biografische Interviews. Köln, S.59-75.

Roland Burkart, Wien

NICOLE PODSCHUWEIT: WARUM WAHLWERBUNG SCHADEN KANN. WIRKUNG VON PARTEIENWERBUNG IM KONTEXT DER MEDIENBERICHTERSTATTUNG. Konstanz: UVK Verlag 2012, 360 Seiten.

Die Autorin leistet mit ihrer Dissertation einen wertvollen Beitrag zur politischen Werbe- und Medienwirkungsforschung im deutschsprachigen Raum. Im Unterschied zu Studien, die nur den isolierten Einfluss einzelner Medien auf Einstellungen oder Wahlentscheidungen untersuchen, fokussiert sie das Zusammenspiel von politischer Werbung und Medienberichterstattung. Dieses Thema ist nicht nur im deutschsprachigen Raum zu wenig beforscht. Mit ihrer Untersuchung leistet Nicole Podschuweit sicher auch einen Beitrag zur Kampagnenforschung allgemein. Insofern ist der Autorin zu wünschen, dass sie mit einer englischsprachigen Publikation aus dieser Dissertation die Aufmerksamkeit der internationalen Community auf sich ziehen kann.

Man liest ihr Werk mit großer Spannung, zumal sie zu keinem Zeitpunkt der Arbeit ihre anfängliche Frage aus den Augen lässt, nämlich warum sich Rezipienten von politischer Werbung der Volksparteien bei der Bundestagswahl 2002 jeweils gegen diese Parteien entschieden. Für diesen zunächst paradox anmutenden Befund führt sie eine Reihe von möglichen Erklärungen an, die sie aber als wenig plausibel entlarvt. Das bringt die Autorin zu einer weiteren Erklärungsmöglichkeit, die zu ihrer eigenen Forschungsfrage führt. Sie untersucht, welchen Einfluss der Berichter-

stattungskontext, in dem politische Werbung präsentiert wird, auf die Wirkung der Werbung hat. Die Autorin vermutet, dass der Berichterstattungskontext im Kontrast zum werblichen Image der Kandidaten stehen kann. Dieser Kontrast wiederum bringt Wählerinnen und Wähler dazu, sich von den solcherart beworbenen Kandidaten abzuwenden. Umgekehrt profitiert eine Partei davon, wenn Werbung und Berichterstattungskontext übereinstimmen. Dieses Phänomen ist aus dem US-amerikanischen Raum als „riding the wave“ (vgl. Ansolabehere & Iyengar, 1994) bekannt. Parteien oder Kandidaten setzen in ihrer Werbung dabei auf ein Thema, das gerade in der Berichterstattung oder in der Bevölkerung relevant ist und können sich durch die Behandlung brennender Themen stärker profilieren.

Die Autorin differenziert in ihrer Arbeit Ebenen der Übereinstimmung von Kontext und Werbung. Auf einer ersten Ebene können Werbung und Berichterstattungskontext kongruent sein hinsichtlich der Themen, die im Vordergrund stehen. Auf einer zweiten Ebene kann es Ähnlichkeiten im Hinblick auf Themenaspekte bzw. relevante Kandidateneigenschaften geben. Schließlich können sich Werbung und journalistische Beiträge in Bezug auf Bewertungen von Themen und Kandidaten unterscheiden. Ob Konsistenz zwischen Medienberichterstattung und politischer Werbung auf diesen Ebenen gegeben ist, wird inhaltsanalytisch und rezeptionsanalytisch untersucht. In der Inhaltsanalyse werden zwei Nachrichtensendungen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens (*ARD Tagesschau* und *ZDF heute*) sowie drei Tageszeitungen (*Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *BILD Zeitung*) untersucht. Gleichzeitig geht eine Vielzahl unterschiedlicher Werbemittel (Fernsehspots, Zeitungsanzeigen, Plakate) in die Inhaltsanalyse sowie in eine Rezeptionsanalyse ein. Aus der Konsistenz bzw. Inkonsistenz zwischen politischer Werbung und Medienberichterstattung in den letzten sechs Wochen des Wahlkampfes leitet die Autorin sehr gut nachvollziehbar ihre Wirkungsimplikationen ab. Die Autorin geht von zeitspezifischen Wirkungen aus, da die Kongruenz zwischen Werbung und journalistischen Angeboten über die Zeit erheblich schwankt.

Die Daten der Inhalts- und Rezeptionsanalyse kombiniert sie dann mit wiederholten Querschnittbefragungen der deutschen Bevölkerung und kontrastiert dann die Meinungen über Themen, Parteien und Kandidaten zwischen Rezipienten, die sich an Wahlwerbung erinnern und

solchen, die sich nicht erinnern. Die Logik ist: Werbeunkundige dürften nicht von Wirkungen der Werbung und des Kontexts betroffen sein, daher sollte sich ihr Antwortverhalten in vorher-sagbarer Weise von den Antworten der Werberezipienten unterscheiden.

Die vielen Möglichkeiten der Übereinstimmung bzw. Nichtübereinstimmung von Werbung und Berichterstattung auf unterschiedlichen Ebenen zu unterschiedlichen Zeitpunkten führt zu einer Fülle an Resultaten, die die Autorin stets mit Bezug zum Kampagnenhintergrund vorträgt. Beispielsweise nehmen Rezipienten der Werbung Gerhard Schröder als vertrauenswürdiger und sympathischer wahr als Werbeunkundige. Diese Eigenschaften wurden im betreffenden Zeitraum sowohl in der SPD-Werbung als auch in der Medienberichterstattung betont. In ähnlicher Weise profitiert auch die Partei von der kongruenten Thematisierung von arbeitsmarktrelevanten Themen in der Berichterstattung und in der Werbung. Im Unterschied zu Wirkungen von Kongruenz von Berichterstattung und Werbung zeigen sich aber auch Kontrasteffekte. CDU/CSU-Kandidat Stoiber profilierte sich in der Werbung als Mann der Tat, verhielt sich durch sein zögerliches Handeln während der Elbflut jedoch genau gegenteilig und wurde daher in der Berichterstattung als Zauderer dargestellt. Diese Inkongruenz zwischen seinem Image in der Werbung und dem Medienbild schadete seinem Ansehen in der Wählerschaft. Diese Ergebnisse bestätigen die vermuteten Einflüsse von Kongruenz und Inkongruenz von Werbung und Berichterstattung in Kampagnen auf die Wahrnehmung und Einstellung in der Wählerschaft.

Allerdings gab es auch eine Vielzahl von Fällen, in denen es keinen Einfluss der Kongruenz zwischen Werbung und Berichterstattung auf die Bevölkerungsmeinung gab. Zum Teil liegen auch widersprüchliche Ergebnisse vor, sprich Zeiträume, in denen man Wirkungen von Kongruenz bzw. Inkongruenz erwarten würde, aber keine auftraten bzw. Zeiträume und Situationen, in denen die Autorin keine Wirkungen erwartete, in denen aber dennoch Effekte auftraten. Daher fragt man sich am Ende, inwiefern der Haupttitel der Arbeit „Warum Wahlwerbung schaden kann“ gerechtfertigt ist und nicht eher nur der Untertitel angemessen gewesen wäre. Neben schädlichen Einflüssen weist die Autorin eine Reihe förderlicher Einflüsse des Berichterstattungskontexts auf die Werbungswirkung nach, aber vor allem

auch viele unerklärliche Effekte. Diese führt sie auf unterschiedliche Ursachen zurück: Eine der wichtigsten scheint mir dabei in der Methodik der Studie zu liegen. Die Analyse lässt unberücksichtigt, welche Rezipienten welchem medialen Angebot ausgesetzt waren. Die spezifische Mediennutzung wurde im Fragebogen nicht erfasst. Daher wird unterstellt, dass alle Werberezipienten demselben medialen Angebot ausgesetzt gewesen seien. Vermutlich – und das gesteht die Autorin auch zu – liegen aber zwischen unterschiedlichen Medienangeboten erhebliche Unterschiede in der Darstellung von Themen, Parteien und Kandidaten vor, die bei Individuen zu Unterschieden in der Kongruenz des individuell genutzten Medienangebots zur Werbung führten. Mit anderen Worten, der Auflösungsgrad der vorliegenden Analyse ist zu gering, um die interindividuelle Variation der Kongruenz zwischen rezipiertem Medieninhalt und Werbung präzise zu untersuchen und exakte Vorhersagen über Medienwirkungen machen zu können.

Darüber hinaus würde man sich vielleicht eine breitere Literaturlage im Forschungsüberblick wünschen. So hat die bisherige Forschung einige Befunde zutage gefördert, die den vorliegenden sehr ähneln, aber gar nicht berücksichtigt werden. Einige Studien untersuchen etwa, welchen Einfluss die Angemessenheit von Politikerauftritten angesichts der politischen oder wirtschaftlichen Situation auf die Bevölkerungsmeinung hat. Politiker, die etwa in Krisenzeiten ernsthaft und seriös auftreten, hinterlassen einen positiveren Eindruck im Publikum als Politiker, die in solchen Situationen zu locker und beschwichtigend wirken (z. B. Bucy, 2000). Hier stellt die politische Situation, in der Politiker agieren, den Kontext dar, der einen Einfluss darauf hat, wie ihr jeweiliges Auftreten im Publikum ankommt. Zu ähnlichen Befunden kommt die Autorin in ihrer Arbeit in Bezug auf Stoiber und Schröder. Darüber hinaus hätte die Autorin zum Beleg der Wechselwirkungen von politischer Werbung und medialem Kontext auch auf Untersuchungen aus US-Präsidentenwahlen verweisen können (z. B. Ansolabehere & Iyengar, 1994; Zhao & Chaffee, 1995; Shaw, 1999). Daneben liegen auch andere Untersuchungen vor, die sich dem Thema Werbewirkung im Programmkontext im Bereich der Konsumentenforschung widmen (z. B. Meijer & Kleinnijenhuis, 2007). Die Berücksichtigung dieser Studien hätte die vorliegende Arbeit zusätzlich bereichert und das Argument der Autorin zusätzlich untermauert.

Insgesamt hinterlässt die Arbeit dennoch einen sehr überzeugenden Gesamteindruck. Die Studie empfiehlt sich allen, die an den Wirkungen politischer Kampagnen interessiert sind, seien es Forschende oder Praktiker aus der Politikberatung. Die Autorin gibt nicht nur einen sehr spannenden Einblick in den Verlauf und die Gestaltung der politischen Kampagne der beiden Volksparteien im Wahlkampf 2002. Das Buch liefert auch sehr Lesenswertes zur Methodik der Untersuchung und Analyse von Kampagnenwirkungen von Werbung im Kontext journalistischer Angebote.

Bibliographie:

Ansola-behere, S. & Iyengar, S. (1994). Riding the wave and claiming ownership over issues. The joint effects of advertising and news coverage in campaigns. In: *Public Opinion Quarterly*, 58, S.335-357.

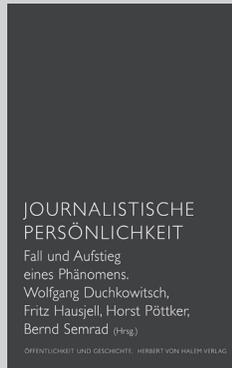
- Bucy, E. P. (2000). Emotional and evaluative consequences of inappropriate leader displays. In: *Communication Research*, 21, S.194-226.
- Meijer, M.-M. & Kleinneijenhuis, J. (2007). News and advertisements: How negative news may reverse advertising effects. In: *Journal of Advertising Research*, 47, S.507-517.
- Shaw, D. R. (1999). The effects of TV ads and candidate appearances on statewide Presidential votes, 1988-96. In: *American Political Science Review*, 93, S.345-361.
- Zhao, X. & Chaffee, S. H. (1995). Campaign advertisements versus television news as sources of political issue information. In: *Public Opinion Quarterly*, 59, S.41-65.

Christian Schemer, Zürich

Empfehlung



Herbert von Halem Verlag



WOLFGANG DUCHKOWITSCH / FRITZ HAUSJELL /
HORST PÖTTKER / BERND SEMRAD (Hrsg.)

Journalistische Persönlichkeit. Fall und Aufstieg eines Phänomens

Öffentlichkeit und Geschichte, 3

2009, 488 S., 2 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 29,50 / EUR(A) 30,20 / sFr. 49,60

ISBN 978-3-938258-82-8

Anlässlich der Emeritierung von Wolfgang R. Langenbacher (Wien) wurde im Oktober 2006 den Wechselbeziehungen zwischen Journalismus, Person und Werk nachgespürt. Davon ausgehend kommen in diesem Sammelband Autorinnen und Autoren aus Wissenschaft und journalistischer Praxis zu Wort, um den Stellenwert von Persönlichkeit im Journalismus, den Werkcharakter von journalistischen Leistungen sowie deren Kanonisierung zu erörtern.

›Journalismus‹ wird in diesem Band als spezifische Kulturleistung verstanden.

Entgegen der herrschenden Lehre erlangen dann (wieder) Personen und ihre Biografie wissenschaftliches Interesse. Dabei gilt es auch journalistische Werke als solche (wieder) zu entdecken, die alles andere als tagesgebunden sind und die deshalb nicht einfach der Literatur (und ihrer Wissenschaft) zugeordnet werden sollten.

So mag das Postulat von Max Weber aus dem Jahre 1919 eingelöst werden, dass »eine wirklich gute journalistische Leistung mindestens so viel ›Geist‹ beansprucht wie beispielsweise irgendeine Gelehrtenleistung«, damit unterschieden werden kann von den täglichen Mediendiensteleistungen – Journalismus stellt einen stabilen Eigenwert moderner Gesellschaften dar.

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de

Bei Unzustellbarkeit
bitte zurück an:

medien & zeit

Währinger Straße 29
A-1090 Wien

Erscheinungsort Wien,
Verlagspostamt 1180 Wien,
2. Aufgabepostamt 1010 Wien

