



Krawattenfrei zur Oper – Im Anzug in die Bank Zur Zukunft des Publikums und eines Begriffs

Referat „Kultur des Konsums“
Kompetenzzentrum Kulturmanagement, Fachtagung 8. Mai 2004
Zürcher Hochschule Winterthur

Dr. Hans-Peter Meier-Dallach
cultur prospectiv ©
Mühlebachstrasse 35/ 8008 Zürich
www.culturprospectiv.ch

Impressum
F1

Abstract

Erwachsene lesen Harry Potter, über den sie von den Kindern belehrt werden. Grenzen von Publika lösen sich auf, überlagern und mischen sich. Zugleich ist die Tage und Nächte dauernde Grossinszenierung klassischer Meisterwerke, Goethes Faust zum Beispiel, exklusiv gesetzt. Auf die Vermischung der Zuschauenden, Hörenden, Beteiligten antwortet neue Distinktion. Wie sich das Publikum heute verändert und welche Formen in Zukunft entstehen können, ist eine brisante Frage und wird nicht kurzfristig oder definitiv zu beantworten sein. Ein Bezugsrahmen ist erforderlich. Das Publikum ist ein Stück Wirklichkeit in den Kulturspielen einer Zeit und eines Ortes, das es begrifflich zu fassen gilt. Die Spiele der Kultur und rund um die Kultur stehen im Spannungsfeld zwischen zwei Trends. Die Angebote wachsen, wenn man die Stoffe besieht – rückwärts ins Zeitalter zum Herrn der Ringe, vorwärts in die Science Fiction und in die globale Weite aktuellen Geschehens. Die Mittel der technischen Reproduzierbarkeit haben sich vervielfacht. Und in engem Zusammenhang damit haben die Möglichkeiten für die „Publizierung“ – die Kreation von Publika – zugenommen. Wir können diesen Trend mit „kultureller Implosion“ bezeichnen und das Bewegungsgesetz der modernen Massen- und Eventkultur umschreiben. Publika werden offener, vielseitiger und instabil. Sie zu erreichen, erfordert trendorientierte Instrumente und den Einbezug von „multiplexen“ Bedürfnisbündeln. Die Implosion der Angebotskultur führt zu einem Überhang, zu Rauschen, oder zu dem, was Burckhardt als „Geschwätzigkeit“ einer Kulturform bezeichnet hat; man kann dieses Gefühl in einer Book Shopping Arena erleben. Das Elend des Überflusses bewegt zurück oder vorwärts zu Gegentrends. Stoffe, Reproduktions- und Publikationstechniken werden destilliert oder neu gesucht. Kulturaskese ist angesagt, das Suchen nach dem Unentdeckten, Einmaligen und Ungenannten. Die Publika dieser Distinktion zeigen neue Grenzen, Ausschluss und Exklusivität oder demonstrieren strikte Individualität. Am Samstag krawattenfrei in die Oper, am Montag im schwarzen Anzug zur Bank. In den Spitzensektoren der Wirtschaft gilt das Gesetz: immer kurzlebiger, effizienter und exklusiver durch wenig Auserwählte. Auch hier herrscht „Askese“. Immer kleinere Teile der Gesellschaft tragen mit zunehmenden Anforderungen den ökonomischen Prozess. Die anderen sind entlassen in die Zeit für Spiele. Diese ist nötig, denn der Kampf um den Kulturmarkt ist ein Wettstreit um jede Sekunde Aufmerksamkeit, die eine möglichst grosse Zahl in die Arena einbringen kann. Das Bewegungsgesetz der Massenspiele scheint mit jenem des ökonomischen Gesetzes zusammenzuspielen.



I Das Publikum und seine Arenen im Alltag

II Ein Blick in die Arenen der Kulturgeschichte

III Szenarien der Publikumsarena und Zukunft

Aufbau F1

I Das Publikum und seine Arenen im Alltag

Beobachten wir die Arena eines Bankers am Montagmorgen und vergleichen wir sie mit jener am Samstagabend - in der Oper.

Bank. Am Montag steuert er mit zunehmender Geschwindigkeit den Geschäftsturm an. Die Rituale gehen ins Detail, die Krawatte korrekt justieren, den Gang „kompetent“ und aufrecht, die Blicke jener suchend, die in der Arena heute zentral sind. Die Türe ist automatisch mit Batch gesteuert. Die Kommunikationslandschaft, die ihn erwartet ist eine Indikatorenzenerie, eingeblendet, modifiziert, ergänzt. Es warten 120 ungefilterte E-Mails, einige kurze Informationsaustauschbewegungen und dann Entscheide. Die weniger wichtigen via Mail, die zweitwichtigen via Mobilfunk, die ganz wichtigen im Gespräch.

Oper. Vor dem Opernhaus wird das Gehtempo reduziert, die Krawatte gelockert oder war gar nicht verordnet, die Türe ins grosse Haus ist offen, man sieht die Unbekannten lieber als die Bekannten, das Haus zelebriert Langsamkeit, Abdunkelung, Erwartungen und ein Inselgefühl. Die Erinnerung an den Arbeitsalltag der letzten Woche und die Erwartung der kommenden Arbeitswoche finden im Untergrund noch mit, bis sie erlöschen - im Raum-, Zeit- und Kommunikationsgefüge, das die Oper um ihr Publikum baut. Von allen Seiten strömen Individuen zusammen. Sie gehen einzeln oder gruppenweise - nebeneinander. Die Türe geht auf, der Saal füllt sich. Publikum heisst vom Wort her „Öffnung“, „Öffentlichkeit“. Die Türe geht zu, im Saal wird es still, man ist unter sich und mehr als ein blosses Nebeneinander. Publikum heisst Grenzziehung, Ausscheidung, Distinktion. Einschluss und Ausschluss.

Gemeinsam ist die aus- und einschliessende Kraft der Türe und dass wir in beiden Fällen schon in feinen Beobachtungen die Eintrittsrituale beobachten können. Innerhalb der beiden Arenen aber finden andere Raum-/Zeiterfahrungen und Kommunikationszusammenhänge statt. Was schnell ist im Berufsalltag wird langsam, was abgeschnitten wird, wird aufgezeigt, aus kalt wird warm, aus virtuell sinnlich, Disziplin wird Chaos, Ernst geht in Lachen auf, fern wird nah. Vorhänge speichern den Geruch der Szenen.

Doch, wenn wir heute ein Publikum beobachten, bedeutet das Hingehen-an-einen Ort einen Kraftakt. Man ist ja zugleich eine Art Nicht-Ort, angreifbar rund um die Uhr von allen möglichen äusseren Reizen, wie Anrufen, Erreichbarkeiten und inneren Erregungen. Der Alltag hat die Sinne pausenlos gefordert. Das Gedächtnis und die Erinnerungen an diesen nimmt man mit ins Publikum. Die Rituale, sie abzulegen: die Architektur, Abdunkelung, erwartungsvoll Platz nehmen, Blicke um sich und auf die Bühne, haben einen schweren Stand.

Alltagsarenen und das Kulturpublikum.

Wir nehmen die Publika-Analyse ernst, wenn wir sie im Spannungsfeld des Alltags ansetzen - am Beispiel oben im Gegensatz der Arbeits- zur Kulturarena. Die Analyse des Publikums setzt im Alltag an, gegenüber dem sich die Türe schliesst - im breiten Spektrum der unzähligen Kommunikationssituationen, die den Alltag der Individuen ausmachen.

Alltagsarenen in Beispielen.

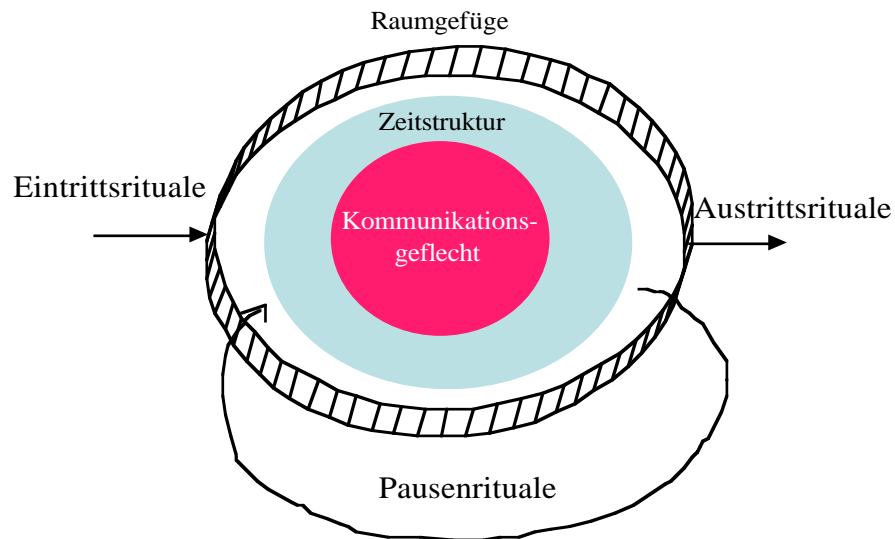
Wir haben die zwei Arenen, die Bank und die Oper, als Kontraste zum Ausgangspunkt genommen. (F2). Wir können die Arenen erweitern und ausdifferenzieren: Nehmen wir das Auto, eine Kulturarena, die verkannt wird. Mit dem elektronischen Gerät öffnet man die Tür und sitzt, das Raumgefüge fährt und diktiert ein Zeitband durch die Standorte. Und offeriert ein Kommunikationsgeflecht - im Radio, Fernseher, via Handy oder direkt im Gespräch. Oder das intimste und zugleich wichtigste Publikum des Alltags - die engen privaten Lebenskreise zwischen Türen zur Wohnung, Küche, Zimmer, Bett, Fernseher, Buch, Zeitungen, Internet. Die Kirche wiederum ist eine Arena mit der besonderen Bedeutung der Türe, des Übergangs von einem Alltags- in einen hieratischen Bereich, der Publika besonderer Art zu ganz besonderen Zeiten kreierte. Der Sportanlass ist eine Publikumsarena mit einer wiederum ganz anderen Dynamik, Dramatik, Zusammensetzung. Oder die Party, die sich im Rausch eines temporären Zusammenseins abspielt.



Publika als Arenen von Raum, Zeit und Kommunikation.

Wir haben versucht, die Bedeutung dieser Alltagsarenen, wo sich Publika bilden, über diese Beispiele hinaus zu ermitteln. Zunächst haben wir uns gefragt, was eine Arena, die ein Publikum fasst, schafft, herienlockt und wieder entlässt, konzeptionell ausmacht (F3). Wir sehen das Allgemeine darin, dass die Arena eine Raumstruktur schafft, im Fall eines realen Publikums eine „Nachbarschaft“ innerhalb eines Raumes mit je unterschiedlichen Toren und Strukturen des Ein- und Ausschlusses. Architektur der Publikumsarenen müsste das Fach heissen. Sie ist sehr divers und spiegelt in bester Form, was eine Kulturform gesellschaftlich bedeutet. Vergleichen Sie eine GZ-Architektur mit einer Kulturtempel-Architektur, das Stadtkino mit dem Multiplex, die Punkecke auf dem Platz mit der Cüpli-bar etc. Die Architektur ist ein Stück weit Soziographie der Kulturformen. Das Raumgefüge ist der sichtbare, aber keineswegs wichtigere Aspekt – eine Arena und das Raumgefüge prägen Zeitabläufe, -strukturen und Zeiterfahrungen. Sie sagen nach dem Eintritt – wir sind nicht nur in einem besonderen Raum, sondern in einer anderen Zeit, in einer Kontrastzeit mit einer ganz bestimmten Dauer, einem Rhythmus, einer besonderen Bedeutung.

Publikumsarena: Die Elemente F3



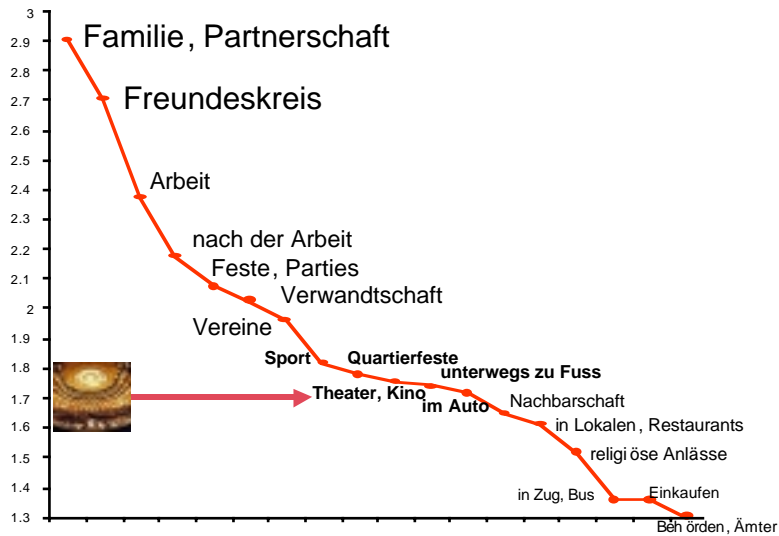
Ist eine Kulturarena als besonders hervorgehobener Zeit-Raum genügend beschrieben? Nein, denn der Zeit-Raum ist der Rahmen für das Nebeneinander-Sein, das Aufnehmen, Aktiv-Werden: das Umfeld für Kommunikation in jenen Aspekten, die in einer Arena dominant sind. Kultursoziologisch gesehen ist auch Konsum eine Form der Kommunikation. Kommunikation ist unser Zentralbegriff, weil er die soziale Qualität und Schichtung offen legt, die sich in Publika-Arenen ereignen.

Identität, Temperatur und Aktivität: Wo steht das geschlossene Kulturpublikum?

In der Studie für Kommunikation haben wir diese aus dem Blickwinkel der Leute untersucht. Wir haben die Erfahrung von Alltagsarenen in einer Befragung nach drei Massstäben gemessen. Wir können jenes Publikum, das sich im Theater- oder Kinosaal formiert, in allen den diversen Kommunikationsspielen des Alltags positionieren (F4a/b/c).

Identität. Wie wichtig und bedeutend sind sie für eine Person und wie stark prägen sie ihre Identität?

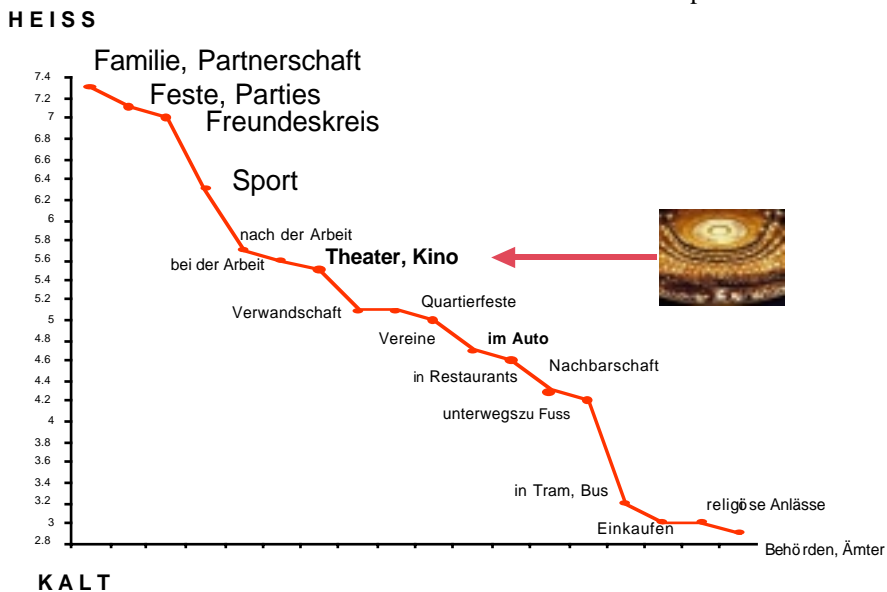
Das „geschlossene“ Publikum im Theater- oder Kinosaal hat im Alltag eine enorme Konkurrenz, wenn es um das Gewicht für die Identität eines Spieles geht (F4a). Die Bereiche und Kreise Familie, Freundschaft, Arbeit, Feste sind bedeutsamer als Kulturveranstaltungen. Immerhin folgen sie an 11. Stelle und liegen knapp über der Autofahrt als alltägliche Kommunikationssituation. Interessant: auch hier schliesst man die Türen, steigt ein und fährt zusammen weiter – ist man unter sich und lässt die Landschaft Revue passieren. Doch noch deutlich klar liegt das Kulturpublikum vor dem Restaurant und Lokal sowie dem religiös-kirchlichen Feld.



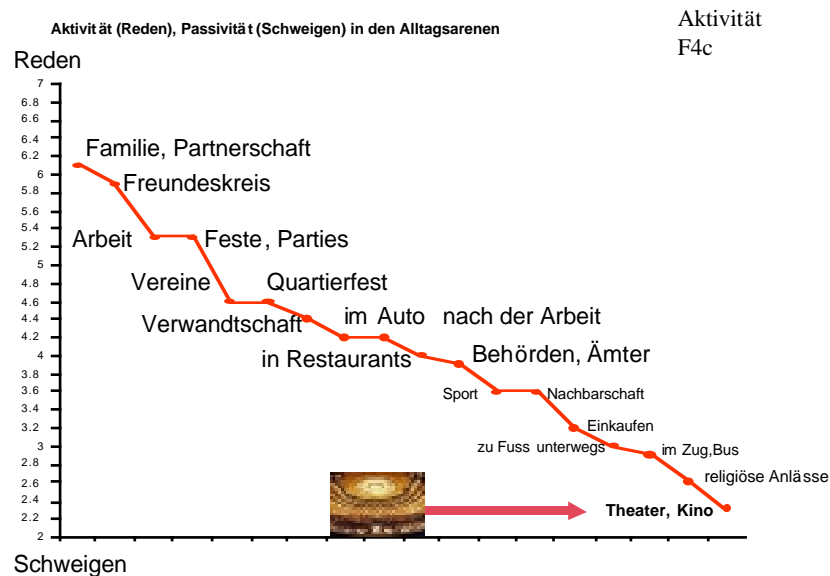
Temperatur. Eine Arena erzeugt eine heisse oder kalte Kommunikation. Welches ist die Temperatur der diversen Arenen? (F4b). Das geschlossene Publikum, die Kino- und Theaterarena, erzeugen am ehesten soziale Temperatur. Nach diesem Masstab liegt sie an siebter Stelle, wird aber vom Sport, den Festen, dem Feierabend, der Arbeit und von privaten Kreisen und Festen übertroffen. Auf der Wärmeskala erreicht die geschlossene Kulturarena den relativ höchsten Rang. In der Erwartung der Bevölkerung erzeugt das Theater- und Kinoerlebnis in erster Linie soziale Temperatur, Wärme, Reibung, Spannung.

„Temperatur“ der Alltagsarenen

Temperatur F4b



Aktivität. Und wie stark ist man in ihr ein Player, jemand, der mitredet, oder eher ein „Zuschauer“, jemand, der schweigt? Die Publikumsarena im hohen Haus führt am meisten zum „Schweigen“, macht die Leute zu Zuschauenden und Hörenden (F4c). Beim Fest, bei der Arbeit, im Freundeskreis, bei den Behörden, im Auto da kann man aktiv sein, da spricht und plaudert man mit. Im geschlossenen Publikum hingegen nehmen alle Sinne nur auf. Aber wiederum ist die Nuance wichtig - es ist ein „aktives Aufnehmen“. Man schweigt, um zu hören, sieht hin, um aufzunehmen, entwickelt Eigenschwingung um Fremdschwingungen aufzunehmen. Im Theater kommt das Lachen und Applaudieren als aktives Antworten zum Ausdruck. Es quittiert die Temperatur, die man im Verlaufe des Stücks spürt wie eine Fieberkurve. Zwischengeplauder würde stören und ist in die Pausen verlegt. Nachbarn, die sich an einer heißen Stelle dem Stück nicht gemeinsam hingeben, werden sanktioniert.



Aktives Schweigen. Die Alltagsanalyse der Kommunikation legt die Schichtungen der einzelnen Spielfelder und Arenen frei. Jedes hat seine je eigene Temperatur, prägt eine Identität, verlangt aktives Dabeisein oder Passivität. Die Arena des Kulturhauses fällt auf - sie erzeugt eine relativ hohe Temperatur, hat eine mittlere prägende Kraft als Identitätsträger und ist in erster Linie Zuschauen, Hören und Aufnehmen. Dieses ist allerdings weit mehr als Konsum - es ist Kommunikation. Im Unterschied zu den anderen Feldern des Alltags hat es zwar einen tiefen Wert, wenn es um das Mitreden und Mitplaudern geht. Dieses ist eigentlich in fast allen Situationen – vor dem Fernseher oder im Radio – möglich und gehört dazu; das Hineinplaudern in die Sendung hat System. Das „aktive Schweigen“ ist in dieser Arena gefordert: Aufnehmen, um mit sich, den Inhalten und unter sich in Kontakt zu kommen, bevor man darüber redet. Wir sehen in diesem Muster eine ganz

bestimmte Zeitstruktur – das Nacheinander von Aufnahmen und Darüber-Reden ist wichtiger als dies gleichzeitig sozusagen subito zu tun. Die Raumstruktur im Kulturhaus unterstützt dieses Zeitmuster – sie ist hierarchisch. Sie schafft introvertierte Gestalten, um das Aufnehmen und das Aktiv-Werden von innen her zu unterstützen¹. Das Fussballstadion hingegen lässt nur Flächen, extravertierte Strukturen zu: den schnellen Blick überall hin, wo der Ball rollt.

II Ein Blick in die Arenen der Kulturgeschichte: Grosse Sprünge oder Kontinuität?

Die Bildung von Arenen und ihrer Publika ist ein faszinierendes Thema, wenn man es über die grossen Sprünge der Kulturgeschichte verfolgt. Arenas erschöpfen sich mit ihren entsprechenden Kulturformen und -techniken, sie sterben aus und neue entstehen. Das Publikum wird müde, überaltert, Neues ist nicht in Sicht. Gibt es eine Art Wellentheorie der Entstehung, Erschöpfung und Neukreation von Arenen und ihrer Publika?

In groben Zügen kann man dies wagen²: seit den antiken Zeiten haben sich Kulturformen, Publika, abgelöst und zum Teil radikal verändert. Entsprechend haben sich die Arenen gewandelt: in allen drei Aspekten, nämlich als Raumgefüge, Zeitstrukturen und Kommunikationsgeflechte, die nach unserer Definition ein Publika prägen. In der Folie 5 werden sieben Phasen einschneidender Veränderungen mit den jeweils für Publika als Arenen geschaffenen Räumen unterschieden.

¹ Die hohe Kultur ist auch in der Bevölkerung ein „erhabenes“ Feld, zu dem man eine gewisse Distanz, aber zugleich einen Respekt äussert: In der Frage, was gehört zur Kultur liegt das geschlossene Publikum klar an erster Stelle. Mittlere und alltägliche Felder von Kultur werden weniger zur „Kultur“ gezählt. Dies zeigten die visuellen Tests in der empirischen Analyse zu den „Umrissen einer populären Kulturphilosophie“: Meier-Dallach, H. P. et al. (1991: 16).

² Interessantes Material, das vertiefende Darstellungen ermöglicht, findet sich in der Sozialgeschichte der Kunst von Hauser (1987). Ebenso wichtig ist die Entwicklung der Sinne, die in diesen Epochen zu beobachten sind: Jütte 2000.

Arenen - historisch F5

Arenen	Kulturformen- Kulturtechniken					
	Hieratische Periode sakrales Ritual Glaube, Mythos, Legende	Epische Phase olympisches Spiel Epos, Helden, Menschen	Historistische Periode Bühnenspiel Roman, Erzählung	Zeit der Montage Weltausstellung Waren und Reklame	Medialisierung Informatisierung Digitalisierung	Omnipr äsenz und totale Vernetzung
Heilige Bezirke Zentren	religiöse Kultereignisse Pilgerfahrten					
Körperlichkeit		Rhapsoden olympische Spiele Rituale, Feste				
Bühnen			Schauspiele Theater, Musik Opern			
Hallen und Paläste				Industrieschau Messen und Weltausstellungen		
Oberflächen Screens					Virtuelle Zeichen	
Virtuelle Schnittstellen						Multiplex-arenen

Die Geschichte dieser Formen und Erlebniswelten der Publika zeigen radikale Brüche auf. In der hieratischen Phase z. B. vermittelte das religiöse Fest die Identität, schuf hohe Temperaturen und ermöglichte das Mittun: Tänze, Chöre, Gesang, Musik. Das Raumgefüge war eine Hierarchie heiliger Zentren, die den ganzen Lebensraum strukturierten. Die Zeit war eine heilige Periode, die andere Lebenszeiten direkt oder indirekt umfing. Die Kommunikations- und Kontaktkreise waren um die Zelebration von hieratischen Sinnzeichen organisiert, auch wenn sie sehr sinnliche Ebenen miteinbezogen. – Heute ist diese religiöse Arena im kalten, passiven und nicht-identitiven Sektor, wie ihn die Kirche umfasst, weitgehend zu einem Relikt geworden. Neuerungsversuche, das Feld im „hybriden“ Stil durch die Inszenierung von Inhalten zurückzuholen, sind bekannt.

Eine Wellentheorie besagt, dass jede Arena und Kulturform eine Spitze erreicht (Akmè). Das Schema setzt in den diagonalen Feldern die Höhepunkte; eine Epoche und ihre Form hat klare Publikums- und Raumarenen geschaffen und hinterlassen. Eine Wellentheorie lässt aber Kontinuitäten zu. Die vorliegenden Epochen und Höhepunkte wurden nicht gelöscht, sondern sind in diese eingeflossen oder haben sich rückwirkend von den neueren her angepasst und verändert. Quasi-hieratische Züge finden Beobachter heute in modernen Waren- als Kulthäusern, die nicht nur Waren verkaufen, sondern damit „Sinn“ zelebrieren möchten.

Wesentlich an dieser Wellentheorie ist, dass eine neue Form und ihre Inhalte das „Verschweigen“ der früheren gebrochen hat. Die hieratische Phase schloss den menschlichen Helden aus. Die Zelebration liess nur Gott und seine Vermittler zu. Der verschwiegene körperliche Mensch setzte sich erst in der Arena der Olympiaden durch oder in den Heldengesängen der Rhapsoden. Die Körperlichkeit wurde in den olympischen Spielen der Antike zum Kommunikationsmedium der Arena. Sie zelebrierte menschliche Stärke und Ruhm zu Ehren von Macht und Göttern. Wenn man Pindar heute liest, kann man das Pathos dieser Arena nachfühlen. Kann man es in Fragmenten mit dem modernen Faszinosum vergleichen, das die Temperatur von Sportereignissen nach wie vor so hoch gehen lässt?

Zyklisch wiederholte Epen und Spiele täuschten eine ahistorische Wiederholung des Geschehens vor. Zelebration schloss zyklische Zeitmuster ein. Die grosse kulturgeschichtliche Arena der Bühnen, Bücher und Romane entstand aus der Erzählung von Geschichte in Geschichten. Aufgrund dieser entstand die Arena der Schauspiele, der Musik-, Operaufführungen. Die Arenen dieser Epoche prägten das Main-Stream Denken über Kulturformen überhaupt. Aus diesem Grund denken wir, wenn das Wort „Kulturpublikum“ fällt, auch heute zuerst an ein Theater. Es war dies der Übergang von den Arenen der Zelebration zu jenen der Produktion von Kultur. Dies spiegelt sich in der Architektur der Publikumsarenen, in den kulturgeschichtlichen Beobachtungen über die Kommunikationen, die in diesen Arenen stattgefunden haben.

Die Fabrikhallen der Weltausstellungen konkurrierten im 19. Jahrhundert die Kunstsammlungen der grossen Häuser³. Nicht nur dies – sie beanspruchten dasjenige, was früher als Nicht-Kultur galt, den Stellenwert der Maschine, Ware und Produktion als Leitwert. Eine Art von Magie der Ware begann, in die Spiele der Personen einzudringen, ihr Leben mehr zu beeinflussen als die Helden eines Romans dies vermochten. Sie wurden als „geschwätzig“ empfunden. In der Tat, jede Kulturform, jede Arena hat die Tendenz nach ihrem Höhepunkt zu Geplauder, Geschwätz, oder zu einem „schönen“ Ereignis zu werden. Das Publikum will nicht mehr aufnehmen, hören oder lesen, was zur Überfülle ausgedet ist. Die Sprache der Montage und Reklame musste damaligen Zeitgenossen „frisch und neu“ erscheinen, während sie heute bei vielen als Überdross empfunden wird. Kultur war nun nicht mehr nur Produktion. Sie wurde zugänglicher und verbreitbarer über die technische Reproduzierbarkeit, die sich enorm entwickelte und gerade Weltausstellungen voran gestellt wurde. Die Weltarena war deren Programm.

Es folgte die mediale und digitale Arenenbildung und sie beschleunigte sich. Erstmals wurde die

³ Die Analyse des 19. Jahrhunderts in Benjamins Passagenwerk enthält reichhaltige Anschauung: Benjamin 1983.

Raumhülle als notwendige Bedingung für eine Arena radikal aufgehoben. Die medialen Arenen ermöglichen es, in Zeichen- und digitaler Form auf Oberflächen zu dringen, die überall vorhanden und sogar mobil mitgenommen werden können. Es ist das Zeitalter der hybriden Kulturformen und -arenen. Jeder Fernsehfilm ist speicherbar, wenn man die Sendung aufgrund eines anderen Ereignisses nicht sehen kann. Die Zeitung ist im Internet und das Internet beliefert sie mit Stoffen. Die Schnittstellen zwischen verschiedenen Kulturformen und -arenen sind mächtig am Wachsen. Musik im Ohr, gleichzeitig unterwegs und die Zeitung oder den PC in der Hand.

Wir streben einer weiteren Utopie zu, jener, die das Vergangene und das Kommende im All-Gegenwärtigen aufgehen lässt. Omnipräsenz ist möglich⁴. Die modernen virtuellen Arenen ermöglichen, das, was vergangen war, im Kulturspeicher zu lagern und zugleich mit künftigen Möglichkeiten zu verbinden. Die alten Mythen - Fragmente der hieratischen Zeit - lassen sich zurückholen, neu zelebrieren. Spitzenreiter sind Neuzelebrationen von Herr der Ringe, zum Beispiel. Mythische Stoffe in neuer Form. – Die neuen Formen verbinden sich. Da, wo die örtliche, physische Raumgebundenheit noch nötig oder lustvoll ist, werden Standorte zu multiplexen Arenen gebündelt. Die beschleunigte Zeit wird durch multiplexe Arenen gesteigert: Kultur heisst Tempo und Gleichzeitigkeit.

Wir wissen es auch aus der Geschichte. Jede Form und Arena hat das Potential ihres Endes, der Erschöpfung, in sich. Wie wirkt sich die unerhörte Steigerung der Möglichkeiten und Multiplikation der modernen virtuellen und hybriden Arenen aus? Werden neue Formen entstehen und welche? Lassen sie sich heute schon in Anzeichen beobachten?

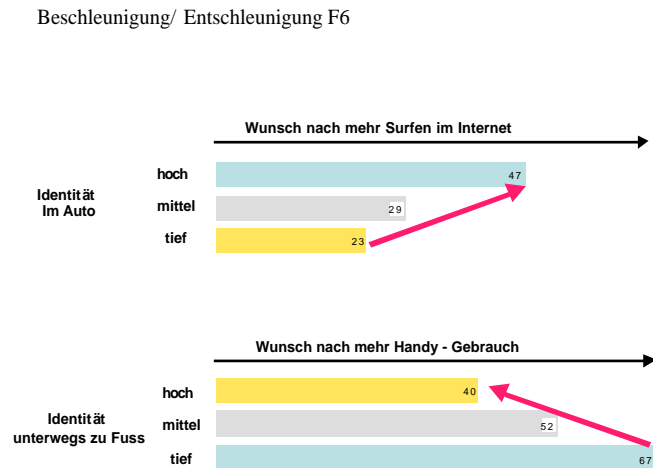
III Szenarien der Publikumsarena und Zukunft

Die „schnelle“ Kultur und die Implosion.

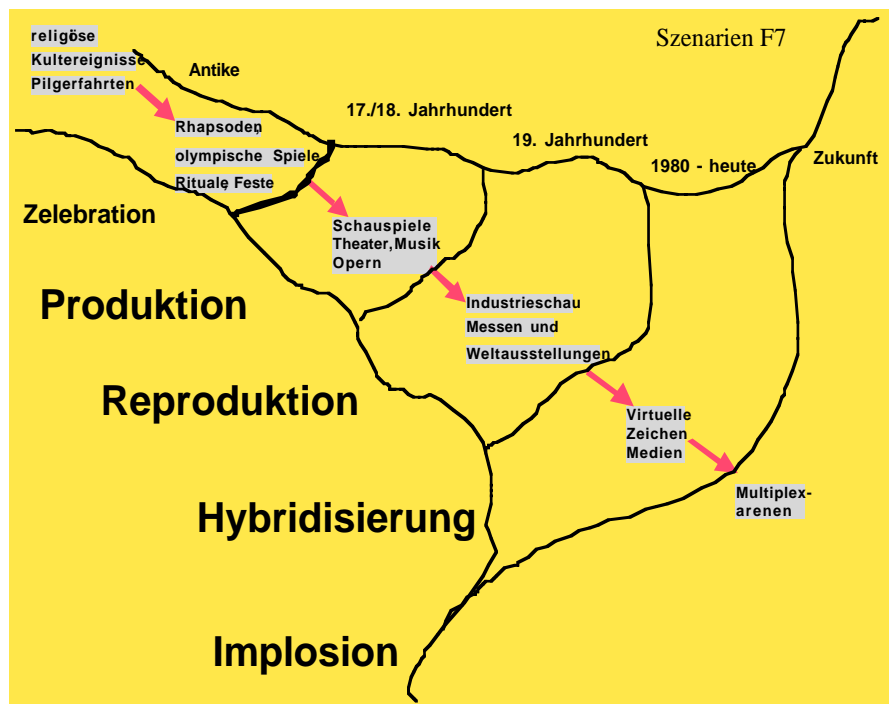
Implosion. Eine der wesentlichen Arenen, die seit den 60er Jahren das Antlitz unserer Raum-, Zeitstrukturen einschneidend verändert und geprägt hat, ist das Automobil. Dieses ist zu einer mobilen Kulturstation par excellence geworden und entwickelt sich weiter. – Wir haben es vorne konstatiert. Die Mobilszene im Auto überragt die Temperatur, Identität und Aktivität der kirchlichen Arena. Die Räume der anderen mobilen Szenen, jene des öffentlichen und kollektiven Verkehrs, liegen weit zurück, obwohl sie sich mit allen Mitteln bemühen, Zeitgewinn und Kommunikation als ihre Stärken anzubieten. Unsere Daten belegen es (F6). Die Kultur des Automobils, die Identifikation

⁴ Diese Vision hat der Kultursemiotiker Toporow (1977: 103 - 131) noch vor der grossen digitalen Revolution skizziert.

mit ihm als prägende Arena, geht Hand in Hand mit der Nachfrage nach der schnellen elektronischen Kommunikation mit dem Internet. Jene, welche den prägenden Einfluss des Autos im Alltag betonen, verstärken den Wunsch, in Zukunft mehr im Internet zu surfen (47% gegenüber jenen, die das Auto nur im mittleren Mass (29%) oder schwach (23%) als prägend einstufen). Im Unterschied zu jenen, für welche das Langsam-Gehen prägend ist. Sie lehnen das Handy als generellen Zukunftswunsch bedeutend stärker ab.



Das Auto verbindet sich mit der schnellen Kultur: alles gleich erreichbar und zwar schneller und wenn möglich simultan. Die Implosion ist die Parallelerscheinung dieses Prinzips im Bereich Kultur. Das Auto hat die räumlichen Erreichbarkeiten von Kulturstandorten und -arenen massiv erhöht. Am treffendsten ist die Entwicklung im Multiplextrend zu beobachten. Man bündelt diverse Kultur- und Konsumarenen in einem Komplex, der möglichst gut - in der Peripherie - erreichbar ist. Das Szenario Implosion der Kultur (F7) erscheint so als Raumerschliessungsstrategie auf dem höchsten Stadium der Beschleunigung. Aufgesetzt auf dieses folgt die virtuelle Schnittstellenstrategie. Mit virtuellen elektronischen und schnellen Medien entsteht ein virtueller Multiplex von allen möglichen, zugleich abruf- und beantwortbaren Angeboten. Wir brauchen noch nicht in die Ära der posthumanen Virtualität voranzusehen, in der bio-technische Schnittstellen unter der Haut angebracht sind. Es genügt, heutige Lebensformen zu beobachten, um die unerhörte Vermehrung von Teilnahmemöglichkeiten im räumlichen und virtuellen Multiplexsystem wahrnehmen und beobachten zu können.



Hybridisierung. Sie wurde vorbereitet in der Periode, die wir erlebt haben: Seit den 80er und 90er Jahren hat die PC und Digitalrevolution die Kulturarenen multipliziert. Jedes noch so singuläre Kulturereignis kann über x-fache Möglichkeiten auf digitalem Weg⁵ das Publikum erreichen. Ja noch mehr: Kultur ist ein hybrides Gebilde geworden. Schon bei der Premiere der Expo an den Seen sassen die eingeladenen originalen Gäste eigentlich für die Hybridinszenierung - die Show am Fernsehen. Die Hybridisierung ist zum Prinzip geworden und wir sind dafür trainiert worden. Was wir sehen, hören, tasten, ist nie mehr nur Original. Es verweist auf alles, was zeichentechnisch möglich ist. The media is the message.

Reproduktion. Wir gehen zurück – natürlich mit Benjamin – in die Zeit im 19. Jahrhundert, als die Reproduktionstechnik der Kultur bestaunt und beobachtet wurde. Damals entstanden die Grundlagen für die Kulturarenen der Reproduktion: Radio, Film, Telephonie, Grammophon, Vervielfältigungsmaschinerie und Ansätze zur modernen Werbung. Die Reproduzierbarkeit liess die einmaligen Publikumserlebnisse wandern. Sie wurden mobil und veränderten sich gleichzeitig, z. B. im Film, in der Bildpresse. Die Standardisierung nahm zu, aber ohne den Geruch des Originals, zum Beispiel auf der Schallplatte, ganz abschütteln zu können. Die Dinghaftigkeit überflügelte immer wieder die Zeichenhaftigkeit des Produkts. Die Kulturarenen und ihre Publika vermehrten und veränderten sich. Aber sie blieben doch – trotz Eisenbahn – noch am Ort. Ganz im Unterschied zum jetzigen und

⁵ Untersuchungen zeigen, dass es eine Art „Digitalgeneration“ gibt. Jene, die vor den 80er Jahren sozialisiert wurden, gewichten die neuen elektronischen Medien weniger, als jene, die seit den 80er Jahren in die Schulen gingen: Meier-Dallach et al. 2000 und www.culturprospectiv.ch (unter aktuell).

künftigen Multiplex-Zeitalter.

Die „langsame“ Kultur und die Askese.

Wir haben es betont: Die Multiplex-Arenen und die Implosion kämpfen bald gegen die Erschöpfung. Nicht nur bei Kulturkritikern, sondern in massgeblichen Gruppierungen wird die Kulturarena im Meer des Multiplexen der Askese unterworfen. Es werden Inseln gesucht, die das geschlossene Publikum, die Kultur, wie sie im Stadium der Produktion geschaffen wurde, neu entdeckt und profiliert. Das vergessene Szenario der Produktion lebt wieder auf: eine Arena entsteht als Architektur, als Zeit des Fünf-Akters, als soziales Spiel „spectare spectatum“. Die Askese richtet sich zurück und sucht die Zukunft der Kulturarena aus der Geschichte. Oder sie richtet sich nach vorne: die Inseln werden im Experiment neuer Arenen gesucht, die hoch selektiv sind. Sie fordern die Räume, die Zeit und Kommunikationen neuartig.

Interessant ist, dass diese asketischen Formen der Suche nach echten, neuen Kulturarenen, sich am ehesten in der Kultur der Entschleunigung ausformen. Wir sehen dies in einem Ergebnis. Wenn wir alle die alltäglichen Kulturarenen einer Faktorenanalyse unterwerfen, ergibt sich ein interessantes Bild. Sieben relativ plausible Faktoren erklären die Vielfalt der einzelnen Alltagsarenen (F8). Bemerkenswert aber ist der zweite und der fünfte Faktor. Die hohe Identität im Theater, Konzert oder Kino, in der klassischen Arena, verbindet sich mit Langsamverkehr, dem introvertierten Fussgänger oder jenem im öffentlichen Verkehrsmittel. Kultur, Langsamkeit und Öffentlichkeit: drei Wert- und Lebensmuster verbinden sich. Ganz im Gegenteil: hohe Identität im Auto und beim Einkaufen, das heisst Individualität, Tempo und Konsum, verbinden sich zum fünften Faktor. Dieser Faktor spiegelt gleichsam die beschriebene Strategie: Multiplex-Mentalitäten.

**Identität in den
Alltagsarenen****dionysisch**

bei Festen, Parties	.78
in Restaurants, Bars, Lokalen	.73
in Vereinen, Gruppen, Zentren	.62
bei Quartier - Dorf- Stadtfesten	.59
beim Sport	.51

Langsamkeit/Kultur

unterwegs zu Fuss	.76
unterwegs in Zug, Bus, Tram	.67
im Theater, Konzert, Kino	.52

Einbindung

unter Verwandten	.74
in der Nachbarschaft	.59
bei religiösen Anlässen	.50

Alltag

in der Arbeitswelt	.72
in der Familie, Partnerschaft	.66

Mobilität/Konsum

zusammen im Auto	.78
beim Einkaufen	.60

Feierabend

am Feierabend, nach der Arbeit	.79
in der Nachbarschaft	.40

Ämter

beim Umgang mit Ämtern	.83
------------------------	-----

Faktoren F8

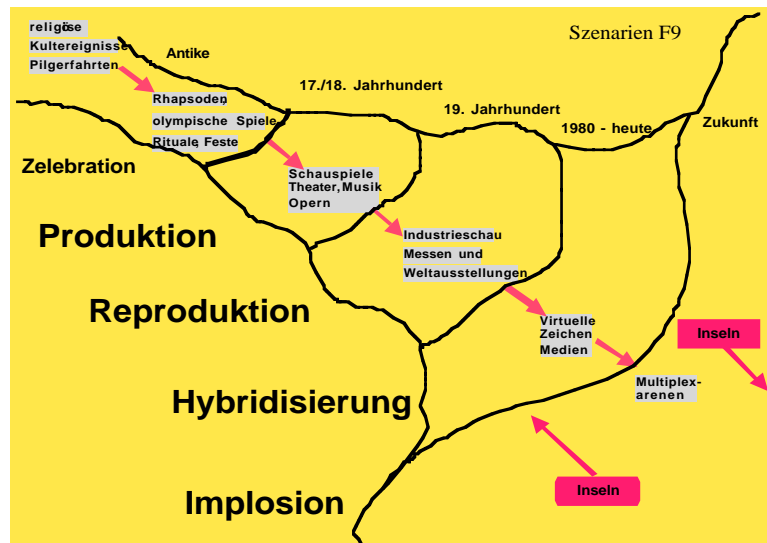


Über diese Zukunftsinself lässt sich einiges schon in der Gegenwart beobachten. Architekten wie Zumthor oder Botta bauen Museen mit starken, fast archaisch wirkenden Stoffen und Formen. Es handelt sich um eine ästhetische Askese, welche die Hülle gewinnen will, was in Zukunft eine neue Blüte erreichen könnte. Die Kultur der materiellen Dinge wird wieder entdeckt (F9).

Zurückgewandte Askese: Man mag es Ägyptomanie nennen, was sich in Basel mit der Einmaligkeit von Dingen aus der alten Zeit von Tutanchamun ereignet. Die lange Dauer im materiellen Ding und Unikat – im Medium der Ausstellung, der Gang durch die Dinge im Museum – ist ein typisches Beispiel für die Askese, die Bildung einer Insel in der implodierenden Kultur. Der Herr der Ringe und all die her geholten Urstoffe aus den hieratischen, mythischen und epischen Phasen sind zwar ebenfalls Stoff für die multiplexe Verwandlung in alle möglichen Formen. Aber genau darin erschöpfen sie sich auch.

Vorwärtsgewandte Askese: Schwieriger voraus zu sehen, sind die neuen Formen, Zeit- und Kommunikationsstrukturen, welche ein Publikum kreieren, das neue Wege mitgeht. Experimente lassen vermuten, dass sie noch lange nicht gefunden sind, zu isoliert bleiben, um in der Implosion wahrgenommen und vital werden zu können. Ein Beispiel ist bemerkenswert und könnte man in diese

Richtung deuten: Der Künstler Marco Ganz arbeitet seit Jahren intensiv an Plastiken und Formen, um die Geschwindigkeit und Beschleunigung im Gegenstand sichtbar zu machen - und vielleicht auch zu bannen?



Literatur

Es gibt viele Versuche, die Aspekte von Publikum und Kulturarenen wissenschaftlich zu fassen, zu definieren und zu beschreiben. Verschiedene Disziplinen beteiligen sich daran: Soziologie, Ökonomie, Medien- und Kommunikationswissenschaft. Ich habe mich hier an einem breiten Ansatz orientiert – der generelle Nenner ist die Kulturosoziologie, welche grössere historische Zusammenhänge mit empirischen Beobachtungen der Gegenwart zusammenbringt. Zitierte Literaturangaben:

Walter Benjamin (1983), Das Passagenwerk, Edition Suhrkamp, Frankfurt a. Main (Bd. 1 und 2).

Arnold Hauser (1987), Sozialgeschichte der Kunst und Literatur, VEB, Dresden.

Robert Jütte (2000), Die Geschichte der Sinne von der Antike bis zum Cyberspace, C.H. Beck Verlag, München.

Hans-Peter Meier-Dallach et al. (1991), Die helvetische Kulturlandschaft, Bundesamt für Kultur/Statistik, Bern, Studie 16./ Die Kulturlawine. Daten, Bilder, Deutungen. Rüegger Verlag, Chur/Zürich.

Hans-Peter Meier-Dallach (2000), Kommunikation in der Bevölkerung, Museum für Kommunikation, Bern (interner Bericht und www.culturprospectiv.ch (unter aktuell)).

Wladimir Toporow (1977), O kosmologicznych zrodach wczesnohistorycznych opisow, in: E. Janus et al. (Red.), semiotyki kultury, PIW, Warschau.

TA (3.3.04): Weniger Tempo durch Gestaltung.