

**Aus:**

ANNETTE GEIGER, GERALD SCHRÖDER,  
ÄNNE SÖLL (HG.)

**Coolness**

Zur Ästhetik einer kulturellen Strategie und Attitüde

Mai 2010, 246 Seiten, kart., zahlr. Abb., 25,80 €, ISBN 978-3-8376-1158-8

Die bewusst arrangierte Kälte von Umgangsformen, Körperinszenierungen und Charakteren, aber auch von Bildern, Texten und Medien ist eine der wichtigsten Kulturtechniken der Moderne: Coolness.

Coolness kann einerseits als individuelle Verhaltensstrategie beschrieben werden, die durch eine Kontrolle der Affekte Macht und Stärke zu demonstrieren sucht. Als kulturelle Strategie verstanden, ist diese Attitüde andererseits eng mit dem Ästhetischen verbunden, wirkt aber auch in das Psycho-Soziale, Politische und Ökonomische hinein.

Der Schwerpunkt des Bandes zielt auf die visuellen Umsetzungen des Coolen in den Künsten und in der Populärkultur.

**Annette Geiger** (Prof. Dr.) lehrt Theorie und Geschichte der Gestaltung an der Hochschule für Künste in Bremen.

**Gerald Schröder** (Dr. habil.) lehrt Kunstgeschichte an der Ruhr-Universität Bochum.

**Änne Söll** (Dr.) lehrt Kunstgeschichte an der Universität Potsdam.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

[www.transcript-verlag.de/ts1158/ts1158.php](http://www.transcript-verlag.de/ts1158/ts1158.php)

## **Inhalt**

Coolness – Eine Kulturtechnik und ihr Forschungsfeld.

Eine Einleitung

ANNETTE GEIGER, GERALD SCHRÖDER, ÄNNE SÖLL

7

Coolness – Zur Karriere eines Begriffs.

Versuch einer historischen und analytischen Annäherung

GABRIELE MENTGES

17

### **Das Kino als Medium des Cool**

Cooler Typen. Eine Familienaufstellung

RÜDIGER ZILL

39

Femmes fatales. Die verkörperte Coolness und der Tod

ANNIKA REICH, LAURA BIEGER

53

Coolness als filmischer Effekt. Cassavetes mit McLuhan

PETRA LÖFFLER

67

Cool ist out.

Warum James Bond heute weinen muss  
und die Avantgarde immer weniger Gefühle zeigt

ANNETTE GEIGER

85

## Coolness in der klassischen Moderne

Avantgardisten im Schützengraben.  
Zur visuellen (Selbst-)Inszenierung soldatischer Coolness 1914-1918

NILS BÜTTNER

105

Nach der Coolness.  
Lob der Kälte – Lob des Gartens: Bertolt Brechts Erneuerung der Literatur

FRANCK HOFMANN

127

Raumkälte. Architektur und Distanz  
in Anton Räderscheidts Porträts der 1920er Jahre

ÄNNE SÖLL

149

## Cooler Kunst nach 1945

»Birth of the Cool«. Jazz, Beat und Jackson Pollock

GERALD SCHRÖDER

167

Kühle Kuben. Die Coolness der Minimal Art

SIGRID RUBY

185

Touching from a distance. Coolness in den Arbeiten  
von Alex Katz, Andy Warhol, Barkley L. Hendricks

ANTJE KRAUSE-WAHL

201

Empörungsfreie Räume.  
Tontrennung als »Kühlmittel« der jüngeren Kunst

CHRISTIAN JANECKE

219

Dank

237

Zu den Autorinnen und Autoren

239

# **Coolness – Eine Kulturtechnik und ihr Forschungsfeld**

## **Eine Einleitung**

ANNETTE GEIGER, GERALD SCHRÖDER, ÄNNE SÖLL

Cool – Eine Antwort, die immer zu passen scheint und im Jugendjargon zunächst nichts anderes meint als eine positive Zustimmung. Gerade die diffuse Semantik des Begriffs bedingt offenbar seine Beliebtheit und Stärke, macht ihn jedoch auch ausgesprochen komplex. Die kulturwissenschaftliche Literatur hat, insbesondere seit den 1990er Jahren, die unterschiedlichsten Aspekte an der Kultur des Cool herausgearbeitet, ein einheitliches Bild des Begriffs und seiner Herkunft bzw. Tradition stellt sich dennoch nicht dar. Sicher ist nur: Coolness muss trotz aller Vagheit in der Definition als eine zentrale Kategorie des 20. und 21. Jahrhunderts betrachtet werden, die das kulturelle Selbstverständnis von der klassischen Moderne bis in unsere Gegenwart maßgeblich geprägt hat. Was aber soll darunter verstanden werden? Cool als Kulturtechnik berührt die Bereiche des Individuellen und Kollektiven, des Ästhetischen und des Psychischen, des Sozialen und Politischen, aber auch die Dimensionen der Ökonomie, d.h. der Medien und des Marktes, ebenso wie die der Geschlechter, Nationalitäten und Hautfarben. Das betroffene Forschungsfeld könnte also nicht weiter gefasst sein.

Beginnen wir mit dem naheliegenden Verständnis des Begriffs, um davon ausgehend einen Überblick zur Bandbreite des Topos zu skizzieren: Coolness kann zunächst als eine individuelle Verhaltensstrategie beschrieben werden, die die strenge Kontrolle der eigenen Affekte anstrebt. Man sucht Verletzlichkeit und Schwäche, aber auch Wut und Aggression zu verbergen und stattdessen Macht und Stärke sowie Ruhe und Gelassenheit zu demonstrieren. Cooles Verhalten zeichnet sich somit durch eine

gewisse emotionale Kälte aus, die traditionellerweise eher einem männlichen Verhalten zugeordnet wird. Dennoch ist die Kultur der Moderne reich an Frauentypen, die ebenfalls mit coolem Verhalten taktieren. Dies zeigt z.B. der Beitrag zur *Femme fatale* von Laura Bieger und Annika Reich in diesem Band.

Ein bloß individualpsychologisches Verständnis coolen Verhaltens greift jedoch zu kurz, da Coolness oft erst als Reaktion auf soziale Ungleichheit zum Einsatz kommt. Es waren vor allem Vertreter gesellschaftlich unterdrückter Randgruppen, die sich durch cooles Verhalten vor Macht und Gewalt schützen und dabei neben ihrer eigenen sozialen Stellung auch diejenige der gesamten Gruppe stärken wollten. Insofern besitzt Coolness trotz einer stark individualistischen Ausrichtung paradoxerweise auch eine Gemeinschaft stiftende Funktion. Ein spezifisches Terrain für diese kollektive Funktion von cool bietet z.B. die Rassen- und Klassenproblematik in den USA. Sie wurde in den Medien des Alltags wie in der Kunst vielfältig thematisiert, ob in musikalischen Stilen von Jazz über Beat zu Hip Hop oder in epochenspezifischen Figuren wie Hipster, »white negro«, Beatnik oder den coolen Trägern des Afro-Looks, wie die Beiträge von Antje Krause-Wahl, Petra Löffler und Gerald Schröder detailliert ausführen. Kraft ihrer oppositionellen Haltung gegenüber bestimmten Formen der Macht, ist Coolness also mit dem Bereich des Politischen verbunden, selbst wenn damit nicht unbedingt ein direktes politisches Engagement verbunden sein muss.

## Coolness als Ästhetik

Als ein entscheidender Faktor von Coolness ist die ästhetische Dimension zu werten, denn bei den demonstrativen Formen von Selbstbeherrschung und Emotionslosigkeit handelt es sich stets um Inszenierungen – von Körper und Mode, von Habitus und Attitüde, von Stil und Stilbruch und dergleichen mehr. Schließlich geht es im Sinne einer Rhetorik darum, sein Gegenüber durch eine Fülle an visuellen Zeichen bzw. wahrnehmbaren symbolischen Praktiken von der eigenen Coolness zu überzeugen. Dies meint nicht nur die Posen und Gesten des einzelnen Akteurs, sondern kann spezifische Codierungen in Sprache, Musik, Tanz, Film, Bildender Kunst, Literatur und letztlich allen kulturellen Medien-, Design- und Alltagsphänomenen betreffen. Diese spezifisch ästhetische Grundlage von Cool wurde in der bisherigen Forschung noch nicht eigens untersucht. Der vorliegende Band möchte diese Lücke schließen und fokussiert daher auf das sinnlich Wahrnehmbare an der coolen Strategie. Der Ästhetik-Begriff ist hierbei umso angebrachter als es sich bei cooler Inszenierung in der

Regel nicht um ein Streben nach kanonischer Schönheit handelt, sondern auch das Grausame und Sublime, das Göttliche als maskenhaft Kaltes und Starres sowie das Negative als Brüchiges, Dissonantes, Rebellisches oder auch Melancholisches einbezogen wird. Coolness inszeniert sich gern auf des Messers Schneide – einerseits als Zerstörung bis hin zur Todesnähe und andererseits aber auch als therapeutischer Effekt der Selbstbeachtung und des Widerstands. Gerade diese Ambivalenzen halten den Begriff so lebendig und historisch wandelbar.

Wie die Beiträge des Bandes zeigen, sollte coole Inszenierung dabei nicht auf eine reine Warenästhetik reduziert werden, die über das konsumabhängige Ziel der Distinktion nicht hinausreicht. Zwar besitzt Coolness über jene Mode- und Epochenspezifität auch eine »vergängliche« Seite, die stark in die Bereiche des Ökonomischen hineinragt, d.h. in eine Bedürfnisspirale des Aneignens und Fallenlassens. Aber es ist doch auffällig, wie sehr auch die Akteure und Arbeiten der hohen Kunst von den epochenspezifischen ästhetischen Codes des Cool geprägt sind. Dies kann ihre Werke, ihre Sprache und Medien ebenso betreffen wie die Inszenierung der ausübenden Person. Wie sich dieser Zusammenhang schon in der klassischen Moderne bzw. seit dem Ersten Weltkrieg herausbildete, zeigen hier die Beiträge von Nils Büttner, Franck Hofmann und Anne Söll.

Betrachtet man Coolness aus der Perspektive des Ästhetischen, bieten sich zwei Herangehensweisen an: Es können zum einen die inhaltlichen Motive selbst untersucht werden, so können einzelne Figuren als coole »Ikonen« identifiziert und auch mit einzelnen Schauspielern gleichgesetzt werden – wie z.B. Humphrey Bogart als Privatdetektiv, Marlene Dietrich als kühle Diva, James Dean als jugendlicher Rebell, Sean Connery als Geheimagent usw. Oder es lassen sich spezifische Narrationen als Mythenbildung des Cool analysieren wie z.B. der einsame, heimatlose Held im Western oder Kriminalroman, die selbstzerstörerische und Männer verschleißende Femme fatale, der überlegene Retter und Rächer von Kleists Michael Koolhaas bis zu Robin Hood oder der selbstverliebte Exzentriker und Dandy von Oscar Wilde bis zu Karl Lagerfeld und vielen anderen. Die Legendenbildung funktioniert bei fiktiven Figuren ebenso wie bei lebenden Personen, die Fortschreibung der Topoi wechselt vom Imaginären problemlos in die Wirklichkeit und umgekehrt. Gerade dem Kino und den audiovisuellen Medien kommt dabei eine prägende Rolle zu, wie hier das eigene Kapitel zur Coolness im Film zeigen wird. Die historische Zäsur um den Zweiten Weltkrieg ist in diesem populären Medium jedoch nicht so ausgeprägt wie in den anderen Künsten. Die coolen Typen der Leinwand zeigen im 20. Jahrhundert vielmehr eine beharrliche Kontinuität wie z.B. die »Familienaufstellung« solcher Ikonen des Cool von Rüdiger Zill, Petra Löffler sowie Laura Bieger und Annika Reich zeigen. Erst die Wende in

das aktuelle Jahrtausend wirft gerade für das Kino die Frage auf, ob Coolness heute noch eine Überlebenschance hat, was der Beitrag von Annette Geiger über die medialen Bedingungen und den heute zu verzeichnenden Trend zur kulturellen Erwärmung zu beantworten sucht.

Wie stark diese Figuren des überlegenen, coolen Helden in unserer kulturellen Vorstellung verankert sind, zeigt ihre Allgegenwart schon in der Literatur für die Aller kleinsten – z.B. von Asterix und Obelix über Tim und Struppi bis zu Pipi Langstrumpf und Harry Potter – sie alle scheinen nie Nerven zu zeigen bzw. wissen ihre Angst immer zu überwinden, wenn es die unglaublichsten Abenteuer zu bestehen gilt. Coolness wird hier zwar nicht als Gefühlskälte, aber doch als Gefühlsbeherrschung und damit als Heldenmut trainiert. In der Analyse des motivischen Cool überwiegt daher auch der Hang zur emotional kontrollierten Siegerpose.

Diese inhaltlich orientierten Untersuchungen des Coolen werden ergänzt durch Herangehensweisen, die stärker die formalen und medialen Aspekte der Coolness fokussieren. Dabei geraten die Temperatur senkenden Faktoren bestimmter Inszenierungen in den Blick. Im Jazz wird die Abkühlung z.B. mit der Individualisierung und Isolierung der Instrumente bzw. Instrumentalisten im Solo oder in der Improvisation erzielt, in der Bildenden Kunst kann der Coolness-Effekt über Minimalisierung, Serialisierung und Anonymisierung der malerischen Geste bzw. Handschrift oder auch über die Farbtontrennung ausgelöst werden – wie es Sigrid Ruby anhand der Minimal Art und Christian Janecke in den jüngeren Kunst-richtungen bis heute nachweisen. Letztlich können in vielen Künsten und Alltagsmedien seit der Moderne solche Kälte-Strategien auf der formalen Ebene herausgearbeitet werden.

Nicht zuletzt kann man auch schon Walter Benjamins einflussreiche Studie über »Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit« (1936) als eine solche Analyse lesen<sup>1</sup>: War das weit zurückliegende Zeitalter der Aura in Benjamins Darstellung noch ein Modus, der ohne Reproduktionsmedien und letztlich ohne mimetische Bildwiedergabe, sondern allein mit der »warmen« Authentizität des direkten Wahrnehmungserlebnisses auskam, so stellt er die Entwicklung der Medien von der Ausstellung des Bildes bis hin zu Fotografie und Film als einen Prozess des Erkaltens dar. Der Rezipient wird immer gewaltsamer von den Medien durchdrungen und sinnlich in Anspruch genommen – bis hin zur »Chocwirkung« (Benjamin) des in den Körper eindringenden Filmerlebnisses, das keine Distanznahme mehr erlaubt und somit das gesamte Bewusstsein durchdringt. Jede Form von Bild- und Medienwir-

---

1. Walter Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit (1936), Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1977.

kung, so könnte man verallgemeinernd festhalten, die den Rezipienten direkt vereinnahmt und widerstandslos macht, lässt sich in diesem Sinne als abkühlend bzw. cool bezeichnen. Der Medieneffekt erzielt seinen Siegeszug, weil er das Publikum zur Passivität verurteilt – so wie schon die Gefangenen in Platons berühmter Höhle in Ketten lagen und den Blick starr auf das inszenierte Spektakel richten mussten. Dass die Moderne als erstes Zeitalter der Massenmedien von den Zeitgenossen als kalt empfunden wurde, muss daher nicht verwundern. Überhaupt lässt sich mit dieser medienästhetischen Begründung von cool gut argumentieren, warum gerade die Zäsur der Moderne so relevant ist für die Herausbildung von coolen Strategien – im Alltag, im Krieg, in der Kunst usw. Stellt man diese beiden Dimensionen der motivischen und der formalen Wirkweise als spezifisch ästhetische Topoi der Coolness in den Vordergrund, so ergibt sich eine nochmals erweiterte Diskussion über den Begriff. Die bisherigen Definitionsversuche erweisen sich als unzureichend, da sie die Verschiedenheit der sinnlichen Wahrnehmungsformen von Cool nicht ausreichend berücksichtigt haben.

## Coolness in der heutigen Forschung

Dennoch sei an dieser Stelle zunächst ein Überblick gegeben zum heutigen Forschungsfeld über Coolness. Der anschließende Beitrag von Gabriele Mentges wird die Begriffsgeschichte noch detaillierter ausführen.

Wie Tom Holert im »Glossar der Gegenwart« zum Stichwort Cool zusammenfassend festgestellt hat, besteht in der Forschung trotz unterschiedlicher Meinungen darüber, wie Coolness eigentlich zu definieren sei, doch Einigkeit darüber, dass der Begriff in der afroamerikanischen Kultur der USA geprägt worden ist.<sup>2</sup> Wie wir sehen werden, greift diese Sicht zwar zu kurz, aber gerade mit der Coolness-Literatur der 1990er Jahre wurde jene Definition durchaus populär. Vor allem Richard Majors und Janet Mancini Billson haben die unterschiedlichen Ausprägungen einer »Cool Pose« aus soziologischer Perspektive analysiert und auf die besondere Situation afroamerikanischer Männer zurückgeführt.<sup>3</sup> Für sie habe sich Coolness oftmals als die einzige Quelle von Stolz und Würde angeboten, die ihnen über andere materielle oder ideelle Statussymbole in der US-amerikanischen Gesellschaft verwehrt blieben. Dies unterstreichen auch

---

2. Tom Holert: »Cool«, in: Ulrich Bröckling/Susanne Krasmann/Thomas Lemke (Hg.), *Glossar der Gegenwart*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 2004, S. 42-48.

3. Richard Majors/Janet Mancini Billson: *Cool Pose. The Dilemmas of Black Manhood in America*, New York u.a.: Touchstone 1992.

Dick Pountain und David Robins in ihrer Studie zu diesem Thema, die nicht nur den bisherigen Stand der Forschung bündig rekapituliert, sondern auch in methodischer Hinsicht dadurch zu überzeugen sucht, dass sie einen systematischen Zugriff auf den Gegenstand geschickt mit einer historischen Perspektive verbindet.<sup>4</sup> So führen die beiden englischen Autoren die Strategie coolen Verhaltens letztlich auf die Situation der Sklaven in den USA zurück, die gezwungen waren, ihre Wut und Verachtung gegenüber den weißen Machthabern zu verbergen, so dass ihnen Coolness als Schutz vor Strafe, aber auch als Form des passiven Widerstands diene. In ihrem Versuch, eine Genealogie coolen Verhaltens bis zu seinen Ursprüngen nachzuzeichnen, verfolgen Pountain und Robins die Spuren über den Sklavenhandel bis zu den Kulturen der Yoruba und Ibo zurück. Dabei stützen sie sich vor allem auf die Studien des Kunsthistorikers Robert Farris Thompson, der ein zentrales Konzept dieser westafrikanischen Kulturen – *itutu* – direkt mit cool übersetzt hatte.<sup>5</sup> Vor allem junge Krieger streben mit *itutu* ein Ideal spezifisch männlichen Verhaltens an, das im religiösen Ritual seine prägnante visuelle Ausdrucksform erhält, wenn das Gesicht des Gläubigen – besessen von der spirituellen Macht der Götter – zur Furcht einflößenden Maske erstarrt.

In den USA gewann die Situation der Sklaven bekanntlich zunächst über die Musik kulturellen Ausdruck. So zeigt sich auch im Blues die für Coolness so eigentümliche Beherrschung oder auch Unterdrückung aggressiver Impulse, die hier allerdings – im stark christlich geprägten Milieu – mit Schuldgefühlen verbunden sind, was neben der melancholischen Intonation auch viele Liedtexte explizit zum Ausdruck bringen. Insbesondere Lewis MacAdams hat die Bedeutung der Musikszene für die US-amerikanische Avantgarde untersucht.<sup>6</sup> Auch die US-amerikanische Jugend der weißen Mittelschicht begeisterte sich für die entsprechende Musikentwicklung und übernahm in der Folge auch zunehmend coole Verhaltensweisen. Gerade für Heranwachsende wurde Coolness zur wichtigen Strategie, um sich gegenüber der Autorität ihrer Eltern zu behaupten und Akzeptanz in Bezugsgruppen Gleichaltriger zu finden. Denn auch hier kann cooles Verhalten nützlich sein, um die eigene Unsicherheit vor

---

4. Dick Pountain/David Robins: *Cool Rules. Anatomy of an Attitude*, London: Reaktion Books 2000.

5. Robert Farris Thompson: »An Aesthetic of the Cool«, in: *African Arts* VII, 5 (1973), S. 40-43, 64-67, 89-92; ders.: *African Art in Motion*, New York: University of Chicago Press 1979; ders.: *Flash of the Spirit*, New York: Random House 1984.

6. Lewis MacAdams: *Birth of the Cool. Beat, Bebop and the American Avantgarde*, New York u.a.: Free Press 2001.

der Gruppe zu verbergen. Nicht nur der gemeinsame Musikgeschmack ist bekanntlich für den Zusammenhalt solcher *peer groups* wichtig, sondern ebenso alle begleitenden Modeerscheinungen, die oft auf provokante Art und Weise mit den Geschmacksvorstellungen der Eltern brechen. Von den Beatniks nach dem Zweiten Weltkrieg über Hippies, Punks bis zu Poppern und Yuppies oder Rap und Hip Hop haben seither alle Jugendkulturen ihre eigenen Codes des Cool hervorgebracht.

Im Unterschied zu Peter Stearns, der cooles Verhalten vorrangig mit den veränderten Lebensbedingungen und Arbeitsverhältnissen der US-amerikanischen Mittelklasse seit dem Viktorianismus in Verbindung bringt,<sup>7</sup> betonen Pountain und Robins wohl zu Recht, dass es neben den Strängen weißer und afroamerikanischer Kultur in den USA auch spezifisch europäische Traditionslinien gibt. Dabei gehen sie allerdings nicht so weit wie Andreas Urs Sommer, der vor allem an den Wurzeln in der griechischen Antike interessiert ist und Coolness letztlich auf das Ideal stoischer Affektbeherrschung – die Ataraxie – zurückführt.<sup>8</sup> Ist die Wirkung stoischer Philosophie in der europäischen Kulturgeschichte auch unbestritten, so scheint doch gerade für das Verständnis coolen Verhaltens in den Jugendkulturen des 20. Jahrhunderts eine andere kulturhistorische Erscheinung wichtiger und nahe liegender. Gemeint ist der Dandy des 19. und frühen 20. Jahrhunderts, dessen ästhetische Selbststilisierung durch Mode und bestimmte Verhaltensweisen durchaus als frühe Ausprägung von Coolness beschrieben werden kann, die – ganz im Sinne einer dekadenten Lebensanschauung des Ästhetizismus – kaum Rücksicht auf bestehende moralische Werte nahm. Mit seinem betont aristokratischen Gebaren griff der Dandy nicht nur auf Regelwerke eines spezifisch höfischen Verhaltens in der Tradition Baldessare Castigliones »Hofmann« (1528) oder Baltasar Graciáns »Handorakel und Kunst der Weltklugheit« (1647) zurück, sondern reagierte auch auf das soziale Gefälle zwischen Bürgertum und Aristokratie, das sich im 19. Jahrhundert ganz anders darstellte als in den Jahrhunderten zuvor. So konnte sich der Dandy aus der Aristokratie durch entsprechende Formen der Inszenierung gegenüber einem wirtschaftlich und politisch erstarkten Bürgertum behaupten, während der Dandy aus dem Bürgertum der neuen sozialen Stellung seiner Klasse im Sinne einer Refeudalisierung auch symbolischen Ausdruck verlieh.

Auch die Kultur der Weimarer Republik war von »Verhaltenslehren der Kälte« geprägt, wie Helmut Lethen in seiner gleichnamigen Studie

---

7. Peter N. Stearns: *American Cool. Constructing a Twentieth-Century Emotional Style*, New York, London: New York University Press 1994.

8. Andreas Urs Sommer: »Coolness. Zur Geschichte der Distanz«, in: *Zeitschrift für Ideengeschichte* I, 1 (2007), S. 30-44.

zur Literatur der Neuen Sachlichkeit gezeigt hat.<sup>9</sup> Reflektiert wurde dies vor allem in der zeitgenössischen Anthropologie, die sich wiederum an den Regelwerken höfischen Verhaltens orientierte. Dabei wurden höfische Distanz, Affektkontrolle und bewusste Verstellung nun zum Vorbild eines spezifisch bürgerlichen Verhaltens, um besser mit den neuen Anforderungen umgehen zu können, die ein beschleunigter sozialer Wandel und technischer Modernisierungsschub nach dem Ersten Weltkrieg an den Einzelnen stellten. Bereits Georg Simmel hatte zu Beginn des 20. Jahrhunderts auf die Blasiertheit des Großstädtlers hingewiesen, der aus Selbstschutz gegenüber der neuen Reizüberflutung und räumlichen Enge städtischen Lebens eine gewisse Reserviertheit und emotionale Kälte gegenüber seinen Mitmenschen an den Tag lege.<sup>10</sup> Dass auch die Mode dieser Zeit als Reflex auf solche Verhaltenslehren der Kälte verstanden werden kann, hat Gabriele Mentges am Beispiel der Leder- und Gummibekleidung des Motorsports anschaulich dargelegt.<sup>11</sup>

Für die besondere Ausprägung von Coolness wird seit den 1950er Jahren neben der eher subkulturell agierenden Jugendkultur auch die Kultur des so genannten Mainstream immer wichtiger. Insofern spiegelt sich auch in den jeweiligen coolen Inszenierungsweisen ein für die Jugendkulturen nach dem Zweiten Weltkrieg generell zu beobachtendes dialektisches Verhältnis, das die gesellschaftliche Gegenkultur zugleich zum integralen Bestandteil der kapitalistischen Konsumgesellschaft macht. Mit anderen Worten: Cool verkauft sich gut. Zunächst entdeckte Hollywood das Potential von Coolness für sich und schuf bereits in den 1950er Jahren so wichtige Ikonen coolen Verhaltens wie James Dean und Marlon Brando. Vor allem Thomas Frank hat auf den engen Zusammenhang von Coolness und Kapitalismus hingewiesen, der sich seit den 1960er Jahren zunehmend selbst im positiven Sinne als cool verstehe und sich mit diesem Image auch vor der Gesellschaft zu legitimieren versuche.<sup>12</sup> Und auch Dick Pountain und David Robins schließen ihre Studie über Coolness mit einem recht negativen Fazit, weil Coolness ihrer Meinung nach im Laufe der letzten

---

**9.** Helmut Lethen: Verhaltenslehren der Kälte. Lebensversuche zwischen den Kriegen, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1994.

**10.** Georg Simmel: »Die Großstädte und das Geistesleben« (1903), in: ders., Gesamtausgabe, hg. v. Otthein Rammstedt, Bd. 7/1, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1995, S. 116-131.

**11.** Gabriele Mentges: »Cold, Coldness: Remarks on the Relationship of Dress, Body and Technology«, in: Fashion Theory 4, I (2000), S. 24-48.

**12.** Thomas Frank: The Conquest of Cool. Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism, Chicago u.a.: University of Chicago Press 1997.

Jahrzehnte seine oppositionelle Kraft verloren habe und zur Erfolg versprechenden Verhaltensstrategie im fortgeschrittenen Kapitalismus geworden sei, in dessen rationalisierten Formen des Wettbewerbs sich das Individuum behaupten müsse: »Cool may once have been an expression of rebellion but it is surely not any longer.«<sup>13</sup>

## Fragestellungen

Der hier skizzierte Forschungsstand zeigt, wie sehr die Literatur bisher doch wertend verfuhr – d.h. entweder politisch auf- oder ökonomisch abwertend in Bezug auf den als wertvoll gefeierten Widerstand oder die als schädlich verurteilte Warenlogik des Cool. Das Konzept dieses Bandes versucht aus diesen tendenziösen Darstellungen auszubrechen und über die Konzentration auf das Ästhetische differenziertere Kategorien zur Beschreibung von Coolness zu gewinnen. Dabei ermöglicht die Thematisierung unterschiedlicher Medien wie Literatur, Malerei, Fotografie und Film, wie auch Werbung und Populärkultur den vergleichenden Blick auf die medienspezifische Ausprägung und Repräsentation coolen Verhaltens.

Mit der einleitenden Begriffsgeschichte bzw. Diskursanalyse stellt Gabriele Mentges eine Unterscheidung der gleichwohl miteinander verwandten Konzepte Coolness und Kälte vor und zeigt, dass cool erst seit den 1980er und 1990er Jahren zum Schibboleth der Jugendkultur wurde und interessanterweise zeitgleich auch die kulturwissenschaftliche Reflexion des Begriffs einsetzte, die sich, wie angedeutet, in Urteilen und Diskurskonstruktionen nicht zurückhielt. Um dagegen mit dem vorliegenden Buch eine spezifisch ästhetische Sichtweise zu entwickeln, gliedert es sich in zwei historische Bereiche, die den künstlerischen Ausdrucks- und Inszenierungsformen vor- und nach dem Zweiten Weltkrieg, d.h. grob datiert der Moderne und der Postmoderne gewidmet sind. Diese Zäsur um 1945 scheint uns gerade in den Künsten als zentral für die Unterscheidung einer spezifisch modernen Form der Kälte, die das Individuum bzw. das Individuelle stark zu negieren suchte. In ihrer Ästhetik war die klassische Moderne stark von den entemotionalisierenden Prozessen rund um Maschine, Großstadt, Industrialisierung, Medialisierung, Beschleunigung und nicht zuletzt den alle Dimensionen vereinigenden, aber letztlich zerstörerischen und inhumanen Schubkräften der Kriege geprägt. Davon lässt sich das nicht nur europäische, sondern allgemein westliche Phänomen der Coolness nach dem Zweiten Weltkrieg abgrenzen, dessen Ästhetik sich in Kunst und Alltag weniger aus einer direkten existenziellen Bedrohung

---

13. D. Pountain/D. Robins: Cool Rules, S. 178.

z.B. durch den Krieg ableitet, sondern im Gegenteil als Reaktion auf eben die Unmenschlichkeit der ersten Jahrhunderthälfte mit einer starken Tendenz der Individualisierung antwortet – vom Existenzialismus als Lebenshaltung über Mode- und Musikrichtungen, entsprechende Kultfilme sowie die Pop- und Cool-Art-Bewegungen im weitesten Sinne.

Für die Popularisierung von Coolness als Ästhetik muss, wie angedeutet, gerade Kino und Medien eine besondere Rolle zugesprochen werden: Motivisch über die Figuren wie formal über die abkühlende Wirkung des Mediums. Leinwand und Bildschirm, aber auch die Printmedien mit ihren Fotostrecken und erläuternden Berichten prägen als direkte Erzeuger jener Bilder des Coolen unser kollektives Bewusstsein. Heldenmuster werden mit jenem visuellen Fleisch gefüllt, das man für eine gelungene Nachahmung braucht. Die Ästhetik des Vorbilds – von der inszenierten Lebensgeschichte bis zur Art, wie man den Scheitel trägt oder den Martini trinkt – wird in höchster Anschaulichkeit erlebbar und kopierbar. Nur: Wie lange ist Coolness hierbei echt? Was ist Urbild, was Kopie? Woher wissen wir angesichts eines Inszenierungsversuchs, was wir als cool erachten sollen und was wir als peinlichen Modegag scheitern lassen? Jedes Nachdenken über Coolness setzt letztlich eine Definition davon voraus, aber – so das Paradox – diese bleibt trotz allem unmöglich. Man könnte sie vielleicht mit Kant dem Geschmack gleichstellen als eine unbegründbare Qualität des »je ne sais quoi«, die dennoch jeder versteht, wenn sie funktioniert. Über Cool lässt sich nicht streiten, wäre dann die Devise. Und hier schimmert wiederum die Machtdimension hindurch: Cool als Codierung zwingt jeden einzelnen, die entsprechenden Funktionen zu beherrschen – gleich einem Prozess der Alphabetisierung, dem Einüben einer Kulturtechnik. Kann eine solche Kategorie also untergehen, oder nimmt sie immer nur permanent neue Formen in neuen kulturellen Kontexten an? Einige, auch unterschiedlich ausfallende Antworten seien im Folgenden gegeben.