Kunst und Gesellschaft

Michael Kauppert
Heidrun Eberl *Hrsg.*

Ästhetische Praxis

Springer VS

Kunst und Gesellschaft

Herausgegeben von
Ch. Steuerwald, Mainz, Deutschland

Die Reihe Kunst und Gesellschaft führt verschiedene Ansätze der Soziologie der Kunst zusammen und macht sie einem interessierten Publikum zugänglich. In theoretischen als auch empirischen Arbeiten werden dabei verschiedene Kunstformen wie etwa die Bildenden und Darstellenden Künste, die Musik und die Literatur hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen und künstlerischen Bedeutung und Struktur untersucht. Dies beinhaltet nicht nur Analysen zu Kunstwerken und -formen, sondern auch Studien zur Produktion, Vermittlung und Rezeption von Kunst. Neben aktuellen Arbeiten stellt die Reihe auch klassische Texte der Kunstsoziologie vor.

Damit sollen zum einen die Zusammenhänge zwischen Kunst und Gesellschaft herausgearbeitet werden. Zum anderen zielt die Reihe darauf, die Relevanz einer Soziologie der Kunst auch in Abgrenzung zu anderen Arbeitsgebieten und Disziplinen hervorzuheben.

Herausgegeben von
Christian Steuerwald
Universität Mainz
Deutschland

Michael Kauppert · Heidrun Eberl
(Hrsg.)

Ästhetische Praxis

Springer VS

Herausgeber
Michael Kauppert
Hannover, Deutschland

Heidrun Eberl
Hannover, Deutschland

Kunst und Gesellschaft
ISBN 978-3-658-12895-1 ISBN 978-3-658-12896-8 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-12896-8

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Springer VS
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.
Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.
Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Lektorat: Dr. Cori Antonia Mackrodt, Kerstin Hoffmann

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature
Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Vorwort

„Ich denke an Leni, und dass sie in ihrem Studium auch immer so eigenartige Projekte macht. Sie studiert Kulturwissenschaften in Hildesheim, *Kulturwissenschaften und ästhetische Praxis,* um genau zu sein, und das heißt so aberwitzig, weil es der kompromissloseste Hippiestudiengang ist, den es auf dieser Welt gibt. Man kann dort wirklich anstellen, was man will – Kresseskulpturen züchten, sich bei der Achselenthaarung filmen oder im Chor die E-Mails der Exfreundinnen von der Bühne brüllen –, solange man hinterher auch nur drei halbwegs gerade Sätze darüber schreibt, regnet es Punkte wie Frösche in *Magnolia*. Hätte man mir das bloß erzählt, ich hätte lauthals gelacht, aber ich habe es mit eigenen Augen gesehen." (Thomas Klupp, *Paradiso* (2009: 70))

Als die Tagung *Ästhetische Praxis: Selbstentgrenzung der Künste oder Entkunstung der Kunst?* Ende Juni 2014 an der Universität Hildesheim stattfand, herrschte am dortigen Kulturcampus, dem abseits der Hauptgebäude liegenden Hort der „Kultur-Studiengänge mit Spielraum" (Homepage des Fachbereichs), emsigstes Treiben: Man befand sich kurz vor der Werkschauwoche in den Schlusszügen eines Projektsemesters. Dieses ist fester Bestandteil der Hildesheimer kulturwissenschaftlichen Studiengänge, findet regelmäßig alle zwei Jahre statt und bietet unter einem gemeinsamen Themenschwerpunkt (2014: Verschwendung) ein wichtiges Zeitfenster für das In-die-Tat-Umsetzen von vielgestaltigen Ideen oder für das praktische Erproben theoretisch erarbeiteter Inhalte. Doch nicht nur in diesem besonderen Semester, sondern überhaupt ist *ästhetische Praxis* ein konstitutives Element der universitären Ausbildung in Hildesheim: Kultur-Studierende qualifizieren sich hier in einem Hauptfach und einem oder zwei Nebenfächern aus Literatur, Musik, Kunst, Medien oder populärer Kultur „künstlerisch-wissenschaftlich" (Studienordnung). Das heißt beispielsweise, dass Seminare über Musikgeschichte und -theorie besucht werden, aber ebenso wichtiger Studiumsbestandteil der Gesangsunterricht, die Inszenierung eines Cage-Happenings in der Fußgängerzone oder – für mehr kulturrelativ Orientierte – das eigene Gamelan-Spiel (Musikstil aus Java) ist; dass die Bekanntschaft mit fernöstlicher Philosophie nicht nur durch Lesen und Schreiben, sondern das eigene Erproben in basalen Bewegungsmustern des Iaidō (Schwertkunst) oder des Nô-Theaters gemacht wird; dass Bücher

nicht nur gelesen, analysiert und eingeordnet sondern zerpflückt, neu verfasst, im eigenen Verlag oder digital als partizipatives social-media- Projekt herausgegeben werden; dass man die medienkulturell paradigmatische Figur „Nerd“ nicht nur in einen wissenschaftlichen Diskurs hebt und sie mit einer eigenen Genealogie ausstattet, sondern selbstverständlich *Nerd Nites* (Vortragsformat besonderer Art) veranstaltet oder sogar eine Arbeitsagentur für Nerds gründet; was Performance angeht, wird nicht bloß neueste Forschungsliteratur rezipiert, sondern vor allem selbst probiert, ‚szenische Forschung‘ betrieben; es werden Skulpturen modelliert, Boote gezimmert, Fotos bearbeitet, Ausstellungen kuratiert – oder eine Studentin wird zu einem selbsternannten Kunstprojekt, indem sie tagelang in einem leerstehenden Ladenlokal der Hildesheimer Innenstadt meditiert und Passanten zum Teetrinken einlädt; und Guerillaattacken von einem nackten Studierenden mit Gorillamaske, der Heftromane für 1 € anpreist, während daneben seine Horde mit Küchenmessern literarische Klassiker zerfetzt („das ist Kunst, das kann weg!“), sind ebenso an der Tagesordnung wie der common sense, dass der Werkstatt-Prozess wichtiger ist als das ‚fertige‘ Werk.

Was genau ist aber nun *ästhetische Praxis*, und was kann sie sein – jenseits einer Komplementärfunktion zu den wissenschaftlichen Anteilen des Kultur-Studiums? Thomas Klupp, selbst Hildesheimer Absolvent und Dozent für Kreatives Schreiben, lässt in seinem Debütroman *Paradiso* den an den skurrilen Studiengang seiner Freundin denkenden Ich-Erzähler vor allem eines bekunden: ausgiebige Verwunderung. Dass man über Phänomene *ästhetischer Praxis* auch anders nachdenken und schreiben kann, zeigen in vielfachen Varianten die Autoren dieses Bandes. Ob ästhetische Praxis mit künstlerischer Praxis überhaupt gleichgesetzt werden kann und wie sie, sollte dies nicht der Fall sein, angemessen zu verstehen ist, das ist eine Frage, die weit über das Hildesheimer Modell hinausreicht und der sich der AK Soziologie der Künste auf seiner Tagung im Frühsommer 2014 in eingehenden Betrachtungen und detaillierten Analysen widmete.

Heidrun Eberl
Hannover, Januar 2016

Inhaltsverzeichnis

Zur Einleitung

Ästhetische Praxis 3
Selbstentgrenzung der Künste oder Entkunstung der Kunst?
Michael Kauppert

Teil I Selbstentgrenzung der Künste?

Die Idee der Partizipation und der Begriff der Praxis 37
Anna Spohn

‚Mord' an der Kunst 55
Zur Verweigerungslogik in der Kunst der Gegenwart
Judith Elisabeth Weiss

„Das ist doch keine Kunst – Das kann ich auch" 83
Hermann Pfütze

John Heartfields Fotomontagen 103
Künstlerische Selbstentgrenzung im Kontext der fotografischen Reproduktion der Illustrierten Zeitungen
Vera Chiquet

Zirkularität der Kunst 129
Künstlerische Praxis als Überschreibung des städtischen Raumes
Hilke Berger und Vanessa Weber

Strukturen probierter Entgrenzung 147
Zur Analyse kultureller Erneuerungsdynamiken
Denis Hänzi

Industrial Music Culture 175
Negation und Selbstentgrenzung in den Musik- und Körperprojekten von Genesis (Breyer) P-Orridge
Carsten Heinze

Do (not) press – Sofortbildfotografie in Alltag, Kunst und Wissenschaft 199
Grenzverläufe ästhetischer Praktiken
Dennis Improda

Vollends 235
Ästhetische Praxis und das richtige Leben
Dirk Hohnsträter

Der Blick hinter die ‚Totenmaske der Konzeption‘ 247
Im Unfertigen unterwegs – ohne und mit Publikum
Martin Jürgens

Ästhetische Praxis als Dialog 263
Nicolaj van der Meulen und Jörg Wiesel

Teil II Entkunstung der Kunst?

Religionssoziologische Überlegungen zur ästhetischen Lebensführung . . . 285
Robert Schäfer

Grenzen der Kunst 303
Eine begriffliche und empirische Kritik an der Diagnose des „ästhetischen Kapitalismus“ bei Andreas Reckwitz
Christoph Henning

Die Grenzen der Entgrenzung 329
Immaterielle, kognitive und ästhetische Arbeit und eine Kritik der Entgrenzungsthese
Ildikó Szántó

Wenn Kunst zum Ereignis wird 355
Eine Kritik der ästhetischen Praxis erlebnisorientierter Museen
Jennifer Eickelmann

Ästhetische Praxis als soziale Praxis 377
Konstitution des Sozialen durch Kampfkunst-Training
Martin Minarik

SozialwissenschaftlerInnen *und* KünstlerInnen? 395
Das Beispiel lyrischer SoziologInnen
Daniel Grummt

Zusammenfassungen der Beiträge 421

Die Autoren und Autorinnen 431

Zur Einleitung

Ästhetische Praxis

Selbstentgrenzung der Künste oder Entkunstung der Kunst?

Michael Kauppert

„Zur Selbstverständlichkeit wurde, daß nichts, was die Kunst betrifft, mehr selbstverständlich ist, weder in ihr noch in ihrem Verhältnis zum Ganzen, nicht einmal ihr Existenzrecht". Adornos *Ästhetische Theorie* (1970: 9) setzt mit einer Paradoxie ein. In der Welt der Kunst des 20. Jahrhunderts werde der Verlust von Verlässlichkeit kompensiert durch die Verlässlichkeit des Verlusts selbst. Weder genüge ein l'art pour l'art aus dem 19. Jahrhundert, noch hätte sich die Ambition der historischen Avantgarde erfüllt, Kunst im Leben aufgehen zu lassen. Seitdem sei die Welt der Kunst gekennzeichnet sowohl von der Unsicherheit, wie ein Kunstwerk zu machen und zu beurteilen, als auch durch den Zweifel, ob Kunst überhaupt noch möglich sei (vgl. Adorno 1970: 32f.). Die von Adorno diagnostizierte Verlegenheit an und mit der Kunst will nicht vergehen. Sie kann umso mehr als Signatur auch noch der zeitgenössischen Kunstwelt gelten, wie der vorliegende Band der langen Reihe von Verlustanzeigen des Selbstverständlichen in der Kunst des 20. Jahrhunderts eine weitere hinzufügt. Die bis in unsere Gegenwart hineinreichende Gewissheit, dass es sich bei ästhetischer Praxis um die Praxis von Künstlern und die Wahrnehmung von Kunst durch ein in besonderer Weise auf Kunstwerke und -ereignisse eingestelltes Publikum handelt, ist brüchig geworden. Es gibt eine Reihe von Indizien, die nahelegen, dass der Bereich ästhetischer Praktiken und das Kunstfeld in der Gesellschaft eine nur noch partiale Deckung aufweisen.

In der Soziologie wurde die Ausweitung dessen, was in einem nicht mehr strikt an die Kunst gekoppelten Sinne Ästhetik heißt, als „Ästhetisierung des Alltags-

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016
M. Kauppert und H. Eberl (Hrsg.), *Ästhetische Praxis*,
Kunst und Gesellschaft, DOI 10.1007/978-3-658-12896-8_1

lebens“ beschrieben (Schulze 1992: 33ff.). In der Philosophie hat man solche und andere Beobachtungen auf den „Generalbefund der Ästhetisierung“ des gesamten zeitgenössischen Weltbildes gebracht (Welsch 1993: 22). Bemerkenswert daran ist, dass dieser nicht nur weitreichende, sondern offenbar auch tiefgreifende Prozess, der neuerdings auch als *Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung* (vgl. Reckwitz 2012) beschrieben wird, die soziologischen Beobachtungskapazitäten bis vor kurzem nur am Rande beschäftigt hat. Zu sehr war man auf die Erforschung einer an traditionellen Gütern, Dienstleistungen und Finanzmärkten orientierten *Ökonomisierung der Gesellschaft* (vgl. Schimank & Volkmann 2008) fokussiert, als dass die neuartige Verschwisterung von Ästhetik und Ökonomie hätte auffallen können, zumal es sich dabei um eines jener Verhältnisse zu handeln schien, dessen Analyse man als unnötig erachtete, weil dafür ein fertig ausgeprägter Begriff bereits vorlag: Kulturindustrie.[1] Inzwischen gibt es eine Reihe von Arbeiten, die sich die Kategorien ihrer Analyse nicht mehr von Adornos Verdikt über die angeblich illegitime Verbindung von Kultur und Ökonomie vorgeben lassen wollen. Terminologisch macht sich dies bemerkbar, indem man den Plural verwendet und im französischen Sprachraum von den „industries culturelles“ (vgl. Miège 2004) spricht, im Englischen von den „cultural industries“ (vgl. Hesmondhalgh 2002), hierzulande jedoch von (nur) einer „ästhetischen Ökonomie“ (Reckwitz 2012: 133ff.). Die in der Literatur genannten Beispiele für ästhetische Praktiken betreffen solche aus der Mode (vgl. Scorzin 2016), der Werbung (vgl. Kautt 2008) und dem Design (vgl. Moebius & Prinz 2012) ebenso wie Praktiken aus der Unterhaltungsbranche, die auf ästhetisches Erleben setzen, insbesondere die neuen Medien (vgl. Otto 2013) sowie die Musik- und Videospielindustrie (vgl. von Appen 2007; Treske 2015). Derartige Beispiele, zu der auch die Ästhetisierung des kulinarischen Geschmacks zu zählen ist (vgl. Lemke 2007), ließen sich leicht weiter vermehren um solche, die der „creative economy“ (Howkins 2001) bislang weniger bis gar nicht zugerechnet werden, die ihre Dienstleistungen und Produkte nichtsdestotrotz als ästhetisch annoncieren: Kosmetik-Ketten und Parfümerien, Schönheitschirurgen, Tätowierungsshops, Büros für Inneneinrichtung- und Landschaftsarchitektur, Blumenläden, Wellnessbetriebe – und so fort. Erweitert man den Kreis der in Frage kommenden Beispiele für ästhetische Praktiken nochmals über die Ökonomie hinaus auf andere Wertsphären der Gesellschaft, so ließen sich ästhetisch inszenierte Symbolisierungen in Religion (vgl. Cancik & Mohr 1988) und Politik (vgl. Hieber & Moebius 2011; Kohns 2016) ebenso anführen, wie der

1 Vgl. jedoch Makropoulos (2010), der die These vertreten hat, dass es sich bei der „Ästhetisierung des Sozialen“ um die komplementäre Seite der „Ökonomisierung des Sozialen“ handelt.

Gebrauch, der in der Wissenschaft von ‚Ästhetik' gemacht wird (vgl. Krohn 2006). Nicht zuletzt kann man – mit Max Weber (1978: 556ff.) – auch an die ästhetische Sublimierung der Sexualität zur Erotik denken (vgl. Schwinn 2001: 159ff.). Kurz, soviel ästhetische Praxis war nie.

Angesichts des sowohl rasant steigenden Gebrauchs des Adjektivs ‚ästhetisch' in der alltäglichen Lebenspraxis als auch des vermehrten wissenschaftlichen Bedürfnisses, das ‚Ästhetische' an (bis dato) unverdächtigen Stellen in der Gesellschaft nachzuweisen, entsteht nun aber auch der Eindruck, als ob die soeben erst bemerkte Differenz zwischen ästhetischen Praktiken im Kunstfeld und solchen außerhalb davon sogleich wieder zurückgenommen werde. Wegen ihres ungleichen Grades an Verbreitung in der Gesellschaft erscheinen genuin künstlerische Praktiken gegenüber ästhetischen Praktiken als partikular.[2] In einer kultursoziologischen Perspektive sieht es sogar danach aus, als handele es sich bei der Differenz von künstlerischen und ästhetischen Praktiken überhaupt gar nicht um die Differenz von geringerer oder größerer Allgemeinheit. In dieser Perspektive wird vielmehr der kategoriale Unterschied beider Praxisformen zugunsten von ‚ästhetische Praxis' einkassiert. Gegenstand dieses Aufsatzes wird es dagegen sein, die qualitativen Unterschiede zwischen künstlerischen und ästhetischen Praktiken herauszuarbeiten. Nach einer Rekapitulation des Grundverständnisses ästhetischer Praxis in einer kultursoziologischen Perspektive (I.) werden sowohl kommunikationstheoretische als auch differenzierungstheoretische Gründe dafür geltend gemacht, ästhetische von künstlerischen Praktiken zu unterscheiden. Während der Rückgriff auf die Kommunikationstheorie von Niklas Luhmann als geboten erscheint, um die in künstlerischen und ästhetischen Praktiken zwar gleichermaßen vorausgesetzte, in Kunst, Unterhaltung und Werbung allerdings höchst unterschiedlich in Anspruch genommene soziale Konstellation von Alter und Ego, von Handeln und Erleben aufzuklären (II.), erweist sich die differenzierungstheoretische Perspektive auf ästhetische Praxis als hilfreich, weil sich mit ihr gerade jene Alternative vermeiden lässt, die zur Erklärung des Prozesses gesellschaftsweiter Ästhetisierung im Titel dieses Aufsatzes angeboten wird: Soll man das verstärkte Aufkommen ästhetischer Praktiken in der Gesellschaft in einer eher kulturwissenschaftlichen und -soziologischen Perspektive verstehen und also als eine „Selbstentgrenzung der Künste"? Oder zieht man dazu besser eine zwar nur äußerst selten gebrauchte, nichtsdestotrotz ebenso einprägsame wie aufschlussrei-

2 Der Ausdruck ‚künstlerische Praktiken' (vgl. Zembylas 2014) wird hier wie im Weiteren funktional gebraucht: als Opposition zu ‚ästhetische Praktiken'. Mit ‚künstlerische Praktiken' werden daher nicht nur die Handlungen des Künstlers bezeichnet, sondern alle Praktiken im Kunstfeld.

che Formel Adornos heran und begreift die Ästhetisierung der Gesellschaft als eine „Entkunstung der Kunst“? Zu dieser Disjunktion gibt es nun ihrerseits eine Alternative, durch deren Gebrauch sich der vermeintliche Zwang zur Entscheidung auflöst: Luhmanns Theorie gesellschaftlicher, namentlich funktionaler Differenzierung. Rekonstruiert man in deren Perspektive die Ausgangsfragestellung als Binnen- bzw. Ausdifferenzierung von Kunst in der Gesellschaft, indiziert das Aufkommen ‚ästhetischer Praxis‘ in der Gesellschaft keine gesellschaftsweite Ästhetisierung, sondern vielmehr zwei eng miteinander zusammenhängende Prozesse gesellschaftlicher Differenzierung innerhalb wie außerhalb von Kunst (III.). Im abschließenden Teil dieses Aufsatzes wird skizziert, inwiefern an der vermeintlichen Auflösung der Unterscheidung zwischen künstlerischen und ästhetischen Praktiken auch noch die Wissenschaften von den Künsten ihren Anteil haben. In dem Maße ihrer eigenen Verkulturwissenschaftlichung wird Kunst an Kultur assimiliert. Wiederum in Anschluss an Luhmann wird demgegenüber aufgezeigt, dass die Beibehaltung der Unterscheidung von künstlerischen und ästhetischen Praktiken auch insofern sinnvoll ist, wie es gerade die Kunst ist, durch die sich die Gesellschaft die Kontingenz ihrer eigenen Ordnungs- und Sinnbildungen selbst vor Augen führt – eine Funktion, die die jüngere Kultursoziologie indessen als eine (rein) wissenschaftliche Aufgabe ansieht (IV.).

1 Die kultursoziologische Perspektive auf ästhetische Praxis

Vor der Konsultation einer kultursoziologischen Perspektive auf ästhetische Praxis mag es als hilfreich erscheinen zwischen einer Visualisierung des Sozialen einerseits und der Freisetzung der Wahrnehmung vom (instrumentellen) Handeln andererseits zu unterscheiden.

Bei der Visualisierung des Sozialen geht es um Verfahren der *Symbolisierung* eines an sich selbst unsinnlichen sozialen Gebildes für die Wahrnehmung. Beispiele hierfür sind die Selbstdarstellungen des Politischen durch Fahnen, Hymnen, Paraden und in Staatsakten; die Vergegenwärtigung transzendenter Größen durch religiöse Ikonographie und liturgische Abläufe; die myriadenfache Verfertigung von logoi durch das corporate design von Organisationen; die Darstellung von Intimbeziehungen durch Eheringe und (neuerdings) Vorhängeschlösser. In Fällen wie diesen geht es um die mehr oder minder ritualisierte Verknüpfung von Wahrnehmung und Vorstellungskraft. Für die Symbolisierung eines sozialen Gebildes (die spezifische Qualität von Interaktionen, die Einheit einer Organisation, die Eigenart einer gesellschaftlichen Wertsphäre) durch dessen Darbietung für die

sinnliche Wahrnehmung kommt es zwar auf aisthesis an, aber nur als ein Mittel zum Zweck der Imagination einer sozialen Größe.

Demgegenüber lässt sich die Freisetzung der Wahrnehmung vom instrumentellen Handeln als Prozess der *Ästhetisierung* bezeichnen. Die Wahrnehmung (etwa eines Gegenstandes) bleibt nicht länger mehr der nur rezeptive und informationsverarbeitende Teil einer Handlung, sie ist nicht mehr nur eine Phase im Ablauf des instrumentellen Handelns, sondern wird ganz auf sich selbst gestellt. Oevermann (1996: 8) spricht in diesem Zusammenhang von einer „selbstgenügsamen Wahrnehmungshandlung", Seel (1993: 399) von einer „Tätigkeit der sinnengeleiteten Wahrnehmung, der es um die Objekte und Vollzüge dieser Wahrnehmung selbst geht", Reckwitz (2012: 23, kursiv i.O.) betont „*eigendynamische* Prozesse sinnlicher Wahrnehmung, die sich aus ihrer Einbettung in zweckrationales Handeln gelöst haben". Bei ästhetischen Praktiken handelt es sich demnach um solche Praktiken, die am autonomen Vollzug der Wahrnehmung orientiert sind. Im engeren Sinne als ästhetisch wird eine Praxis allerdings erst dann bezeichnet (vgl. Reckwitz 2012: 24), wenn der Vollzug der Wahrnehmung von Gefühlslagen begleitet wird, die ihrerseits eine autonome Qualität für sich beanspruchen. Ihren sprachlichen Ausdruck findet die Korrelation von Perzeption und Emotion in Beschreibungen, die sowohl in ihren positiven („angenehm", „lustvoll", „wohlgefällig") wie auch in ihren negativen Ausprägungen („beängstigend", „verstörend") ihre Wahlverwandtschaft zur Kunstwahrnehmung nicht verbergen können. Das gilt allemal dann, wenn durch die Wahrnehmung eines Objektes, Ereignisses oder einer Atmosphäre nicht nur ein Affekt ausgelöst wird, der eine in der Kunst beheimatete Bezeichnung nach sich zieht – „schön" –, sondern wenn darüber hinaus auch eine kognitive Tätigkeit stimuliert wird („irritierend", „rätselhaft", „bemerkenswert").

Während man also von *ästhetischen* Praktiken spricht, wenn es um den selbstgenügsamen Vollzug von sich wechselseitig fordernden Perzeptionen und Emotionen geht, die von sprachlichen Ausdrücken begleitet werden können aber nicht müssen, handelt es sich um ästhetische *Praktiken*[3] insofern, wie es dabei sowohl

3 Die Differenz von ‚Praxis' und ‚Praktiken' wird, wie auch zuvor, im Weiteren als grammatikalischer Unterschied zwischen Singular und Plural behandelt, ein Plural, für den ‚Praxen' zwar auch möglich, aber im Deutschen weniger gebräuchlich ist. Abgesehen davon, dass ‚Praxis' das Antonym zu ‚Theorie' schlechthin ist, hat sich innerhalb von ‚Theorie' seit etwa zwei Dekaden – im Unterschied zu Bourdieus noch im Singular formulierten *Entwurf einer Theorie der Praxis* (1976) – eine im Plural gehaltene „Theorie sozialer Praktiken" (vgl. Schatzki 1996; Reckwitz 2001) in den sozial- und kulturwissenschaftlichen Theoriefamilien etabliert. Die Bewegung zum Plural lässt sich nicht nur in Praxistheorien, sondern – denkt man an das Verhältnis von Parsons (1951) „The Social System" zu Luhmanns (1984) „Soziale Systeme" –

um die routinisierte Hervorbringung von ästhetischem Erleben *als auch* um die Herstellung von Objekten, Ereignissen und Atmosphären geht, die dieses Erleben hervorzurufen imstande sind (vgl. Reckwitz 2012: 25). Diese Definition ist problematisch und aufschlussreich zugleich. Problematisch ist sie, weil sie auch die Herstellung von Objekten (im weitesten Sinne) beinhaltet, die dazu vorgesehen sind, ästhetisches Erleben nur hervorzulocken und man sich von daher veranlasst sieht, auch noch die bloße Produktion von Objekten ästhetischen Erlebens als eine genuin ästhetische Praxis aufzufassen. Das jedoch dürfte allenfalls der Grenzfall einer ästhetischen Ökonomie sein. Auch in der Modebranche, den Werbeagenturen und in Designbüros unterliegt der Entwurf und die Verfertigung von Objekten ästhetischen Erlebens den Imperativen zweckrationalen Handelns, strengen Gewinnkalkülen und Zeitlimitierungen. Wenn hier ästhetisches Erleben überhaupt vorkommt, dann als eine *Episode* – und als eine solche stellt sie in der von Reckwitz vorgeschlagenen Definition den Kontrast zu ästhetischen *Praktiken* und nicht deren Definiens dar. Bei ‚ästhetischen Praktiken' greift die Seite der Rezeption auf die Seite der Produktion über und legitimiert dadurch, auch noch die (un-) intendierte Hervorbringung von Objekten, Ereignissen und Atmosphären ästhetischen Erlebens als eine ästhetische Praxis aufzufassen. Folgt man nun weiterhin dem Vorschlag von Reckwitz, in die Definition ästhetischer Praxis auch noch die ästhetischen Artefakte selbst sowie deren institutionalisiertes Aufmerksamkeitsmanagement einzubeziehen, dann wird deutlich, dass es bei ‚ästhetischer Praxis' um weit mehr als nur um das schlichte Doppel von Perzeption und Emotion geht: Sie wächst sich zu einer „ästhetischen Sozialität" aus (Reckwitz 2012: 322ff.).

---

auch in Systemtheorien erkennen. Insbesondere aber ist der Plural für alles das maßgeblich geworden, was ‚Kultur' indiziert (vgl. Elberfeld 2008). Lässt man das einmal auf sich beruhen und fragt nicht nach dem Plural, sondern nach dem für ‚ästhetische Praxis' maßgeblichen Gegensatz, dann drängt sich der Ausdruck ‚ästhetische Theorie' auf – und damit Adorno. Mit *Ästhetische Theorie* hat Adorno nicht nur eine Theorie der Kunst in der (kapitalistischen) Gesellschaft und der in ihr (noch) möglichen ästhetischen Erfahrung vorgelegt, sondern er hat, so die These von Rüdiger Bubner (1979: 109), insbesondere darin auch das „Ästhetischwerden der Theorie selber" demonstrieren wollen – ein Umstand, an den auch einige Beiträge in diesem Band denken lassen (in eher performativer Weise vor allem die Beiträge von Martin Jürgens sowie von Nicolaj van der Meulen & Jörg Wiesel, in eher konstativer Hinsicht der Aufsatz von Daniel Grummt). Wendet man nun das Motiv Adornos auf den Titel des hier vorliegenden Buches an, so liegt es nahe, bei *Ästhetische Praxis* an das Ästhetischwerden von Praxis zu denken, eine Vorstellung, die die Konvergenz von Kunst und Gesellschaft heraufbeschwört. Die folgenden Überlegen laufen allerdings darauf hinaus, das Gegenteil dessen plausibilisieren zu wollen.

2 Ästhetische Praxis in kommunikationstheoretischer Perspektive

Sucht man nun Abstand zur kultursoziologischen Aggregatvorstellung ästhetischer Praxis zu gewinnen und interessiert sich umgekehrt für deren Dekomposition, dann erweist sich die oben genannte Definition ästhetischer Praktiken nicht nur als problematisch, sondern auch als aufschlussreich, vorausgesetzt, man stellt den Kontakt her zu der von Luhmann (1997: 336ff.) in Anschluss an Parsons ausgearbeiteten Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien. Dann nämlich lässt sich die Differenz von ästhetischem Erleben und instrumentellem Handeln als die Etablierung und Typisierung einer sozialen Beziehung interpretieren, in der das eigene Erleben (nicht: Handeln) durch das Handeln (nicht: Erleben) anderer motiviert wird. Ist dies der Fall, geht es – um Kunst. Begreift man ‚Kunst' mit Luhmann als ein Medium der Kommunikation, durch das ein bestimmtes Verhältnis zwischen den sozialen Positionen von Ego und Alter zustande gebracht wird, dann sind es nicht die Eigenschaften eines Objektes, die das selbstgenügsame Zusammenspiel von Perzeptionen und Affektionen auslösen. Das ästhetische Doppel stellt sich vielmehr infolge einer Zurechnung ein, derjenigen Egos, dass es sich bei Objekten um produzierte Produkte, bei Ereignissen um inszenierte Ereignisse und bei Atmosphären um herbeigeführte Atmosphären handelt, um Hervorbringungen von Alter also, die von Ego wiederum die Einstellung abverlangen, jene von Alter hervorgebrachten Objekte, Ereignisse und Atmosphären auf eine Weise zu erleben, die sich nicht nur auf das Erleben ihrer materiellen und medialen Eigenschaften, ihrer Form und möglichen Bedeutung beschränkt, sondern auch auf die (mutmaßlichen) Motive Alters zu deren Hervorbringung übergreift. Da Alter bereits bei der Herstellung von Objekten jene Beobachtung durch Ego antizipiert, handelt es sich bei ‚Kunst' um eine Praxis der Kommunikation: Der Zuschauer übernimmt für sich die Prämisse des Künstlers, dass dessen Hervorbringung auf eine bestimmte, ästhetisch genannte Weise erlebt werden soll. Umgekehrt verlangt der Zuschauer vom Künstler aber auch nach der Hervorbringung von solchen Objekten, Ereignissen und Atmosphären, die imstande sind, ein ästhetisches Erleben hervorzurufen und in Gang zu halten. Dieser relativ komplexe Sachverhalt ist gemeint, wenn es bei Luhmann lapidar heißt: „Die Konstellation ist klar: Der Künstler handelt und der Zuschauer wird dadurch zu einem bestimmten Erleben gebracht" (Luhmann 1997: 351).

So klar die Konstellation auch sein mag, so unklar ist alles Weitere. Der Künstler handelt – aber womit und wie? Der Zuschauer erlebt – aber was und wodurch? Es scheint, als bestünde der Prozess der gesellschaftlichen Ästhetisierung darin, diese Fragen zwar am Modell der Kunst gewonnen zu haben, die Antworten darauf

aber nicht mehr auf die Kunst begrenzen zu können. ‚Ästhetische Praxis' kann allenfalls noch als ein semantischer Beleg für deren Herkunft aus der Kunst gelten, nicht aber mehr als ein Nachweis von Kunst selbst.

Von der Warte einer Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien aus betrachtet ist es nicht nur für Kunst eigentümlich, dass die Willkür Alters als Prämisse für Egos Verhalten akzeptiert wird, sondern auch für die Medien Geld bzw. Eigentum (vgl. Luhmann 1997: 348ff.). Diese überraschende Nähe von Kunst und Geld/Eigentum addiert sich jedoch nicht zu einer „ästhetischen Ökonomie" (Reckwitz) auf, weil das, was Ego an Alters Handlung beobachtet, nicht die Hervorbringung eines Objektes ist, sondern dessen Zugriff darauf: Alter hat das Geld, das Ego fehlt, um ein Objekt, das beide begehren, zu kaufen – und Ego akzeptiert das. So sehr es sich dabei um eine erfolgreiche Kommunikation handelt, so sehr ist sie eine der Ökonomie und zählt gerade nicht zu denjenigen Kommunikationen, die sich als ‚Kunst' ausflaggen. Ego erlebt hier die Handlungen Alters nicht als ein ihm (und unbestimmt vielen) gegenüber mitgeteilten Anspruch auf Eigentum, sondern als eine über die Hervorbringung eines Objektes, Ereignisses oder einer Atmosphäre mitgeteilte Information, deren Unwahrscheinlichkeit, von ihm als Kommunikation verstanden und akzeptiert zu werden, nur durch den Hinweis auf ‚Kunst' aufgefangen und abgesichert werden kann. ‚Kunst' entlastet, mit anderen Worten, Ego davon, Alters Motiv zur Hervorbringung eines Objektes wie auch dessen Informationsgehalt außerhalb der Kunst zu suchen. Sofern ‚Kunst' in der Gesellschaft erst einmal institutionalisiert ist, stabilisieren sich die Zurechnungen auf die Motive von Mitteilungen und der Gehalt von Kunstwerken wechselseitig. Die Willkür Alters kann nun von Ego als diejenige eines Künstlers beobachtet werden, dessen Motiv in nichts weiterem besteht als ‚Kunst' zu machen und also Objekte, Ereignisse oder Atmosphären hervorzubringen, die durchaus rätselhaft bleiben können, weil es sich hierbei um Praktiken handelt, die nicht (nur) über ihren Inhalt, sondern (mehr) über ihre materielle, mediale und formale Seite kommunizieren und daher sind, was sie sind: ‚Kunst'.

Es ist nun die Form, die von der Kunst zur Werbung führt – und damit von den Erfolgs- zu den Verbreitungsmedien von Kommunikation (vgl. Luhmann 1997: 202ff.). Je mehr Ego durch Werbung dazu gebracht wird, die Hervorbringungen Alters nicht mehr auf ihren ökonomischen Gebrauchs- und Tauschwert (also auf Information) hin zu beobachten, desto mehr beschränkt sich Ego auf die Wahrnehmung der schönen Gestalt eines Produkts: „Gute Form vernichtet Information. Sie erscheint als durch sich selbst determiniert, als nicht weiter klärungsbedürftig, als unmittelbar einleuchtend" (Luhmann 2009: 61). Dennoch: Werbung ist keine Kunst. „Allen Anleihen im Design" zum Trotz (Luhmann 2009: 62) wird man ihr ein Motiv dazu nicht unterstellen können. Und so sehr Werbung auch damit be-

schäftigt sein mag, ihre eigenen Mittel zu raffinieren, legt sie es bei potentiellen Konsumenten gerade nicht darauf an, von ihnen als eine „sich selbst einfordernde Ordnung“ (Luhmann 1995: 240) beobachtet zu werden, wie dies Künstler von den Beobachtern ihrer artifiziellen Objekte, Ereignisse und Atmosphären erwarten und umgekehrt Zuschauer von ihnen verlangen. Allemal verzichtet, so Luhmann, die Werbung auf ein Mittel, das, wenn auch nicht als einziges, für die Kunst insbesondere des 20. Jahrhunderts kennzeichnend ist, in der Werbung jedoch schon aus Zeitgründen keinen rechten Platz finde: „Intertextualität“ (Luhmann 1995: 240). Wiewohl es sich bei Werbung also gerade nicht um Kunst handelt, sondern um eine Sparte in den Massenmedien, führt die Orientierung von Alter an der guten Form dazu, bei Ego Urteile über Geschmack durch Werbung zu produzieren. Nach der Auflösung des Zusammenhangs von Geschmacksurteil und Schichtzugehörigkeit ist es daher die Werbung, nicht die Kunst, die die latente Funktion übernommen hat, „Leute ohne Geschmack mit Geschmack zu versorgen“ (Luhmann 1995: 62).

Nun bildet sich Geschmack beileibe nicht nur an Kunst und durch Werbung heraus; die weitaus größten Geschmacksgeneratoren der Gegenwart sind die Unterhaltungsmedien. Nicht die Beobachtung der „selbstbezüglichen Konstitution von Kunstwerken“ (Bertram 2014: 113ff.) oder die Orientierung an guter Form wie in der Werbung, sondern vielmehr Spannung ist es, durch die sich Unterhaltungsmedien definieren (vgl. Luhmann 2009: 67ff.). Während Kunst langweilig sein darf (aber nicht sein muss), Werbung nach ihren eigenen Ansprüchen inzwischen nicht mehr langweilig sein möchte (aber durchaus noch ist), muss Unterhaltung, gleichviel ob es sich dabei um Romane, Filme, Musik, Quizsendungen oder Übertragungen von Sportveranstaltungen im Fernsehen handelt, den Zuschauer auf die ein oder andere Weise in Spannung versetzen. Soziologisch gesehen tut Unterhaltung dies freilich nicht durch ‚Suspense‘, durch Spannung im psycho-physischen Sinne des Wortes, sondern, folgt man Luhmann (2009: 74), indem die soziale Position, die Ego besetzt, entlastet wird von der Fortsetzung von Kommunikation durch einen Spezialfall von Kommunikation: Unterhaltung. Man nimmt sie zur Kenntnis, aber sie animiert nicht zu Handlungen. Anders als in der Kunst und ähnlich wie in der Werbung ist Unterhaltung dadurch gekennzeichnet, dass es sich dabei um eine Kommunikation handelt, in der deren performative Seite von Ego nicht miterlebt wird. Wäre dies der Fall, hätte der Leser eines Unterhaltungstextes oder der Zuschauer eines Fernsehfilms ein Problem: „Er würde schwanken und sich entscheiden müssen, ob er mehr auf die Mitteilung und ihre Motive oder auch: auf die Schönheit und die konnotativen Vernetzungen ihrer poetischen Formen achten oder sich der Unterhaltung überlassen solle“ (Luhmann 2009: 74).

Exkurs

Ein vergleichbares Problem hat der am 27.12.2015 in der ARD ausgestrahlte *Tatort* seinen Zuschauern aufgegeben: Die Person Ulrich Tukur übernimmt darin die Rolle des Schauspielers Ulrich Tukur („Uli"), der wiederum die Figur des Kommissar Murot spielt. Bei den Dreharbeiten zu einer Tatort-Folge wird Uli des Mordes verdächtigt. Am Ende des Films sitzen er und die von ihm gespielte Figur des Murot einander direkt gegenüber. Der Schauspieler, der einen Schauspieler mimt, und die von ihm ebenso verkörperte Figur werfen die – für diesen *Tatort* titelgebende – Frage auf: *Wer bin ich?*. Das ist keineswegs nur eine Frage nach personaler Identität. Da sich der Tatort im *Tatort* am Ende selbst als eine filmische Illusion ausweist, gibt es auch keine Leiche mehr. In *Wer bin ich?* geht es aber nur vordergründig um die eingespielten Konstruktionsprinzipien eines *Tatort*, ein Problem, an dessen Lösung sich prompt ein anderes Massenmedium versucht: die Bild-Zeitung. Nach einer ersten Polemik (28.12.15) gegen die allzu „verkopfte" Ausgabe von *Wer bin ich?*[4] veröffentlichte sie eine Reihe als unverzichtbar angesehener Regeln (29.12.15) für einen *Tatort*, zu denen u.a. „Leiche", „Spannung" und „Auflösung" gehören. Mit dem für Wissenschaft (nicht aber für Zuschauer und Tageszeitungen) möglichen Abstand betrachtet, wirft *Wer bin ich?* jedoch mehr als nur die Frage nach den Ingredienzien eines *Tatort* auf. Die *Tatort*-Folge aus Wiesbaden problematisiert das Unterhaltungs-Schema der Massenmedien. *Wer bin ich?* stellt die Frage, ob es sich beim Tatort im *Tatort* um Unterhaltung oder um Kunst handelt. Für Kunst spricht zunächst, dass die *Tatort*-Folge ein aus den Künsten bekanntes Verfahren benutzt: Künstler, die sich in ihrem Werk selbst bemerkbar machen und Authentizität durch das „Re-Entry der Erzeugungsoperationen in das erzeugte Werk" (Luhmann 1995: 123) sowohl fingieren als auch dementieren. *Wer bin ich?* zieht allerdings weniger durch den Einbau einer zweiten Darstellungsebene als vielmehr durch deren offensive Zur-Schau-Stellung den Verdacht eines nachgerade künstlerischen Handelns beinahe so auf sich, wie wenn man einen Krimi zu sehen bekäme, in der ein Gärtner direkt neben einer Leiche steht. Die *Tatort*-Folge lenkt die Mutmaßung des Publikums absichtsvoll auf ‚Kunst' – und dies umso mehr, als auch Intertextualität zu den Mitteln gehört, derer man sich in *Wer bin ich?* bedient: Es treten Schauspieler auf,

4 Die Figur des Kommissar Murot (ein Anagramm von Tumor) zeigt sich im Finale von *Wer bin ich?* gegenüber dem geschauspielerten Tukur („Uli") dankbar dafür, dass man ihr einen Gehirntumor aus der Rolle herausgeschrieben habe (in der am 8.12.2013 ausgestrahlten Folge „Schwindelfrei").

die dem Publikum von andernorts her (Frankfurt, Leipzig) als Kommissare bekannt sind, in „Wiesbaden“ jedoch nur eines zu tun haben: sich selbst darstellen. Bei soviel Kunstfertigkeit an Selbstdarstellungen bleibt unbemerkt, welche Funktion es hat, dass das für einen Krimi scheinbar zwingende, anfangs noch eingehaltene (psycho-physische) Spannungs- bzw. Rätselformat rasch durch Satire ersetzt wird. Die Persönlichkeit von Schauspielern, die sich als Schauspieler schauspielern wird in *Wer bin ich?* ebenso übersteigert dargestellt wie man dazu angehalten wird, das den Tatort im *Tatort* betreibende Produktionspersonal nicht allzu ernst zu nehmen. Durch Satire werden die Grenzen der Gattung ‚Krimi‘ gedehnt, wenn nicht überschritten, nicht jedoch die Bedingungen, unter denen dies geschieht: Unterhaltung. *Wer bin ich?* ist nicht nur ein Meta-*Tatort*, sondern zugleich auch eine (immer noch) unterhaltsame Reflexion über Unterhaltung in den Massenmedien. Der dazu notwendige Einsatz von Beobachtungsfiguren, die nicht aus der Unterhaltungsbranche selbst, sondern aus den Künsten stammen, hat seinen Preis: Das Erleben der Zuschauer verkompliziert sich. Es bedarf daher einer Ressource, die für Krimis als fremd erscheint, – Satire –, mit der diese Komplikation (für ein Publikum) zu ertragen und (von den Produzenten dem Sender und der Öffentlichkeit gegenüber) zu rechtfertigen ist. Es reichte immerhin dafür, dass 7 Millionen bei *Wer bin ich?* zugesehen haben, eine Zahl, die für Kunst unfassbar hoch gewesen wäre, für Unterhaltung à la *Tatort* jedoch vergleichsweise niedrig ausgefallen ist. Humor in Krimis – das ist nun freilich keine Erfindung von *Wer bin ich?*. Es gibt ihn, auch ohne Komplikation und noch dazu mit einer Leiche, die nicht wiederaufersteht, vorzugsweise in der Münsteraner Ausgabe des *Tatort*, der damit, wenn auch nur gelegentlich, eine doppelt so hohe Einschaltquote erzielt. Auch darauf wird in *Wer bin ich?* in einer Szene angespielt. Das will besagen: In „Münster“, nicht aber in „Wiesbaden“ ist ein Krimi auch als (anstrengungsfreie) Komödie ein Publikumserfolg. Bei *Wer bin ich?* handelt es sich daher nicht nur um eine einfache Satire auf den Produktions- und Schauspielbetrieb eines *Tatort*, wie die Macher der Wiesbadener Produktion in Pressemeldungen verlautbaren ließen. Diese *Tatort* -Folge spiegelt ihren Zuschauern vielmehr auch die Bedingung ihrer Rezeption zurück – wie auch die aller anderen *Tatort*-Ausgaben. Sie betreffen nicht die Grenzen, die die Gattung „Kriminalfilm“ scheinbar jeder einzelnen Ausgabe von *Tatort* auferlegt (wie der Erfolg des humorigen Münsteraner Tatort beweist). Es ist vielmehr das Massenmedium Fernsehen, das *Wer bin ich?* die Bedingungen diktiert, nach der auch diese *Tatort*-Folge noch funktionieren können muss: Unterhaltung – und zwar gleichviel, welcher Mittel sie sich bedient (Action, Drama, Komödie, Satire etc.). *Wer bin ich?* handelt also auf mehreren Ebenen gleichzeitig: Die *Tatort*-Folge wirft die Frage nach der

> Identität einer Filmfigur auf; sie wirft die Frage danach auf, was einen Krimi ausmacht und sie reflektiert die Bedingungen von Unterhaltung im Massenmedium Fernsehen. All dies geschieht im Unterhaltungsformat. Ob man sich von *Wer bin ich?* schlecht (wie die Bild-Zeitung) oder gut (Medienkulturpreis des deutschen Filmfestivals 2015) unterhalten fühlt, das ist eine ganz andere, eine empirische Frage.

Um ‚reine' Unterhaltung handelt es sich dann, wenn Ego eine Welt erlebt, von der es so scheint, als habe sie sich selbst hergestellt und als würde sie sich selbst reproduzieren. An ‚Unterhaltung' in geselligen Interaktionen lässt sich das ansatzweise veranschaulichen. Solange dabei die technische Seite der Gesprächsführung im Vordergrund steht, betreibt man Konversation: Ein Gespräch muss von jemandem eröffnet werden; Themen müssen gesucht, gefunden und gewechselt werden; die Redezüge der Gesprächspartner wollen organisiert sein (turn-taking); Gesprächspausen müssen überspielt werden; schließlich muss auch das Ende des Gesprächs eingeleitet und gemeinsam vollzogen werden. Sobald es jedoch so aussieht, als ob die Konversation von selbst abläuft, als ob Themen sich wie von selbst einstellen und der Wechsel von Redeanteilen naturwüchsig verläuft, sind die Interaktionspartner von der Beobachtung der Mitteilungsseite von Kommunikation entlastet und können sich ganz dem Erleben der Informationsseite eines Gesprächs hingeben. Nun unterhält man sich nicht mehr nur miteinander in dem Sinne, dass man an sich selbst erlebt, wie mühevoll es sein kann, eine Konversation zu führen. Jetzt können sich die Interaktionspartner ganz dem Gespräch überlassen, von dem es für sie so aussieht, als liefe es von selbst ab. Eben dies ist Unterhaltung – auf der Ebene von Interaktion. Auf der Ebene von Gesellschaft, im Funktionssystem der Massenmedien, verläuft Unterhaltung interaktionsfrei. Man schaltet den Fernseher ein – und bleibt mit sich allein. Nichtsdestotrotz handelt es sich dabei um Kommunikation, allerdings um eine, deren Fortsetzung, anders als in Interaktionen, weder möglich, noch nötig ist: „Unterhaltung heißt eben: keinen Anlaß suchen und finden, auf Kommunikation durch Kommunikation zu antworten" (Luhmann 2009: 74). Unterhaltung produziert den Genuss selbstgenügsamen Erlebens, und sie tut dies, indem sie Ego von der Beobachtung der Mitteilungsseite von Kommunikation entspannt: Ego erlebt die massenmediale Kommunikation nicht als eine Handlung, nicht als eine durch Alter inszenierte Welt, wie bei Kunst, sondern als eine Welt des schlicht Gegebenen. Filme, Musik oder Texte werden im Moment des Erlebens gerade nicht daraufhin beobachtet, warum und wie sie gemacht worden sind. „Statt dessen kann sich der Beobachter auf das Erleben und die Motive der im Text vorgeführten Personen konzentrieren" (Luhmann 2009: 74) – und es dabei belassen. Das „Making of" eines Films gehört zu den Boni auf einer DVD,

nicht zum Film selbst. „Und da es sich [beim Film] ‚nur' um Unterhaltung handelt, tritt auch das Problem der Authentizität nicht auf, das im Falle eines Kunstwerks gegeben wäre" (Luhmann 2009: 74, Herv. i.O.).

Wenn man nun einmal von der funktionalen Differenz zwischen Verbreitungsmedien (Erreichbarkeit des Adressaten) und Erfolgsmedien (Steigerung der Annahmewahrscheinlichkeit) von Kommunikation absieht und auch noch für ‚Werbung' und ‚Unterhaltung' an eine typische Konstellation von Ego und Alter denkt (ohne zu behaupten, es müsse auch für massenmediale Kommunikation ein eigenes Symbol geben), dann fällt deren beider Differenz zu ‚Kunst' sofort ins Auge. Zwar geht es auch hier noch um das Erleben Egos (der guten Form, von Spannung), aber es werden dabei nicht, wie bei Kunst, die Handlungen Alters von Ego als Prämisse des eigenen Erlebens übernommen. In der Werbung und den Unterhaltungsmedien geht es weniger um die Mitteilungs-, sondern mehr um die Informationsseite von Kommunikation. Und an diese heftet sich das Erleben Egos. Das ist insofern nicht verwunderlich, als es sich bei ‚Werbung' und ‚Unterhaltung' um eine interne Differenzierung der Massenmedien handelt, in denen es um Information geht (vgl. Luhmann 2009: 25ff.). Als Spielarten von Information wird die gute Form bzw. Spannung von Ego erlebt – und das mit einer relativen Gleichgültigkeit hinsichtlich der Frage, wer die Informationen hervorgebracht hat und wie sie hervorgebracht wurden. Wendet man die Dinge so, sieht man sofort, dass Werbung und Unterhaltung keineswegs Kunst ähneln, sondern zwei anderen Erfolgsmedien weitaus näher stehen: Wahrheit und Werte (vgl. Luhmann 1997: 339ff.). ‚Wahrheit' und ‚Werte' werden entdeckt und hingenommen, nicht hervorgebracht, denn das würde ihre kommunikative Funktion zunichte machen. Ego *und* Alter stehen hier in der sozialen Relation eines gemeinsamen Erlebens. Und eben dies ist auch bei ‚Werbung' und ‚Unterhaltung' der Fall. Ego erlebt eine Welt, die sich in dessen Perspektive gleichsam von selbst hergestellt hat, sei es dadurch, dass sich Nachfragen nach dem Motiv zu deren Hervorbringung erübrigen, weil sie zu offensichtlich sind (Kaufappell, Zeitvertreib), oder sei es dadurch, dass der Mitvollzug der Weise ihrer Hervorbringung den Genuss ihres Erlebens empfindlich stören würde. Wenn dem so ist, dann kann es sich bei der Differenz zwischen Erleben in den Massenmedien und Erleben in der Kunst nicht nur um eine marginale Differenz handeln. Zwar handelt es sich bei ‚Kunst' und ‚Unterhaltung' um Kommunikationen, die nicht zum Handeln, sondern zum Erleben motivieren, aber sie motivieren dieses Erleben höchst unterschiedlich: Kunst will vor allem über die Mitteilungsseite, Unterhaltung über die Informationsseite von Kommunikation beobachtet werden. Wie gering dieser Unterschied im Einzelfall auch ausfallen mag, er macht dennoch einen Unterschied ums Ganze: Hier die (kognitive) Anstrengung einfordernde Kunst, dort die (psycho-physische) Entspannung produzierende Unterhaltung.

In einer kommunikationstheoretischen Perspektive zeigt sich nicht nur, dass künstlerische von ästhetischen Praktiken unterschieden werden können, sondern auch, wie sie sich voneinander unterscheiden lassen und auf welche Bereiche in der Gesellschaft sie sich verteilen. Die Massenmedien (wie auch die Ökonomie) bedienen sich ästhetischer Praktiken, ohne dass diese darum schon künstlerische Praktiken wären. Werbung und Unterhaltung zielen zweifelsohne auf ein ästhetisches Erleben, allerdings auf eines, aus dem weitgehend ausgespart bleibt, worum es in der Kunst geht: auf das Erleben von Praktiken und deren Hervorbringungen, die Ego zu einer Beobachtung veranlassen, welche sich auf materielle, mediale, formale und semantische Varianten in der Bildung eines Zusammenhangs erstreckt (vgl. Kauppert 2014: 130ff.). Eben davon dispensieren Werbung und Unterhaltung. Und dagegen protestierte Adorno.

3 Ästhetische Praxis in differenzierungstheoretischer Perspektive

Bei der von Adorno bemerkten Erosion des Selbstverständlichen in der Kunst des 20. Jahrhunderts scheint es sich nur um die Kehrseite der eingangs beschriebenen gesellschaftlichen Ästhetisierung zu handeln, ein Prozess, durch den das Selbstverständnis und der Stellenwert von Kunst in der Gesellschaft nachhaltig betroffen wäre, wenn es sich herausstellen sollte, dass dieser Prozess zutreffend beschrieben worden ist. Im Folgenden soll eine differenzierungstheoretische Perspektive ins Spiel gebracht werden. Mit ihr lässt sich zeigen, dass es nicht zwingend ist, die relative Prominenz ästhetischer Praktiken in der Gesellschaft auf einen Prozess gesellschaftsweiter Ästhetisierung zurückzuführen, sondern dass sich ‚Ästhetisierung' stattdessen als das Resultat zweier Linien gesellschaftlicher Differenzierungen begreifen lässt, die, wiewohl sie parallel zueinander verlaufen, getrennt voneinander analysiert werden können.

Zum einen kann der von Adorno beobachtete Eindruck der Auflösung von Gewissheiten in der Kunst einer Bewegung zugerechnet werden, die sich in den *Künsten* selbst abspielt. Es handelt sich dabei um einen immanenten Prozess der Veränderung, in dessen Verlauf nicht nur der Kanon der als legitim geltenden Künste (Musik, Literatur, Malerei, Bildhauerei, Theater) sukzessive erweitert worden ist (Fotografie, Film, Video, Architektur, Tanz, Performance etc.), sondern durch den auch das Prinzip wechselseitig exklusiver Materialbearbeitung von den Künsten aufgegeben wurde. Allerdings binden nicht nur Gattungen, Stile und Materialen die Künstler nicht mehr, sie revoltieren längst auch gegen den Sinn von Kunst überhaupt – und eben dies ist zu einer Selbstverständlichkeit in den Künsten des

20. Jahrhunderts geworden, erst recht in denen der Gegenwart. Die Pluralisierung der Künste, ihre wechselseitige Indienstnahme, ihr ständiger Ausgriff auf scheinbar kunstfernes Material, ihr Prozessieren als Künste, die die Kunst verweigern[5] – bei alledem handelt es sich um eine Bewegung, die von der modernen und zeitgenössischen Kunst selbst ausgeht, ein Prozess, den Adorno (1977a: 432) als „Verfransung" der Künste beschrieben hat und der aktuell, wenn auch in einer anderen Belichtung, als „Transformationen in den Künsten" (Reiche et al. 2011), als „Entgrenzung der Künste" (Eiermann 2009), als „Ausweitung der Kunstzone" (Fischer-Lichte et al. 2010) sowie als „Selbstentgrenzung der Kunstpraktiken" (Reckwitz 2012: 90ff.) diskutiert wird. In dem Maße, wie sich künstlerische Praktiken von solchen nicht mehr unterscheiden (wollen), wie sie auch außerhalb der Kunst vorkommen, führt dies zur Verunklarung ihrer Identität. Davon ist vor allem das für Kunst konstitutive Erleben der Hervorbringungen anderer betroffen. Während es etwa in einer Oper darum geht, gemeinsam eine Inszenierung zu erleben, legen es die partizipativen Künste[6] darauf an, dass nicht mehr nur Alter, sondern auch Ego handelt. In künstlerischen Praktiken wird das Erleben zugunsten des gemeinsamen Handelns scheinbar marginalisiert. Freilich schließt auch das „offene Kunstwerk" (vgl. Eco 1977) den Zuschauer nur aus, um die freiwerdende Rolle des Erlebens den Teilnehmern selbst aufzuerlegen – und das umso effektiver, je nebensächlicher das Erleben dabei zu werden scheint. Es sind nicht mehr die Hervorbringungen anderer, wie man insbesondere bei Happenings, Performances und sogenannten Sozialskulpturen beobachten kann, man erlebt einander und zwar umso intensiver, je mehr man sich in gemeinsames Handeln verstrickt. Die bloße Selbstbezüglichkeit des einander Erlebens kann jedoch nicht genügen. Auch die Künste müssen Fremdreferenz fingieren, und sie tun dies vorzugsweise über ‚Politik'.[7] Indem sie auf diese Weise den Nachweis ihrer gesellschaftlichen Bedeutsamkeit zu erbringen versuchen, halten sie den Unterschied zwischen Kunst und Nicht-Kunst in der Schwebe. Es ist kaum mehr möglich von genuin künstlerischen Praktiken zu sprechen. Wovon aber sonst? Der Vorschlag ist: von ästhetischer Praxis. Bei ästhetischen Praktiken handelt es sich um solche Praktiken, die ihre Herkunft aus den Künsten nicht verleugnen können, wiewohl sie sich selbst als künstlerische Praktiken dementieren, als andere ausgeben, sich selbst in Frage stellen und auf

5 Vgl. dazu den Beitrag von Judith Weiss über die „Verweigerungslogik in der Kunst der Gegenwart".

6 Zur „Idee der Partizipation" und deren Auswirkung auf das Verständnis von Praxis in den Künsten der Gegenwart vgl. den Beitrag von Anna Spohn.

7 Für ‚Ökonomie' als ein Beispiel der Unterbrechung von Selbstreferenz der Kunst vgl. den Beitrag von Hilke Berger & Vanessa Weber.

vielfältige Weise selbst kommentieren. Dieser durch die Künste selbst herbeigeführte Prozess einer materialen wie kategorialen Verunklarung künstlerischer Praktiken wird hier als die *Selbstentgrenzung der Künste* bezeichnet. Bei ästhetischen Praktiken handelt es sich um praktische Reflexionen von Kunst: um Selbstthematisierungen von Kunst mit den Mitteln der Künste. Nicht die Kunst weitet sich in der Gesellschaft aus, sondern die Materialien und Verfahren der Künste. Bei der „Ausweitung der Kunstzone" und den „Selbstentgrenzungen von Kunstpraktiken" geht es daher nicht, wie man meinen könnte, um die Vergrößerung des Anteils von Kunst in der Gesellschaft, nicht um die Diffusion von Kunst in die Gesellschaft, sondern um deren praktische Reflexion: Was ist (noch) Kunst? Nicht die Antwort, sondern die seit der Avantgarde gestellte Frage ist es, auf die es auch noch in den zeitgenössischen Künsten ankommt. Sie bringen Objekte (im weitesten Sinne) hervor, die die Unterscheidung von realer und imaginierter Realität einziehen, „indem sie sich so präsentieren, daß sie von Realobjekten nicht mehr unterschieden werden können" (Luhmann 1995: 233). Doch dieser Versuch kann nicht gelingen: „Denn kein gewöhnliches Ding reflektiert, daß es genau so sein will wie ein gewöhnliches Ding; aber ein Kunstwerk, das dies anstrebt, verrät sich schon dadurch" (Luhmann 1995: 233). Die Frage nach der Kunst ist die Quelle für die absichtsvolle Angleichung künstlerischer an außerkünstlerische Praktiken. Sie geht einher mit der Selbstdementierung handwerklicher Könnerschaft. Das hat dazu geführt, dass sich Künstler – gerade in den bildenden und darstellenden Künsten – nicht mehr von ambitionierten Laien unterscheiden (wollen). Dass ‚Kunst' (ars) vom (handwerklichen) ‚Können' (techné) kommt, das widerlegen die Künste inzwischen ebenso routinisiert wie es umgekehrt gerade die Unterhaltungsbranche ist, die diesen Zusammenhang (etwa in Casting-Shows) herzustellen versucht.[8] Dennoch handelt es sich bei der „Selbstentgrenzung von Kunstpraktiken" nicht um eine durch die Künste hervorgerufene Entautonomisierung von Kunst (vgl. Reckwitz 2012: 59) in der Gesellschaft, sondern vielmehr um eine (Binnen-)Differenzierung des Kunstsystems selbst. Ästhetische Praktiken sind solche Praktiken, mit denen die Künste durch ihre eigene Verunklarung reflektieren, was Kunst ist. Im Ergebnis sieht dies dann oft genug nach einer Preisgabe von Kunst aus: „Es ist, als knabberten die Kunstgattungen, indem sie ihre festumrissene Gestalt negieren, am Begriff der Kunst selbst" (Adorno 1977a: 450).[9]

8 „Das ist doch keine Kunst – das kann ich auch" heißt der Beitrag von Hermann Pfütze.

9 Im ersten Teil dieses Bandes sind solche Beiträge versammelt, deren Gegenstände sich – unter der Überschrift „Selbstentgrenzung der Künste?" – auf die ein oder andere Weise als (Selbst-)Verunklarung künstlerischer Praktiken lesen und als Indizien für die Binnendifferenzierung des Kunstsystems reinterpretieren lassen. Weil aber weder

Zum anderen gehört zur Verselbstverständlichung des Unselbstverständlichen von Kunst im vom Adorno beobachteten 20. Jahrhundert, dass deren Anspruch auf Autonomie durch eine Entwicklung prekär geworden zu sein scheint, die nur vordergründig an jene Entgrenzungen denken lässt, die durch die Künste selbst angestoßen worden sind. Während es das Ziel der historischen Avantgarde (vgl. Bürger 1974) gewesen ist, die errungene Autonomie der Kunst (vgl. Krauss 2012) zu torpedieren, indem die Kunst praktisch werden und ins Leben übergehen sollte, wird in den Augen Adornos die Autonomie der Kunst nicht etwa durch die Künste selbst, sondern durch eine Entwicklung gefährdet, für die er – zusammen mit Max Horkheimer (vgl. Horkheimer & Adorno 1969: 128ff.; Adorno 1977b: 337ff.) – den Begriff der Kulturindustrie geprägt hat. Anders als die historische Avantgarde nivelliere die Kulturindustrie die Differenz von Kunst und Leben, indem sie die Erstere auf das Niveau eines Konsumgutes herabsinken lasse und dadurch ins – für Adorno: falsche – alltägliche Leben integriere.[10] Während Adorno (1970: 32) diesen Prozess als „Entkunstung der Kunst" bezeichnet und am Beispiel von Jazz-Musik (1977c: 135) erläutert hat, – letzteres eine Analyse, für die er seitdem notorisch Prügel bezieht (vgl. Steinert 1992: 117ff.) –, bezeichnet Kulturindustrie sowohl die Ursache des Prozesses wie auch dessen Ziel: Kultur. „Kulturindustrie" ist mehr als nur ein Neologismus, mit dem der Ausdruck Masse hatte absichtsvoll vermieden werden sollen, gleichviel, ob es sich dabei um „Massenkultur" oder um „Massenmedien" handelt (vgl. Adorno 1977b: 337f.). „Kulturindustrie" ist ein kritisches, wenngleich ungenaues Begriffskompositum, das von Adorno dazu verwendet wird, die Unterscheidbarkeit seiner Bestandteile in der gesellschaftlichen Wirklichkeit einzuklagen und vor einer Kultur zu bewahren, die für Kunst nichts mehr übrig zu haben scheint. Mit „Kulturindustrie" protestiert Adorno gegen die Nivellierung des Unterschieds von Kunst und Unterhaltung, ein Prozess, der für ihn weniger durch die Ökonomie („Industrie") hervorgerufen wird als vielmehr durch die Massenmedien, die ihm zufolge (vgl. Adorno 1977b: 339) nichts als standardisierte Unterhaltung verbreiten. Im Unterschied dazu ist „Entkunstung der Kunst" die Formel, mit der Adorno meint, nicht nur den Prozess, sondern auch die Richtung des Ausgleichs zwischen Kunst und Unterhaltung

---

die Beiträge, noch die Intentionen ihrer Autoren auf diese Lesart festgelegt werden können, ist dieser Überschrift ein Fragezeichen hinzugefügt. Auf diese Weise lassen sich die einzelnen Aufsätze – ganz unabhängig von Differenzierungstheorie – als je eigenständige Antworten auf die im ersten Teil aufgeworfene Frage nach der Selbstentgrenzung der Künste verstehen.

10 Vgl. dazu die von Dirk Hohnsträter vorgelegte Analyse von „RLF", eines Kunst-Projektes, dessen Akronym sich aus Adornos berühmten Satz (aus *Minima Moralia*) herleitet, es gebe kein richtiges Leben im falschen.

angeben zu können. Dieser läuft in seinen Augen nicht bloß auf ein Weniger von Kunst gegenüber Unterhaltung hinaus, er besitzt sein Telos darin, die Unterscheidbarkeit beider vollends zu tilgen. Hatten ehedem Kunst *und* Unterhaltung in der Gesellschaft gemeinsam ihren Platz, so sieht es für Adorno im 20. Jahrhundert ganz danach aus, als ob beide unterschiedslos in ‚Kultur' aufgehen würden. Weil es sich beim Unterschied zwischen Kunst und Unterhaltung aber nur um einen Unterschied in deren Anspruchsniveau, nicht aber um verschiedenartige und daher einander gleichwertige gesellschaftliche Bereiche handelt, ist „Entkunstung der Kunst" keine Formel, mit der Adorno, wie man meinen könnte, die Entdifferenzierung von Kunst auf der Ebene gesellschaftlicher Wertsphären beschrieben hätte. Bei der „Entkunstung der Kunst" handelt es sich in Adornos Augen vielmehr um die Verminderung des Gefälles von Kunst zu Unterhaltung, die er in eine vertikale Ordnung eingespannt sieht. Kurz, Adorno hat mit der „Entkunstung der Kunst" durch die Kulturindustrie nicht die Entautonomisierung von Kunst, sondern deren Verfall in einer Klassengesellschaft beschrieben. „Entkunstung" ist ein Prozess, den er sich nur als den Niedergang von Hoch- zu Massenkultur vorstellen kann: als eine „zur Kultur herabgesunkene Kultur" (Adorno 1977b: 131). Kunst als ein gesunkenes Kulturgut? Zu dieser Ansicht kann man nur dann gelangen, wenn man, wie Adorno, von der Kunst aus auf die Massenmedien (herab-)blickt und meint, auch in ihnen noch einen kapitalistischen Abkömmling zu erkennen. Überträgt man Adornos Beobachtungen jedoch in einen differenzierungstheoretischen Rahmen, so zeigt sich ein anderes Bild. „Entkunstung der Kunst" erweist sich nun als eine Formel, mit der nicht die Entdifferenzierung der Kunst beschrieben, sondern die Ausdifferenzierung von Funktionssystemen in der Gesellschaft (vgl. Luhmann 1997: 743ff.) verdeckt wird. Was Adorno als Abbau von Kunst und Raubbau an der Kunst wahrgenommen und kritisiert hat, lässt sich als eine Folge dieser Ausdifferenzierung verstehen – vorausgesetzt, man hält die in Adornos Begriffsschlager „Kulturindustrie" zusammengezogenen Momente von Ökonomie und Massenmedien auseinander und begreift sie mit Luhmann (1988; 2009) als zwei aufeinander nicht reduzierbare Subsysteme von Gesellschaft. In dieser Perspektive kann „Entkunstung" nicht mehr den Prozess einer Entdifferenzierung bezeichnen. Stattdessen verweist Adornos Beobachtung darauf, dass sich in der Gesellschaft Massenmedien ausdifferenziert haben, die nach einer eigenen, von der Kunst (aber auch von der Ökonomie) unabhängigen Logik operieren. Diese Eigenlogik gilt auch dann noch, wenn die Massenmedien ihre eigenen Hervorbringungen (in der Werbung und der Unterhaltungsbranche) ‚verkunsten', d.h. aufhübschen und affektuell aufladen. Während Adorno mit „Entkunstung der Kunst" deren Niedergang auf das Unterhaltungsformat, als eine Kultur zu verminderten Ansprüchen perhorresziert hat, erweist sich mit Luhmann die „Entkunstung der Kunst" als

das spezifisch adornitische Negativ der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung von Massenmedien.[11]

Wenn die vorangegangenen Beobachtungen zutreffen, dann indiziert ‚ästhetische Praxis' keine gesellschaftsweite Ästhetisierung, sondern zwei eng miteinander zusammenhängende Prozesse gesellschaftlicher Differenzierung innerhalb wie außerhalb von Kunst. Die eine Folge dieses Differenzierungsprozesses, der sich (nur) auf der Ebene von Gesellschaft vollzieht (vgl. Kauppert & Tyrell 2015), ist, dass künstlerische und ästhetische Praxis nicht mehr kongruent sind. Die andere Folge betrifft das eigentümliche Phänomen, dass das Auseinandertreten von künstlerischer und ästhetischer Praxis verunklart wird. Was Adorno beobachtet hat, ist der Prozess der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung von Kunst und Massenmedien. Weil er diesen Prozess (mit normativ getöntem Blick) von der Kunst her sieht, hat er ihn als „Entkunstung der Kunst" interpretiert. Bei dieser Formel handelt es sich also nur um eine am Beispiel des Verhältnisses von Kunst und Unterhaltung gewonnene Chiffre für einen Differenzierungsprozess der Gesellschaft in autonome Subsysteme. Mit ihnen und in ihnen differenzieren sich in der Gesellschaft auch ästhetische Praktiken gegeneinander aus. Es ist daher nicht überraschend, sondern nur folgerichtig, dass ästhetische Praktiken nicht nur in der Kunst und in den Massenmedien vorkommen, sondern auch in der Ökonomie, dem Erziehungssystem, der Politik etc. Der spezifischen Binnendifferenzierung eines Funktionssystems der Gesellschaft, Kunst, ist es wiederum geschuldet, dass der Eindruck einer Einebnung des Unterschieds zwischen genuin künstlerischen Praktiken einerseits und außerkünstlerisch-ästhetischen Praktiken andererseits entsteht. Dieser Eindruck wird durch die Selbstentgrenzung der Künste hervorgerufen, ein Vorgang, durch den sie sich ihrer außerkünstlerischen Umwelt zwar absichtsvoll anähneln, durch den sie aber ihren für sie konstitutiven Selbstbezug nicht verlieren: „All solche Versuche beruhen mithin auf der Autonomie der Kunst und versuchen, sie am Grenzfall zu realisieren. Und das gilt auch, wenn Autonomie als Autonomieverzicht praktiziert wird – wenn man versucht, Kunst und Leben wieder zu versöhnen oder die Kunst in einer Weise zu kommerzialisieren, daß keine

11 Im zweiten Teil dieses Bandes sind – unter der Überschrift „Entkunstung der Kunst?" – solche Beiträge zusammengeführt, die zu einer differenzierungstheoretischen Relektüre Adornos insofern anregen, als sie auf die Differenz aufmerksam werden lassen, die zwischen Kunst einerseits, Religion, Ökonomie, Unterhaltung, Sport oder Wissenschaft andererseits besteht. Auch hier soll das Fragezeichen in der Überschrift der Platzhalter für mögliche Vorbehalte sein, die man gegenüber einer differenzierungstheoretischen Vereinnahmung von Texten und Autoren anmelden kann. Unabhängig davon lassen sich darum auch hier die Beiträge wieder als eigenständige Antworten auf die Frage nach einer möglichen Entkunstung der Kunst lesen.