

Inhalt

Einführung: Ästhetisierung des Sozialen im Zeitalter visueller Medien

Lutz Hieber/Stephan Moebius | 7

Ästhetisierung des Sozialen heute und in der ›Wiener Moderne‹ um 1900

Zur Auflösung und neuen Verfestigung sozialer Unterschiede
Katharina Scherke | 15

Vom Kopf auf die Füße

Die Aufhebung der Kunst in Lebenspraxis
am Beispiel der Aktivitäten surrealistischer Dissidenten
(*Documents, Acéphale, Collège de Sociologie*)
Stephan Moebius | 33

Sozialgeschichte des Werbeplakats

Lutz Hieber | 49

Ästhetisierung des Realen

Zur Konstruktion des Echten in der Werbung
und anderen Bereichen der Medienkultur
York Kautt | 87

Subversive Ästhetik?

Videos der Schweizer Protestbewegung der 1980er-Jahre
Dominique Rudin | 115

Evidenzen schaffen

Ästhetisierung des Sozialen als eine Funktion
niederländischer Genremalerei des Goldenen Zeitalters
Dominik Fugger | 137

Ästhetisierung des Sozialen im deutschen Vormärz

Carl Wilhelm Hübners sozialthematische Genremalerei
Lilian Landes | 153

Die soziale Aneignung des Ästhetischen

Zur Denkmalkultur am Beispiel des Weimarer Doppelstandbilds

Maria Zens | 177

Graffiti versus abstrakte Malerei

Distinktionslogik und soziale Differenzierung

im Kontext zeitgenössischer Porträts

Andrea Glauser | 205

»Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum« als Schule ästhetischen Auftretens

Unterhaltung und normative Strategie

zur Durchsetzung eines Schönheitsideals

Bodo Lippl/Ulrike Wohler | 227

»Eine ganze Welt von Gefühlen, Ideen und Bildern«

Einige Überlegungen zur Ästhetisierung im religiösen Feld

aus soziologischer Perspektive

Sabine A. Haring | 261

Repräsentanz und Vermittlung von Design im Prozess ästhetischer Transformationen der Gesellschaft

Ralf Rummel-Suhrcke | 295

Provokation und Reaktion

Medialisierung und Musealisierung der 68er-Gegenkultur

Andreas Urban | 315

Autorinnen und Autoren | 345

Einführung: Ästhetisierung des Sozialen im Zeitalter visueller Medien

LUTZ HIEBER/STEPHAN MOEBIUS

Wirft man einen Blick auf gegenwärtige Beschreibungen sozialer Prozesse, so finden sich eine Reihe von Zeitdiagnosen, die (meist auf die hochindustrialisierten Länder beschränkt) einen epochalen Wandel beschreiben, etwa mit Schlagworten wie »Wissensgesellschaft«, »Welt-Risikogesellschaft«, »Multioptionsgesellschaft« oder »Erlebnisgesellschaft«. Auch das deutliche Zutagetreten einer »Ästhetisierung des Sozialen« wird als ein Kennzeichen gegenwärtiger gesellschaftlicher Prozesse gedeutet und mit dem Aufkommen und der Verbreitung visueller Medien in Zusammenhang gebracht.

Mit »Ästhetisierung« können jene dialektisch verschränkten Prozesse bezeichnet werden, die von der einen Seite Resultat gesellschaftlicher Prozesse sind und von der anderen Seite her gesellschaftliche Transformationsprozesse wiederum initiieren oder neu gestalten; also einerseits diejenigen sozialen Prozesse, die eine Ästhetisierung vorantreiben und forcieren, etwa das von Georg Simmel beschriebene, neue Wahrnehmungsreize forciierende Großstadtleben, die von Michel Maffesoli (2000) untersuchten, aus den Individualisierungsprozessen hervorgegangenen neotribalistisch-ästhetischen Erfahrungsgemeinschaften oder tiefgreifende Wandlungsprozesse des Kapitalismus, wie sie gegenwärtig unter dem Label des »neuen Geist des Kapitalismus« (Boltanski/Chiapello 2003) oder der »creative industrie« untersucht werden und die zu neuen ästhetischen Artefakten und Wahrnehmungsweisen in der Arbeitswelt führen. In diesem Sinne können Ästhetisierungsprozesse – angelehnt an den Pragmatismus John Deweys

([1934] 1980) und dessen Konzept der ästhetischen Erfahrung – als bestimmte Artikulationen, Interpretationen oder Lösungsmöglichkeiten sozialer Probleme bzw. problematisch erachteter Situationen (beispielsweise Urbanisierung, Modernisierung, Beschleunigungsprozesse, soziale Konflikte etc.) betrachtet werden. Andererseits, von der Ebene der Subjekte und ihren Vorstellungen her gesehen, können darunter jene ästhetischen, die sinnliche Wahrnehmung verstärkenden Praktiken verstanden werden, die traditionelle Formen der Vergesellschaftung zunehmend außer Kraft setzen und somit Wirkungen auf den Verlauf sozialer Prozesse haben; sei es, dass sich die Lebensführung der gesellschaftlichen Akteure von einer zweckrationalen zu einer an unterschiedlichen alltagsästhetischen Stilen ausgerichteten Lebensweise gewandelt hat, dass sich die Akteure in ihren Alltagspraktiken immer mehr entlang ihrer Geschmacksurteile und Stilvorlieben differenzieren als gemäß ihrer sozialen Lage, dass sich die (eigene wie fremde) Bestimmung von Identität an ästhetischen Wahrnehmungen ausrichtet, sei es, dass der »neue Geist des Kapitalismus« ohne ästhetisch-kreative Praktiken nicht überlebensfähig ist, oder dass der Wandel zu postmateriellen Werten als ein spezifisches Zeichen einer Ästhetisierung des Sozialen wahrgenommen wird. Bei all diesen Transformationen sozialer Praktiken und gesellschaftlicher Tatbestände schwingt immer auch die These mit, dass sich durch die Erosion klassenspezifischer Notlagen die Handlungsspielräume einer Vielzahl von Individuen inzwischen in einer Weise erweitert oder zumindest so gewandelt haben, dass sie sich vermehrt der Kultivierung einer Ästhetik der Existenz widmen können, ja häufig sogar, um sozial überlebensfähig zu bleiben, widmen *müssen* (vgl. Honneth 2010), zum Beispiel bei der Kleidermode, beim Körperkult, bei den Stilen der Wohnungseinrichtungen, bei der Wahl von Bezugsgruppen etc. »Ästhetisierung« meint aus dieser Perspektive, dass zunehmend Lebensformen entstehen, »die durch Wahrnehmungen konturiert sind und auf Erweiterungen der Wahrnehmungsfähigkeit und -relevanz zielen« (Welsch 1991: 77). Kurzum: »Ästhetisierung« bezeichnet jene sinnliche Intensivierung oder Versinnlichung von Gegenständen, Personen, Wahrnehmungen, Erfahrungen und Praktiken (in einem weit gefassten, praxeologischen Sinn dieses Begriffs, vgl. Reckwitz 2008a, 2008b), die sowohl als Antwort auf gesellschaftliche Probleme als auch als kreativer Motor gesellschaftlicher Prozesse zu begreifen sind. »Ästhetische Praktiken wie ästhetische Subjektivierungen stellen sich in diesem Sinne als entscheidende

Elemente innerhalb der agonalen Dynamik genuin moderner Kultur seit ihrer Entstehung heraus, und zwar als Elemente, die sich einerseits in bestimmten kulturrevolutionären Bewegungen verdichten (Romantik, Avantgarde, Counter Culture), welche darüber hinaus jedoch in bestimmten Phasen in spezifische soziale Felder (Ökonomie, Politik, Medien etc.) und Milieus eindringen und diese umstrukturieren« (Reckwitz 2008b: 263).

Nach Katharina Scherke (2000: 111 ff.) kann man die Prozesse der Ästhetisierung analytisch in drei Dimensionen unterteilen: erstens als das »verstärkte Eindringen künstlerisch gestalteter Gegenstände (Mode, Design, Medien etc.) in den Lebensalltag« und – ergänzend – in die unterschiedlichen sozialen Felder (Religion, Politik, Wissenschaft, Wirtschaft etc.), zweitens als die »Erweiterung der Wahrnehmungsmöglichkeiten« und die Veränderung des Realitätsempfindens« sowie drittens als »Ästhetisierung des Denkens«, also die heuristische Verwendung ästhetisch-künstlerischer Kategorien im wissenschaftlichen Feld.¹

In dem von uns intendierten Sinne ist »Ästhetisierung« demnach nicht ein auf den hochkulturellen Bereich des Schönen oder der Kunst reduzierter Wahrnehmungsprozess, sondern eine potenziell in jeder Situation, zu jeder Zeit und an jedem Ort, an jedem Objekt oder Person mögliche Intensivierung und Thematisierung von »Wahrnehmungen aller Art« (Welsch 1991: 9). »Ästhetisierung« geht demnach einher mit einer »grundlegenden Öffnung und Pluralisierung des Feldes der Ästhetik«, weg von Kunst hin zu Design, Mode, Natur, Körpertechniken, Medien etc. (vgl. Küpper/Menke 2003: 9).

Das im Titel angesprochene »Zeitalter visueller Medien« kann dabei als eine metaphorische Beschreibung der Beobachtung dienen, dass bei den gesellschaftlichen Akteuren in früher unvorstellbarem Ausmaß die mediale Produktion und die Rezeption intensivierter sinnlicher Erfahrungen ins Zentrum der Lebenspraxis getreten ist – gleich-

1 Wobei hier beispielsweise die Soziologie als ein interessantes Untersuchungsobjekt erscheint, da sich hier gut ein permanenter Wechsel zwischen »antitechnischen und antiästhetischen Haltungen« (Eßbach 2001) in der Theoriebildung einerseits, etwa bei Max Webers Rationalisierungstheorie, und einer soziologischen Ästhetik bei Simmel oder beim *Collège de Sociologie* (vgl. Moebius 2006) andererseits beobachten lässt – um nur wenige Beispiele zu nennen (vgl. auch Reckwitz 2008b).

sam als ein Erbe der Bestrebungen der historischen Avantgardebewegungen (Dadaismus, Surrealismus, Bauhaus), die Kunst in Lebenspraxis aufzuheben (vgl. Hieber/Moebius 2009). Gemeint ist das Bestreben, mit Hilfe der Verbreitung neuartiger visueller Medien die sozialen Prozesse und Erfahrungen zu verändern und neu zu gestalten. Die durch die visuellen Medien forcierten ästhetischen Praktiken und Erfahrungen, etwa Schwellenerfahrungen oder ›Chockwirkungen‹, wie sie Walter Benjamin in seinem Aufsatz »Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit« anhand des Dadaismus, des Films und des Großstadtverkehrs scharf analysiert hat (Benjamin [1936] 1980: 503), betreffen dabei alle Bereiche, von der unmittelbaren Lebenswelt über die Ökonomie und Wissenschaft bis hin zur Existenzweise und Selbstdefinition religiöser Gruppierungen, die alle nicht ohne Praktiken der visuellen Medien und der Ästhetisierung zu denken sind. Schließlich wird die Rolle der visuellen Medien auch im Bereich der Politik immer wichtiger, angefangen von designten Parteiwerbebroschüren und -plakaten, die gemäß den Prinzipien avancierter Werbeästhetik gestaltet sind, über Protestplakate, bis hin zu Praktiken der medialen Ästhetisierung und Stilisierung von Politikern und Parteitagungen (vgl. Flaig et al. 1997; grundlegend zur Ästhetik der Politik: Rancière 2005, 2006).

Heute betrifft die Ausdehnung visueller Medien und die Ästhetisierung demnach viele, wenn nicht sogar alle Bereiche der Gesellschaft. Der Medientheoretiker Jean Baudrillard spricht gar von einer Verabschiedung der Realität und von der Bildung einer »Hyperrealität« durch die neuen Medien (Baudrillard [1976] 1991: 79 ff.), deren unendliche Variationen von Zeichencodes »realer wirken als das Reale« (Schetsche/Vähling 2010: 73).

Seit den historischen Anfängen ist jede visuelle Ästhetisierung des Sozialen ebenso mit der Entwicklung der Bildmedien wie mit dem Wandel der sozialen Organisation der Bilder- und Designwelten amalgamiert. Gegen Ende des 15. Jahrhunderts setzte dieser Prozess mit jenen Bildertypen ein, die für breite Bevölkerungskreise zugänglich waren. Dazu zählten zum einen die Bildprogramme der Altäre der Kirchen, und zum anderen die Revolutionierung der Bilderproduktion durch die druckgrafischen Techniken, vor allem des Kupferstichs. Retabel und Predellen der Altäre wurden in Werkstätten hergestellt, die oft eine Vielzahl an Mitarbeitern beschäftigten. Die in der Hochrenaissance »einsetzende, nahezu explosionsartige Vermehrung der Stiche«

(Höper 2001: 56), deren Pionier Raffael war, ging einher mit der Einführung einer manufakturartigen Produktionsweise. In dieser Werkstatt lieferte Raffael die Zeichnungen, die auf Kupfer übertragen wurden. »Zur perfekten Organisation der Werkstatt, in der wohl mindestens acht bis zehn Kupferstecher tätig waren, gehörte eine Art ›Supervisor‹, der den Druck beaufsichtigte und gewissermaßen die Funktion des Verlegers übernahm.« (Höper 2007: 64) Im 19. Jahrhundert folgten dann neue Weichenstellungen. Die Industrialisierung des Drucks eröffnete eine Steigerung der Produktion (Wolf 1992: 434 ff.). In gewisser zeitlicher Parallelität kam ein Ausstellungswesen auf, das künstlerische Werke für ein zahlungswilliges Publikum präsentierte (Drechsler 1996: 88 ff.); später erweiterte sich das Spektrum auf beachtenswerte Gegenstände aus anderen Bereichen (Kunstgewerbe, Geschichte etc.). Im nachfolgenden Jahrhundert erweiterte sich das Spektrum durch Film und elektronische Medien, die umgehend für die Ästhetisierung des Sozialen in Dienst genommen wurden. Unterschiedliche Typen des Filmischen sprachen und sprechen die adressierten sozialen Milieus an, wobei von Anfang an die schockartigen Schnitte dem Triumph des Kamerawillens gegenüberstehen (Schnell 2000: 51 ff.). Film und Dokumentarvideo zählen bis in unsere Gegenwart zu den Mitteln der Artikulation sozialer Sachverhalte.

Die Zwecke unterschiedlicher politischer Akteure, die Warenwerbung, oder die Gestaltung von Räumen waren schon immer mit dem jeweils gegebenen Entwicklungsstand der visuellen Medien verflochten. Formen der Inszenierung von Selbstdarstellung oder die Durchführung von Ausstellungen beleuchten die Aussagkraft nonverbaler Kommunikationsformen. In diesem Sinne widmet sich der vorliegende Band unterschiedlichen Gattungen der medialen Ästhetisierung des Sozialen.

Bei der Ausdehnung visueller Medien und der Ästhetisierung des Sozialen handelt es sich keinesfalls um Erscheinungen, die – gleichsam als Wiederverzauberungen der rationalistisch durchorganisierten Welt – erst durch das Aufkommen der elektronischen Medien und der modernen Reklametechniken ermöglicht wurden, also jüngeren Datums sind. All die gegenwärtigen Formen der medialen Ästhetisierung haben vielmehr eine lange Geschichte.

Insofern wenden wir uns gegen jene modischen Auffassungen, die eine Ästhetisierung des Sozialen wesentlich als eine Entwicklung betrachten, die für unsere Epoche charakteristisch ist. So kennzeichnen

beispielsweise Korte und Fröhlich unser politisches System als »Mediendemokratie«, denn »Regierungshandeln« sei »durch die Allgegenwart der Medien zunehmend kommunikationsabhängiger geworden«, und damit sei ein neuer Trend gesetzt: »Die Legitimationsbasis der Politik verlagert sich zunehmend vom Parlament ins Fernsehen« (Korte/Fröhlich 2006: 20, 98). Und Naomi Klein, unerbittliche Kritikerin der Werbung, beklagt in ähnlicher Stoßrichtung: »Angesichts der Reizüberflutung durch Medien und Werbung verschwinden die sinnvollen Möglichkeiten, unsere Freiheit auszudrücken, immer schneller« (Klein 2002: 194). Gegenüber derartigen zeitdiagnostischen Sichtweisen, die Erfahrungen unserer Epoche als geschichtliches Novum herausheben, zeigen Beiträge unseres Bandes die Beschränktheit solcher Betrachtungen. Durch das Thematisieren historischer Perspektiven zeigen sie, dass sich Prozesse und Bestrebungen einer medialen Ästhetisierung des Sozialen nicht nur in der Gegenwart ausmachen lassen. Sondern das Zusammenwirken visueller Medien und sozialer Prozesse gab es auch in früheren Epochen – man denke etwa an Bedeutung von Bildern in politischen und religiösen Auseinandersetzungen oder an die Avantgardebewegungen des frühen 20. Jahrhunderts.

In diesem Sinne richtet sich der Band zum einen explizit an einer historischen Kultursoziologie medial-ästhetischer Praktiken aus. Allerdings vernachlässigt er zum anderen die Tatsache nicht, dass die technisch-industriellen Fortschritte eine Proliferation der Medien in immer weitere Bereiche der gesellschaftlichen Beziehungen erlauben. Die Pflanze, deren Wachstum in früheren Jahrhunderten einsetzte, hat sich zu reicher Fülle und bunter Blütenpracht entwickelt. Deshalb werden auch jene Dimensionen einer Ästhetisierung des Sozialen angesprochen, die durch die jüngsten Medienentwicklungen erst eröffnet worden sind, die also das Feld der visuell vermittelten Kommunikation auf innovative Art bestellen.

Die vorliegenden Untersuchungen behandeln das komplexe Zusammenspiel von Bild und Design mit Diskursen, visueller Wissensproduktion, Institutionen und materiellen Artefakten und dem kulturellen Kampf um Bedeutungen. Insofern bereichern sie den aktuell erreichten Forschungsstand sowohl der Visual Studies als auch der Cultural Studies (Moebius 2009: 186-196).

LITERATUR

- Baurillard, Jean ([1976] 1991): *Der symbolische Tausch und der Tod*, München: Matthes & Seitz.
- Benjamin, Walter ([1936] 1980): »Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit«, in: Ders.: *Gesammelte Schriften*. Band I, Werkausgabe Band 2, herausgegeben von Rolf Tiedemann und Hermann Schweppenhäuser, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 471-508.
- Boltanski, Luc/Chiapello, Ève (2003): *Der neue Geist des Kapitalismus*, Konstanz: UVK.
- Drechsler, Maximiliane (1996): *Zwischen Kunst und Kommerz – Zur Geschichte des Ausstellungswesens*, München/Berlin: Deutscher Kunstverlag.
- Dewey, John ([1934] 1980): *Kunst als Erfahrung*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Eßbach, Wolfgang (2001): »Antitechnische und antiästhetische Haltungen in der soziologischen Theorie«, in: Andreas Lösch (Hg.): *Technologien als Diskurse – Konstruktionen von Wissen, Medien und Körpern*, Heidelberg: Synchron, S. 123-136.
- Flaig, Bertold Bodo et al. (Hg.) (1997): *Alltagsästhetik und politische Kultur – Zur ästhetischen Dimension politischer Bildung und politischer Kommunikation*, Bonn: Dietz.
- Hieber, Lutz/Moebius, Stephan (Hg.) (2009): *Avantgarden und Politik. Künstlerischer Aktivismus von Dada bis zur Postmoderne*, Bielefeld: transcript.
- Honneth, Axel (2010): »Organisierte Selbstverwirklichung – Paradoxien der Individualisierung«, in: Ders.: *Das Ich im Wir – Studien zur Anerkennungstheorie*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 202-221.
- Höper, Corinna (2001): »Mein lieber Freund und Kupferstecher: Raffael in der Druckgrafik des 16. Bis 19. Jahrhunderts«, in: Dies. (Hg.): *Raffael und die Folgen*, Stuttgart: Hatje Cantz: Ostfildern Ruit, S. 51-119.
- Höper, Corinna (2007): »Die Erfindung der Bilderflut: Raffael und seine Kupferstecherwerkstatt«, in: Lutz Hieber/Dominik Schrage (Hg.): *Technische Reproduzierbarkeit – Zur Kultursoziologie massenmedialer Vervielfältigung*. Bielefeld: transcript. S. 57-87.
- Klein, Naomi (2002): *No Logo!* München: Riemann.

- Korte, Karl-Rudolf/Fröhlich, Manuel (2006): Politik und Regieren in Deutschland, Paderborn: Schöningh [UTB].
- Küpper, Joachim/Menke, Christoph (Hg.) (2003): Dimensionen ästhetischer Erfahrung, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Maffesoli, Michel (2000): Le temps des tribus – Le déclin de l’individuumisme dans les sociétés postmodernes, Paris: La Table Ronde.
- Moebius, Stephan (2006): Die Zauberlehrlinge – Soziologiegeschichte des Collège de Sociologie (1937-1939), Konstanz: UVK.
- Moebius, Stephan (2009): Kultur, Bielefeld: transcript.
- Rancière, Jacques (2005): Politik der Bilder, Berlin/Zürich: Diaphanes.
- Rancière, Jacques (2006): Die Aufteilung des Sinnlichen – Die Politik der Kunst und ihre Paradoxien, Berlin: polypen.
- Reckwitz, Andreas (2008a): »Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken«, in: Ders.: Unschärfe Grenzen – Perspektiven der Kultursoziologie, Bielefeld: transcript, S. 97-130.
- Reckwitz, Andreas (2008b): »Elemente einer Soziologie des Ästhetischen«, in: Ders.: Unschärfe Grenzen – Perspektiven der Kultursoziologie, Bielefeld: transcript, S. 259-280.
- Scherke, Katharina (2000): »Die These von der Ästhetisierung der Lebenswelt als eine Form der Analyse des Modernisierungsprozesses«, in: Sabine Haring/Katharina Scherke (Hg.): Analyse und Kritik der Modernisierung um 1900 und um 2000, Wien: Passagen, S. 109-131.
- Schetsche/Vähling (2010): »Jean Baudrillard: Wider die soziologische Ordnung«, in: Stephan Moebius/Dirk Quadflieg (Hg.): Kultur. Theorien der Gegenwart, 2. erw., aktualisierte und überarbeitete Auflage, Wiesbaden: VS, S. 70-80.
- Schnell, Ralf (2000): Medienästhetik – Zu Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen, Stuttgart/Weimar: J. B. Metzler.
- Welsch, Wolfgang (1991): Ästhetisches Denken, Stuttgart: Reclam.
- Wolf, Hans-Jürgen (1992): Geschichte der Druckverfahren, Elchingen: Historia.