

Zeitschrift: Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires
Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde
Band: 115 (2019)
Heft: 1

Artikel: All these things : Überlegungen zu populären Dingen
Autor: Krankenhagen, Stefan
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-842279>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

All these things

Überlegungen zu populären Dingen

STEFAN KRANKENHAGEN

Abstract

Der vorliegende Text plädiert dafür, populäre Dinge als so banale wie transitorische Dinge zu begreifen, die den wechselseitigen Umschlag von Qualität in Quantität in Unterhaltung verwandeln. Sie entfalten ihre Kraft zur Versammlung von Menschen und Dingen im potenziell distinktionslosen Gebrauch ihrer Materialität und Ästhetik. Ein damit angedeuteter *material turn* der Forschung zu Pop und populärer Kultur hätte meines Erachtens folgende Konsequenzen: Ein Blick auf die Dinge der populären Kultur zeigt jene erstens als einen spezifisch operierenden Teil der Moderne, der explizit auf die Anforderungen einer Überflussgesellschaft der Möglichkeiten und Dinglichkeiten reagiert. Zweitens würde ein Blick auf die Dinge verlangen, dass die historischen Kontinuitäten und Brüche der populären Kultur stärker in Forschung und Theoriegewinnung integriert würden und er böte drittens die Möglichkeit, auf die Sprecherpositionen im Popdiskurs zurückzuwirken. Denn die Beziehungstiftung, die den populären Dingen inhärent ist – sowohl als ästhetischer Modus wie auch als ökonomische und mediale, als soziale und körperliche Praxis –, gruppiert sich um die Erfahrung gemeinsam produzierter Urteile im Modus temporärer Geschmacksgemeinschaften.

Wer einen Aufsatz über populäre Dinge schreibt, kann schwer übersehen, dass es in den letzten Jahren ungemein populär geworden ist, über die Dinge zu schreiben. So fragt Gustav Rössler, ob «sich die Dinge verändert [haben], die uns begegnen und umgeben», oder ob «wir es vor allem mit neuen Dingtheorien zu tun [haben]».¹ Die Frage stellt sich tatsächlich im Angesicht neuer technosozialer Dinge und innovativer Dingtheorien, deren Anzahl kaum mehr zu überblicken ist. Was war zuerst da, die Smartphones und digitalen Staubsauger oder die Theorien, die die Dinge selbst zu handlungsmächtigen Akteuren erklären? Die Metalleuchten bei Manufactum oder die Manifeste für eine neue Dinglichkeit der Dinge? Die Wiederentdeckung und Aktivierung des ungeheuren Archivbestands der Dinge in den Museen oder

1 Rössler, Gustav: Der Anteil der Dinge an der Gesellschaft. Sozialität – Kognition – Netzwerke. Bielefeld 2016, S. 22.

die Unzahl an Publikationen, die sich den unterschiedlichsten Dingwelten widmen? Weil diese Fragen nicht abschliessend zu klären sind, es mir aber lohnend erscheint, die Überlegungen zu populären Dingen als Teil einer (erneuten) Entdeckung der Dinge zu begreifen, soll es in diesem Text auch darum gehen, wie sich die populären Dinge in die aktuelle Renaissance der neuen Dingtheorien einfügen. Wie verhalten sich die Eigenschaften populärer Dinge – die zuerst noch zu klären sind – zu den variierenden Deutungsangeboten der verschiedenen Dingtheorien?

Ohne dabei für alle Ansätze sprechen zu können, fällt auf, dass jene neuen Theorien vorrangig über die Qualitäten und über die Relationen der Dinge sprechen. Wenn also die Dinge im Moment hoch im Kurs stehen, dann ist zu beobachten, dass sich die Wissenschaft entweder an ihrer Materialität begeistert (an ihrem Da-Sein) oder an ihrer Relationalität (ihrem Unterwegs-Sein). In beiden Fällen dient die Thematisierung der Dinge dazu, die kartesianische Matrix von erkennendem Subjekt und zu erkennendem Objekt zu unterlaufen. Einmal, indem sie als das widerstrebende Andere aufgefasst werden, als fremde, unschuldige und zu verteidigende Dinge, die fernab einer kulturellen Formierung in ihrer Dinglichkeit einfach so sind und sein gelassen werden sollen.² Das andere Mal, indem sie als permanentes Dazwischen gedacht werden – als Hybride, Quasidinge und Grenzobjekte, als Dinge, die erkenntnistheoretisch zwischen Natur- und Kulturdingen changieren und somit in einem Zustand des Weder-noch und Sowohl-als-auch existieren.³

Populäre Dinge hingegen, so die These der nachfolgenden Überlegungen, müssen in ihrer quantitativen Dimension verstanden werden: als die Vielzahl (und die Zu-Viel-Zahl) der Dinge in den Massen- und Überflussgesellschaften des 20. und 21. Jahrhunderts. Abweichend von den bis heute dominierenden zeichentheoretischen Ansätzen der 1980er-Jahre, fokussieren meine Überlegungen Materialität und Ästhetik der populären Dinge im Status ihrer Zu-Viel-Zahl. Während etwa Dick Hebdige in seiner kanonischen Arbeit *The Meaning of Style* von 1979 die populären Dinge der damaligen Jugend- und Subkulturen zu «Zeichen einer verbotenen Identität, zur Quelle von Werten»⁴ machte, geht es im Folgenden um einen Ansatz, der die Affordanz von Massendingen ernst nimmt. Ich frage danach, was für einen materiell-körperlichen und was für einen ästhetischen Gebrauch die Dinge in der populären und der Popkultur ermöglichen.⁵ Erst durch diese Bestimmung scheint

2 Frank, Michael C. et al.: Fremde Dinge – Zur Einführung. In: Zeitschrift für Kulturwissenschaften 1 (2007), S. 9–15; Olsen, Bjørnar: In Defense of Things. Archeology and the Ontology of Objects. Lanham etc. 2010; Kimmich, Dorothee: Lebendige Dinge der Moderne. Konstanz 2011; Pamuk, Orhan: Die Unschuld der Dinge. Das Museum der Unschuld in Istanbul. München 2012; Rosa, Hartmut: Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung. Berlin 2016.

3 Serres, Michel: Der Parasit. Frankfurt am Main 1987; Star, Susan Leigh, James R. Griesemer: Institutional Ecology, «Translations» and Boundary Objects. Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology 1907–39. In: Social Studies of Science 3 (1989), S. 387–420; Latour, Bruno: Das Parlament der Dinge. Für eine politische Ökologie. Frankfurt am Main 2001; Brown, Bill: Thing Theory. In: ders. (Hg.): Things. Chicago, London 2004, S. 1–16; Balke, Friedrich, Maria Muhle, Antonia von Schöning (Hg.): Die Wiederkehr der Dinge. Berlin 2012; Rössler (wie Anm. 1).

4 Hebdige, Dick: Subculture. Die Bedeutung von Stil. Reinbek bei Hamburg 1983, S. 9.

5 Populäre und Popkultur verstehe ich dabei als differente Kategorien, die aufeinander verwiesen sind. Um hier zumindest eine grobe Unterscheidung anzubieten: die populäre Kultur entwickelte sich Mitte

es mir gerechtfertigt, aus dem allgemeinen Verständnis von populären Dingen – Dinge, die kurzfristig oder nachhaltig mediale Aufmerksamkeit generieren – den Begriff der populären Dinge zu entwickeln, der einen eigenen Erkenntnisanspruch formuliert. Deshalb nun – in drei Abschnitten und an drei Dingen entlang – ein erster Blick auf das, was ich populäre Dinge nennen möchte.

Eine Gitarre

Ein junger Mann steigt gegen Abend aus einem Rolls Royce und läuft die belebte Einkaufsstrasse auf und ab. Die Geschäfte sind schon geschlossen, ein Ehepaar sieht sich im Schaufenster Einrichtungsmöbel an. Leicht gehetzt läuft der Mann umher, bevor er im Dunkeln einer Hofeinfahrt verschwindet. Eine Treppe hinauf, er folgt dem Lärm von E-Gitarren, der lauter wird, als er die Tür zu einem Club öffnet. Im Inneren spielen die Yardbirds, das Publikum steht stoisch im Raum und Thomas, die Hauptfigur in Michelangelo Antonionis Film *Blow-up* von 1966, wandelt zwischen den teilnahmslosen Zuhörerinnen herum, bis er nahe vor der Bühne steht. Weil der Verstärker Störgeräusche produziert, beginnt Jeff Beck mit seiner Gitarre darauf einzuschlagen, bis er sie schliesslich auf den Boden schmeisst und auf sie eintritt. Keith Relf singt unbeirrt weiter, Jimmy Page grinst. Beck präsentiert den abgebrochenen Gitarrenhals, an dem die Saiten wie Fäden herabhängen, dem Publikum als Trophäe und wirft den kargen Rest seines Instruments in die Menge. Dadurch erwachen die Leute plötzlich aus ihrer Lethargie und es beginnt ein wilder Kampf, der den Auftritt der Yardbirds endlich zu einem Rockkonzert macht. Frauen kreischen und werden an den Rand der Bühne gedrängt, Hände recken sich nach oben, versuchen, den Gitarrenhals zu fassen zu bekommen. Dieser landet bei Thomas, der ihn an sich reisst und aus dem Club flieht. Einige wenige verfolgen ihn, stolpern und brechen die Jagd ab. Wieder auf der Strasse, sieht man Thomas vor einem Modegeschäft stehend, er lehnt sich an ein Schaufenster, Modepuppen im Rücken. Er sieht sich um, sieht seine Trophäe an, schmeisst sie auf den Boden und läuft weiter. Ein Passant hebt das Ding interessiert auf, mustert

bis Ende des 19. Jahrhunderts als eine Reaktion auf politische, soziale und technische Emanzipations- wie Innovationsprozesse. Sie ist, in Bezug auf Kaspar Maases grundlegende Arbeiten, eine moderne Massenkunst, die sich in Formen wie dem Kolportage- und dem Detektivroman, Zirkus und Varieté, Sportveranstaltungen und Völkerschauen, dem Hörspiel und dem erzählenden Film an ein Publikum aus allen gesellschaftlichen Schichten wendete. Vgl. Maase, Kaspar: Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850–1970. Frankfurt am Main 1997. Die populäre Kultur entwickelte und transformiert bis heute eigene Genres und ihre spezifischen ästhetischen Formate (Serie, Show, Werbung) wie auch Figuren (Star, Fan, Held). Erst nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs entsteht sukzessive die Popkultur als etwas Neues und von der populären Kultur zu Unterscheidendes. Das hervorstechendste Merkmal dabei ist die Selbstreferenzialität der Popkultur, die – nicht immer, aber doch dominant – als ein ironischer und/oder subversiver Gestus auftritt. Die Massenkultur selbst und ihre spezifischen Ausprägungen (wie Konsum und Werbung, Stardom und Fandom, Individualität und Masse) werden zum selbstreflexiv gewendeten Material der Popkultur, die bis heute eine gewisse Korrespondenz zur Pop-Art und damit zum traditionellen Kunstfeld aufweist. Vgl. hierzu Hecken, Thomas: Pop. Geschichte eines Konzepts 1955–2009. Bielefeld 2009.

es einige Sekunden und wirft das, was von Jeff Becks Gitarre übrig geblieben ist, erneut in die Ecke.

Die Qualitäten der Dinge scheinen zu oszillieren – und selten wird die Dynamik ihrer Wandlung so nonchalant gezeigt, wie in Antonionis Film. Die Gitarre ist so sehr ein Werkzeug des Musikers, wie sie ein technisches Gerät ist, ein fetischisiertes Objekt der Begierde und schliesslich blosser Abfall und Rest. Sie daher als Ding zu bezeichnen, ergibt in einem ersten Schritt durchaus Sinn. Sie ist kein Objekt, das in einem Prozess der Erfassung und Verarbeitung, der Kartierung und Kategorisierung zu einem objektiven Gegenüber des Subjekts gemacht wird. Dafür ist die Gitarre im Kontext der Szene nicht bedeutsam genug; sie wird an keiner Stelle kulturspezifisch erfasst, wie etwa ein Museumsobjekt. Die Gitarre ist aber auch keine Sache, weil sie ein Begehren auslöst, das über ihren alltäglichen Gebrauch weit hinausgeht. Sie ist kein Artefakt, weil ihr Herstellungsprozess nicht im Vordergrund steht, und sie ist keine Ware, weil man zwar Gitarren kaufen kann, aber nicht die Gitarre, die von Jeff Beck in einem Konzert in London in einem Film von Antonioni zertrümmert wird.⁶

Mit dem Ding lässt sich also umgangssprachlich, aber auch analytisch eine im produktiven Sinn schwache Begrifflichkeit etablieren. Das Ding da, wie heisst es noch, *gimme that thing*. Anders als das Objekt oder das Artefakt, der Fetisch oder die Ware bezeichnet das Ding nach Gernot Böhme «ein Etwas, das man gerade nicht beim Namen nennen kann oder möchte».⁷ Dennoch ist dieses Etwas etwas Greifbares und Handhabbares, ist ein physisch-haptisches Ding, kein Atom oder Genom, aber auch keine Farbe, kein Geruch, kein (blosser) Sinneseindruck.

Aber ist dann der Gitarrenrest von Jeff Beck in einem Film von Antonioni ein Ding? Kann man es *hitten*, wie ein *thang*? Eher nicht. Denn physisch greifbar ist es nicht, seine Materialität im Swinging London der 1960er-Jahre ist als filmische Inszenierung höchstens vorstellbar. Dass populäre Dinge immer auch medialisierte Dinge sind, wird im Folgenden noch gezeigt. Doch sie können nicht ohne den Aspekt ihrer materiellen Ästhetik gedacht werden. Dass in *Blow-up* eine elektrische Gitarre gespielt wird, ist ganz entscheidend: Ohne ihre technische Verstärkung, aber auch ihre technische Anfälligkeit würde sich das Moment der eminenten Störung, das die späten 1960er-Jahre in London und Paris, in Berlin und Prag beherrschte, gar nicht materialisieren können. Die Dinge spielen in diesem Jahrzehnt, wie Wolfgang Ruppert in seinem Buch *Um 1968. Die Repräsentation der Dinge* herausgestellt hat, in ihrer «eigensinnigen Widerständigkeit»⁸ eine wichtige Rolle, indem sie immer eine materielle und symbolische Widerständigkeit zugleich einnehmen. So entwickeln sich meine Überlegungen zu populären Dingen primär

6 Antonioni liess mehrere Hofner-Gitarren für 25 Pfund das Stück kaufen, die von Beck zerstört werden konnten. Vorbild für diese Aktion war natürlich Pete Townsend und The Who, die ursprünglich für den Film verpflichtet werden sollten.

7 Böhme, Gernot: Das Ding und seine Ekstasen. *Ontologie und Ästhetik der Dinghaftigkeit*. In: ders.: *Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik*. Frankfurt am Main 1995, S. 155–176, hier S. 157.

8 Ruppert, Wolfgang: *Um 1968. Die Repräsentation der Dinge*. Marburg 1998, S. 41.

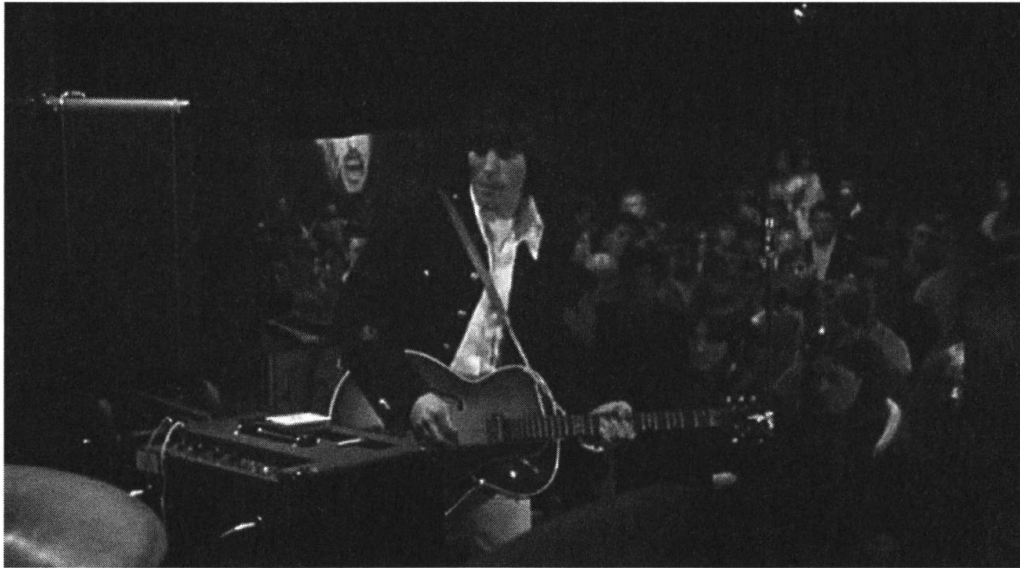


Abb. 1: Filmstill aus Michelangelo Antonioni, *Blow-up* (1966), <https://thelatestpicture-show.com/2016/05/20/cinemas-greatest-scenes-8-blow-up> (17. 5. 2019).

im Hinblick auf die materiellen und ästhetischen Qualitäten der Dinge – nicht zuletzt, um daran kulturhistorische Strömungen und Verwerfungen zu beschreiben.

Bei populären Dingen, so meine Behauptung, geht es immer (auch) um die konkreten Möglichkeiten des Materials. Nur eine elektrisch verstärkte Gitarre kann die performative Wut eines Musikers auf sich ziehen, gerade ihre technische Perfektibilität ist Anlass für die konkreten Störungen des Materials. In diesem Sinne lese ich auch die irritierende Passivität des Publikums vor jenem Moment.

Es scheint, als ob wir es zu Beginn der Szene mit einem klassischen Konzertpublikum zu tun haben, nicht mit Rock- oder Popfans – derart leidenschaftslos geht es hier zu. Erst indem die E-Gitarre Störungen produziert, die wiederum zu einer Störung des Konzerts führen, wird das Publikum zu einem Teil der Pop-performance. Die Materialität der E-Gitarre, ihre Technizität, löst erst das körperliche Begehren des Publikums aus.

Es geht also bei populären Dingen in einem ganz direkten Sinn um handhabbare Dinge, die uns als Rezipientinnen somatisch betreffen: die Gitarre oder die Fernbedienung, die in der Hand liegen, der Kaugummi, der gekaut wird, das Sammelbild oder das Pokémon, die gesammelt, eingeklebt oder gespeichert werden. Populäre Dinge ermöglichen Körpernaherfahrungen; doch bei diesen bleibt es nicht. Genauer formuliert, verlangen populäre Dinge nach der Gleichzeitigkeit von handhabbaren und medialisierten Eigenschaften der Dinge, sie oszillieren zwischen konkreter Aneignung und hochgradiger Fiktionalisierung, wie das folgende Beispiel der Silberbüchse zeigt.

Ein Gewehr

Das Gewehr, das Winnetou im späten 19. Jahrhundert auf seinen Abenteuern bei sich hatte, ist als Silberbüchse in die Literaturgeschichte eingegangen. Es ist ein Produkt der literarischen Imagination und der sprachlichen Fiktion, ist nicht greifbar und existiert somit nur in den Vorstellungswelten der Leserinnen zwischen 1879 und heute.⁹ Im musealisierten Arbeitszimmer in der Villa in Radebeul steht jene Silberbüchse dagegen sehr real und prominent platziert neben dem Bärenlöter und dem Henrystutzen des Old Shatterhand im ehemaligen Arbeitszimmer des Autors. Karl May hatte sich die Gewehre vom Dresdner Büchsenmacher Max Fuchs 1896 herstellen lassen, um damit das Spiel zu beglaubigen, das er selber zwischen der Figur Old Shatterhand und der Person Karl May spielte. Die Silberbüchse gibt es also sowohl als Fiktion eines populären Narrativs als auch in der Materialisierung des einen Originals vor Ort. Die Silberbüchse ist eine reale Fiktion.

Dazu trug nicht zuletzt die Medialisierung der Silberbüchse durch ein (relativ) neues Medium bei: die Fotografie. Es ist kein Zufall, dass die Materialisierungen von Silberbüchse und Bärenlöter im Jahr 1896 mit einer neuen Fotoserie des Autors beglaubigt wurden. Bis dahin sah sich Karl May vor allem in der Pose des jungen Intellektuellen. Von 1875 gibt es eine Fotografie von Julius Grusche, die ihn in seiner Zeit als Redakteur der Zeitschrift *Der Beobachter an der Elbe* zeigt.¹⁰ Im Anzug, mit sauber zurückgekämmtem Haar und einem Zwicker auf der Nase, der Brille für das gehobene Bürgertum, zeigt sich May als Mitglied der Oberschicht, das er nicht war. Bekannt ist, dass er in den folgenden Jahren einen angenommenen Dokortitel zu dieser Verkleidung hinzufügte, das wohl wichtigste Requisit auf dem Weg in die gebildeten Klassen. Noch die Bände der Werkausgabe des Verlags Fehsenfeld, die ab 1892 erschienen, drucken eine vergleichbare Porträtfotografie von May auf ihrem Frontispiz ab. Karl May ist zu dieser Zeit vor allem ein (fotografisches) Abbild seines intellektuellen Geltungsstrebens: Bis zum Ende des 19. Jahrhunderts war die Fotografie ein Medium «von Gebildeten für Gebildete».¹¹ Erst die Entwicklung von Kleinbildkameras in den 1920er-Jahren löste jene Welle von Knipserbildern aus, die für die frühe Amateurfotografie beispielhaft sind.

Dennoch waren Fotografien für ein Massenpublikum zugänglich und wurden entsprechend ökonomisiert – die Serie von 1896 ist das beste Beispiel dafür. Auffällig ist, wie präzise das neue Bild des Karl May im Dreiecksverhältnis von literarischer Fiktion, auktorialem Selbst und der Dinglichkeit der Gewehre inszeniert ist. Aus den Briefen des Schriftstellers weiss man, dass er sich im selben Monat, in dem er Bärenlöter und Silberbüchse von Max Fuchs überreicht bekam, von Alois Schiesser, einem befreundeten Jurastudenten, ablichten liess. Insgesamt 101 Fotografien entstanden so im April 1896. Denn, so formuliert es Karl May gegenüber

9 Die Silberbüchse taucht zum ersten Mal in der Erzählung «Der Waldläufer» von 1879 auf.

10 Beneke, Sabine, Johannes Zeilinger (Hg.): Karl May. Imaginäre Reisen. Berlin 2007, S. 214.

11 Krauss, Rolf H.: Karl May und die Fotografie. Vier Annäherungen. Marburg 2011, S. 60.



Abb. 2: Karl May als Old Shatterhand. Foto von Alois Schiesser, 1896. http://karl-may-wiki.de/images/6/66/KarlMay_OS_1896_schleichend (17. 5. 2019).

seinem Verleger mit dem Selbstbewusstsein des endlich erfolgreichen Autors: «Meine Leser drängen nach Photographien.»¹²

Die Serie, die kurz darauf von dem Fotografen Adolf Nunwarz zur gewerblichen Verwendung erworben wurde, ist ein Hit. Es ist grossartig zu sehen, mit welcher selbstverständlichen Mischung aus Ernst und Unernst sich Karl May dem Kameraauge aussetzt. Mit der Chuzpe eines Popstars lässt sich May *als* Old Shatterhand anblicken, wie knapp hundert Jahre später David Bowie *als* Ziggy Stardust. May und Bowie (und viele andere mehr) lassen in ihren visuellen Inszenierungen den Verwandlungsprozess selbst zum Zentrum ihrer medialen Abbildung werden. So schleicht May auf einer der Fotografien auf allen Vieren an einen imaginierten Gegner heran. In voller Westmannmontur und mit der Silberbüchse in der Hand.

12 Zitiert nach Hoffmann, Klaus, Jochen Rascher, Peter Richter: Silberbüchse, Bären töter und Henrystutzen. Die berühmtesten Gewehre des Wilden Westens. Radebeul 1990, S. 15.

Mit aufgerissenen Augen und konzentrierter Spannung im Körper. Hinter ihm eine Fototapete, die semiexotische Pflanzen und heimische Farne zeigt. Alles an diesem Foto schreit Fake, alles verweist auf das eigene Gemachtsein, auf die Inszenierung eines Abbildes. Nicht Old Shatterhand ist zu sehen, sondern Karl May, wie er Old Shatterhand darstellt. «Damit legt er den Akzent», wie Hans-Otto Hügel schon an Mays Kolportageromanen festgestellt hat, «auf den durch das Kostüm vorgenommenen Rollenwechsel.»¹³ Soziale Rollen *und* ihre Überschreitung werden hier buchstäblich vorgeführt. Das Gewehr hat materiellen Anteil an der Beglaubigung dieses Rollenwechsels. Denn jede Silberbüchse *ist* das Gewehr Winnetous – und ist es zugleich auch nicht. Die Dinge spielen somit eine entscheidende Rolle als je spezifische Materialisierungen von Pop und populärer Kultur. In ihnen konkretisieren sich die fiktionalisierten Narrative und Figuren der populären Kultur und sie beherrschen darüber hinaus den Umgang mit Quantität: sie vermitteln zwischen der konkreten Handhabung des Einzeldings und der unendlichen Potenzierung der medialisierten und ökonomisierten Massenproduktion.

Eine Fernbedienung

Die Dinge der populären Kultur sind immer auch, wie schon das Beispiel der E-Gitarre zeigte, als technische Dinge zu verstehen, und in diesem Sinne besitzen sie einen explizit artifiziellen Charakter. Die erste Fernbedienung der Fernsehgeschichte, die Flash-Matic von 1955, besitzt offensichtlich Leitungen, Schalter und sendet als erste kabellose *remote control* Lichtsignale. Sie ist ein technisches Gerät, nicht anders als die ersten Schallplattenspieler und Jukeboxes, ohne die es keine Popmusik gegeben hätte. Heute ist die Masse technischer Dinge unüberschaubar geworden, ohne jedoch in ihrer Artifizialität aufzugehen. Der Selfiestick macht noch am deutlichsten, dass populäre Dinge ihre materiellen Qualitäten nicht verlieren: Wir können ihn als verlängerten Arm des Menschen verstehen, der die Subjektinszenierungen in den konkreten wie in den virtuellen Raum hinein erweitert.

Spitzt man jene Eigenschaft der Artifizialität weiter zu, so bedeutet es, dass die Dinge der populären Kultur keine Alltagsdinge sind, sie umgeben uns nicht als das «fraglos Vorhandene»¹⁴ der Lebenswelt. Das scheint auf den ersten Blick eine problematische Aussage zu sein: Warum sollten eine Fernbedienung, eine Schallplatte oder ein Selfiestick nicht selbstverständlich und vertraut, warum keine Alltagsdinge sein? Wir haben es hier mit der spezifischen Temporalstruktur der populären Kultur zu tun. Denn die Dinge der populären und der Popkultur sind gegenwartsfixiert. Als Teil der Massenkultur besitzen sie, wie Michael Makropoulos schreibt, «eine forcierte Disposition der Gegenwärtigkeit, der Konzentration auf performative Immanenz und der präsentischen Akzentuierung des Hier und

13 Hügel, Hans-Otto: Das Illustrierte ernst genommen. Karl Mays *Waldröschen* gelesen in der Perspektive der Bildbeigaben. In: Stefan Krankenhagen, Hans-Otto Hügel (Hg.): *Figuren des Dazwischen*. Naivität in Kunst, Pop- und Populärkultur. München, Kopenhagen 2010, S. 203–229, hier S. 212.

14 Blumenberg, Hans: *Wirklichkeiten, in denen wir leben*. Stuttgart 1986, S. 23.

Jetzt».¹⁵ Mit anderen Worten: Die Fernbedienung erzählt etwas über die Unvertrautheit mit diesem Ding im Jahr 1955, die Single über ihre Andersartigkeit in den 1920er-Jahren und der Selfiestick über das Befremden, das uns in den 2010er-Jahren überfallen hat, als dieses Ding plötzlich überall zu sehen und in Gebrauch war. Die Dinge der populären Kultur sind somit gerade aufgrund ihrer Gegenwartsfixierung als historische Quellen nutzbar, weil sich an der Differenz von nicht selbstverständlicher Artifizialität und selbstverständlicher Lebenswelt zeitgeschichtliche Erkenntnisse ablagern. So auch bei der Fernbedienung.

In den 1950er-Jahren – in den USA – galt es, die Konsumentinnen, die immer auch Bürgerinnen waren und sind, für den Möglichkeitssinn der Technik zu gewinnen. Das geschah unter anderem durch fortschreitende Elektrifizierung der privaten Haushalte: «By 1930, nearly 70 percent of households were electrified.»¹⁶ Aber auch populäre Unterhaltungsmagazine webten an dem Netz der Technisierung, durch das immer mehr Dinge in die alltägliche Lebenswelt integriert wurden. So porträtierte die Zeitschrift *Popular Mechanics* Anfang der 1950er-Jahre einen Ehemann und Vater in Michigan, der sein Haus zu einer einzigen Ansammlung von Knöpfen und Schaltern gemacht hatte, mit der das Leben der Familie auf unsichtbare Weise verschaltet wurde. Gardinen und Türen wurden automatisch zugezogen oder verriegelt, Lampen leuchteten von selbst am Schminktisch der Ehefrau genauso wie in der Garage oder der Veranda, Feuer- und Einbrecheralarm wurden vom Schlafzimmer aus kontrolliert. «And I have almost finished work on a remote control», wie der Besitzer mehrerer Radios erzählte, «that will enable me to tune the radio to any station from any place in the house.»¹⁷ Es zeigt sich: In den 1950er-Jahren trifft die Do-it-yourself-Kultur auf die modern-pragmatische wie auch die spektakulär-unterhaltende Technisierung der Lebenswelt, die sich buchstäblich in den Wohnzimmern der Familien abspielte.¹⁸

In diesen zeitgeschichtlichen Kontext fällt die sukzessive Popularisierung der Fernbedienung. 1955 war sie ein spektakulär neues und spektakulär verstörendes Ding. Das ist schon an der Bedienungsanleitung ablesbar, jener Textsorte des modernen Lebens, die zwischen nüchterner Erläuterung und aufklärender Erziehung changiert. Wie jede Bedienungsanleitung bis heute ist auch die der Flash-Matic bis zur Verständnislosigkeit ausführlich. Denn sie soll den Kunden versichern, dass das für sie Neue, Ungewohnte und Überraschende erstens durchdacht und zweitens auch bald vertraut sein wird. An der vorliegenden Anleitung überrascht darüber hinaus, dass sie mit grosser Emphase die Benutzerinnen dieses neuen Geräts zu Komplizen der Technik machte. Durch Schaltpläne, Abbildungen und Materialangaben, vor allem aber durch einen durchweg inkludierenden Tonfall sollten die Wohnzimmer «of people throughout this grand land of ours» technisiert

15 Makropoulos, Michael: *Theorie der Massenkultur*. München 2008, S. 112.

16 Electricity. In: *Encyclopedia of American History*, Vol. VII: *The Emergence of Modern America 1900 to 1928*. Hg. von Gary B. Nash, Elizabeth Faue. New York 2003, S. 83.

17 Railton, Arthur R.: *Push-Button Manor*. In: *Popular Mechanics* (1950), S. 84–87 und 252, hier S. 252.

18 Vgl. Spigel, Lynn: *Medienhaushalte. Damals und heute*. In: *Zeitschrift für Medienwissenschaft* 9 (2013), S. 79–94.

werden.¹⁹ Man muss unweigerlich an ein anderes berühmtes Wohnzimmer denken, das Richard Hamilton etwa zur gleichen Zeit gemalt hat. In seiner Pop-Art-Collage *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?* von 1956 sehen wir ein technisiertes Wohnzimmer, in dem sich ein Fernseher, ein Tonbandgerät, ein Staubsauger und eine Friseurhaube tummeln. Was bei Hamilton – und in der Pop-Art durchgängig – in einer ironischen Schwebung zwischen Eigentlichkeit und Uneigentlichkeit bleibt, das wird in der Sachprosa der Bedienungsanleitung zum Auftrag: «[...] all you have to do is sit back in your favourite chair and let a weightless and invisible extension of your arm perform the tuning functions, quick as a flash.»²⁰ Die Technisierung der Lebenswelt gelingt nach und nach, indem der einzelne Mensch vor dem Fernseher selber in die Position gebracht wird, sich als verlängerter Arm und damit Teilhaber der Technisierung zu begreifen: indem er sie bedienen und kontrollieren kann.

Was im Falle des Hausbesitzers aus Michigan nur ein hochspezialisierter Amateur zu leisten imstand ist, wird nun auf die Vielzahl der Bürgerinnen ausgedehnt. Die Fernbedienung ist in der Masse ein populäres Ding, in dem sie die Kontrolle über die Technik demokratisiert. Alle Menschen sollen nun technische Dinge besitzen, mit denen sie andere technische Dinge kontrollieren. Die Fernbedienung etabliert sich als normales Ding der eigenen Lebenswelt.

Popularisierung als Normalisierung

Populäre Dinge erzählen somit auch etwas über den Prozess ihrer Popularisierung. Popularisierung wird gemeinhin als Vorgang verstanden, durch den kulturelle Objekte wie «ein paar Jeans, eine Fernsehserie oder ein Videoclip durch ein breites Interesse zu einem populären Objekt»²¹ gemacht werden. Indem Rezipientinnen und Konsumentinnen jenes Objekt «sinnlich begehren, auf das eigene Leben beziehen und sich in Gedanken, Phantasien, Gesprächen und Handlungen verstärkt mit ihm beschäftigen»,²² koproduzieren sie dessen massenwirksame Verbreitung und tragen zu seinem ökonomischen Erfolg bei. Diese Vorstellung verknüpft Popularisierung mit dem Neuen, dem Spektakulären und Begehrenswerten – und verstellt dadurch eine entscheidende Beobachtung, die hier stark gemacht werden soll: Popularisierung ist ein Prozess der Normalisierung. Popularisierung benötigt Momente des Spektakulären und der Begierde, aber als Prozess vollendet sich Popularisierung erst in dem Moment, in dem das Unvertraute normal geworden ist. Es ist völlig normal, eine Fernbedienung zu benutzen; es war lange Zeit normal, eine Single aufzulegen, und es ist normal, einen Selfiestick an ein Smartphone zu befestigen, um sich damit aus der Distanz selbst zu fotografieren. Erst dadurch,

19 www.cnet.com/pictures/remembering-eugene-polley-and-his-flash-matic-remote-photos/12 (28. 9. 2018).

20 Ebd.

21 Winter, Rainer: Popularisierung. In: Hans-Otto Hügel (Hg.): *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Stuttgart 2003, S. 348–351, hier S. 348.

22 Ebd., S. 348.

YOU HAVE TO SEE IT TO BELIEVE IT!

FLASH-MATIC TUNING

BY ZENITH

ONLY ZENITH HAS IT!



A flash of magic light from across the room (no wires, no cords) turns set on, off, or changes channels...and you remain in your easy chair!

YOU CAN ALSO SHUT OFF LONG, ANNOYING COMMERCIALS WHILE PICTURE REMAINS ON SCREEN!

With a beam of magic light



This Zenith "flash tuner" works TV miracles! Absolutely harmless to humans!

Here is a truly amazing new television development—and only Zenith has it! Just think! Without budging from your easy chair you can turn your new Zenith Flash-Matic set on, off, or change channels. You can even shut off annoying commercials while the picture remains on the screen. Just a flash of light does it. There are no wires or cords. This is not an accessory. It is a built-in part of several new 1956 Zenith television receivers. Stop at your Zenith dealer's soon. Zenith-quality television begins as low as \$149.95.*

If it's new... it's from Zenith!

YOU HAVE TO SEE IT TO BELIEVE IT

*Manufacturer's suggested retail price. Slightly higher in Far West and South.

The Blazerok (Model K2264RQ), 21" Flash-Matic Tuning, Cinébeam®, Ciné-Lens, Blond grained finish cabinet on casters. Also in mahogany color (K2264RQ). As low as \$399.95.*



The royalty of TELEVISION and radio. Backed by 36 years of leadership in electronics exclusively. ALSO MAKERS OF FINE HEARING AIDS. Zenith Radio Corporation, Chicago 36, Ill.

Abb. 3: Zenith-Werbung für die Flash-Matic, 1956, www.nytimes.com/2012/05/23/business/eugene-t-polley-inventor-of-the-wireless-tv-remote-dies-at-96.html (17. 5. 2019).

dass die Dinge zu vertrauten Dingen unserer Lebenswelt geworden sind, zeigen sich eine Jeans oder ein Selfiestick als Teil der Dingwelten des Populären.

Folgt man der Idee, dass Popularisierung einen Normalisierungsprozess bezeichnet, so ergeben sich daraus zwei Anschlüsse, die ich im Nachdenken über populäre Dinge aufnehmen möchte: Zum einen sticht aus dieser Perspektive der praktische Umgang mit den Dingen hervor, ihr konkreter Gebrauch. Das ist, wie schon skizziert, an jeder Anleitung abzulesen, die den Gebrauch des neuen, nicht selbstverständlichen Dings erklären soll. Zur Flash-Matic heisst es unter anderem: «To turn the channel beam the light through the upper left window», denn man musste mit der Fernbedienung auf Sensoren in den Ecken des Fernsehgeräts zielen: «NOTE: A little practice is required to learn where and how long to flash the light for all operations.»²³ Der Umgang mit der Fernbedienung ist nur praktisch zu lernen, im Normalfall aber sehr schnell. Die Dinge der populären Kultur sind in einem buchstäblichen Sinn zur Hand, an ihnen entfaltet sich eine körperliche Subjekt-Objekt-Beziehung. Anders als kulturell valorisierte Dinge, museale Objekte etwa, die auf Distanz gehalten werden müssen,²⁴ entfalten die Dinge der populären Kultur eine Praxis der Nähe und des unproblematischen, fast banalen Umgangs mit ihnen. Die Fernbedienung halte ich in der Hand, so wie ich die Single auflege, so wie ich den Selfiestick justiere. Diese Dinge ermöglichen, ja erzwingen geradezu,

23 www.manualslib.com/manual/1002320/Zenith-Flash-Matic.html (28. 9. 2018).

24 Vgl. Krankenhagen, Stefan: Der Auftritt der Dinge. Zu epistemischen und relationalen Objektbegriffen im Museum. In: Annemarie Matzke, Ulf Otto, Jens Roselt (Hg.): Auftritte. Strategien des In-Erscheinung-Tretens in Künsten und Medien. Bielefeld 2015, S. 89–101.

dass wir uns zu ihnen in eine körperlich formierende Beziehung setzen. Die Dinge formieren die Menschen in der Masse, in dem es normal wird, sie zu gebrauchen.

Zum anderen verweist der Begriff der Normalisierung auf die sozialpolitische Dimension der Dingbeziehung als Teil der langsamen Entwicklung moderner und postmoderner Gesellschaften zwischen dem späten 19. und dem 21. Jahrhundert – und damit auf die Frage, wie sich Gesellschaften als soziale Einheiten verstehen lernen. Am Anfang dieser Periode trat der Nationalstaat als Motor der Vergesellschaftung seinen ambivalenten Siegeszug an. Er bot jene Institutionen auf, die den Einzelnen zu einem Teil des Staates machen sollten. Soziale Regulation und Integration fand zu dieser Zeit – und findet bis heute – «mit den Mitteln einer autoritativ-disziplinären Vergesellschaftung»²⁵ statt. Dazu gehören auch die phantasmagorischen und realen Inthronisierungen eines «natürlichen» Souveräns, eines Führers, der als imaginärer Fluchtpunkt die Einheit der vielen garantieren soll. Von dieser Idee haben die Staaten Europas bis heute nicht gelassen. Dennoch ist offensichtlich, dass spätestens seit den 1970er-Jahren neben die regulative Vergesellschaftung die informelle Vergemeinschaftung getreten ist und die Lücke füllt, die eine fehlende oder nur mehr schwach ausgebildete soziale Norm hinterlässt. Für den Anthropologen Daniel Miller ist es die materielle Kultur im Allgemeinen und sind es die Dinge im Speziellen, die heute den sozialen Zusammenhalt garantieren. Es bildeten sich, so Miller in seiner Untersuchung von Haushalten in London, «ziemlich kleine Gesellschaften»²⁶ rund um die Dinge: «Heute muss jeder Haushalt, auch wenn er nur aus einer Person besteht, zumindest einen Teil jener kosmologischen und ökonomischen Prinzipien und Praktiken selbst entwickeln, die früher von der Gesellschaft bereitgestellt bzw. aufgezwungen wurden.»²⁷ Die Dinge stiften soziale – an manchen Stellen vielleicht sogar transzendente – Beziehungen, vor allem jene, die alltäglich zur Hand sind, die den Horizont unserer Lebenswelt bilden.

Neben der körperlich-subjektiven Beziehung, die sich im Gebrauch der Dinge formiert, ermöglichen die Dinge der populären Kultur somit eine informelle Vergemeinschaftung unterhalb regulativer Vergesellschaftungsprozesse und sozialpolitischer Kohäsion. Prosaisch formuliert: Sie lassen die Menschen zusammenfinden und miteinander reden. In diesen scheinbar banalen Funktionen liegt ihre grosse sozialpolitische Leistung, wie der amerikanische Kunstkritiker Dave Hickey schreibt: «Insofern sind wir soziale Wesen, denen aufgegeben ist, die Bedingungen der eigenen Soziabilität aus der fragilen Ressource unserer privaten Vergnügungen und geheimen Wünsche heraus zu erschaffen. Daher – in Ermangelung eines treffenderen Begriffs – korrelieren wir. Wir versammeln uns rund um die Ikonen aus der Welt der Mode, des Sports, der Künste und der Unterhaltung wie um eine Feuerstelle. Rund um diese seltsamen Attraktoren ziehen wir unendliche Umlaufbahnen. Wir organisieren uns selbst in nicht-exklusiven Wunschgemeinschaften».

25 Makropoulos (wie Anm. 15), S. 141.

26 Miller, Daniel: *The Comfort of Things*. London 2008, S. 203.

27 Ebd., S. 218.

ten.»²⁸ Aus dieser Perspektive sind es die Dinge, die die soziale Welt der Subjekte organisieren; sie sind die Akteure der Versammlung von Menschen und Dingen. Aber jene nicht exklusiven Wunschgemeinschaften, die Hickey an uns selbst beobachtet, können sich nur dann massenhaft versammeln, wenn sie ökonomisch zugänglich sind und einen hohen Grad an Eigenähnlichkeit aufweisen. Es sind somit gerade die viel kritisierte Ökonomisierung und Standardisierung der Dinge, ihre potenzielle Austauschbarkeit und freie Kombinierbarkeit, die die notwendige soziale und kommunikative Anschlussfähigkeit generieren und garantieren. Als die heute normal gewordenen Tupperdosen Ende der 1940er-Jahre zum ersten Mal im Einzelhandel und im Versand angeboten wurden, hatten sie keinen Erfolg bei den Konsumentinnen. Plastik war kein Material für den amerikanischen Haushalt. Erst die überraschende Idee, Tupperpartys in den Vorstädten grosser, urbaner Zentren zu veranstalten, brachte den Produkten von Earl Tupper durchschlagende Popularität und wirtschaftlichen Gewinn. «Tupperware machte sich den Geselligkeitstrieb und die wirtschaftliche Benachteiligung der Vorstädterinnen zu Nutze und bot ihnen im Gegenzug antiradikale Ausstiegsmöglichkeiten aus ihrer häuslichen Isolation an.»²⁹ Statt einer regulativ-autoritären Vergesellschaftung sind die Dinge und ihr Gebrauch Katalysatoren für informelle und kommunikativ ausgerichtete Vergemeinschaftungen, die ihrerseits wieder Anlass für spezifische, manchmal innovative ökonomische Beziehungen sind.

Die Zu-Viel-Zahl der Dinge

Weil der technische Fortschritt prinzipiell auf Unendlichkeit gestellt ist, gibt es auch unendlich viele Dinge. Es interessiert mich deshalb an den populären Dingen gerade ihre strukturelle Zu-Viel-Zahl, die in modernen Überflussgesellschaften exponentiell steigt. Während 1950 etwa 9 Prozent der amerikanischen Haushalte ein Fernsehgerät besaßen, waren es 1980 bereits 98 Prozent – bei über 200 Millionen Einwohnern. Ein Supermarkt in Deutschland führt etwa 27 000 Produkte; ein warenhausähnlicher Einkaufsmarkt beherbergt mehr als 160 000 Dinge. Der Überfluss hat selbst seine Kritik erfasst. Die Angebote und Ratgeber, die sich zwischen Feng Shui und Manufactum auf Reduktion und Auswahl spezialisiert haben, werden immer mehr und produzieren weitere und neue Dinge. In einer Überflussgesellschaft produziert Reduktion offensichtlich Quantität.

Die populäre Kultur als Teil der Massen- und Konsumkultur ist ein zentraler Ort für die strukturelle Vermehrung der Dingwelten. Ihr hervorstechendstes Merkmal ist die Serialität, also das Versprechen, dass es immer weitergeht. Serielle Formate entwickelten sich Mitte des 19. Jahrhunderts als eine funktionale Zuschauerbindung und als eine ästhetische Erwartungssteuerung, die Zu-Viel-Zahl

28 Hickey, Dave: *Der unsichtbare Drache*. Berlin 2015, S. 100.

29 Clarke, Alison J.: *Tupperware: Vorstadt, Gesellschaft und Massenkonsum*. In: Anke Ortlepp, Christoph Ribbat (Hg.): *Mit den Dingen leben. Zur Geschichte der Alltagsgegenstände*. Stuttgart 2010, S. 155–186, hier S. 168.

gleichzeitig produziert und ökonomisiert: die Dinge gingen in Serie.³⁰ Auf die Ausgabe von *Action Comic #1* von 1938 folgte die zweite Ausgabe – und bis heute hört die Serie, unter dem Label DC Comics, nicht auf zu produzieren. Nicht nur, aber vor allem auch die ökonomische Resonanz mit ihrem Publikum garantiert die serielle Fortsetzung und die kontinuierliche Produktion. So ist es bis heute geblieben: «Was angeboten wird, steht in mehreren, gestaffelten Formen der Rückkopplung, die sicherstellen, dass es auch gewollt wird»,³¹ wie Moritz Bassler schreibt. Weil sie warenförmig organisiert ist, ist die populäre Kultur auf die kontingente Zu-Viel-Zahl der Dinge angewiesen.

Für die Dinge bedeutet die Perspektive auf Quantität und Kontingenz Entscheidendes. Denn die Massenkultur verlangt eine «Einübung in den transitorischen Charakter von Objekten».³² Die Dinge verändern sich, sie werden weiterentwickelt, verschwinden (vom Markt) und werden neu aufgelegt. Gerade an warenförmig organisierten Dingen fällt die Tatsache ins Auge, «dass ihnen nichts Definitives eignet».³³ Die Dinge der populären Kultur sind unter diesem Blickwinkel infinitive Dinge, potenziell unendlich sowohl in ihrem Bedeutungshorizont als auch in ihrer materiellen Verfasstheit. Die Mode ist dafür das exemplarische Feld, wie Georg Simmel bereits Anfang des letzten Jahrhunderts feststellte: «Die Form eines fieberhaften Wechsels ist hier so wesentlich, dass sie wie in einem logischen Widerspruch gegen die Entwicklungstendenzen der modernen Wirtschaft steht.»³⁴ Entsprechend trägt gerade die zeitgebundene Struktur der Mode in den je aktuellen *seasons* ihre eigene Fortsetzungsstruktur in sich. Vergänglichkeit wird bei populären Dingen produktiv auf Unendlichkeit gestellt.

Der Begriff des modischen oder, abwertend benutzt, des «nur modischen» schlägt an dieser Stelle eine Brücke zu den digitalen Dingen der Gegenwart. Ob diese überhaupt sinnvoll als Dinge bezeichnet werden können, muss an anderer Stelle diskutiert werden. Ungeachtet dessen ist auffällig, dass die Zeitstruktur digitaler Dinge so paradox wie die der Mode ist: Als Teil des sich überbietenden Wettbewerbs – der Spieleindustrie etwa – sind sie vergänglich; sie sind modische Zeiterscheinungen, die ein Jahr oder einen Sommer lang aktuell sind und dann wieder verschwinden. Möchte man die Super Marios, die Angry Birds und Pokémons als digitale Dinge bezeichnen, so werden diese eine kurze Zeit lang sehr intensiv in Gebrauch gehalten, um dann beinahe wertlos zu werden. Gleichzeitig ist die Ausrichtung auf quantitative Unendlichkeit – im Sinne ihrer technischen Aktualisierung – ein Grundzug digitaler Spiele und ihrer Spielwelten. Ihre Levelstruktur wie auch die technische Optimierung durch neue Versionen und Apps formiert ein «Weltverhältnis, das die prinzipielle Unabschliessbarkeit, ja die Unendlichkeit als

30 Vgl. Hickethier, Knut: Serie. In: Hans-Otto Hügel (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart 2003, S. 397–403.

31 Bassler, Moritz: Leitkultur Pop? Populäre Kultur als Kultur der Rückkopplung. In: Kulturpolitische Mitteilungen 1 (2015), S. 34–39, hier S. 37.

32 Makropoulos (wie Anm. 15), S. 124.

33 Ebd.

34 Simmel, Georg: Philosophie der Mode (1905). In: ders.: Gesamtausgabe, Bd. 10, hg. von Michael Behr, Volkhard Krech, Gert Schmidt. Frankfurt am Main 1995, S. 9–37, hier S. 33.

solche emotional positiv besetzt».³⁵ Die Dinge der populären Kultur besitzen eine möglichkeitsoffene Form, die strukturell an steigende Quantität gebunden ist. Das schliesst sie eng an die Mode und die Warenwelt an.

Gleichzeitig gehen populäre Dinge nicht in der Mode oder der Welt des Konsums auf. Ein Tempo-Taschentuch ist kein populäres Ding, genauso wenig wie ein Seidentuch von Hermès. Populäre Dinge sind stattdessen massgeblich dadurch bestimmt, dass sie einen Unterhaltungswert besitzen. Wir nehmen die Dinge nicht nur körperlich in Gebrauch und vergemeinschaften uns durch sie; wir werden durch sie nicht nur Teil der kontingenten Massenkultur der Gegenwart und finden in ihnen ökonomisierte Angebote zu einer möglichkeitsoffenen Selbstentfaltung. Wir werden auch durch sie unterhalten, wir vergnügen uns mit den Dingen, wir haben Spass an ihnen. Erst in der Summe dieser Merkmale ist es sinnvoll, von populären Dingen zu sprechen.

Vergnügliche Dinge

Der Begriff der Unterhaltung als zentrales Merkmal der populären Kultur ist, soweit ich sehe, nur von zwei Autoren konsequent in den Mittelpunkt des Interesses gerückt worden: von dem Kulturwissenschaftler Hans-Otto Hügel und dem Soziologen Niklas Luhmann. Wenn auch unterschiedlich gewichtet, denken beide die populäre Kultur vom Modell des Spiels her: «Auch ein Spiel ist eine Art von Realitätsverdopplung, bei der die als Spiel begriffene Realität aus der normalen Realität ausgegliedert wird, ohne diese negieren zu müssen.»³⁶ Jene Realitätsverdoppelung, bei gleichzeitiger Markierung ihrer Grenze, ist für Luhmann die Bedingung massenmedialer Unterhaltung. An ihr kann das einzelne Subjekt – vor dem Fernseher, auf der Pokémon-Suche, bei der Selfie-Produktion – fiktive und reale Realität gleichzeitig ineinanderblenden und voneinander unterscheiden: «Fiktionale Realität und reale Realität bleiben offensichtlich unterschieden, und eben deshalb wird das Individuum, was seine Identität betrifft, Selbstversorger.»³⁷ Luhmanns Begriff der fiktiven Realität darf nicht im Sinne von Scheinhaftigkeit verstanden werden, die der populären Kultur als Teil der Kulturindustriekritik gerne unterstellt wird. Eine Fernsehserie ist keine Scheinwelt, die mir falsche Wirklichkeiten vorspielt, sondern die Möglichkeit, verschiedene Möglichkeiten (der Lebensbewältigung etwa oder des glamourösen Auftritts) zu unterscheiden, als fiktive oder reale Wirklichkeiten einzuordnen und selbsttätig zu bewerten.

Die inklusionstheoretischen Annahmen Luhmanns werden in den Arbeiten Hügels durch einen ästhetischen Blick auf die populäre Kultur weiter differenziert. Er sieht den Kern der Unterhaltung in ihrer «ästhetischen Zweideutigkeit», die darin besteht, «dass alles Dargebotene ganz echt und zugleich unecht ist». Unterhaltung, so Hügel, «will (fast) ernstgenommen und (fast) bedeutungslos zugleich

35 Makropoulos (wie Anm. 15), S. 133.

36 Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien. Opladen 1995, S. 96 f.

37 Ebd., S. 116.

sein».³⁸ Damit kommt nicht nur die Gleichzeitigkeit von fiktiver und realer Realität ins Spiel, sondern auch die unterschiedlichen ästhetischen Formen der populären Kultur: Unterhaltungsformate, die zwischen der Wildwestshow des 19. Jahrhunderts, der Mediengeschichte des 20. und den digital-responsiven Medien des 21. Jahrhunderts je anders zu fassen sind und doch alle gleichsam immer zwischen Ernst und Unernst «schweben». «In dem Moment, in dem der Zuschauer sich für eine der beiden Möglichkeiten entscheiden muss, kippt die Unterhaltung entweder in Zerstreuung, oder sie schlägt in Ernst um.»³⁹ Mit Hügel haben wir somit eine Position, die den Unernst der populären Kultur ernst nimmt, eine Position, die nach den ästhetischen Qualitäten von Unterhaltung fragt und diese Qualitäten auch in einer aktiven Rezeptionsfreiheit findet: «Was auch immer wir von der Unterhaltung unterhaltend wahrnehmen, wir brauchen uns nie schlecht zu fühlen, dass wir ihr nicht gerecht würden.»⁴⁰ Unterhaltung entlastet also durchaus, sie geht aber nicht in ihrer Kompensationsleistung auf; sie entlastet, um spezifisch massenkulturelle Beziehungserfahrungen zu aktivieren, einzuüben und zu sortieren. Vor allem die spezifische Erfahrung der massenkulturellen Zu-Viel-Zahl der Dinge ist es, auf die ich das Interesse noch einmal lenken möchte. Es ist der Umschlag von Quantität in Qualität und vice versa, der durch die Dinge der populären Kultur katalysiert wird. An diesem Umschlag finden wir als Rezipientinnen Vergnügen, weil die Zu-Viel-Zahl der Dinge eine substanzielle Herausforderung der modernen Konsumgesellschaft ist. Von einem einzelnen technischen Gerät wie der Spielkonsole Switch etwa sind im Jahr 2017 mehr als 16 Millionen Stück produziert worden. Pluralität und Quantität bestimmen die Dingwelt. Es wäre abwegig zu behaupten, ein Einzelner könnte diese Massendinghaltung sinnvoll kontrollieren, systematisieren oder reduzieren; es bleiben immer zu viele Dinge. Wie wir als Rezipientinnen und Konsumentinnen mit dieser Zu-Viel-Zahl – auf vergnügliche wie ernste Weise – umgehen können, lernen wir an populären Dingen.

All these Dingtheorien

Abschliessend sollen in aller Kürze zwei Positionen diskutiert werden, die mir sinnvolle theoretische Angebote zur Deutung jener Zu-Viel-Zahl der Dinge anbieten: Material-Culture-Studies und die Akteur-Netzwerk-Theorie. Als Daniel Miller 1987 sein Buch *Material Culture and Mass Consumption* vorlegte, verfolgte er damit die Absicht, materielle Kultur als Forschungsfeld der Kulturwissenschaften neu zu situieren und der Dominanz der linguistischen und semiotischen Perspektiven im selben Feld entgegenzutreten. Miller fragte nach der Materialität der Dinge und deren theoretischer Relevanz im Kontext der Kultur- und Sozialwissenschaften. Eingebettet in die Arbeit des Instituts für Anthropologie des University College

38 Hügel, Hans-Otto: Ästhetische Zweideutigkeit der Unterhaltung. Eine Skizze ihrer Theorie. In: *montage a/v* 1 (1993), S. 119–141, hier S. 128.

39 Ebd.

40 Ebd., S. 129.

London, entfaltet dieser Ansatz bis heute enorme Wirkung, indem er die traditionellen Perspektiven der Sachkulturforschung als die grundsätzliche Frage nach der Verflechtung von Sozialem und Materiellem neu formuliert.⁴¹ Das disziplinenübergreifende Konzept der Material-Culture-Studies widmet sich seitdem der «Dialektik von Objekt-Subjekt-Beziehungen»⁴² – ob in privaten Haushalten oder als Teil der Konsumkultur, ob in Design- oder in Digitalisierungsprozessen der Gegenwart.

Anders als in der deutschsprachigen Literatur, die die Dinge etwa als Bedeutungsträger des Wissens,⁴³ der Künste und Medien⁴⁴ oder im Kontext der Ausdifferenzierung der Moderne versteht,⁴⁵ haben die Material-Culture-Studies von Anfang an die Dinge der industriellen Massenkultur im Blick gehabt. Die quantitative Dimension der Dinge ist, so Miller, «the major constitutive arena in which the relationship of people to artefacts is determined in contemporary industrial societies».⁴⁶ Die anonyme Vielzahl der Dinge verlangt nach einem gegenwartsnahen Blick auf die dabei zu Praxis werdenden Subjekt-Objekt-Beziehungen. Im gleichen Atemzug aber etabliert Miller eine qualitative Dimension des dinglichen Materials: «[...] the medium of objectification matters. It makes a difference what form is used in the process of becoming; and of those media used in objectification, physical artefacts have certain properties and tendencies which, in an age of rapidly increasing material culture, ought to be investigated in their own right.»⁴⁷ Von diesem mikroskopischen Blick auf die spezifischen Qualitäten der Dinge ausgehend, verbindet sich in den Arbeiten der Material-Culture-Studies bis heute eine ethnologisch-vergleichende Methode und Mikroanalyse der Dinge mit einer an kultur- und sozialwissenschaftlichen Konzepten orientierten Theorie der Vergesellschaftung, welche exakt am Umgang mit den Dingen der Massenkultur geprüft wird. Dass Miller in seinem wohl erfolgreichsten Buch, *The Comfort of Things*, der Materialprüfung der Dinge untreu wird, ist ein Punkt, der ebenfalls zu vertiefen wäre. Meines Erachtens sind ihm die Dinge der Haushalte in einer Strasse in London nur ein Erzählanlass für die von ihm gezeichneten Psychogramme der Bewohner. Es erscheint austauschbar, welche Stofftiere, welche Laptops oder Souvenirs jenen Erzählanstoss

41 Die Stärke der traditionellen Sachkulturforschung, wenn diese Verallgemeinerung erlaubt ist, sehe ich in ihrem dezidierten Blick auf die Materialität der Dinge, deren Einbettung in vormoderne (oder auch moderne) Riten sowie ihre Perspektive auf Genese und Variation von Sammlung, Bewahrung und Archivierung der Dinge. Für den deutschsprachigen Raum öffnete sich die Sachkulturforschung durch die Arbeiten Hermann Bausingers nachhaltig für die technischen und empirischen Dimensionen der Dinge. Für aktuelle, interdisziplinär ausgerichtete Positionen vgl. etwa Hahn, Hans Peter (Hg.): *Vom Eigensinn der Dinge*. Für eine neue Perspektive auf die Welt des Materiellen. Berlin 2015.

42 Geismar, Haidy et al.: *Material Culture Studies*. In: Stefanie Samida, Manfred K. H. Eggert, Hans Peter Hahn (Hg.): *Handbuch Materielle Kultur. Bedeutungen – Konzepte – Disziplinen*. Stuttgart 2014, S. 309–315, hier S. 311.

43 Vgl. te Heesen, Anke, Petra Lutz (Hg.): *Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort*. Köln, Weimar, Wien 2005; Rheinberger, Hans-Jörg: *Experimentalsysteme und epistemische Dinge*. Frankfurt am Main 2006.

44 Frank et al. (wie Anm. 2); Balke (wie Anm. 3).

45 Kimmich (wie Anm. 2); Rosa (wie Anm. 2).

46 Miller, Daniel: *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford, Cambridge 1987, S. 15.

47 Ebd., S. 129.

geben, um über sich selbst zu berichten. Hier wird die Frage nach der spezifischen Materialität der Dinge in einer Form der Selbsterzählung aufgelöst.

Ähnlich wie die Material-Cultural-Studies sind auch die Akteur-Netzwerk-Theorien nicht darauf abgestellt, das Zuviel der Dinge beherrschen zu müssen. Im Gegenteil, Gustav Rossler sieht ein Merkmal der neuen Dingtheorien gerade darin, dass die Vielzahl anerkannt wird: «Sie sind viele. Die neuen Dinge, Objekte sind *multipel, plural*.»⁴⁸ Damit hat er, nicht ausschliesslich, aber doch vorrangig, die von Michel Serres und Bruno Latour so genannten Quasiobjekte im Blick, deren Qualitäten es sind, zwischen der beharrenden Eigendynamik ihres Materials (ihrer ontologischen Dinglichkeit) und der verweisenden Sozialität ihrer Nutzung (ihrer relationalen Bezugnahme) zu vermitteln. Sie sind Zwitterdinge, die zwischen Materialität und Sozialität changieren, und es bleibt nach Serres unklar, «ob sie Wesen oder Relationen, ob sie Bruchstücke von Wesen oder Zipfel von Relationen sind».⁴⁹ Weil Quasidinge qua ihrer Materialität ein relationales Netzwerk der Dinge und Menschen knüpfen, sind sie immer viele. Sie bilden die Bedingung für ein Netzwerk und sind Teil des Netzwerks selbst: «[...] dieses Quasi-Objekt, das [wir] alle geschaffen haben, diese Objekt-Diskurs-Natur-Gesellschaft, deren neue Eigenschaften uns alle verwundern und deren Netz sich von meinem Kühlschrank bis zur Antarktis erstreckt, auf dem Weg über die Chemie, das Recht, den Staat, die Ökonomie und die Satelliten.»⁵⁰ Quasiobjekte erzeugen zirkulierende Dingwelten aus vielfältig durchmischten Qualitäten.

Jene Netze oder durchmischten Dingwelten müssen aber nicht zwangsläufig die hochgradig komplexen technosozialen oder technopolitischen «Objekt-Diskurs-Natur-Netze» sein, die Latour etwa in der Mikrobiologie nachvollzogen hat. Auch ein sehr konkreter Gegenstand wie der Berliner Schlüssel aus dem 19. Jahrhundert dient ihm dazu, die Idee des Quasiobjekts zu veranschaulichen. Jener Haustürschlüssel hatte die materiell bedingte Eigenschaft, dass er sich nur abziehen lässt, wenn die Tür davor verschlossen wurde – und nur auf der jeweils anderen Türseite und nur zu einer bestimmten Zeit. Der Berliner Schlüssel etablierte so ein komplexes Schliesssystem, das die Benutzer und den Schlüssel auf eminente Weise verknüpfte. «Wenn der Stahlschlüssel kein blosses Werkzeug mehr ist, gewinnt er die ganze Dignität eines Mittlers, eines sozialen Akteurs, eines Agenten, eines Aktivpostens.»⁵¹ In einem fast schon vormodernen Sinn animiert Latour die Dinge, macht sie zu belebten oder zumindest belebenden Dingen, zu aktiven Teilnehmern menschlicher Sozialität. So haben die Dinge ihren Auftritt als handlungsmächtige Akteure – in seiner Terminologie: Aktanten⁵² – bekommen, gerade weil sie gleichzeitig voller sozialer Bedingtheiten und Abhängigkeiten sind: «Eine soziale Dimension der Techniken? Das besagt wenig. Geben wir vielmehr zu, dass

48 Rossler (wie Anm. 1), S. 53.

49 Serres (wie Anm. 3), S. 350.

50 Latour, Bruno: *Wir sind nie modern gewesen. Versuch einer symmetrischen Anthropologie*. Frankfurt am Main 2008, S. 191.

51 Latour, Bruno: *Der Berliner Schlüssel*. Berlin 2015, S. 24 f.

52 Vgl. Latour, Bruno: *On Actor-Network-theory. A few Clarifications*. In: *Soziale Welt* 47 (1996), S. 369–381.

niemand je eine menschliche Gesellschaft beobachtet hat, die nicht von Dingen konstruiert wird. Ein materieller Aspekt der Gesellschaften? Auch das besagt zu wenig. Die Dinge existieren nicht, ohne voller Menschen zu sein, und je komplexer und moderner diese Dinge sind, desto zahlreicher sind die Menschen, von denen es in ihnen wimmelt.»⁵³

Latours eminenter Vorschlag ist es, die reinlich getrennten Welten zwischen Technik und Natur, Materialität und Sozialität, Entität und Pluralität zugunsten einer sich selbst potenzierenden Durchmischung aufzugeben. Sein *Parlament der Dinge* von 2001 orientiert sich an dem altgermanischen Thingplatz, dem Ort, an dem die Dinge («the things») der Gemeinschaft als Streitsachen öffentlich verhandelt wurden. Er rehabilitiert dadurch, wie schon Serres vor ihm, die «stummen Zeugen»,⁵⁴ als die die Dinge in die Geschichte der Subjektwerdung des Menschen eingegangen sind. Gleichzeitig ist offensichtlich, dass ihn die Vielzahl der Dinge auf eine andere Weise interessiert, als in der hier verfolgten Perspektive. Denn das Quasiobjekt ist dadurch gekennzeichnet, dass es als Mittel und als Mittler für Prozesse der Teilhabe, der Verhandlung und der Bewegung innerhalb von sichtbaren oder nicht sichtbaren Netzwerken fungiert. In diesem Sinn akkumuliert es flüchtige Qualitäten, die sich, je nach Relationen, immer neu beschreiben lassen müssen. Die Zu-Viel-Zahl der Dinge, die ich in den Mittelpunkt meiner Überlegungen stelle, behauptet dagegen eine historische Realität in sich selbst. Mit meinen Überlegungen zu populären Dingen stelle ich nicht die Frage, ob die Gesellschaft subjekt- oder objektzentriert war oder ist. Denn in Latours Perspektive gibt es keinen Unterschied zwischen den Streitsachen auf einem altgermanischen Thingplatz und den Streitsachen auf Instagram. Beide verbinden Subjekte und Dinge auf komplexe, flüchtige und immer neue Weise. Doch die Streitsachen auf Instagram («Wie viel Hintern ist zu viel Hintern?») erlangen ihre Bedeutung nur unter der Bedingung einer auf Kontingenz abgestellten Massengesellschaft. Dass nicht nur vieles durchmischt, sondern buchstäblich alles möglich ist, produziert eine differente Qualität der Quantität verglichen mit den Gesellschaftsordnungen, die auf Existenzsicherung ausgerichtet waren oder sind.⁵⁵ Während das Quasiobjekt also immer als Einzelding gedacht wird, das sich in und durch Netzwerke transformiert, verlangt die Zu-Viel-Zahl der Dinge seit Mitte des 19. Jahrhunderts eine theoretisch fundierte Berücksichtigung von sowohl Qualität als auch Quantität der Dinge. Erst in dieser Gleichzeitigkeit lässt sich präzise von populären Dingen sprechen.

Gleichzeitig ist Begriff und Idee des Quasiobjekts geeignet, um gerade die technosozialen Bedingungen und Konsequenzen des Internets der Dinge vielschichtiger zu betrachten. So steht etwa die Apple-Watch (und alle vergleichbaren Gegenstände der biowissenschaftlichen Technisierung des Selbst) paradigmatisch für die Netzstruktur der Dinge, wie sie die Akteur-Netzwerk-Theorie in ihrer relationalen Gesellschaftstheorie entworfen hat. Mit der «Series 2» etwa introduzierte Apple die

53 Latour (wie Anm. 51), S. 9.

54 Serres (wie Anm. 3), S. 209.

55 Vgl. Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kulturosoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main 1992.

App «Breathe» als Teil des Aktivitäts- und Fitnessprogramms, das auf ihren Uhren läuft. Wann ich auf eine spezifische Art zu atmen habe, sagen meine Körperdaten, sagt mir meine Uhr. So werden natürliche Daten zu technischen Daten und technische Daten zu sozialen Daten. Das mag unterhaltsam sein, doch ich bezweifle, dass wir es bei der Apple-Watch mit einem populären Ding zu tun haben: Dafür ist die formierende Kraft der technischen Daten zu dominant.⁵⁶ Populäre Dinge aber benötigen (und ermöglichen) in einem eminenten Sinne eine kontingente Freiheitserfahrung des einen und der vielen.

56 Vgl. Sprenger, Florian, Christoph Engemann: Im Netz der Dinge. Zur Einleitung. In: dies. (Hg.): *Internet der Dinge. Über smarte Objekte, intelligente Umgebungen und die technische Durchdringung der Welt*. Bielefeld 2015, S. 9–58.