

## Geschwindigkeit ist keine Hexerei

### Der Soziologe Gerhard Schulze analysiert "Die beste aller Welten"

In seinem Buch "Die Erlebnisgesellschaft" analysierte der Bamberger Soziologe Gerhard Schulze das Lebensgefühl, das die beiden vergangenen Jahrzehnte geprägt hat. "Die beste aller Welten" ( Carl Hanser Verlag, München 2003) heißt seine jüngste Auseinandersetzung mit unserer Kultur. Kernthese: Die gesteigerten Handlungsspielräume wecken ein Bedürfnis nach intensiverer Seinerfahrung. Was folgt daraus für den weiteren gesellschaftlichen Wandel? Für die WELT sprach Belinda Grace Gardner mit Gerhard Schulze, der sein Buch morgen um 19 Uhr im Literaturhaus vorstellt.

DIE WELT: Anfang der neunziger Jahre erschien Ihre Abhandlung "Die Erlebnisgesellschaft". Woher kommen wir und wohin gehen wir, aus Ihrer Sicht?

Gerhard Schulze: Die Erlebnisgesellschaft war gewissermaßen erste Station in einem kollektiven Lernprozess. Man begegnete der Herausforderung neuer Situationen zunächst einmal mit klassischen Mitteln der Moderne. Man hat Handlungslogiken, die man in Bezug auf Naturphänomene und ihrer Ausbeutung entwickelt hat - die der Wissenschaft, Technik und Ökonomie - auf die Kultur übertragen. Nun zeichnet sich eine Veränderung ab. Eine der Triebfedern dieses Wandels ist die Erfahrung, dass die moderne Steigerungslogik im Bereich des Subjektiven nicht das einbringt, was man sich davon versprochen hatte. Wir können es am Beispiel des Fernsehens sehen: Es gab eine Steigerung der Geschwindigkeit, des Tabubruchs, der Programmangebote. Allerdings hat sich dadurch, anders als etwa bei der Entwicklung eines Automotors, der subjektive Nutzen nicht gesteigert.

DIE WELT: Statt eines Zugewinns an Erkenntnis hat die mediale Beschleunigung eher kollektive Ratlosigkeit ausgelöst, ein weißes Rauschen in den Köpfen des Publikums?

Schulze: Wer dieses Rauschen je im eigenen Kopf verspürt hat, ist schon einen Schritt weiter. Es gibt eine seltsame Allianz zwischen Kulturkritik und Medienmachern. Die ersten klagen über weltweite kollektive Verdummung, die zweiten interpretieren diese Klage als Marktbeschreibung. Beide irren sich. Sie ignorieren die Lernfähigkeit des Publikums. Zunächst wollten die Menschen das Subjektive so steigern, wie man die Leistung von Apparaten gesteigert hat. Jetzt erkennen sie allmählich die Grenzen dieser Übertragbarkeit und dass sie mit anderen Paradigmen arbeiten müssen, um sich in ihrem Leben wohl zu fühlen.

DIE WELT: Wie lässt sich denn ein solches Wohlfühl herstellen?

Schulze: Es gibt zwei existenzielle Grundfragen: Die eine richtet sich auf die Erweiterung des Könnens, auf die objektiven Möglichkeiten und ihrer Verbesserung. Die andere existenzielle Grundfrage ergibt sich aus dem Erfolg, wenn man auf die erste gut geantwortet und sich einen Möglichkeitsraum geschaffen hat. Damit kommen Emotionen und der Begriff der Schönheit in den Blick. Es ist der Schritt von der abstrahierenden Sachbezogenheit des technisch-analytischen Denkens hin zu einer Haltung der konkreten Begegnung, wo ich als einzigartiges Subjekt einem Aspekt der Welt in seiner Einzigartigkeit gegenüberstehe. Ein wunderbares Beispiel bietet der Film "American Beauty", wo einer der Protagonisten eine Videoaufnahme von einer...

DIE WELT: ...Tüte macht, die inmitten der Straße auf sehr poetische Weise vom Wind erfasst wird.

Schulze: Diese Tüte bringt das einzigartige Sehen können als Gegenprinzip zur Steigerungslogik genau zum Ausdruck. Für die Steigerungslogik ist eine Tüte durch den Zweck bestimmt, also wie haltbar oder tragfähig sie ist. Sie wird als etwas Austauschbares gesehen. Für den Protagonisten im Film ist die Tüte, die er mit der Kamera entdeckt, etwas ganz anderes. Der Videoapparat steht hier für das einzigartige Subjekt, das in der Lage ist, den Gegenstand als etwas Schönes, als eine Erscheinung zu sehen, statt als schlichte Materie.

Artikel erschienen am 29. Okt 2003

[Artikel drucken](#)

© WELT.de 1995 - 2004