

„Gib mir Energie“. Zum Gebrauchen und Lesen populärer Texte

Hans-Otto Hügel

Zusammenfassung

Was sind Kennzeichen eines populären Textes? Wie wird er gelesen (bzw. im Fall eines Popsongs gehört) und gebraucht? Auf diese Fragen gibt der Beitrag anhand der zu einem Popsong von The Connells aus dem Jahre 1995 bei YouTube geposteten Kommentare Antworten: Populäre Texte sind allgemein zugänglich und nicht für irgendwie besondere Rezeptionsgemeinschaften oder Teilkulturen. Sie werden kognitiv erfasst, aktivieren Gefühle und machen Erfahrungen bewusst. Ihr Praxisbezug, d. h. ihre alltagsphilosophischen Funktionen, lassen ihre Rezeption als ein Gebrauchen verstehen. Das schließt verstehendes Lesen, ja explizite Verstehensbemühung als Rezeptionsweise aber nicht aus. Bei aller gegenüber hochkulturellen Texten gesteigerten Deutungskompetenz des populären Lesers und der damit gegebenen größeren Bandbreite für individuelle Rezeption bleibt der Gebrauch und das Verständnis aber rückgebunden an den Text: Die Rede vom populären Rezipienten „als Alleinherrscher“ (Zillmann, 1994, S. 42) über die ästhetische Bewertung des populären Textes erweist sich als nicht stichhaltig. In einem zweiten Teil werden die unterhaltungstheoretischen und historischen Voraussetzungen einer solchen Funktionsbeschreibung populärer Texte erläutert und auf den Begriff gebracht.

Abstract

What characterises a popular text? How is it read (or, in case of a pop song, listened to), and how is it used? This article gives answers to these questions on the basis of comments that were posted to a 1995 pop song of The Connells on YouTube: Popular texts are generally accessible for everybody and not only for special reception-communities or culture-segments. They are understood by cognition, activate emotions and make aware of experiences. Their practical relevance – which means their everyday life-philosophical functions – makes us understand their reception through usage. But this usage does not exclude the reading with comprehension, and even explicit efforts for understanding. Although compared to high culture texts the increased ‚competence of interpretation‘ of the popular reader results in a larger scale of individual reception, the use and understanding remains bound to the text. To speak of the popular recipient as the sole ruler (vgl. Zillmann, 1994, S. 42) who values the aesthetics

of a popular text turns out as not valid. In a second part of the text the theoretical and historical assumptions concerning entertainment of such a functional description are exemplified and defined.

1 Faszination des Populären

Vor einiger Zeit hörte ich im Autoradio auf einem Oldiesender 74–75 von den Connells. Ein One-Hit-Wonder aus dem Jahre 1995; eingängig, ohne großen musikalischen oder sprachlichen Aufwand; vor lauter Wiederholungen weiß man fast nicht, was Refrain und was Strophe ist. Und auch vom Sound her sticht der Song durch nichts aus dem Verkehrsfunk-Angebot heraus.

Ich hatte mein Ziel erreicht, war just in time, blieb aber trotzdem sitzen und hörte dem „seventyfour-seventyfive“, dem „I was the one“ und dem „I’ll be better“ zu. Warum?

Es war nicht der Song allein, der mich zu einer kurzen Pause in meinem Alltag bewog. Das Video aus den 1990ern war mir in Erinnerung geblieben; auch es einfach, geradezu simpel, aber – wie der Song – eindringlich, vor allem, sich sofort erschließend: „Ja, die singen von 74–75, unser Abi war ja noch zehn Jahre früher, mein Gott wie die Zeit vergeht, wie alt bin ich – und jetzt?“ dachte ich.

Mit diesen alltagsphilosophischen Sentimentalitäten befand ich mich bei der Bedeutungsproduktion in guter, in der allerbesten Gesellschaft; denn ich teilte sie mit der überwiegenden Mehrheit der Hörer. Dieses gute Gefühl, Teil einer gleichsinnigen Rezeptionsgemeinschaft zu sein – und das macht ja vor allem die Faszination der Teilhabe an massenmedialer Kommunikation aus (während personale Kommunikation stets unter dem Vorbehalt steht, getäuscht zu werden) – hatte ich schon beim Zuhören im Auto; es bestätigte sich, als ich wenig später bei der Vorbereitung auf diesen Vortrag am 15. August 2009, mich bei YouTube informierte und u. a. folgende gepostete Kommentare zu dem von Irickyutah (36, USA) am 4. 11. 2006 eingestellten Video fand:

purplepidgeon (20, Rumänien)
Nostalgic..

sknipas89 (19, Griechenland)
god this song is sooo beautiful!!its sad though,thinking that this would be us in some years!!!some may even not be there!!!and the years go by soooo fast ...

siorac75 (34, Ungarn)
Ohh its not funny at all, I am 34 and this video grabs my heart every time I watch it ... For me it is about how quickly time passes by..... :(((I wanna stay young forever ...

CyneWa (28, Ungarn)
I wonder how the younger generation will look at us, how will they treat us. It's very strange life how is passing by ... I am 28 now and in May I am going to 10th anniversary of our graduation ... This song touches my heart

apintofguinness (20, Großbritannien)
Yeah man u hit the nail on the head there. Im still fairly young, 20, but I still remember the days when I was 13, fresh in highschool, naive and no experience in life at all.. At that time i thought 18, 19, 20-year-olds were ancient. Now i am ancient.. Time really flies ...

Poortypopper (20, Norwegen)

nostalgia is a great feeling ^^ and this song is just beautiful.. no words to describe it.

thesungoesdown50 (52, Großbritannien)

In 74 and 75, I was 18–19 respectively. Im now 52–53. I think I will go away now and Top myself after watching this.

thesungoesdown50 (52, Großbritannien)

Listen to Words of wisdom from a 52 year old. Youth is a mask and it wont Last, so live it long and live it fast. I know, as youth, was once a friend of mine.

josieldeassis (41, Brasilien)

Try to imagine those people by now more 16 years older!

1.1 Alltagsphilosophie, Mainstream und allgemeine Zugänglichkeit

1.1.1 Funktionen des populären Texts I:

Anlass zu kognitiven Äußerungen, Aktivierung von Gefühl, Bewusstwerden von Erfahrungen

Die Erfahrung der Zeitlichkeit des Menschen ist selbst in der knappen Auswahl, die dieses Thema herausfiltert aus den ca. 2.500 Kommentaren von vier Monaten, keinesfalls eindimensional gefasst. (Länger als vier Monate hatte damals YouTube bei diesem Song die Kommentare der ca. 2,2 Millionen Nutzer nicht gespeichert. Heute am 28.08.2010 sind nach ca. 3,4 Millionen Aufrufen insgesamt 3.329 Kommentare aus den letzten drei Jahren einzusehen.) So wird Erfahrung der Zeitlichkeit mal ganz neutral vorgestellt: *nostalgic* (purplepidgeon, 20, Rumänien); *Now i am ancient.. Time really flies ...* (apintofguinness, 20, Großbritannien); *Try to imagine those people by now... ..more 16 years older!* (josieldeassis, 41, Brasilien), mal wird sie als traurig interpretiert: *this video grabs my heart every time I watch it... For me it is about how quickly time passes by....* (siorac75, 34, Ungarn) aber auch als gemischtes Gefühl als traurig und schön-traurig genossen: *nostalgia is a great feeling ^^ and this song is just beautiful.. no words to describe it.* (Poortypopper, 20, Norwegen)

Aktivierung von Gefühl ist weder die einzige, noch die bestimmende Reaktion, wozu die Connells Anlass geben. Eher kognitiv einzustufende Einfärbungen des Zeitlichkeits-Themas finden sich im gleichen Maße. So führt die Rezeption des Songs, des Videos auch dazu, sich seines jetzigen Alters bewusst zu werden: *I am 28 now* (CyneWa, 28, Ungarn), *Im still fairly young*, 20 (apintofguinness, 20, Großbritannien); *Im now 52–53* (thesungoesdown50, 52, Großbritannien). Zuweilen wird dieses Bewusstsein des eigenen Alters mit der Klage über den Verlust der Jugend verbunden: *:((((I wanna stay young forever ...* (siorac75, 34, Ungarn). In einer elaborierten Variante sehen sich die Hörer durch den Song sogar angeregt, das Verhältnis der Generationen zu reflektieren: *At that time i thought 18, 19, 20-year-olds were ancient* (apintofguinness, 20, Großbritannien) oder die altersbedingt unterschiedlichen Aufgaben des Men-

schen zu betonen: *Youth is a mask and it wont Last, so live it long and live it fast. I know, as youth, was once a friend of mine* (thesungoesdown50, 52, Großbritannien).

Alltagsphilosophisch können solche Äußerungen nicht wegen ihrer geringen Tiefe, sondern wegen ihrer Spontaneität genannt werden. YouTube, als jedermann mit geringen (finanziellen und energetischen) Kosten zur Verfügung stehendes Vermittlungs- und Äußerungsmedium, passt sich perfekt ein in die bei populären Texten kulturell üblichen Rezeptionsgewohnheiten. Der populäre Text ist nicht nur ein kurzer – jedenfalls ein in kurzen Schüben zu rezipierender Text – er ist auch, und das vor allem, ein schnell und das heißt eben auch, ein spontan zu verarbeitender Text, der keine Vorbedingungen, keinen besonderen geistigen Aufwand für eine zufrieden stellende Rezeption verlangt. Die Spontaneität der Rezeption zeigt sich in den Kommentaren nicht nur im hochkulturelle Schreibgewohnheiten gezielt missachtenden Gebrauch von Rechtschreibung und Grammatik – darauf und auf die darin liegende Eigenwilligkeit des Populären hat ja besonders Fiske (1997, S. 69–74) aufmerksam gemacht – sondern auch in den Formulierungen selbst, etwa wenn jillannscott (35, USA) sich bewusst wird, dass er bei seiner Einlassung ein wenig die Linie verliert: *i wonder, too – i guess they'll [the younger generation] look at us like we used to look at old people – we don't understand when we're really young, then as the years go by, we begin to understand – um, it made more sense before i started to type this ...*; Die Spontaneität, nicht Einfachheit, der Äußerungen, ist nicht nur Resultat des Verbreitungsmediums, sie ist vor allem auch Reflex der Allgemeinheit des Textes: *everyone can relate to it*, schreibt fashion30mb (30, Marokko) mit Blick auf die gemischte Empfindungen auslösende Nostalgie des Songs.

1.1.2 Funktionen des populären Textes II: Allgemeinheit der Rezeption

Allgemeinheit, besser allgemeine Zugänglichkeit des Textes und Allgemeinheit der Rezipienten bedingen einander. Ein Text, der nur bestimmten Lesern etwas zu sagen vermag, wird nicht populär sein. Das heißt nicht, dass der populäre Text – so wie 74–75 – stets stilistisch im Mainstream angesiedelt sein muss, auch wenn die allgemeine Zugänglichkeit des Populären den Mainstream zum Kernbezirk werden lässt. Daher scheitert jede Bemühung von Poppropheten¹,

1 Für Poppropheten besteht zwischen Pop und dem Mainstream-Pop der Kulturindustrie ein radikaler Gegensatz: In dem programmatischen Artikel zu der von ihm mit herausgegebenen Zeitschrift *Testcard. Beiträge zur Popgeschichte*, zieht Büsser (2001) die Grenzlinie: „*Testcard* [...] beschäftigt sich vorwiegend mit genau jenem Strang ‚dazwischen‘, nämlich mit einer Popkultur als letzter verbliebener Avantgarde, die einerseits niemals wirklich Pop war in dem Sinne, wie Frank Laufenberg oder Dieter Gorny das Wort Pop verwenden, die sich aber auch nie der Hochkultur zugehörig gefühlt hat [...]“ (Büsser, 2001, S. 44) Dieser avantgardistische Pop ist gut, weil sub-

das Populäre als das ganz Besondere, das eine kulturelle Elite lebt und schätzt, auszugeben: „Popkultur als [...] Avantgarde“ (Büsser, 2001, S. 44).

Selbstverständlich lässt sich in jeder Sprache, in jedem Stil Populäres formulieren; und ebenso selbstverständlich ist die durch die Rezeption des Populären vermittelte Exklusivität ein nur scheinbares, ein nur subjektiv von der Norm abweichendes Lebensgefühl – wie Grossberg (1983, S. 20) schon vor 25 Jahren am Beispiel des Rock’n’Roll erläuterte:

„Der Affekt des Rock and Roll bewirkt, daß seine Anhänger in einem konkreten Kontext das Gefühl des Anderssein haben, obwohl sie innerhalb der Hegemonie leben. Rock and Roll ist eine Kunst von ‚Insidern‘, deren Funktion darin besteht, daß sich seine Zuhörer als ‚Outsider‘ empfinden.“

Solch scheinhafte Exklusivität ist jedoch kein Massenbetrug; sie erscheint nur dem als solcher, der dem Populären eine zu schwere Bürde auflädt, die Bürde des Ernstes.

Gegen die Einsicht, Teilhabe an populärer Kultur und Teilhabe an exklusiven Teilkulturen schließen sich aus, lässt sich einwenden – wie es einige Kultursociologen² auch tun – dass die stilistische Vielfalt im Populären Signum für unterschiedliche Lebenseinstellungen ist. Allerdings fragt sich dabei, ob mit solchen Stildifferenzen auch kulturelle Unterschiede, also Differenzen bei der Formulierung von Normen und Werten, zusammen gehen. Ein empirischer Nachweis hierfür ist, zumindest bei Lebensstil-Szenen, nicht gelungen (s. Hitzler, Bucher & Niederbacher 2001). Sicher sind Lebensstilszenen etwas anderes als (populäre) Teilkulturen und es mag ja sein, dass irgendein Punker andere Werte lebt als z. B. irgendein Schlagerfan. Fraglich ist nur, liegt das am Populären, das in beiden Teilkulturen vorhanden ist, und korreliert eine solche Wertedifferenz generell mit den differenten ästhetischen Eigenheiten von Punk und Schlager?

Zugehörigkeit zu einer bestimmten Teilkultur und allgemeine Zugänglichkeit schließen sich nicht aus. So kann selbstverständlich ein populärer Text (etwa *Der Neger* von B-Tight) innerhalb einer Teilkultur (etwa Hip-Hop-Szene in

versiv oder weil er (wie die Kunst) „ein kulturelles Feld der ‚Unbefugten‘ sein kann, die frei von jeglicher Anbindung an etablierte kulturelle Normen, gerade deshalb avantgardistisch verstörend wirken können, weil sie sich strukturell einer Vereinnahmung entzogen haben“ (ebd., S. 44 f.). Ähnlich wie Büsser sieht auch Klein (2005, S. 44) im Mainstream das Gegenteil von Pop: „[N]icht jeder der Popmusik macht, muss zwangsläufig Pop sein, d. h. Pop leben. Britney Spears, die zentrale Figur des Mainstream-Pop der 1990er-Jahre, ist dafür ein gutes Beispiel.“

- 2 Vgl. Klein (2005, S. 46): „Pop als Lebensweise veranschaulicht den Unterschied zur populären Kultur [d. i. für Klein: „Alltagskultur“, die alltägliche „Kulturpraxis eines Großteils der Bevölkerung“ ebd. S. 44]: Pop als Lebensstil meint eine Art zu denken und zu fühlen, zu leben und auch zu sterben [...]“. Am Beispiel des HipHop verdeutlicht sie: „HipHop ist eine Lebensform, ein Identitätsversprechen, das sich nur dann erfüllt, wenn man sein Leben dem HipHop verschreibt, so die zentrale Aussage. Der Text [des Heidelberger Rappers Torch] erscheint deshalb als glaubwürdig, weil er an die Ursprungserzählung des Pops anknüpft, die Pop als Lebensstil kennzeichnet [...]“ (Klein, 2005, S. 51).

Berlin) besondere Aufmerksamkeit erhalten und in ihr bevorzugt werden. Solche Affinität, die sich auch in Rezeptionsstatistiken niederschlägt, verhindert aber weder ihre allgemeine Zugänglichkeit (s. den Erfolg von B-Tight und anderen Artisten des Aggro Berlin-Labels), noch nicht einmal (s. Bushido) ein Hinübergleiten in den Mainstream.

Auch aus der Geschichte der Populären Kultur lassen sich – so sehr uns die von der Kulturindustrie beständig hochgespielten Stilantagonismen dazu verleiten – keine Argumente entwickeln für die Existenz einer außerhalb der hegemonialen Kultur stehenden und agierenden Populären Kultur bzw. populären Teilkultur. Gewiss haben in bestimmten Phasen unserer Kulturgeschichte Rezipientengruppen sich antagonistisch zu einander gestellt und gerade in ihren Vorlieben zu stilistisch unterschiedlichen populären Texten den Grund für ihre Gegnerschaft gesehen; bis heute ist ja etwa unter den Schlagerfreunden eine gewisse Wagenburgmentalität verbreitet, auch wenn sie sich allmählich unter dem Eindruck stilistischer Crossover-Produktionen auflöst. Und ähnlich standen sich Jugendkultur und Erwachsenenkultur von den 1950ern bis in die 1970er und darüber hinaus einander antagonistisch gegenüber und begründeten dies mit der Zugehörigkeit zu unterschiedlichen populären Kulturen („die langen Haare! Affenmusik“ – „die Spießer! Keine Ahnung, was modern ist!“). Dass populäre Texte zum Austragen solcher Gegnerschaften benutzt wurden, sagt aber nichts über ihren populären Charakter aus; genauso wenig wie die sog. Religionskriege des 17. Jahrhunderts sich mit dem Charakter der Religionen begründen lassen.

1.1.3 Funktionen des populären Texts III:

Massentauglichkeit, Alltäglichkeit, Multifunktionalität

Jedermann zu betreffen und für jedermann schnell und ohne Aufwand zugänglich zu sein, heißt aber nicht, dass das Populäre sich sozusagen automatisch (aus unmittelbarer Ansprache des Sozialen, der Alltagssituation) Eingang in die Vorstellungswelt des Rezipienten verschafft oder nur aufs Eingängige festgelegt ist. Populär sein, verlangt nicht – auch nicht innerhalb einer populären Teilkultur – auf einen bestimmten Stil oder eine bestimmte Sprechweise sich festzulegen. Zwischen den Beatles und den Stones gab es – auch wenn sie zuweilen ihre stilistische Entwicklung parallel führten – durchaus Unterschiede. In eine neue Platte der Stones musste man sich, anders als bei einer der Beatles, erst einhören. Das hat die Stones aber nicht aus der Populären Kultur herausgelöst: denn nach zwei-, dreimaligem Hören hatte man sich eingehört. Der Aufwand für ein angemessenes Verstehen, einen angemessenen Gebrauch war bei den Stones zwar größer als bei den Beatles, aber nicht wirklich bedeutend und er wird bei keinem populären Text groß sein; wie gerade der breite Erfolg des Hip-Hop oder des Gangsta-Rap zeigen. Und allgemeine Zugänglichkeit hat auch nicht notwendig Platitude, Bedeutungslosigkeit oder Sinnleere zur Folge. Allgemeine Zugänglichkeit heißt nicht einmal, dass jedermann den populären Text sofort und in Gänze zu verstehen hat. Sogar ein Text des Mainstreams, wie das Lied der Connells, kann erklärungsbedürftig sein.

Die Grenzen des Populären liegen daher nicht bei und zwischen bestimmten Stilen, sondern dort, wo nur bestimmte Rezipienten angesprochen werden. So ist *Die kleine Raupe Nimmersatt* kein populärer Text, sondern ein Kinderbuch – so groß sein Erfolg ist und so vergnüglich es für uns Erwachsene ist, wenn wir es vorlesen oder gar für uns selbst durchblättern. Hingegen ist Tokio Hotel selbstverständlich eine populäre Band; auch wenn sie gezielt auf jugendliche Fans ausgerichtet ist und ein Erwachsener als bekennender Tokio Hotel-Fan unter anderen Erwachsenen auf völliges Unverständnis stößt, sind ihre Songs Bestandteil des populären Mainstreams und fallen nicht weiter im Programm der Massenmedien auf.

Die allgemeine Zugänglichkeit des populären Textes begründet seine Offenheit und Multifunktionalität, seine Massenhaftigkeit und Alltäglichkeit. Die Zugangsweise des Populären ist weder durch eine bestimmte Klasse von Rezipienten noch durch bestimmte psychologische Funktionen begrenzt und seien diese noch so allgemein – etwa als Identitätsmanifestation oder Eskapismus – gefasst. Das Populäre braucht keine bestimmten Anlässe, damit es kommuniziert wird. Und daher scheint es mir gerade hier in einem medienpsychologischen Kontext wichtig zu sein, darauf hinzuweisen, dass der populäre Text gerade nicht darauf zielt, Bedürfnisse zu befriedigen; denn Bedürfnisse sind stets bestimmte und notwendige Bedürfnisse; und beides, das Notwendige und das Bestimmte, läuft dem Populären zuwider. Denn: Würde das Populäre (spezifische) Bedürfnisse befriedigen und seien sie noch so weit verbreitet, dann wäre es eben auf diese ausgerichtet und folglich nicht mehr fähig, *that everyone can relate to it* (Fashion30mb, 30, Marokko).

1.2 Praxisbezug und individuelle Ansprache – populäre Texte als Gebrauchstexte

Obwohl die YouTube-Nutzer, Kenner des Populären, die sie sind, die Allgemeinheit und die allgemeine Zugänglichkeit des Songs und des Videos der Connells herausstellen, belassen sie es bezeichnenderweise aber nicht bei eher abstrakten alltagsphilosophischen Attitüden, wie auch ich sie, geschult durch Kunstrezeption, geradezu automatisch einnahm. Sie legen vielmehr eine durchaus praktische Haltung an den Tag. Die Kommentare scheinen geradezu ein gezieltes Bemühen mitzuteilen, dem populären Text mehr abzugewinnen als Alltagsphilosophie. Ist bei dezimma85 (24, Deutschland) ein Praxisbezug als eine Aufforderung zur Reflexion, zum Überprüfen des eigenen Lebens nur mittelbar spürbar: *Ein verdammt guter Song den ich schon in meiner Kindheit sehr geliebt habe, ein Song der nachdenklich macht ob man sein Leben richtig angefangen hat, richtig gelebt hat...*, so bekommt bei geilesoepkip (17, Belgien) solches Sinnieren schon einen fast trotzigsten Aufforderungscharakter: *I'm still quite young now (17) This song makes me depressive, thinking that later i won't be what i am now. There is a whole life in front of me, but i want to live it like i live it now... Only thing i can do is enjoy living now, and wait what will become of me later*. Gerade weil sich hier der Anwendungsbezug merklich nur mühsam

durchsetzt gegen das, was der musikalische Text vermeintlich dem User zu sagen scheint (depressiv machende Vergangenheitsschau), wirkt der Wunsch nach einer praktischen Sinnstiftung des Hörerlebnisses umso überzeugender. Einen Schritt weiter in Richtung Lesen des populären Textes als Praxis-Aufforderung geht imzoyo (36, Vereinigte Arabische Emirate). Er (oder sie) lehnt die Auffassung ab, der Song sei traurig; vielmehr wird sein Realitätsausdruck unterstrichen: *I think this song is not sad at all, Thats based on reality* – und daraus wird dann die Aufforderung abgeleitet: *One should be strong enough to face the fact that one day we gonna be all old, thats the only way to acheive long life*. Und Wakka12321 (22, USA) empfiehlt geradezu das Hören von Popsongs als Heilmittel, wenn er auf siorac75 (34, Ungarn), der klagend aufschreit: *I wanna stay young forever*, repliziert: *Then you should listen to „Forever Young“ by Alphaville*).

Erlaubt es solch ein Praxisbezug einerseits, die Rezeption des populären Textes als Gebrauch zu bezeichnen und damit eine seiner zentralen Funktionen und Eigenheiten in den Blick zu nehmen, so ist andererseits festzuhalten, dass dieser Gebrauchsbezug in keiner der Äußerungen ungebrochen formuliert wird. Bei allen Kommentaren lässt sich auf die eine oder andere Weise auch beobachten, dass zwischen Praxisbezug und Textwahrnehmung eine Lücke bleibt; bei Wakka12321 (22, USA) etwa durch die erkennbare Ironie, mit der er/sie Alphaville als Medizin verordnet. Gewiss ist Rezeption des populären Textes ein Gebrauchen und gewiss liegt es den Usern stets nahe, einen Alltagsbezug herzustellen; aber ebenso gewiss bleibt die Rezeption des Populären ein Lesen, das eine ästhetische Erfahrung und nicht nur eine praktische darstellt.

Eng verbunden mit der Erfahrung der Zeitlichkeit des Menschen ist die Erinnerung an die eigene Vergangenheit. Während das Auffassen des Zeitlichkeitsthemas auf abstrakt zu nennende Beobachtungen zielt, sind die vom Song angeregten Erinnerungen eher konkret: KORNBG (28, Bulgarien): *:) i remember when i was a kid and listen to this song :) damn aamaaaazing ;)* oder modeltheblonde (k.A.): *This song brings back so many good memories. When my parents were together they used to play this on tape on our family holidays to Wales in the mid 90's, it brings tears to my eyes everytime I hear it*. Daher individualisieren diese Erfahrungen den Hörer. Entsprechend sind die Kommentare nur formal zu verstehen; was genau erinnert wird, entzieht sich dem Verstehen der anderen Besucher der Website; und zwar um so mehr, je genauer und weniger allgemein die Erinnerung ist: Tekn5 (38, Deutschland): *wenn ich das lied hör muss ich an meine ex denken*.

Auch wenn es bei solch individualisierter Lektüre des Popsongs vorkommt, dass der User den Song zum Anlass nimmt, sich in das Labyrinth seines Lebens zu begeben, in das ihm niemand folgen kann, ist – selbstverständlich – auch ein solcher Gebrauch legitim: ArghBlahr (26, Norwegen): *Yeah i know... Im only 26 now, but I really feel age creeping up on me. And i regret dumping the only woman Ive ever loved, just because of horniness, lol. Fuck me. And Im drunk at that*.

Kann in diesem Fall noch von Rezeption gesprochen werden, da das Thema ‚Erinnerung‘ eine einsichtige Klammer abgibt, die den individuellen Gebrauch

an den populären Text zurückbindet, wird in anderen Fällen ein solches Zurückbinden der eigenen Bedeutungsproduktion an den massenmedialen, populären Text missachtet. Der Song bzw. das Video wird dann nur als Anlass zu freier Assoziation genommen: Spankabuttux (34, UK): *I love this song! Don't take this the wrong way, but everyone in this video looks very Christian, is this a Christian song? And if so check out Mary's Prayer by Danny Wilson, a song I assume is Christian. If I'm right I must have Christiandar ...*

Solch freies Assoziieren ist kein Gebrauchen des populären Textes mehr. Gewiss hat der Rezipient beim populären Text ein höheres Maß an Auslegungs- und Nutzungskompetenz als in der Hochkultur, da im Populären die Vermittlungs- und Deutungsinstanzen (Kritik, Bildungsinstitutionen, Selbstausslegung der Text-Produzenten) vergleichsweise geringere Bedeutung haben. Schließlich regelt der kulturelle Markt die Bedeutung eines populären Textes auf dem Weg von Aushandlungsvorgängen, auch wenn die Marktteilnehmer nicht alle gleichberechtigt sind, sondern (wie auf jedem Markt) die Produzenten, allein schon weil sie stets die Vorgabe machen, sozusagen ein Aufschlagsrecht haben. (Dass der kulturelle Markt Bedürfnisse der Rezipienten oder der Kunden erfüllt und daher auf diese bezogen ist, ist im Populären wie im Ökonomischen eine Irrlehre.) Allerdings gibt es Grenzen beim Aushandeln von Bedeutung, wie bei allen (Aus-)Handelnsvorgängen. Werden sie überschritten, entfernt sich der Rezipient aus dem vom Text und Kontext gespannten kulturellen Horizont. Der Rezipient ist eben nicht, und das ist gegen die Lehre des Medienpsychologen Zillmann festzuhalten, „Alleinherrscher“ (1994, S. 42), der über den Text frei verfügen kann und darf. Er ist vielmehr ein durchaus eingeschränkter Souverän. Überschreitet er die Grenze dessen, was durch Text und Kontext gedeckt ist, bekommt er das umgehend zu spüren. Wie in diesem Fall, wenn die Community der Website-Nutzer prompt den freien Assoziierer auf den Text zurück verpflichtet. MOSESCAT69 (39, UK): *don't be silly and bring religious conatations into a smashing song. It is about class 74/75. I was class 85/86 (Thank god i am not on video, my hair!!!!). It is a lovely, nostalgic song, looking back and looking to the present. One of my favourites.*

Ähnlich wird auch die merkwürdige Gewalt-Assoziation von lullo456 (k. A., Belgien): *It's an awesome song, but it makes me think of all the violence in the world, it makes u really sad in some way* umgehend durch Moderaten031 (19, Schweden) zurück gewiesen: *I couldn't agree more on that, but it's still a wonderful song. For some reason, many of the most wonderful songs I know tend to make me sad.*

1.3 Kollektivierung, Kennerschaft und Community

So enge Grenzen der populäre Text einem individuellen Gebrauch und gesucht ausgefallener Deutung steckt, so sehr öffnet er sich für kollektive Bedeutungen und Nutzungsweisen; ja es scheint, dass sich in solchen Funktionen seine besondere Stärke zeigt. Indem ein Hörer sich auf seine Hörbiografie bezieht, ordnet er sich etwa in eine Generation ein, die gleiche Medienerfahrungen –

forzaminardi (k.A., UK): *This was on constant rotation on VH1 back in the day* – oder einen Geschmack teilt: lumixcamfan (Deutschland, 29) *normally i hear metal lke slipknot, but i like this fucking song so much* 74–75 ... Lavanya333 (Deutschland, 21) *oh yes ... like me ^^ normally i hear things like Marilyn Manson, Him, etc. i love this song !*.

Solch kollektivierende Funktion kommt selbst dann zum Vorschein, wenn scheinbar dem Generationsbezug widersprochen wird: chelly9816 (k.A., Deutschland) *ich bin wahrscheinlich hier einer von wenigen jungen leuten die solche musik noch zu schätzen wissen!!(bin 15^^)*.

Da die Zeitzugehörigkeit des Popsongs ihm immer eingeschrieben bleibt, wird aus dem Hören und Wiederhören ein Akt kollektivierender Identitätsbestimmung. Nicht nur, weil der Hörer sich einer spezifischen Geschmacksgemeinschaft zuordnet (etwa denen, die Oldies mögen), sondern weil er zugleich sich und seine Generation zum Popsong hin verortet, in diesem Fall als zeitlich fernstehend begreift: *ay men im born in 1994 but i love oldies ... oh, i think i can't imagine what a damn good feeling it must have been [in] this time ...* (SizilianoMafiosi, 14, Deutschland) oder in einem anderen Fall sich mit ihr zeitlich identifiziert: *I was 15 when i saw them in concert at a park in louisville, cherokee park it was 199 something. I miss the 90's :)* (lordtalon69, 30, USA).

Die Zeitzugehörigkeit des Popsongs schafft nicht nur die Basis für die generationsmarkierende Funktion des populären Texts, sondern gibt auch Gelegenheit, besondere Kennerschaft zu zeigen. Die historisch zutreffende Einordnung verlangt ja Kennerschaft, was sich nicht zuletzt bei Fehleinschätzungen zeigt. Etwa: lisashenmaid (19, Großbritannien) *i always thought this song was really old like from the 70s haha...but its – early 90s*. Beim Populären Kennerschaft zu erlangen, ist im Vergleich zur Hochkultur relativ einfach und steht, das ist eine Folge der leicht und schnell erreichbaren Verstehbarkeit, jedem offen. Ja gerade in der Möglichkeit, schnell und leicht vom Novizen – wie die Forschung (vgl. Göttlich & Krischke-Ramaswamy 2003, S. 170) die neu in ein kulturelles Feld Eintretenden nennt – zum Kenner zu avancieren, liegt ein Stück weit der Reiz und die Funktion des Populären; und daher tritt das Populäre auch fast stets seriell auf oder arbeitet mit Varianten, Wiederholungen oder gar Versatzstücken. Um seine Kennerschaft auszustellen, gibt es – selbstverständlich – ein breites Spektrum. So outet ludo281160 (48, Belgien) sich schon als Kenner, indem er die hervorstechende, die historische Qualität der Connells unterstreicht: *Rather 70*ies raven797, but such a nice song! It was in 1994 one of the only songs that gives *rest* in all that *bunk-bunk -bunk* of then, I remember :-)*.

Da Kennerschaft beim Populären zu äußern selbstbezogen orientiert ist, denn sie zielt darauf, sich die eigene Lesekompetenz zu bestätigen, ist es heikel, öffentlich seine Kennerschaft hervorzuheben – schließlich besteht das Publikum des Populären aus Gleichen und kennt keine Kritiker-Leser- oder gar Lehrer-Schüler-Verhältnisse. Daher betreibt ColorsBright (27, USA) ein raffiniertes Spiel mit einem anderen Titel der Connells, als er seine musikalisch wertende Einschätzung mit einem Hinweis auf das Sammelstück untermauert und damit

zugleich sich selbstironisch der Angeberei bezichtigt: *This is one fantastic 90s song that deserves the word „underappreciated“ music is beautiful. I have a connells single (i think its for slackjawed) that has an acoustic version of this.* Beim Posten mit dem Ziel, einen Nachweis besonderer Kennerschaft zu führen, wird darauf geachtet, sich damit nicht aus der Community auszuklinken. Und so beendet ludo281160 (48, Belgien), als er nach sechs anderen Posts zu einer zweiten, ausführlicheren Erläuterung ansetzt, in der er die Medienreflexivität der populären Texte perfekt mit einer Identitätsformulierung verbindet, seinen Eintrag auch mit dem rituellen Dank an irickyutah (36, USA), der das Video ins Netz stellte: *No, I think this is a song that was a hit in 94–95 and then were the 70ies (74–75) at a 20 years gap *in/popular* again :-)* *Later on (2000–2006) the 80ies and now in 2009–2010... the 90*ies : means the younger generation appreciates the mama's and papa's songs....only a gap of 20 year! Thank you for sharing, for me it is already a double gap of 20 years :-)) Very nice song! And certainly not sad at all!*

Der populäre Rezipient ist tolerant und weiß, dass die Mitglieder seiner Community es auch sind; daher ist es kein Problem, einer Interpretation hart und ohne große Begründung zu widersprechen (*not sad at all*). Der Verzicht auf eine Begründung der eigenen Auffassung ist nicht nur möglich, sondern sogar notwendig, um den populären Charakter der Kommunikation im Medium YouTube hervorzubringen; denn würde der Kennerschaftsnachweis, das ästhetische Urteil elaboriert begründet, würde sich der Urteilende außerhalb der Gemeinschaft der populären Rezipienten stellen. Im Populären finden – anders als Fiske (2000, S. 23) oder Hall es sich vorstellen – kein „Kampf im Diskurs“ (1999, S. 110) um symbolische Bedeutungen statt³, jedenfalls nicht innerhalb des sich unterhaltenden Publikums. Andernfalls würde die populäre Kommunikation das verlieren, was sie auszeichnet: ihre Leichtigkeit. Und wenn in Internetforen einmal hart und erbittert um Textbedeutungen gestritten wird (etwa in den Links des Fanforums ‚fanlorebeta‘ auf der Seite ‚Racefail'09‘ (Fanlore, 2012) zum angeblichen Rassismus von SF-Texten), dann wird dadurch das Feld des Populären verlassen; denn dieses ist nicht dauerhaft begrenzt durch lokale oder institutionelle Grenzen oder exklusiv auf bestimmte Medien oder Orte beschränkt – genauso wenig wie das der Kunst oder der Hochkultur.

3 Fasst man populäres Lesen als Widerstand gegen die semiotische „Macht der Herrschenden im Kapitalismus“ (Fiske, 2000, S. 23), dann betrachtet man den Prozess kultureller Kommunikation nicht aus der Sicht der Rezipienten, sondern nimmt eine übergeordnete Perspektive sozialpolitischer Wirksamkeit ein. Kein populärer Leser wird sein Tun aus einem „Wunsch der Unterdrückten“ motiviert sehen: „Semiotischer Widerstand rührt vom Wunsch der Unterdrückten her; die Kontrolle über die Bedeutungen in ihrem Leben auszuüben, eine Kontrolle, die ihnen typischerweise in ihren materiellen sozialen Bedingungen verweigert wird.“ (ebd.)

Vgl. ähnlich Fiske (1993, S. 15) oder Hall (2000, S. 101): „Worüber wir sprechen ist der Kampf um kulturelle Hegemonie, der in diesen Tagen in [!] Raum der Politik des Kulturellen [...] geführt wird [...]“.

1.4 Explizite Verstehensbemühungen und beiläufig vorgetragene Begeisterung

Die bisher angeführten spontanen Kommentare erfassen – sofern sie sich auf die Bedeutung von Song und Video einlassen – diesen nur im Groben. Sie bringen eher die im Hörer bzw. Betrachter anklingende Stimmung zum Vorschein. Selbstaussagen dominieren, der Song scheint mehr Anlass und Ausgangspunkt, denn das Ziel der sprachlichen Bemühung zu sein. Allerdings findet sich auch eine Reihe von Kommentaren, die sich explizit mit dem Sinn des Songs beschäftigen. So fragt AngusOnkel (41, Dänemark) *I'm not english speaking and with less hearing.... Soo.... Can somebody tell Me what the Song is about ? Can't find any decription anywhere....* Während er auf seine umfassend gestellte Frage (bezeichnenderweise?) keine Antwort bekommt, werden Fragen nach dem Refrain oder dem Titel prompt beantwortet. So fragt Hisel2 (23, Russland): *Guys, can somebody explain me the meaning of the first line int shorus? „I was the one who let you know, I was your sorry-ever-after. '74-'75“ The last part of this is totally misunderstanding – und erhält umgehend die Antwort von lemmonleikko (20, Finnland) It's a play on an idiom, I suppose. Fairy tales often end with the sentence „they lived happily ever after“, and that has resulted in calling somebody's (presumably) life-long love his/hers „happy-ever-after“. So make up the idea of „your sorry-ever-after“ from that – it's quite interesting a line.*

Gepolt zu sein auf Leichtigkeit und Schnelligkeit und die damit kompatiblen Funktionen wahrzunehmen, bedeutet also nicht, dass beim populären Text auf Verstehensbemühungen verzichtet wird. Der populäre Hörer ist auch bereit, sich vom Text, vom Song bzw. Video etwas sagen zu lassen, was er nicht sofort, d. h. aus sich, aus seiner Lebenssituation heraus zu assoziieren oder zu äußern vermag! Jedenfalls fragt er (zuweilen) bei YouTube nach und erfährt dann beispielsweise, dass in 74–75 gerade nicht die Jugend- und Highschool-Zeit verherrlicht wird, sondern dass die Connells aus einem besseren Heute und für eine bessere Zukunft die als schlecht erlebte Vergangenheit Revue passieren lassen. Dieser bei genauem Zuhören erfassbare Sinn kommt bei den Hörern durchaus an. So erinnert sich JEDrake (31, Italien) nicht nur an die schöne Sommerzeit, als die Connells den Hit herausbrachten, sondern auch an seine miese Schulzeit: *I remember this song,listening to it in those hot,light-hearted summer afternoon of mid'90. What a song. I remember of my classmates,wish i can see them again, even though i've ran away from them...;* und er regt damit Smellthegrass (28, Spanien) sogar an, ganz im Sinn der Connells die Zukunft zu feiern: *I'm 27 and each new year I think: this was my best year ever...but the next year its still better than the one before.... (u know?)* Und was für den Hörer gilt, gilt auch für den Betrachter; auch dieser (fatratman; 52, Grossbritannien) schaut genau hin und fragt sich, was das bedeutet, was ihm beim Sehen auffällt: *The blonde woman's expression changes rapidly at 3.03. I wonder what caught her attention?*

Wohlgemerkt: Es kommt mir hier nicht darauf an, einen wahren Sinn des Songs zu postulieren und bestimmte Deutungen für unrichtig, für besser oder

schlechter zu erklären, auch wenn – wie schon gezeigt – es durchaus falsche, vom Text nicht gedeckte Bedeutungen gibt. Und schon gar nicht kommt es mir darauf an, zu zeigen, dass der populäre Text stringent gebaut ist und irgendwelche bestimmbare ästhetische Qualitäten habe. Die hier zuletzt zitierten, ganz dem Artefakt entsprechenden Deutungen des Songs stärken aber Vermutungen, dass sich hinter den verknüpften Kommentierungen mehr Hinwendung an das populäre Artefakt verbergen, als zunächst vermutet werden kann. So erscheinen im Rückblick die zahlreichen Äußerungen, dass der Song gemischte Empfindungen, traurige und angenehme, auslöst, gar nicht mehr den Song nur im Groben zu erfassen und ihn nur auf das sattem bekannte Thema der *tempi passati* zu beziehen, sondern durchaus der Ambivalenz zu entsprechen, die die Connells im Auge haben, wenn sie sowohl das vergangene Ich als „your sorry-ever-after“ ansprechen, aber auch die Ermutigung wahrnehmen von „When I look on in your eyes then I'll be better“.

Die expliziten Bemühungen um ein Textverständnis, wie die mehr oder weniger deutlich wahrnehmbaren Realisierungen des hintergründigen Sinns von 74–75, aber auch die mit Verve vorgetragenen Korrekturen falschen Verständnisses oder falscher Einordnungen zeigen, dass den populären Hörern – anders als die Musikwissenschaftler glauben⁴ – die Bedeutung, auch und gerade die vom Text vermittelte Bedeutung des Popsongs wichtig ist. Der populäre Rezipient nimmt den populären Text ernst; er ist bereit, sich in der Rezeption zu engagieren – auch wenn er erkennbar kein Fan des jeweiligen Künstlers ist. (Keiner der YouTube-Kommentatoren bezeichnet sich als Fan der Connells oder sagt, dass er/sie sie aktuell favorisiert; eher finden sich Kommentare, die das Lob des Songs mit Kritik an der Band verbinden; so etwa talldark77 [32, Großbritannien] *Love this song – shame the rest of their output was rather poor, personally I think of them as a one hit wonder band – sorry, just my opinion, peace!*).

Solches Engagement und Ernstnehmen des populären Textes ist aber nur eine Seite. Genauso finden sich Kommentare, die es einfach bei einem Gut-Finden des Songs und/oder des Videos (auch beim Video gibt es durchaus differente Urteile) belassen: *omg its very beautiful :p; Great song. And funny*

4 Selbst Appen (2007), der die „Qualitäten der Songtexte“ als erstes Kriterium für die „Bewertung populärer Musik“ bei Internet-Rezensionen untersucht und konstatiert, dass Texte in Popsongs Anregerfunktion für Erinnerung sein können, „die eigene Identität“ reflektieren lassen und „letztlich helfen, die Kontingenz der Wahrnehmung und Deutung und damit die Komplexität des täglichen Lebens zu reduzieren“ (Appen, 2007, S. 92), kommt schließlich zum Ergebnis: „Songtexten scheint somit in der Rezeption populärer Musik in der Regel keine große Bedeutung zuzukommen ...“. Als Beleg führt er u. a. die Hürde der Fremdsprachlichkeit an und glaubt, ganz im Sinne seiner Reduktionsthese, dass der Rezipient vom populären Text sich nichts Neues sagen lässt: „Außer Frage steht dennoch, dass von den ohnehin meist vieldeutigen Texten oft nur Schlüsselwörter aufgenommen werden, die dann den Ausgangspunkt für auf das eigene Leben bezogene Imaginationen bilden. Zu einer um Objektivität bemühten analytischen Interpretation kommt es zumal bei fremdsprachlichen Texten in der Regel nicht [...]“ (Appen, 2007, S. 93)

video; Great song and awesome clips.; beautiful,, just beautiful... (von: holymacaro353 [21, Portugal]; RebbieH [k.A., Schülerin, Deutschland]; NFSPatryx14 [25, Polen]; youser73 [24, USA]) – mehr braucht es nicht, um seine Stellung zu 74–75 zu umreißen, um die eigene Rezeption und Rezeptionsweise der YouTube-Öffentlichkeit mitzuteilen.

2 Unterhaltung als Zentralfunktion des populären Texts

Dieses Nebeneinander von ernsthafter, jedenfalls intensiver Bemühung um, ja, Auseinandersetzung mit dem populären Text und das eher beiläufige – wenn auch sozusagen mit Ausrufungszeichen vorgetragene – Gut-Finden, sind alles andere als zufällig. Und es ist weder dem bestimmten Song, der Anlass für die Rezeptionsäußerungen gab, noch dem Medium, in dem Video und Song ihre Plattform finden, geschuldet. Das Nebeneinander ist vielmehr charakteristisch für den populären Rezipienten und für den populären Text, während die Kunst vom Rezipienten ernsthafte, unbedingte Verstehensbemühung verlangt, Konzentration, sogar Hingabe fordert, damit die Entfremdung überwunden werden kann, die sie in der Moderne zu ihren Bewunderern aufgebaut hat (Stichwort Barnett Newman, zit. n. Hung 2005, S. 20: „Der Impuls moderner Kunst ist der Wunsch, Schönheit zu zerstören“), macht die Unterhaltung es dem Rezipienten leicht. Aber nicht so leicht, dass von ihr in der Rezeption nichts übrig bleibt. Unterhaltung ist nicht Zerstreuung; und vor allem: Unterhaltung ist nicht jede Art von Vergnügen, sondern eine kulturhistorisch bestimmte gesellschaftliche Kommunikationsweise – wie die Kunst auch. Kunst und Unterhaltung sind historische Phänomene. Nominaldefinitionen (egal ob qualitative oder quantitative Kriterien zu Grunde gelegt werden) kommen ihnen nicht bei. In die Irre führt daher auch eine Art kulturhistorischer Relativismus, der Unterhaltung mit Unterhaltsamkeit verwechselt und davon ausgeht, dass die Begriffe und die Praxis, die mit Kunst oder mit Unterhaltung verbunden sind, in der Menschheitsgeschichte gleich bleiben. Nicht zuletzt die Musikwissenschaft hat sich immer wieder in dem Dilemma verheddert, einerseits glauben zu müssen: Jede Art von Musik bereitet Vergnügen, also ist jede Musik irgendwie Unterhaltungsmusik, um dann aber nicht zwischen U und E unterscheiden zu können. Oder andererseits die objektiv historisch jeweils gegebenen qualitativen Differenzen zwischen U und E in eine wertende Dichotomie münden zu lassen, um dann die Unterhaltungsmusik gering zu schätzen, was letztlich zur Verachtung ihrer Hörer führt.

2.1 Ästhetische Zweideutigkeit der Unterhaltung⁵

Im Neben- und Miteinander von ernsthafter Verstehensbemühung und Wichtigen einerseits und unernstem, beiläufigem Gutfinden und Wahrnehmen andererseits zeigen uns die YouTube-User, dass das alternative Wählen zwischen

⁵ Das Folgende nach Hügel (2007a).

dem Ernst der Kunst und der Beliebtheit der Unterhaltung nicht ihrer Rezeptionspraxis entspricht. Unterhaltung ist für sie ein zweideutiges Phänomen, das sowohl eine ernsthafte als auch eine unernste Komponente enthält.

Unterhaltung als ästhetisch zweideutige Praxis aufzufassen, ist eine historisch vergleichsweise neue Haltung. Weder die Antike im römischen Zirkus noch das Mittelalter mit den zirkensischen Darbietungen der fahrenden, sozial missachteten (wenn nicht gefährdeten) Leute, noch die Neuzeit mit ihren von antikem Verständnis geprägten, Unterhaltung und zugleich Belehrung anstrebenden Schriften, kennen Unterhaltung als eine Kommunikationsweise, die – ohne Kunst zu sein – keinen im einzelnen bestimmbar gesellschaftlichen Zweck erfüllt und bei der der Rezipient ein Deutungsprivileg hat.

Eine solch zweideutige Rezeptionshaltung beruht auf der Rezipientenseite darauf, dass Unterhaltung als gesellschaftliche Praxis anerkannt ist, und auf der Seite der Artefakte, dass diese, einer solchen Rezeption entsprechend, sie ermöglichen. Daher ist es wichtig, dass man sich klar macht, dass die ästhetische Zweideutigkeit der Artefakte nicht in deren Zwischenstellung zwischen den Systemen Kunst und Unterhaltung begründet ist. Zweideutigkeit ist etwas anderes als Vermischt-Sein.

Niemand wird das Lied der Connells für ein Crossover-Artefakt halten; auch nicht die Hörer, die beim Zuhören mit Herzblut bei der Sache sind. Unterhaltung als ein ästhetisch zweideutiges Phänomen aufzufassen zielt nicht auf die heute von Kulturwissenschaftlern (vgl. etwa Büsser, 2001; Höller, 2001; Klein, 2005) vertretene Auffassung, wir würden in einer Kultur leben, in der die Grenzen zwischen E und U aufgehoben seien⁶:

Diese These „von der postmodernen Durchmischung von Hoch- und Populärer Kultur“ (Hügel, 2002, S. 68), für die Umberto Eco (u. a. mit *Apokalyptiker und Integrierte*, 1984) ein einflussreicher Stichwortgeber war, beschreibt meiner Meinung nach die derzeitige Situation nicht zutreffend; denn – selbstverständlich – machen wir noch Unterschiede, begrifflich wie praktisch, auch wenn Popularisierung des Kunstvollen und Verkunstung des Populären allenthalben zu beobachten sind. (Die These von der [angeblichen] Vermischung der Kulturen ist ja sogar bis in die BILD-Zeitung vorgedrungen, die schon 1998 schrieb: „Seit Jahren verschmelzen höhere und triviale Kulturen. So singen Tenöre in Fußballstadien, in Kirchen werden Rock-Konzerte gegeben. [...] Man nennt das Hybrid-Kultur.“ [21.11. 1998] Vgl. Hügel, 2002, S. 68).

„Gleichgültig, ob in der FAZ, in den Musikkritiken der Visions (etwa 2001, Nr. 98, S. 89f.) oder bei Wolfgang Welsch (1996, S. 167–170): Überall wird an dem Grenzen auslotenden, sich nicht anpassenden Künstler und an einem ihm hierin folgenden Publikum festgehalten.

6 Vgl. Klein (2005, S. 46): „Das Kennzeichen von Pop als Kultur ist das Crossover, die permanente Grenzüberschreitung – Beispiele: Andy Warhol oder Christoph Schlingensief –, das Durchkreuzen der so genannten *Low* und *High Culture*, wie es Frank Zappa oder auch Nigel Kennedy vollzogen haben [...]“. Ähnl. Büsser (2001, S. 45): „der Umgang mit Pop ist gerade in Deutschland noch immer neurotisch durchdrungen von der längst hinfalligen Unterscheidung zwischen ‚High‘ und ‚Low‘“ oder Höller, David & Eshun (2001, bes. S. 157.)

Kunst ist zwar nicht mehr aufs Kontemplative festgelegt, aber immer noch hält sich, und zwar quer durch alle Sparten und Szenen, die Idee, dass es ein Gegenteil zu Anpassung und Konformität gibt. Dass es etwas gibt, das Neues zu formulieren sucht, Grenzen austestet, unsere Sicherheiten erschüttert und stört, seine Daseinsberechtigung nicht in Publikumsansprache, im Erfüllen von Publikumserwartungen sieht und daher unsere ungeteilte Aufmerksamkeit verlangt. Mit einem Wort, dass Kunst etwas anderes ist und etwas anderes gibt als Unterhaltung bzw. Pop!“ (ebd., S. 70)

Ebnet die Vermischungsthese die Differenz zwischen U und E ein und macht folglich unsere Kultur ärmer als sie ist – schließlich ist es besser zwei Systeme zu haben, Kunst und Unterhaltung, als nur eines – erlaubt die These von der ästhetischen Zweideutigkeit der Unterhaltung den begrifflichen Unterschied festzuhalten, ohne ihn wertend absolut zu setzen; denn als Zweideutiges hat die Unterhaltung immer auch ihr Bedeutungsvolles.

Unterhaltung als ästhetisch zweideutig aufzufassen, macht den Begriff nicht nur theoriefähig, sondern gibt ihm auch historische Konkretion. In seiner Perspektive kommen Fragen nach historisch differenten Unterhaltungsweisen in den Blick und man vermag zu entdecken, dass im Verlauf des 19. Jahrhunderts – selbstverständlich als Folge der industriellen und politischen Revolutionen und der von ihnen bestimmten demografischen Entwicklungen – die Unterhaltung von anderen gesellschaftlichen Funktionen befreit wurde. Vor allem wurde sie aus dem Funktionsverband mit der ‚Belehrung‘ befreit, an die sie seit den Tagen von Horaz gebunden war und entwickelte sich so (allmählich) zu einer für jedermann akzeptablen, eigenständigen und alltäglichen sozialen Praxis. Und es ist diese kulturelle Praxis, die wir heute populär nennen: Wir nehmen an der Populären Kultur teil, wenn wir uns massenmedial unterhalten.

2.2 Entstehung der Unterhaltung und Kursorisches zu ihrer Entwicklung⁷

Das Massenmedium, das seit der Mitte des 19. Jahrhunderts der Unterhaltung nicht mehr nur wie die älteren Medien (Unterhaltungsroman, moralische Wochenschriften, Illustrierte Zeitung) ein Gastrecht, sondern ein Heimrecht gab, waren die Familienzeitschriften, deren Marktführer die *Gartenlaube* wurde. Die Emanzipation der Unterhaltung in den Familienzeitschriften geschah nicht zufällig, sondern war Programm, wie sich am ersten Editorial der *Gartenlaube* ablesen lässt. Der Herausgeber Ernst Keil (1816–1878) greift ganz selbstverständlich auf Horaz’ Poetik (Verse 333 f.) zurück, um ihn zugleich entscheidend zu variieren: „So wollen wir euch unterhalten und unterhaltend belehren. Über das Ganze aber soll der Hauch der Poesie schweben, wie der Duft auf der blühenden Blume.“ Das zweifache Herausstreichen der Unterhaltung ist so vielsagend, wie die Metapher präzise ist. Die Unterhaltung dominiert das ganze Programm. Belehrung und Kunstanspruch werden nur noch aus Publicity-Gründen angeführt. Unterhaltung ist in der *Gartenlaube* nicht nur keine der Belehrung oder der Erbauung dienende Funk-

⁷ Das Folgende nach Hügel (1992).

tion, sie ist auch keine partielle Funktion mehr. Sie trägt das ganze Medium. Keil akzentuiert die ‚Unterhaltung‘ nicht nur, indem er zweimal von „unterhalten“ und nur (noch) einmal von „belehren“ spricht, er macht zugleich deutlich, dass damit die *Gartenlaube* zu einem neuen Zeitschriftentyp wird:

„Über das Ganze aber soll der Hauch der Poesie schweben, wie der Duft auf der blühenden Blume, und es soll euch anheimeln in unserer Gartenlaube, in der ihr gut deutsche Gemüthlichkeit findet, die zu Herzen spricht.“

Das klingt nicht nur wertvoll und gediegen: ‚Poesie‘. Es ist, wenn auch metaphorisch, eindeutig formuliert; denn mit „schwebt“, „Hauch“ und „Duft auf der blühenden Blume“ zielt Keil dreimal auf das Leichte, auf das zwar Schöne, aber doch leicht verfliegend Angenehme: auf Unterhaltung. Und da er dies als „das Ganze“ umhüllende fasst, macht er klar: Unterhaltung ist nicht nur eine Funktion des neuen Blattes, es ist *die* Funktion der *Gartenlaube*.

Jedoch – und auch dies steckt in dem Keilschen Programm: Unterhaltung ist nicht sinnlose Zeitverschwendung für müßige Stunden. Unterhaltung lebt immer auch von einem echten Kommunikationsangebot. Sie ist, wie Tieck die Schriften des Unterhaltungsschriftstellers Friedrich Laun (1770–1849) umschrieb, „halb ernst und halb launig“ (1843, S. 11) zugleich. In der Unterhaltung wechseln nicht Ernst und Leichtigkeit miteinander ab, denn dann dient das Amüsement nur als Erholung für die bald wieder einsetzende Belehrung. Die Unterhaltung ist vielmehr nie ganz ernst und dann wieder ganz launig, sondern – Tieck formuliert sehr präzise – beides stets halb, d. h. fortwährend uneindeutig. Daher hat der Rezipient bei der Unterhaltung jede Freiheit, aber bekommt zugleich stets ein Kommunikationsangebot.

Mit der Entstehung eines massenmedialen populären Kommunikationsangebots in den Familienzeitschriften war die Populäre Kultur nicht sofort und endgültig etabliert. Nicht zuletzt weil die Populäre Kultur ermöglichenden sozialen und technischen Errungenschaften des 19. Jahrhunderts eine zum Teil lange Entwicklungszeit brauchten; denken wir nur an die Verbesserungen und Zuerfindungen, die notwendig waren, um Friedrich Königs erste Schnellpresse von 1811 für den Zeitungs- und Zeitschriftendruck tauglich zu machen.

Die Populäre Kultur ist nicht mit einem Mal abrupt und in vollem Umfang erschienen⁸, sondern sie hat sich beständig weiterentwickelt und verändert. So trat zu einer eher bürgerlich gezügelten Formensprache der Unterhaltung ab 1870 – angeregt durch neue literarische Unterhaltungsformen (Groschenheft; Kolportageroman), die ihrerseits wiederum Folge einer liberaleren Wirtschafts- und Sozialordnung waren – eine Affekte stärker betonende, eine wildere und ein utopisches Moment mehr favorisierende Formensprache hinzu. Mit den 1890ern und der sich formierenden Gesellschaft der Kaiserzeit wird die Unterhaltung dann spürbar ideologisiert und heroisiert.

Die neuen Medien (Stummfilm) führen zu einer stärkeren Personalisierung und das breiter werdende Angebot begründet eine stärkere gruppen-, ja parteiengebundene Einbindung. Vor allem entsteht eine wirkliche Unterhaltungskul-

8 Das Folgende nach Hügel (2003, S. 1–22, bes. S. 18 f.).

tur, indem eine Vielzahl von außerhäuslichen Orten etabliert werden, die der Unterhaltung gewidmet sind, während früher Unterhaltung vornehmlich eine Lektürepraxis und aufs Haus bezogen war.

Das Hinzutreten neuer Massenmedien ab den 1920er Jahren (Radio, Schallplatte, Illustrierte) bereitet den Boden für ein bestimmendes Auftreten von Idolen und Stars und macht Unterhaltung zu einer kulturellen Praxis, die im Medienverbund realisiert wird.

Die Jahre nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges bringen den vielleicht deutlichsten Einschnitt in der bisherigen Geschichte der Populären Kultur durch die Separierung einer jugendkulturell bestimmten Popkultur von einer eher traditionell bestimmten Unterhaltungskultur der Erwachsenen. Diese Trennung, die sich besonders deutlich in der Musik im Gegensatz von Schlager und Popmusik abbildet, macht zugleich die Musik zur Stil- und Epochen prägenden populären Kunstsparte.

Medial sind die Jahre zwischen 1950 und 1970 durch den Aufstieg des Fernsehens zum Leitmedium gekennzeichnet, das einerseits die Tendenz zur Verjüngendlichkeit verstärkt, andererseits die Kluft zwischen den verschiedenen Publikula einebnet und den Weg bereitet für einen allgemeinen Pop-Mainstream. Dieser wird durch die seit 1970 eintretenden Segmentierungen und Vermischungen – nicht zuletzt eine Folge der weiteren medialen Angebotsvielfalt – nicht aufgehoben, aber ergänzt durch die in Teilkulturen sich ausdifferenzierenden unterhaltenden Formensprachen.

2.3 Funktionsoffenheit und soziale Unbestimmtheit des Populären

Eine so grobe Skizze der Geschichte der Unterhaltung, die sich für die Frühzeit an literarischen Unterhaltungsformen und für das 20. Jahrhundert vor allem an der Entwicklung der Massenmedien orientiert, bedarf selbstverständlich einer umfangreichen historischen Überprüfung, wenn sie auch auf populäre Musik angewendet werden soll. Das kann hier nicht geleistet werden. Abschließend soll nur noch kurz gezeigt werden, wie der hier skizzierte Begriff populärer Kultur auf die historische Entwicklung populärer Musik anwendbar ist.

Sieht man – ebenfalls auf YouTube – *La Polka des Trottins* von Félix Mayol (1872–1941), einem französischen, aus der Café-Concert- und Music-hall-Tradition stammenden Künstler, dann fällt sofort auf: Mayol unterstreicht seine Gesangsdarbietung mimetisch. Zum Gesang gibt er performativ Verstehenshilfen; denn er macht gestisch deutlich, was der Zuschauer zu tun hat: zu lachen, sich zu amüsieren. Auch wenn man vielleicht nicht sagen kann, dass das Chanson diese mimetische Unterstützung benötigt, um verstanden, um genossen zu werden – so doch, dass sie dazu gehört. Man kann sich jedenfalls gut vorstellen, dass bei einer Vorführung im familiären Kreis diese gestische Darbietung ebenfalls – sozusagen karaokemäßig – zitiert, bzw. in ähnlicher Weise hergestellt wird. Mit diesem gestischen Element verweist der Sänger nicht auf sich, er kreiert sich kein Star-Image, sondern er verfestigt das Image des Genres und des

Aufführungsortes. Mayol als „grand-charmeur du café-concert“⁹, wie eine Netzseite ihn aufgrund zeitgenössischer Zitate charakterisiert, mag als Star des Café Concert gelten; eine solch metaphorische Bezeichnung ist aber vom Starbegriff der heutigen, der vergleichsweise entfalteten, Populärkultur weit entfernt. Mayol ist kein „verdichtetes“ (vgl. Hügel, 2007b, S. 159), also ein auslegungsoffenes, Zeichen, dessen Bedeutung erst in der Rezeption entsteht, sondern eines mit festgelegter Bedeutung, eines, das einem Verkehrszeichen vergleichbar ist, das Bestimmtes sagt und verlangt; also beim Hören von *La polka des trottins* sich (wenn man nicht körperlich schon da war) geistig in ein Café Concert zu begeben und das zu tun, wozu dieses da war: unter sozial Gleichen sich zu amüsieren, Spaß zu haben und in diesem Fall sich den angesungenen ‚trottins‘, den Dienstmädchen, überlegen zu fühlen.

Damit will ich nicht sagen, dass die spezifische Darbietung von Mayol beim Hörer stets im Kopf mitlief – den Kurzfilm von Alice Guy (1873–1968) wie Tonaufnahmen des Unterhaltungskünstlers wird ja kaum jemand gekannt haben. Vielmehr gehören das performative Spaß-Element und die im Lied niedergelegten Genrebezüge gerade unabhängig von Mayols Darbietung zur Aufführungspraxis und damit zur Rezeptionsweise des Chansons. Während ein Popsong sich heute mit dem Image seines Artisten verbindet, verbindet sich das Unterhaltungslied um 1900 mit dem Image seines Genres und dem seines impliziten Aufführungsortes. Gewiss waren bestimmte Lieder Erkennungszeichen für bestimmte Künstler (z. B. *La polka des trottins* für Mayol). Ihre Bedeutung aber bezogen sie nicht aus diesem Bezug. *La polka des trottins* und generell die Unterhaltungsmusik der Epoche sind – stärker als wir es von heutiger populärer Musik gewohnt sind – lokal und funktional festgelegt.

Schon durch den Frack, durch die besondere Aufführungsuniform macht der Unterhaltungskünstler Mayol sich seinem Publikum fremd; auch wenn dieses ebenfalls im Frack das Konzert besucht; als Performer gekennzeichnet, dient sich Mayol nicht – wie es die Popstars heute tun – als Identitäts- und Diskursobjekt an. Er lenkt vielmehr von sich ab, akzentuiert das Chanson als einzigen Bedeutungsträger und limitiert damit das Bedeutungspotenzial seiner Darbietung. (Dass die Beatles in der Zeit ihres Managers Brian Epstein auch in Uniform auftraten – und damit in der Jugendkultur der 1960er Jahre durchaus irritierten – zeigt die Richtigkeit der These von Elijah Wald, 2009.)

Indem der Song allein und in keiner Weise der Sänger Bedeutungsträger ist, wird die Bedeutungsproduktion der Zuhörer eingeschränkt, ja festgelegt. Das zeigt sich auf die eine oder andere Weise – so behaupte ich – bei jedem Stück in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Selbst bei den Comedian Harmonists rund 25 Jahre später ist solche funktionale Bestimmung der Unterhaltungsmusik noch gegenwärtig und in der Folge der Deutungsspielraum der Rezipienten beschränkt. Bei *Veronika der Lenz ist da* (vgl. Maase, 2009) gibt es nur zwei Möglichkeiten: die aufdringlich sexuellen Anspielungen wahrzunehmen oder sie zu überhören. Entsprechend wird die Rezeption der Hörer auch durch die Image-

9 Vgl. http://www.dutempsdescerisesauxfeuillesmortes.net/fiches_bio/mayol/mayol_notes_bio.htm [21.07.2012].

arbeit der Künstler, die kaum diesen Namen verdient, auf eine einzige Dimension hin ausgerichtet, wenn sie auf einer Reklamepostkarte (sie war 2009 in einer Ausstellung von Postkarten im Museum für Kommunikation in Berlin zu sehen) als „Die sechs lustigen Gesangsvirtuosen“ angepriesen werden.

2.4 Einheit von Gebrauchtwerden und Lesen

Vergleicht man die funktionalen und sozialen Festlegungen der populären Musik um 1900 und in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts mit der Funktionsoffenheit und der sozialen Unbestimmtheit, die heute eine Popkünstlerin wie Pink darbietet, dann bemerkt man den Unterschied. Ihre Hits (etwa: *Please don't leave me*) dienen gleichzeitig der Autowerbung (VW), der jugendkulturellen Identitätsfindung (,wir jungen toughen Frauen lassen uns nichts mehr bieten'; oder: ,wir, die Angehörigen des white trash sind kraftvoll und kein Prekariat') wie der moralischen oder politischen Entrüstung (,eine Frau, die mit der Axt auf ihren Mann losgeht und dass das auch noch öffentlich gezeigt wird!') oder dem heiteren Nachvollziehen der intermedialen Bezüge (*The Shining; Misery*), je nach Lust und Laune der Hörer; wobei aber all diese Bedeutungen vom Text, von Song, Video und Starimage der Sängerin gedeckt sind.

Indem Rezeptions- und textuelle Differenzen zwischen damals und heute festgestellt werden, soll aber nicht eine zwischen populärer Musik heute und nicht-populärer Musik damals aufgemacht werden. Vieles ist gleichgeblieben oder ähnelt sich. Gestische Begleitung der Musikdarbietung gibt es auch im Rockkonzert oder auf Musikclips; denken wir nur an Chuck Berry, Jerry Lee Lewis, Elvis Presley oder Michael Jackson.

Und funktionale, lokale oder soziale Bestimmungen ebenso, denken wir nur an die Hymne der Protestbewegung *We shall overcome*, an Jimi Hendrix' Woodstock-Version der amerikanischen Nationalhymne, an Kurt Cobains *Smells like teen spirit* oder an *We are the Champions* von Queen. Sich solche Ähnlichkeiten ins Gedächtnis zu rufen, heißt aber zugleich doch die Differenzen bemerken.

Bei den Rock- und Popstars verweist das gestische Element weniger auf das Genre, denn auf den Star. Dadurch wird das Hören der Rock- und Popmusik individualisiert und eventuell sogar eine Fan-Star-Beziehung (mit allen ihren Implikationen) möglich. Und was die funktionale Bestimmung der Folk-, der Rock- und Popmusik angeht, so bemerkt man, wenn man sie notieren kann, sofort, dass eine solche den populären Charakter eintrübt; dass die jeweiligen Songs gerade (nur) dann als populäre auftreten, wenn sie ihren funktionalen, lokalen oder sozialen Bestimmungen entraten. Funktionale, soziale oder lokale Bestimmung werden im Populären, jedenfalls in der populären Musik, das zeigt besonders schön das Beispiel Pink, ersetzt durch intertextuelle und intermediale Verweise. Je vielfältiger dieser Verweisungsraum wird, desto weiter weg rückt der populäre Text aus dem Alltagshorizont des Rezipienten und behauptet ihm gegenüber einen Eigenwert (eine Entwicklung, die Fiske und Hall natürlich nicht voraussehen konnten) und gibt dem Rezipienten wegen der erhöhten Bedeutungsoffenheit besondere Deutungskompetenz.

Dem Zurücknehmen sozialer und lokaler Bestimmungen im Populären und dem in gleichem Maß erweiterten Spektrum an Rezeptions- und Gebrauchsmöglichkeiten – wenn Grunge zum Mainstream, also populär wird, verliert er gleichzeitig seine lokale, subkulturelle Bestimmung – entsprechen die leichte und schnelle Zugänglichkeit der populären Texte. Und diese sind daher die logischen Leitlinien ihrer historischen Entwicklung. Der populäre Rezipient fragt beim populären Text nicht an wegen einer bestimmten Frage, eines bestimmten Problems, und die Rezeption ist auch nicht – wie medienpsychologische Theorien¹⁰ es vereinfachend konstruieren (vgl. z.B. Früh, 2003) – mit der situativen Ausgangslage des Rezipienten vorbestimmt. Der populäre Rezipient nimmt unterhaltend, vielmehr selbstbestimmt, aber mit offenem Ausgang kulturelle Energie auf. Er ist durch seine individuelle Situation nicht festgelegt, sondern kann sich dem Text öffnen, will durch den populären Text angeregt oder hingeführt werden zu eigener Bedeutungsproduktion, eigener kultureller Praxis – aber nicht bestimmte Energien, bestimmte Botschaften oder Praxisanweisungen und Vorgaben realisieren. Aber: Der Gebrauch des Texts in der Populären Kultur bleibt stets an ihn rückgebunden. Gebrauchen und Lesen sind zwei Seiten einer Medaille. Auch wenn die eine mal stärker, mal weniger stark ausgeprägt ist. (Selbst bei der Fanpraxis des Cosplay beispielsweise spielt die Lektüre der Mangas, Animes oder der Fantasy-Videospiele eine Rolle.) „Gib mir Energie“ (Trio) ist die Losung des Populären. Ein ‚Erklär mir die Welt‘ greift das Populäre nur auf, wenn die Erklärungen halbernst, in irgendeiner Weise uneigentlich daherkommen – wie bei Ralph Ruthes gleichnamigem Video.

Literatur

- Appen, R. von (2007). *Der Wert der Musik. Zur Ästhetik des Populären*. Bielefeld: transcript.
- Büsser, M. (2001). Pop im Spannungsfeld von ‚E‘ und ‚U‘. In H. Geuen & M. Rappe (Hrsg.), *Pop und Mythos. Pop-Kultur, Pop-Ästhetik, Pop-Musik* (S. 41–51). Schliengen: Argus.
- David, C., Eshun, K. & Höller, C. (2001). Pop? What Pop? In C. Höller (Hrsg.), *Pop unlimited? Imagetransfers in der aktuellen Popkultur* (S. 155–171). Wien: Turia+Kant.
- Eco, U. (1984). *Apokalyptiker und Integrierte. Zur kritischen Kritik der Massenkultur*. Frankfurt/M.: Fischer.
- Fanlore (2012). „RaceFail’09“. Verfügbar unter: www.fanlore.org/wiki/RaceFail_%2709 [09.03.2012].
- Fiske, J. (1993). Populärkultur. Erfahrungshorizont im 20. Jahrhundert. Ein Gespräch mit John Fiske (geführt von Eggo Müller). *Montage a/v* 2,1, 5–18.
- Fiske, J. (1997). Populäre Texte, Sprache und Alltagskultur. In A. Hepp & R. Winter (Hrsg.), *Kultur, Medien, Macht. Cultural Studies und Medienanalyse* (S. 65–84). Opladen: Westdt. Verlag.

10 In Frühs „Modell des triadischen Fittings“ (2003, S. 40) wird der Faktor Rezipient zweifach gewichtet; zum einen bestimmt er den Faktor „Situation“ und zum anderen den Faktor „Person“. Entsprechend untergewichtet ist im Modell und der Theorie Frühs der Faktor „Medienangebot“. Daher zieht Früh – wie generell die Medienpsychologie – nicht in Betracht, dass die Unterhaltungskommunikation ergebnisoffen ausgerichtet ist; der Rezipient bereit ist, sich vom Artefakt etwas sagen zu lassen, was er zuvor nicht, auf seinem geistigen Schirm hatte.

- Fiske, J. (2000). *Lesarten des Populären*. Wien: Turia + Kant.
- Früh, W. (2003). Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie (TDU). In W. Früh & H.-J. Stiehler (Hrsg.), *Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs* (S. 27–56). Köln: v. Halem.
- Göttlich, U. & Krischke-Ramaswamy, M. (2003). Fan. In H.-O. Hügel (Hrsg.), *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien, Diskussionen* (S. 167–172). Stuttgart: Metzler.
- Grossberg, L. (1983). Die gesellschaftliche Bedeutung des Rock and Roll. *Musik und Bildung* 15, 7/8, 17–21.
- Hall, S. (1999). Kodieren/Dekodieren. In R. Bromley, U. Göttlich & R. Winter (Hrsg.), *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung* (S. 92–110). Lüneburg: zu Klampen.
- Hall, S. (2000). Was ist ‚schwarz‘ an der populären schwarzen Kultur. In S. Hall, *Cultural Studies. Ein politisches Theorieprojekt. Ausgewählte Schriften* 3 (S. 98–112). Hamburg: Argument.
- Hitzler, R., Bucher, T. & Niederbacher, A. (2001). *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute*. Opladen: Leske + Budrich.
- Höller, C. (Hrsg.). (2001). *Pop unlimited? Imagetransfers in der aktuellen Popkultur*. Wien: Turia + Kant.
- Hügel, H.-O. (1992). Unterhaltungsliteratur. In H. Brackert & J. Stückradt (Hrsg.), *Literaturwissenschaft. Ein Grundkurs* (S. 281–296). Reinbek: Rowohlt.
- Hügel, H.-O. (2002). Zugangsweisen zur Populären Kultur. Zu ihrer ästhetischen Begründung und ihrer Erforschung. In U. Göttlich, W. Gebhardt & C. Albrecht (Hrsg.), *Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies* (S. 52–78). Köln: v. Halem.
- Hügel, H.-O. (2003). Einführung. In H.-O. Hügel (Hrsg.), *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien, Diskussionen* (S. 1–22). Stuttgart: Metzler.
- Hügel, H.-O. (2007a). Ästhetische Zweideutigkeit der Unterhaltung. In H.-O. Hügel, *Lob des Mainstreams. Zu Begriff und Geschichte von Unterhaltung und Populärer Kultur* (S. 13–32). Köln: v. Halem (zuerst 1993).
- Hügel, H.-O. (2007b). „Weißt Du wieviel Sterne stehen?“ Zu Begriff, Funktion und Geschichte des Stars. In H.-O. Hügel, *Lob des Mainstreams. Zu Begriff und Geschichte von Unterhaltung und Populärer Kultur* (S. 148–168). Köln: v. Halem. Aufsatz zuerst erschienen in C. Bullerjahn & W. Löffler (Hrsg.), *Musikermymen. Alltagstheorien, Legenden und Medieninszenierungen* (S. 265–293). Hildesheim: Olms 2004.
- Hung, W. (2005). Schönheiten in der zeitgenössischen Kunst. In S. Merali (Hrsg.), *Über Schönheit. About Beauty* (S. 19–39). Berlin: Vice versa.
- Klein, G. (2005). Pop leben, Pop inszenieren. In K. Neumann & B. Richard (Hrsg.), *Coolhunters. Jugendkulturen zwischen Medien und Markt* (S. 41–51). Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Maase, K. (2009). Massenkünste und Massenängste. Aporien der modernen Unterhaltungskultur. In U. Göttlich & St. Porombka (Hrsg.), *Die Zweideutigkeit der Unterhaltung. Zugangsweisen zur Populären Kultur* (S. 185–201). Köln: v. Halem.
- Tieck, L. (1843). An Friedrich Laun. In *Friedrich Launs gesammelte Schriften. Neu durchgesehen, verb. und mit Prolog von L. T.*, Bd. 1 (S. 3–51). Stuttgart: Scheibe, Riegler & Sattler.
- Wald, E. (2009). *How the beatles destroyed rock 'n' roll. An alternative history of american popular music*. Oxford: Univ. press.
- Welsch, W. (1996). *Grenzgänge der Ästhetik*. Stuttgart: Reclam.
- Zillmann, D. (1994). Über behagende Unterhaltung in unbehagender Medienkultur. In L. Bosshart & W. Hoffmann-Riem (Hrsg.), *Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation* (S. 41–57). München: Ölschlager.