

Essaypreis des Zentrums für Wissenschaftstheorie, Münster  
im Sommersemester 2010

2. Platz

Moritz Weyer

**Ein skizzenhafter Versuch der Bestimmung der Bedeutung  
des Begriffes „Populärkultur“**

verfasst im Rahmen der Veranstaltung  
„Von der Hochkultur zum Pop“ (Liebsch)

## **1. Einleitung**

„Populärkultur“ – kaum ein Begriff ist im Blick auf die Kultur unserer so genannten modernen Gesellschaft so omnipräsent.

Da verwundert es kaum, dass Populärkultur auch für die Wissenschaft in den letzten Jahrzehnten zunehmend interessanter geworden ist, ja ihre Untersuchung gar eigene Sparten der angelsächsischen Kulturwissenschaften hervorbringen konnte: Cultural Studies, Media Studies.

Doch will man sich dem Phänomen nähern, so muss man zuerst einmal klären: Was verstehen wir eigentlich unter „Populärkultur“? Welche Kategorien und Aspekte sind zu bedenken, wenn man diesen Begriff verwendet?

Der vorliegende Essay soll nicht etwa definitive Antworten auf diese Fragen geben, sondern stellt einen Versuch dar, möglichst zentrale Aspekte einer möglichen Definition und ihre Probleme zu skizzieren.

## **2. Hauptteil**

Um dies zu leisten, scheint es fruchtbar, zuerst den Begriff der Populärkultur in die Begriffsbereiche „Populär“ und „Kultur“ aufzugliedern, um ganz grundlegend zu klären, was man unter diesen Begriffen verstehen kann.

Da in diesem Begriffspaar offensichtlich „Populär“ über „Kultur“ prädiert wird, ist es sinnvoll, zuerst das als Genus zu Grunde liegende „Kultur“ zu erläutern und anschließend das weiter spezifizierende Prädikat „Populär“.

### **2.1 „Kultur“**

Was also lässt sich unter „Kultur“ verstehen? Kultur ist zuerst einmal etwas, das grundsätzlich als etwas spezifisch Menschliches angesehen wird. Der Begriff kann also folglich nur Dinge beschreiben, die von Menschen produziert werden.

Ist also jedes menschliche Erzeugnis Kultur? Zuerst gilt es, die Menge der menschlichen Erzeugnisse, die als Kultur bezeichnet werden können, einzugrenzen.

Besonders anschaulich wird dies im Kulturbegriff der Geschichtswissenschaft. Jene beschäftigt sich bekanntermaßen in erster Linie mit überlieferten Dingen und versucht diese zu interpretieren. Doch sie ist auch daran interessiert, was für Bedeutungen diese Dinge für die Menschen ihrer Zeit hatten. Letzteres Interesse gilt der Kultur, die diese Dinge umgibt.

„Kultur“ bezeichnet hier also weniger die Artefakte an sich, sondern die Bedeutung, die sie für Menschen haben. Oder, um dieser Bestimmung eine aktive Wendung zu geben: die Bedeutung, die Menschen ihnen geben.

Denn sowohl die Artefakte<sup>1</sup> selbst als auch die ihnen gegebenen Bedeutungen können als von Menschen produziert angesehen werden.

Dabei kann man mit Storey<sup>2</sup> analog den Marktwert und den Gebrauchswert eines solchen Artefaktes unterscheiden. Sein Marktwert ist sein materieller Verkaufswert in einem Wirtschaftssystem; der Gebrauchswert ist der Wert, der ihm in seiner Verwendung durch den gebrauchenden Menschen zugeordnet wird (und der über den rein instrumentellen Wert hinaus gehen kann).

Doch nicht von isolierten Menschen ist die Rede. Welche Bedeutung einem Artefakt gegeben wird, hängt von Erziehung, Religion, Sprache, Wissenschaft und vielem anderen ab, das erst in der Gesellschaft, in der Vernetzung der Individuen durch Kommunikation entsteht und tradiert wird.

Wir reden also nicht von einzelnen Bedeutungen, die ein einzelner Mensch konstruiert, sondern von Bedeutungsgeflechten, die mittels Kommunikationsformen in Lautsprache, Gesten, Schriftzeichen, Ritualen, etc. veräußert, verglichen und entwickelt werden.

Kultur bezeichnet in diesem Sinne also ein interindividuelles, durch bestimmte Formen der Kommunikation artikuliertes und entwickeltes, System von Bedeutungen, innerhalb dessen Artefakte geordnet und verstanden werden,<sup>3</sup> welches aber auch bestimmt, wie bestimmte Artefakte überhaupt erst produziert und verwendet werden. „Kultur“ kann sich nicht allein auf das Bedeutungssystem erstrecken, denn wenn es nichts gibt, was eine Bedeutung haben kann, dann ist dieses System obsolet. Somit muss auch den Artefakten und Ereignissen, die über dieses System verstanden werden, ein Platz im Kulturbegriff eingeräumt werden.

Ob diese Artefakte nun selbst zwingend von Menschen produziert sein müssen oder ob es sich auch um nicht-artifizielle Dinge handeln darf, ist dabei schwer zu beant-

---

<sup>1</sup> „Artefakt“ hier verstanden als ein künstlicher Gegenstand im weiteren Sinne. Also ein Gegenstand, der entweder von Menschen hergestellt wurde oder aber voll in einen spezifisch menschlichen Gebrauchszusammenhang integriert wurde.

<sup>2</sup> Vgl. John Storey: „Cultural Studies und Populärkultur. Oder: Warum sind Cultural Studies keine Politische Ökonomie?“, in: *Die Cultural Studies Kontroverse*. Andres Hepp u. Carsten Winter (Hrsg.), Klampen, Lüneburg 2003. S. 166-180.

<sup>3</sup> Zum Kulturbegriff siehe auch: Vera Nünning u. Ansgar Nünning: „Produktive Grenzüberschreitung, Internationalität, Perspektivenvielfalt und Pluralisierung der kulturwissenschaftlichen Landschaft“, in: *Einführung in die Kulturwissenschaften*. Vera Nünning u. Ansgar Nünning (Hrsg.), Metzler, Weimar 2008. S.2-18.

worten. Wenn z.B. ein vom Fluss ungewöhnlich rund geschliffener Stein von einer Menge von Menschen als Symbol für den Kosmos verstanden und verwendet wird, so ist dies sicherlich auch ein kultureller Vorgang.

## 2.2 „Populär“

In der Populärkultur betrachten wir nun aber nur einen bestimmten Ausschnitt dieses Systems von durch Bedeutungssysteme verstandenen Artefakten. Und zwar eben den des Populären.

„Populär“ trägt mehrere Konnotationen. Zuerst einmal ist dasjenige populär, was gefällt. Also etwas, das positiv rezipiert wird. Des Weiteren ist, diesen Punkt erweiternd, dasjenige populär, was von einer großen Menge an Menschen positiv rezipiert wird.

Zur Rezeption tritt vor dem Hintergrund der Marktwirtschaft zudem der Aspekt der Konsumtion. Etwas, das populär ist, wird auch von einer großen Menge an Menschen konsumiert.

Darin sind, nun „Populär“ und „Kultur“ zusammenführend, analog auch die zwei Aspekte des zu Grunde gelegten Kulturbegriffes wieder zu finden.

Auf der materiellen Seite des Artefaktes finden wir nun quantitativ große Konsumtion und (vermutlich) auch dieser proportional folgende Produktion.

Auf der Seite der Bedeutung finden wir, hier in eher qualitativer Perspektive, die positiven Bedeutungen, die diesen Artefakten gegeben werden.

Wobei diese quantitative und qualitative Ebene sich jeweils gegenseitig beeinflussen und nur im Verbund miteinander eine Populärkultur konstituieren. Weder würde man Artefakte als populär ansehen, die negativ rezipiert werden, noch solche, die nur gering konsumiert werden.

Doch etwas scheint zu fehlen. Diese vorläufige Definition würde z.B. auch einfache Küchengeräte (wie ein Messer) als populärkulturelle Artefakte beschreiben.

Das Zweigestirn massenhafte Konsumtion / Zuweisung positiver Bedeutung scheint nicht auszureichen, um Populärkultur zu bestimmen. Zusätzlich zur Konsumtion und Rezeption von Artefakten muss offensichtlich auch noch eine bestimmte Klasse von Artefakten und Bedeutungen bestimmt werden, die als „Populärkultur“ bezeichnet werden können.

### 2.2.1 „Populär“ und Pop

Naheliegender ist dabei aufgrund der Namensähnlichkeit das Aufsuchen des Populären in der Popkultur. Pop ist dabei zumeist mit bunten, auffälligen Produkten, massiver Öffentlichkeit und fast ausschließlich harmonischer künstlerischer Gestaltung verbunden.

Zumal ist Pop dominant mit dem gleichnamigen musikalischen Genre konnotiert, eine Musikrichtung, die analog auf harmonische und simple Strukturen setzt und eine immense öffentliche Präsenz besitzt.

Doch erschöpft sich Populärkultur bereits in der Popkultur? Die Antwort fällt eher negativ aus. So würde man intuitiv doch auch Gegenkulturen zur Popkultur, wie Surrealismus, Punk und Metal, als Populärkultur bezeichnen, so dass „Popkultur“ eher als ein Stilbegriff erscheint, und weniger als ein Begriff für einen klar bestimmbareren kulturellen Bereich.

### 2.2.2 Unterhaltung

Ein zweiter Versuch lässt sich mit Hügel<sup>4</sup> begehen, innerhalb dessen Ausführungen sich genauere Voraussetzungen und Bedingungen für das Vorhandensein von Populärkultur finden lassen.

An Voraussetzungen lassen sich zuerst einmal dreierlei nennen:

1. Es muss eine urbanisierte Gesellschaft bestehen. Es muss ein reger standesungebundener Austausch zwischen vielen Menschen herrschen, die sich einen gewissen Wohlstand teilen, um Artefakte in großer Masse über ihren instrumentellen Wert hinaus mit positiver Bedeutung zu rezipieren.
2. In Fortsetzung von 1.: Es muss ein Massenmarkt bestehen. Viele Menschen müssen Zugriff auf viele Produkte haben, so dass massenhafte Konsumption entstehen kann.
3. Es muss Massenmedien geben. Denn nur, wenn es Medien gibt, die es erlauben, ein Bedeutungssystem an viele Menschen zu kommunizieren, kann dieses Bedeutungssystem in seiner quantitativen Ausdehnung der Breite der Konsumtion der mittels dieses Systemes mit Bedeutung versehenen Artefakte entsprechen.

---

<sup>4</sup> vgl. Hans Otto Hügel: „Einführung“, in: *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Metzler, Stuttgart 2003. S.1-22.

Damit ist bereits ein wichtiger Schritt zur Lösung des aktuellen Problems getan. Zentrale Bedingung der Populärkultur muss neben der Quantität der Konsumtion auch eine Quantität der Rezeption sein, sprich: Es reicht nicht, dass jeder Mensch für sich ein Artefakt positiv rezipiert, es muss sich ein viele Menschen umfassendes Geflecht kommunizierter positiver Rezeptionen zeigen.

Doch immer noch könnte unser Messer ein Teil der Populärkultur sein.

Konsultieren wir erneut Hügels, diesmal für die Bedingungen von Populärkultur. Derer ist eine besonders zentral:

1. Rezeptionsfreiheit: Populärkulturelle Artefakte sind mit verschiedenen möglichen Bedeutungen versehen, so dass es dem Rezipienten möglich ist, sie auf seine Weise aufzufassen und somit auch an der Konstruktion des entsprechenden Bedeutungssystems mitzuwirken, seine eigenen zugewiesenen Bedeutungen einfließen zu lassen.

Geht das mit einem Messer? Nun, dessen Bedeutungsspektrum ist wohl eher auf seinen *instrumentellen* und/oder *emotional persönlichen* Wert beschränkt.

Damit wäre also der Bereich der Populärkultur weiter eingegrenzt.

Doch auf was? Für Hügels ist es primär die Unterhaltung. Dies leuchtet auch ein, denn wo sonst sind positiv breitenrezipierte, mit verschiedenen Bedeutungen versehbare, massenhaft konsumierte Artefakte deutlicher aufzufinden, als im Bereich der Unterhaltung.

Doch ein Blick auf seine Voraussetzungen der Populärkultur verrät weiter: Er meint die moderne Unterhaltung.

Dies wirft eine zentrale Frage auf: Ist Populärkultur etwas Modernes? Oder aber kann dieser kulturelle Bereich auch vor der Moderne gefunden werden? Die Beantwortung hängt hier sehr wesentlich an der Berechnungsweise der Quantität. Meinen wir mit massenhafter Konsumtion und Rezeption zwangsläufig, dass von der Gesamtzahl aller Menschen ein besonders großer Anteil diese Kultur trägt oder aber, schwächer, dass von der Gesamtzahl der in einem bestimmten kulturellen Bereich (wie z.B. der malerischen Kunst) rezeptions- und konsumtionsfähigen Menschen ein besonders großer Teil diese Kultur trägt? Über letztere Definition ließen sich auch Kulturbereiche, die z.B. nur von einem Stand massenhaft konsumiert und rezipiert werden, unter Bedingung ihrer Rezeptionsoffenheit, als Populärkultur bezeichnen, womit der Begriff auf vormoderne Kulturen ausdehnbar wäre.

Ebenso fraglich erscheint es, ob wir es hier eigentlich mit einem global verwendbaren Begriff zu tun haben, oder mit einem rein europäisch geprägten, der primär auf unsere urbane Kultur anwendbar ist.

### **2.3 Produzent und Rezipient**

Ein weiteres Problem ergibt sich mit dem Fokus auf die Konsumenten, der sich fast unmerklich aus den Aspekten der Rezeptionsfreiheit und der Massenrezeption ergibt. Beides liegt beim Konsumenten.

Doch stellt sich hier die Frage: Welche Rolle spielt der Produzent? Ich sprach weiter oben von einer Massenkommunikation von Bedeutungssystemen via Massenmedien. Doch dies ist freilich eine recht naive Vorstellung. So sind es doch, gerade auch heutzutage, vor allem von Produzenten verbreitete Bedeutungssysteme, anhand derer wir Artefakte mit Bedeutung versehen.

Ein omnipräsentes Beispiel stellen die Werbekampagnen der Firma Apple dar, die Produkte wie das iPad, obschon es gegenüber vergleichbaren Produkten keinerlei Funktionalitätsvorsprung hat, mit aggressivem und geschicktem Marketing zu einem ‚must have‘ machen, das jeder hat und über das jeder redet.

Die positive Massenrezeption wird also auch durch die Produzenten gezielt geschaffen, ebenso wie auch die Bedeutungen.

Inwiefern aber wirkt dies auf die Rezeptionsfreiheit? Können wir sie hier deskriptiv behaupten oder bleibt sie in diesem Kontext ein rein normativer Begriff?

Eine daran anschließende Frage ist zudem: Was ist mit der Intention? Was, wenn ein Produzent intendiert, dass sein Produkt populär wird und es dementsprechend ausstattet und bewirbt, doch die Quantität von Rezeption und Konsumption gering bleibt? Gehört dieses Produkt noch immer, seiner Intention, seiner angestrebten Rezeption und Konsumption nach, zur Populärkultur?

Zwei Probleme, die hier nicht zu lösen sind, aber doch entscheidende Konflikte des untersuchten Begriffes darstellen.

### **2.4 Abgrenzende Wirkung**

Bleibt noch eine letzte Frage zu beschreiben: Wozu von Populärkultur reden?

Allein die Prädikation von „Populär“ über „Kultur“ legt nahe, dass man einen Bereich der Kultur von einem nicht im Begriff genannten anderen Bereich abgrenzen will.

Doch zu welchem will man hier abgrenzen?

Hügels eigene Abgrenzung der Populärkultur von der Kunst ist mehr als unglücklich. Können doch auch Kunstwerke aller Art, ob nun modern oder klassisch, zur Unterhaltung dienen und zeichnen sich doch gerade viele Kunstwerke wie Bilder oder Musikstücke dadurch aus, dass sie dem Konsumenten freistellen, mit welcher Bedeutung er sie versieht.

Landläufiger und einleuchtender erscheint die Abgrenzung von Populärkultur und Hochkultur, wobei letzteres zumeist als Sammelbegriff für die besten Erzeugnisse einer Kultur verstanden wird.

Doch gerade der Hochkulturbegriff ist schwammig. Wer bestimmt, was die besten Erzeugnisse sind? Wer bestimmt, was die qualitativen Bedingungen für die Einschätzung der Güte eines Erzeugnisses sind? Museumsbetreiber, Rezensenten, Kunsthändler, Kunstschatzer? Damit würde die Gefahr bestehen, Hochkultur letztlich als Elitenkultur zu verstehen. Das mag vielleicht zutreffen, doch normativ wünschenswert ist es eher nicht. Hat doch Hochkultur den Anspruch, für die gesamte Gesellschaft wertvoll zu sein.

Solange es strittig ist, ob es objektive Standards für kulturelle Erzeugnisse gibt, kann man nur dasjenige sicher als Hochkultur bezeichnen, das von vielen Menschen als besonders wertvoll und gut betrachtet wird.

Das bedeutet jedoch, dass Hochkultur dasjenige ist, dem im Bedeutungssystem die Bedeutung des Besten zugeordnet wird. Anders formuliert: Hochkultur ist Hochkultur.

Dies wäre also ein rein deskriptiver Begriff. Zudem einer, der sich in seiner deskriptiven Form nicht sicher von dem Begriff der Populärkultur abgrenzen lässt. Denn Teile der Artefaktmenge, die sich unter dem Begriff der Hochkultur finden lässt, könnten ebenso gut gleichzeitig auch Populärkultur sein.

Als Beispiel könnte Wagners „Ritt der Walküren“ gelten. Dieses Musikstück würde man wohl durchaus zu den besten musikalischen Erzeugnissen mitteleuropäischer Kultur rechnen. Gleichzeitig hat ein Teil des Musikstückes durch den Film „Apokalypse Now“ von Francis Ford Coppola eine ebenso breite wie positive Rezeption und Konsumption erfahren. Die Anforderung der Rezeptionsoffenheit erfüllt es ebenso, was allein der genannte Film zeigt, der es mit einer anderen Bedeutung versieht als vermutlich von Wagner intendiert.



### 3. Fazit

Fassen wir also zusammen. Als vorläufige Bestimmung des Begriffes „Populärkultur“ ließe sich vorschlagen: ein interindividuelles System von Bedeutungen, kommuniziert mittels bestimmter Symbolsysteme über massenwirksame mediale Träger, mittels dessen massenhaft konsumierte und massenhaft positiv rezipierte Artefakte, die mit verschiedenen Bedeutungen versehen sind, geordnet und verstanden werden.

Es stellen sich jedoch vielfältige offene Fragen nach dem Anwendungsbereich des Begriffes, seiner normativen und deskriptiven Stichhaltigkeit und Verwendbarkeit, der Rolle des Produzenten und nicht zuletzt nach seiner Abgrenzungsfähigkeit.

Als vorläufige Lösung wäre wohl vorzuschlagen, „Populärkultur“ als deskriptiven Begriff für ein europäisch urbanes Kulturphänomen zu sehen und die Rezeptionsfreiheit als der Möglichkeit nach zu verstehen, also weder streng normativ noch streng deskriptiv.

Zusätzlich wäre es, so scheint mir, sehr hilfreich, ihn nicht als Abgrenzungsbegriff zu verwenden.

Gerade seine analytische, nicht normativ aufgeladene Offenheit begründet ein hohes analytisches Potenzial, welches er als Kampfbegriff gegen andere Kulturbereiche nicht erreichen könnte.

### **Literaturverzeichnis**

Hügel, Hans Otto: „Einführung“, in: *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Metzler, Stuttgart 2003. S.1-22.

Nünning, Vera und Ansgar Nünning: „Produktive Grenzüberschreitung, Internationalität, Perspektivenvielfalt und Pluralisierung der kulturwissenschaftlichen Landschaft“, in: *Einführung in die Kulturwissenschaften*. Vera Nünning u. Ansgar Nünning (Hrsg.), Metzler, Weimar 2008. S.2-18.

Storey, John: „Cultural Studies und Populärkultur. Oder: Warum sind Cultural Studies keine Politische Ökonomie?“, in: *Die Cultural Studies Kontroverse*. Andres Hepp u. Carsten Winter (Hrsg.), Klampen, Lüneburg 2003. S.166-180.