

Themenschwerpunkt: Medienästhetik in Bildungskontexten

- * **Wahrnehmung, Bewertung und Kunst**
- * **Zurück zur Übersicht über die Beiträge**
- * **Wider einen evolutionistischen Fehlschluss**

Ausgabe 9 / 2006

Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik

LUB@M 2006

Wahrnehmung, Bewertung und Kunst. Die Grundlagen der Ästhetik aus evolutionärer Sicht. Medienpädagogische Konsequenzen.

CLEMENS SCHWENDER

Stellen Sie sich einmal zwei Äpfel vor: Einer braun, schrumpelig, kleine weiße Punkte wie Stecknadelköpfe; ein anderer strahlend rot mit satten Grün mit appetitlich glatter und glänzender Oberfläche. In welchen der beiden würden Sie ohne zu zögern beißen? Die Frage klingt rhetorisch. Die Antwort scheint zu einfach. Doch die Antwort wird ästhetisch entschieden. Es gibt visuelle Anzeichen für Reife und Fäulnis, die wir spontan bewerten ohne in den Apfel beißen zu müssen. In manchen Fällen brauchen diese Entscheidungen nicht einmal eigene Erfahrung, denn wer hat tatsächlich schon mal in einen verrotteten Apfel gebissen? Dennoch können die meisten den faulen Apfel erkennen und werden ihn mit einem Gefühl des Ekels wahrnehmen. Der frische Apfel wird in seiner Erscheinung als angenehm empfunden. Die ästhetische Entscheidung ist spontan, beruht auf Augenschein und ist veranlagt oder zumindest leicht nachhaltig zu lernen.

Wenn ein frischer Apfel ein angenehmes Gefühl hervorruft, dann liegt es doch nah, dass man sich diesen Eindruck zunutze macht. Das Präsentieren der appetitlichen Frucht, die Gesundheit verheißt, ist dann eine taktische kommunikative Maßnahme. Immerhin gibt es zwei weltweit agierende Unternehmen namens *Apple*, die den Apfel als Logo verwenden: Auf den Produkten eines Computer-Herstellers und den Schallplatten und CDs der Produktionsfirma der Beatles prangt jeweils ein Abbild der Frucht. Die Reproduktion des Apfels wird hier also eingesetzt, um das positive Gefühl auf das Image des Unternehmens zu übertragen.

Im ersten Fall beschreibt Ästhetik die Wahrnehmung, die die Umwelt bewertet. Ästhetik gibt an, wie wir einen Gegenstand einschätzen. Ästhetik ist eine Einschätzung über die Zukunft. Der optische Anschein ist Indiz für Geschmack vor dem ersten Biss. Im zweiten Fall ist Ästhetik die aktive Übertragung der ersten Funktion auf intentionale Kommunika-

tion. Menschen machen sich den schönen Schein zunutze. Im ersten Fall geschieht das Erlernen intuitiv und braucht keine formalen Einrichtungen für den didaktischen Vorgang. Menschen lernen es ähnlich, wie sie ihre Muttersprache lernen. Zu vermitteln wären höchstens die wissenschaftlichen Hintergründe, was es bedeutet, einen faulen Apfel zu essen. Oder welche psychologischen und anthropologischen Muster greifen. Doch beides bleibt akademisch ohne praktische Relevanz, denn ästhetisches Entscheiden und Handeln bedarf keiner kognitiven Begründung. Im zweiten Fall ist explizites Wissen auch nicht vonnöten. Dabei ist diese Funktion Teil der Kommunikation und Teil der Kultur. Denn in jeder Kultur sind die Gegenstände, Ornamente, Farben und Formen unterschiedlich konnotiert und unterschiedlich bewertet. Das Verstehen und Anwenden dieser kulturellen Zeichen ist Gegenstand der kulturellen Einübung und damit Gegenstand in Bildungskontexten ohne aber notwendig explizit sein zu müssen.

Darwinistische Ästhetik

Der Ausgangspunkt für eine darwinistische Ästhetik ist das Erleben von Schönheit als das unbewusste Wahrnehmen von Wegen zu optimierter Fitness. Schönheit ist das Versprechen auf eine gute Funktion in der Umgebung, in der das Merkmal auftritt (vgl. Thornhill, in: Crawford & Krebs 1998, 544). Hässlichkeit ist die Aussicht auf eine geringe Überlebenschance und reproduktives Versagen. Unter der Prämisse, dass das Gehirn ein informationsverarbeitender Mechanismus ist, der Lösungen für überlebenswichtige Probleme bereithält – und dies ist eine Prämisse der Evolutionstheorie – dient auch die ästhetische Beurteilung der Umgebung dieser Funktion.

Die ästhetische Wahrnehmung ruft Gefühle hervor, die Emotionen gleichkommen. Diese entstehen aus der Informationsverarbeitung. Sie leiteten unsere Vorfahren zu Umweltmerkmalen, die ihnen eine größere Chance zum Überleben anboten. Das ästhetische Gefühl hat damit eine große Bedeutung für die Einschätzung der Wahrnehmung. Diese Gefühle sind nicht ein für allemal und allumfassend festgelegt. Interpreta-

tionen von Landschaften etwa können jahreszeitlich, wetterabhängig oder unter unterschiedlichen Bedürfnisstrukturen jeweils anders vorgenommen werden. Auch der Wahrnehmende selbst spielt eine bedeutende Rolle, denn ästhetische Einschätzung unterliegt keinem Reiz-Reaktions-Muster, bei dem man lediglich den Stimulus betrachten bräuchte, um den Mechanismus zu begreifen. Etwa Alter und Geschlecht – ja selbst die Stimmung – der wahrnehmenden Person sind, da unterschiedliche Interessen unterschiedliche Interpretationen hervorrufen, wesentlich. Ähnliche Einschätzungen können ähnliche ästhetische Urteile hervorrufen, müssen dies aber nicht: „Wir nehmen nicht an, dass jeder gleich auf eine ähnliche Umgebung reagiert ... Variabilität in Vorlieben und Einschätzungen sind zu erwarten, aber diese Variabilität ist nicht zufällig. Vielmehr ist sie eine Funktion von biologischen Faktoren wie Alter, Geschlecht, gesundheitlichem Zustand und der Anwesenheit von anderen.“ (Kaplan, in: Barkow, Cosmides & Tooby 1992, 165) Dies macht auch verständlich, warum die Diskussion um das ästhetisch Schöne gleichzeitig so wichtig und so schwierig ist. Obgleich offenbar jede und jeder einer anderen Interpretation folgt, ist die Kommunikation über die Einschätzung von großer Bedeutung. Man sucht Kooperationspartner mit gleichen Interessen, man wählt Freunde und Partner nach ästhetischen Gesichtspunkten. Bei jemandem, der einen ähnlichen Geschmack hat, sind weniger Probleme bei gemeinsam zu treffenden Entscheidungen zu erwarten. Die Thematisierung von Schönheit und Hässlichkeit ist universell. Viele Aktivitäten wie die Ausstattung von Heim und Arbeitsplatz, von Kleidung und Haartracht, von Freizeitgestaltung und Urlaub, von Lesestoffen oder akustisch-visueller Medienrezeption werden nach ästhetischen Kategorien bestimmt. Produkte wie Autos, Kleidung, Möbel haben hohen funktionalen Wert, doch Kaufentscheidungen fallen eher auf der Basis ihrer Ästhetik. (Holbrook & Schindler 1994, 2003) Das Urteil über den ästhetischen Wert einer Sache ist der Introspektion nicht zugänglich. Es scheint nicht aus einem Wissen über Prinzipien, Proportionen, Ursachen, noch der Nützlichkeit oder Funktion zu entspringen. Das Urteil fällt schnell und leicht. Das ästhetische Erlebnis ist affektiv, das heißt spontan, intuitiv und produziert ein Gefühl und eine Stimmung, die sehr tief sein können. Ein Bewusstsein darüber fehlt jedoch völlig. Gefühle sind Phänomene, die das Handeln leiten. Sie entstammen sehr alten Informationsverarbeitungen im Hirn. Ein Bewusstsein darüber kann zeitaufwändig und damit kontraproduktiv sein für adäquates Reagieren in unbekanntem Situationen. Da unter evoluti-

onspsychologischer Sicht das Gehirn keine All-Purpose-Maschine ist (Barkow, Cosmides & Tooby 1992), sollte es Bereiche geben, die besonderer ästhetischer Beurteilung unterliegen. Einer davon ist die Auswahl von Sexualpartnern. Da genetische Fitness, wie etwa Resistenz gegen Krankheiten, kaum über direkte Wahrnehmung zu erkennen ist, kommen bei der Partnerwahl ästhetische Kategorien zur Anwendung, die Anzeichen für Fitness sein können. Auch kulturell abhängige Schönheitsideale zeigen mitunter körperliche Ausprägungen: Wie man durch Gesichtsblicke zeigen kann, dass man es nicht nötig hat, ungeschützt in der Sonne zu arbeiten, oder durch Gesichtsröte zeigt, dass man Zeit hat, in der Sonne zu liegen. „Alle Adaptionen sind ästhetische Adaptionen, weil alle Adaptionen irgendwie mit der inneren wie äußeren Umgebung interagieren und besondere Haltungen zu anderen bevorzugen. Eine Adaption, die die Regel aufstellt ‚bevorzuge Gewinn bringende Verhaltensweisen‘ ist nicht mehr und nicht weniger ästhetisch als eine Adaption, die die Regel aufstellt, ‚bevorzuge einen bestimmten Blutdruck‘.“ (Kaplan, in: Barkow, Cosmides & Tooby 1992, 543)

Das gute Gefühl, dem man folgt, ist aus evolutionspsychologischer Sicht nichts anderes als das, was in vorhistorischer Zeit gut fürs Überleben war. Dies trifft zu bei den bevorzugten Speisen, aber auch bei den Belangen der Kooperation und Konkurrenz. Das gute Gefühl verweist auf das, was man braucht: Essen, Trinken, Ruhe, bekannte und sichere Umgebung, Sex, Kinderfürsorge, Kommunikation, gute Freunde, Zuwendung und Anerkennung durch andere.

Jede und jeder verhält sich so, jede und jeder kann es. Auf dieser Ebene ist pädagogische Intervention kaum möglich und kaum nötig. Das ästhetische Urteil ist veranlagt. Das Empfinden ist so stark, dass es in modernen Zeiten auch disfunktional sein: Als sich in vorhistorischer Zeit die Vorlieben für bestimmte Nahrungsmittel entwickelt haben, waren diese selten und das gute Gefühl veranlasste die Menschen zu der aktiven Suche danach. Das gute Gefühl ist geblieben, auch wenn die Objekte des Gefühls heutzutage im Überfluss gegessen werden: Fett, Zucker und Salz. Dies ist kein Problem der ästhetischen Bildung, sondern bedarf – zumindest im Fall der Ernährung – einer Erziehung gegen veranlagte Vorlieben.

Kollektive Ästhetik

Gute Gefühle vermitteln auch Aktivitäten wie Singen, Tanzen, Musizieren, Theater mit Kostümen und Masken. Auch das Sehen und Hören von Kunst ist angenehm. Wie jedes Verhalten hat auch Kunst seinen normalen und natürlichen Sinn. Der Begriff Verhalten schließt die Ergebnisse mit ein, die normalerweise mit Kunst iden-

tifiziert werden: visuelle und auditive statische und zeitbasierte Artefakte mit besonderer Qualität in Schönheit, Form oder Harmonie. Warum brauchen Menschen Kunst? Die Gründe für Kunst wurden bislang in Disziplinen wie Theologie, Geschichte, Soziologie oder Psychologie gesucht – aber nicht in der Biologie. Kunst war eine Manifestation oder ein Geschenk Gottes. Etwas, das Menschen von ihren Vorfahren übernommen und erlernt haben, sie ist ein Emblem oder ein Werkzeug der politischen oder sozialen Macht, sie ist ein Akt der Flucht aus der Realität, Katharsis oder Sublimation. Nichts davon muss falsch sein, aber die Biologie fügt ein Fundament hinzu. Drei Kriterien sprechen für eine solche Fundierung, wobei eines schon eingeführt wurde, nämlich das „gute Gefühl“, das eine physische Reaktion erzeugt. Das zweite ist die immense Zeit und Intensität, mit der manche das Geschäft betreiben. Das dritte ist die Universalität, mit der Kunst auftritt. Alle drei zusammen sind Indizien für eine angeborene Disposition für die Wahrnehmung und Ausübung von Kunst. Kunst als Handlung ist damit aus ethologischer Sicht geradezu ein Erkennungsmerkmal der Spezies Mensch, ein Verhalten, das einen biologischen Überlebenswert besitzt. Spaß, Zeit- und Energieaufwand sowie Universalität sind Merkmale dafür, dass Evolution im Spiel sein muss. Vielleicht muss man an dieser Stelle noch mal daran erinnern, dass Überleben nicht nur das Fortdauern des Lebens ist, sondern die Fähigkeit, sich optimal zu reproduzieren, einschließt.

Kunst dient dem Zusammenhalt der Gruppe. Rituelle Zeremonien festigen die emotionalen Bindungen. Nicht das Alltägliche kann dazu dienen, sondern in besonderer Weise Musik, Gesang und Tanz. Kunst dient auch dazu, Gruppenzugehörigkeit auszudrücken. Gruppenmitglieder sind daran zu erkennen, dass sie das Wissen um Bewegungen, Tonfolgen und Töne miteinander teilen. Damit grenzen sich Gruppen untereinander ab. Die Mitglieder werden erst zu Mitgliedern durch das gemeinsame Wissen um Riten. Damit wird Kunst auch zu einem Instrument der Kontrolle. Die Gruppe definiert, welche Variationen erlaubt sind und bestraft unerlaubte. Die Bestrafung kann sich ausdrücken im Ignorieren, im Auslachen, im Sanktionieren bis hin zum Eliminieren bestimmter Ausprägungen. Musikalische Vorlieben sind weder persönlich noch musikalisch. Vielmehr hört und mag man die Musik, die Individuen einer bestimmten Gruppe zuordnet: Haydn als Symbol für die Zugehörigkeit zu einer kulturellen Elite, Rock, Pop, Rap oder Techno als Symbol für die Zugehörigkeit zu einer Subkultur. Auch innerhalb der einzelnen Stilrichtungen gibt es feine und feinste Abstufungen. Bestimmte Musiker oder Komponisten scheinen für bestimmte Haltungen zu stehen. Ästhetische Auffassungen sind individualitäts- und gruppen-

bildend. Die intendierte Wirkung auf andere ist dabei die entscheidende Kategorie, die das Bemühen erklärt. Wenn Menschen über Artefakte sprechen, teilen sie diese nach ihrem ästhetischen Geschmack ein. Sie ordnen damit nicht nur die Welt nach künstlerischen Gesichtspunkten, sondern sie ordnen sich auch zu. Ob gemütlich-rustikal, kühl-modern, poppig-schrill, nostalgisch-verträumt, postmodern-arrangiert oder pragmatisch-reduziert, sie ordnen die Umwelt nach stilistischen Gesichtspunkten. Die affektive Beziehung zu den Gegenständen und deren Arrangement dient ganz offensichtlich als Botschaft. Damit kommt die kulturelle Ebene des Umgangs mit Natur ins Spiel: die Kontrolle über Natur durch Gestalten und Anordnen der Umgebung und das Herausheben aus dem alltäglichen Erleben. Kunst befindet sich also im Zwiespalt zwischen Auffallenmüssen als Individuum und Akzeptiertsein in der Gruppe, im Zwiespalt zwischen Innovation und Redundanz.

Kunst ist eine besondere Form der Kommunikation. Neben dem Inhalt der Aussage schwingt noch etwas Unausgesprochenes mit, nämlich der Zauber der Kunst, die Gestalt, die sich aus der Komposition ergibt. Neben der Wahrnehmung und der Ordnung, die das Gehirn dabei herstellt, kommt ein Wissen hinzu. Kunst hat auch Aspekte des Erlernten und kulturell Tradierten.

Auf dieser Ebene scheint Bildung sinnvoll. Fächer wie Deutsch, Kunst oder Musik bieten die Plattform, um nicht nur über die Konzepte der Kunst zu sprechen, sondern auch die Prämissen der unterschiedlichen Kulturen zu thematisieren. In günstigen Fällen strahlt der Unterricht auf die außerschulische Auseinandersetzung.

Der kommunikative Akt der Stilbildung braucht Anleitung. Wobei man hier die Betonung auf den zweiten Teil des zusammengesetzten Wortes „Bildungskontext“ legen muss. Ästhetische Urteilsbildung findet meist nicht im Klassenzimmer unter Anleitung der Lehrenden statt, sondern auf dem Pausenhof. Ästhetische Vorlieben werden unter peer groups ausprobiert, verworfen oder verfestigt. Ob *Tokio Hotel* oder *Black Eyed Peas*, ob *Adidas*, *Puma* oder *Nike* entscheidet sich nicht im Unterricht. Der Eingriff der Erwachsenen ist meist nicht akzeptiert. Für die Entwicklung der Jugendlichen sind derartige ästhetische Entscheidungen unabhängig von Erziehungsberechtigten oder -beauftragten von fundamentaler Bedeutung. Die Jugendlichen entwickeln Identität. Identität ist wesentlich ästhetische Identität. Es geht um die Loslösung von den Eltern, um das Ausprobieren eigener Weltansichten und das Finden von Gleichgesinnten. Hier können Bildungseinrichtungen höchstens Angebote machen und im günstigen Fall die Debatten begleiten. Entschieden werden sie in den Cliques.

Ästhetische Identität wird also eher unabhängig von Bildungseinrichtungen entwickelt. Die Kompetenz, sich ästhetisch darzustellen, ist jedoch auch im Kontext von formaler Bildung zu erwerben. Hier können schulische und außerschulische Institutionen Angebote machen. Der Erwerb von Identität spielt sich zwar wesentlich zwischen Pubertät und jungem Erwachsenenalter ab, die Ausdruckskompetenz wird jedoch früher entwickelt und ist auch nach Abschluss der Schulpflicht nicht erledigt. Sie gehört zu den lebenslangen Erfordernissen und ist darum Gegenstand des lebenslangen Lernkontextes.

Ästhetisch-moralische Argumente

Bei den ästhetischen Darstellungen in den Medien schwingen uralte Stereotypen mit: vom blonden *Siegfried* und dem dunklen *Hagen*, vom verschlagenen *Loki* und dem Lichtgott *Balder*. In den frühen Western der Filmgeschichte hatte der Gute den weißen Hut und der Böse den schwarzen. Erst der Italo-Western scheint dieses Muster zu durchbrechen; doch dass hier auch die Bösewichte schnell ihre Pistole ziehen können und auch die schönen Frau bekommen, ist nur ein retardierendes Moment, denn das Ende hält auch für sie die Strafe bereit, die auf Grund ihres Verhaltens als gerecht erwartet werden darf. Gut und Böse, also moralische Begriffe, werden in ästhetische übertragen.

Gut und Böse sind keine klar definierten und keine klar festgelegten Begriffe. Es gibt auch kein universelles Moralsystem. Werte und Normen sind abhängig von der jeweiligen Situation und dem Zustand der Gemeinschaft. Eine ständige Beschäftigung mit Moral – das hat sie mit der Ästhetik gemeinsam – ist sinnvoll. Eine Anpassung an aktuelle Umstände kann damit immer wieder vorgenommen werden. Die Mitglieder der sozialen Gemeinschaft müssen auf dem Laufenden gehalten werden, wie der Stand der Diskussion ist. Die Debatte über Moral wird mit ästhetischen Mitteln geführt.

Dieser Aspekt des Ästhetischen gehört dominant in den Unterricht. Zudem auch hier wieder der Hinweis, dass der Umgang mit Medien, deren Gestaltung sowie deren Intentionen ein lebenslanger Prozess ist, der immer wieder neu justiert werden muss. Der Zusammenhang von Moral und Ästhetik eröffnet direkte pädagogische Interventionen. Lehrer können über Ästhetik sprechen und Moral meinen. Das setzt bei den Lehrenden eine umfassende Medienkompetenz voraus. Die Forderung nach Thematisierung, die natürlich ein entsprechendes Fachwissen voraussetzt, lässt sich daraus ableiten.

Literatur

Barkow, Jerome, Leda Cosmides und John Tooby (Hrsg.) (1992): *The Adapted Mind. Evolutionary Psychology and the Evolution of Culture*, Oxford

Crawford, Charles und Dennis L. Krebs (Hrsg.) (1998): *Handbook of Evolutionary Psychology. Ideas, Issues, and Applications*, Mahwah und London

Holbrook, Morris B und Schindler, Robert M. (1994): *Age, Sex, and Attitudes toward the Past as Predictors of Consumers' Aesthetic Tastes for Cultural Products*, in: *Journal of Marketing Research (JMR)*, Aug, Vol. 31, Issue 3.



Clemens Schwender

promovierte an der TU Berlin über die Geschichte der Gebrauchs-anleitung und habilitierte über Medien und Emotionen. Seit 2004 ist er Professor für Medien- und Kommunikationswissenschaft am Jacobs Center for Lifelong Learning an der International University Bremen. Seine derzeitigen Forschungsschwerpunkte sind unter anderem: Medien als externe Erfahrungsspeicher, Medien im Lebenslauf sowie Medien und deren audio-visuelle Argumente.

Wider einen evolutionistischen Fehlschluss

Anmerkungen zu Clemens Schwenders Beitrag „Wahrnehmung, Bewertung und Kunst. Die Grundlagen der Ästhetik aus evolutionärer Sicht. Medienpädagogische Konsequenzen“

MATTHIAS RATH

„Evolution“ ist ein Schlagwort, dem zu entziehen allen post-darwinischen Wissenschaften, sofern sie in irgendeiner Weise den Menschen in den Blick nehmen, nicht möglich ist. Allen Wissenschaften? Nein, ein kleines Häuflein, die Medienwissenschaft und in ihrem Gefolge die Medienpädagogik, Mediendidaktik bzw. parallel zu ihr die Kommunikationswissenschaft, hat sich diesem Theoriekonstrukt verweigert. Zugegeben, etwas überspitzt, aber fast so wie die allbekannte Eingangssequenz des medialen Galliers Asterix klingt die Klage Clemens Schwenders über die Evolutionsvergessenheit der Medienwissenschaft und -pädagogik.

Nun ist sicher richtig, dass dieser Aspekt bisher eher weniger im Fokus stand. Zu mächtig scheint die Erklärungsstärke eines Ansatzes zu sein, der das Lernen in den Mittelpunkt stellt. Inzwischen wird aber auch in aktuelle Beiträge, z. B. von Sherry (2004), die Bedeutung der biologischen Faktoren der Mediennutzung und vor allem der Medienwirkungen betont: Neben die dominante Theorie, welche die Nutzung und Wirkung an individuellen Lernvorgängen festmacht, trete die Evolutionstheorie, um über den Faktor der natürlichen Selektion oder natürlichen Auslese bestimmte Mediennutzungsformen und Medienwirkungen in der Entwicklungsgeschichte des Menschen festzumachen. Im Phänotyp scheint die mediale Ontogenese rekonstruierbar. Ich möchte auf einige Punkte hinweisen, die meiner Meinung nach im Zusammenhang mit dieser These überlegenswert sind – nicht in defensiver Absicht, die Medienforschung gegen Evolutionäres immun zu machen, sondern um die von Schwender implizit ange-mahnte Kooperation zwischen lerntheoretisch fundierter und evolutionstheoretisch fundierter Medienästhetik zu forcieren.

1. Das ästhetische Gefühl

Schwender betont zu Recht das Nebeneinander von Umwelt und Anlage. Ästhetische Bewertungen sind zum einen kulturell erworben (mithin gelernt), zum anderen aber auch genetisch verankert. Ob im einen wie dem anderen Fall damit auch eine bestimmte ästhetische Entscheidung oder gar Handlung resultiert, bleibt hier zunächst unberücksichtigt.

Ich möchte neben der inhaltlichen Ursachenforschung auf einen Unterschied im Erklärungsan-

spruch hinweisen. Die These, ästhetische Präferenzen, wie sie in der Mediennutzung relevant sind, und die Wirkungen dieser Nutzung resultieren (auch) aus bestimmten biologischen Gegebenheiten, ist zunächst einmal offen für

- die Entstehungsfrage und
- die pädagogischen Folgerungen.

Damit ist zu klären, welche Bedeutung individuelle Erfahrung einnimmt und damit, quasi als professionelle Folge, welche Bedeutung Erziehung haben kann.

Schwenders These kann auf verschiedene Art gelesen werden. Ist die konkrete Gefühlsverknüpfung Ergebnis evolutionärer Prozesse oder „nur“ die Verknüpfungsmöglichkeit als solche? Ist also z. B. die Erfahrung, dass bestimmte Nahrung schlecht schmeckt, schlecht wirkt und daher mit einem ästhetisch negativen Gefühl verbunden wird, angeboren? Oder nur die Fähigkeit zu dieser Gefühlsverknüpfung als solcher, die sich dann erst noch individuell, phänotypisch durch Erfahrung „inhaltlich aufladen“ muss? Letztere Lesart würde erklären, warum kulturell z. T. erhebliche Unterschiede in Schönheitsurteilen auftreten können. Argumentativ ist es m. E. nämlich nicht unerheblich, ob eine positive, Schönheit anstrebende Regung oder eine negative, Hässlichkeit meidende Regung erklärt werden soll.

Das Beispiel Schwenders von der Fitness verheißenden Schönheitswahrnehmung in Bezug auf potentielle Sexualpartner kann nur auf den ersten Blick gut mit der Evolution erklärt werden: Solches Verhalten sicherte über Jahrtausende gesündere Nachkommenschaft und damit eine häufigere Vererbung dieser Wahrnehmungsform. Aber selbst da werden wir heute feststellen, dass die weiblichen Schönheitsideale der z. B. westlichen Welt, unter Bedingungen der prähistorischen Höhle definitiv dem Verhungern preisgegeben wären: Die „Skelett-Schwester“ (Rest 2006) unter den Hollywood-Stars zwängen sich in *zero size jeans*, die berechtigten Zweifel an überlebensfähiger Gebärfähigkeit aufkommen lassen. Mit anderen Worten: Die Kriterien der Schönheit wandeln sich kulturell.

Eine Hässlichkeitsempfindung ist jedoch noch schwieriger zu erklären. Denn diese Empfindung tritt ja z. B. nicht nur bei tödlichen oder schwer krankheitsserregenden Nahrungsmitteln auf – aber nur in diesem Fall wäre evolutionär eine Durchsetzung gesichert: Wir stammten dann eben nicht von denen ab, die diese hilfreiche Empfindung nicht hatten. Die gelbe „Warn“-Farbe mancher Frosch- und Krötenarten ist dafür ein Hinweis. Ein Storch, der einmal die Bitterkeit einer gelben Kröte geschmeckt hat, wird fürderhin alle gelben Springamphibien meiden – selbst wenn sie, für Storchengaumen, wohlschmeckend wären. Aber allemal muss für diese „Häßlichkeits“- oder Meidensreaktion

immer noch pro Storch ein Gelbling sein Leben lassen – der Storch ererbt nicht die „Erkenntnis“ der Hässlichkeit der Farbe Gelb, sondern nur die Fähigkeit, unangenehme Erfahrungen im weiteren Leben zu meiden. Die Verbindung gelb – bitter – hässlich muss er individuell, phänotypisch noch machen, mit allen Folgen für seine unverdaulich-gelbe Beute.

Mithin ist Schwenders Satz „Die Thematisierung von Schönheit und Hässlichkeit ist universell“ zuzustimmen, wenn dieser Satz auch bedeutet, dass konkrete ästhetische Erfahrung individuell, partikular oder zumindest kontingent ist. Daraus folgt jedoch für eine medienpädagogische und medienwissenschaftliche Fragestellung: Wo die evolutionistische Sicht inhaltliche Empfehlungen geben will, scheitert sie an kulturellen Vielfalt, wo sie berechtigt ist, ist sie zugleich nur mäßig relevant. Denn was interessiert, sind zum einen die Inhalte, zum anderen die „Mechanismen“ der Nutzungshabitualisierung und der Nutzungsveränderung. Diese jedoch sind nicht nur kulturrelativ, sondern sozial differenziert vermittelt und individuell erworben. Der Kernbegriff lautet dabei eindeutig „Lernen“. Und dieses ist erfahrungsgestützt.

Daraus folgt, dass die rezeptiven Erfahrungen der „Intervention“ fähig sind. Medienpädagogik, Medienerziehung überhaupt, kann und muss bei Erfahrungen mit Medien ansetzen, um die Gefühlsverbindung zu thematisieren und zu formen. Zwar sind Gefühle stumm, un-kommunikativ im eigentlichen Sinne, und vielleicht auch wirklich ohne Bewusstsein über die Bedingungen des Gefühls im Moment des Fühlens, wie Schwender meint. Aber sie sind, wie er selbst feststellt, kommunikel. Und, wie wir jetzt sagen können, auch kommunikationsbedürftig, weil sich ästhetische Konnotationen – evolutionsbedingt – verfestigen. Die Gratifikation der Gene (hier die gesunde Nachkommenschaft, dort die wohlschmeckende Beute) ist zumindest für das kommunikative Wesen Mensch immer auch kommunikativ gestaltbar. Die altehrwürdige These von Leon Festinger, dass kognitive Dissonanzen auch durch die Veränderung des Gefühls-potentials aufgelöst werden können, soll hier als theoriegestütztes Argument für gefühlsbetonte Medienrezeptionserziehung genügen.

Also ist nicht, wie Schwender es formuliert, das ästhetische Urteil angeboren, sondern vielmehr die ästhetische Urteilsfähigkeit.

2. Der urteilende Rezipient

Die pädagogisch viel interessantere Frage ist nun, ob man Gelegenheit hat, diese Rezeptions- und Urteilsfähigkeit zu gestalten. Schwender bezweifelt dies, zumindest für die Schule und zumindest für Jugendliche mit *peer*

group-Orientierung. Es bedarf keiner Empirie, um zu verstehen, dass Schwender hier *prima facies* Recht hat. Allerdings ist diese Einschätzung nicht aus der Evolutionstheorie geschöpft, sondern aus der Sozialisierungstheorie und den bekannten Bedingungen der *jugendlichen* Identitätsbildung. Die jugendkulturelle Orientierung mit ihrem starken Medienbezug mag ihre Wurzel in einem evolutionär entstandenen Wunsch nach Abgrenzung von der älteren Generation haben (sofern dies überhaupt eindeutig belegbar ist), aber einerseits gibt es genauso das Phänomen jugendlichen Verweigerung gegenüber Jugendkulturen (z. B. im Sport, vgl. Marci-Boehncke 2006b), andererseits sind Nutzungsunterschiede gerade im medialen Bereich stark *gender*-bezogen, also dem sozialen Geschlecht geschuldet, und nicht durch das biologische Geschlecht bestimmt (vgl. Marci-Boehncke 2006a; [im Druck]). Mit anderen Worten: auch diese Befunde scheinen mir eher sozial geworden als genetisch bewirkt zu sein.

Vor allem und damit schließend scheint mir der Hinweis auf die normative Komponente des ästhetischen Urteils von Interesse. Schönheitsempfindung und Moralempfindung sind beide kulturrelativ, die Fähigkeit dazu jedoch nicht. Insofern ist es zwar richtig zu sagen, dass sich die konkreten ästhetischen Vorstellungen wandeln. Es ist zugleich interessant festzuhalten, dass dennoch das jeweilige Urteil unbefragt als richtig angesehen wird. Daraus lässt sich jedoch auch mit noch so viel Evolutionstheorie keine Sicherheit gewinnen. Aus einer Deskription lässt sich keine Normativität begründen. Das lässt sich an einem anderen normativen Rekurs auf die Evolutionstheorie zeigen. Der Versuch der evolutionären Ethik, die Unwägbarkeiten der kulturrelativen Moralen mit einem Blick in *The Origin of Species* aufzulösen, scheiterte nicht am Unvermögen der Evolutionstheorie, sondern am Unvermögen der Evolutionsethiker (vgl. Rath 1990). Aus einem Ist-Satz folgt nun einmal kein Sollens-Satz, also ist der evolutionär sinnhafte Sieg spezifischer Urteilspräferenzen kein Argument für die Geltung dieser Präferenzen.

3. Das ästhetische Urteil

Ja weniger noch: Die Tatsache (so es denn eine solche ist), dass ästhetische Urteile sich evolutionär gesehen an spezifischen Interessenlagen orientieren, ist kein Beleg dafür, dass reflektierte normative Ästhetik (und als eine solche ist die Medienästhetik ebenso zu sehen wie ein theoriegestützter Medienkompetenzbegriff, der Gestaltung berücksichtigt, vgl. Baacke 1996), diese Interessengebundenheit als Maß der Legitimität ästhetischer Normen anzusehen hätte. Die Argumentation Immanuel Kants in seiner *Kritik der Urteilskraft* (1790), der uns das Schöne als eines vorstellt, das durch „interesseloses Wohlgefallen“ ausgezeichnet sei, ist nicht obsolet. Aber sie verlangt die Einsicht, dass der Schluss vom Vor-

Vorgegebenen zum Vernünftigen ein logischer Fehlschluss ist, ein, wie dies George Edward Moore 1903 in *Principia Ethica* genannt hat, „naturalistischer Fehlschluss“ (vgl. Rath 2006).

Sowohl eine Ethik als auch eine Pädagogik sind gut beraten, nicht nach den Gegebenheiten zu fragen, wenn sie eine Zielvorstellung formulieren wollen. Anders mag es sein, wenn es um die *Nutzung* medienästhetischer Habitualisierungen geht – diese mögen angeboren oder sozial gängig sein. So sind die Werbung ebenso wie die ökonomisch orientierte Medienproduktion sicher Hauptnutzer der Erkenntnisse evolutionärer und sozialer Ästhetik, wie Schwender (2006) an anderer Stelle eindrücklich gezeigt hat. Als normatives Maß sind sie nicht geeignet. Medienästhetik, wo sie normative Ziele ins Auge fasst, ist nicht zwischen *nature* und *nurture* befangen, sondern muss sich jenseits dieser Dichotomie orientieren. Das heißt aber auch für eine interventive Medienpädagogik, nicht jede mediale Eigenproduktion ist an sich ästhetisch gerechtfertigt. Die Kritik medialer Präsentationen muss theoriegestützte Kriterien medialer Qualität benennen können.

Literatur

Baacke, Dieter (1996): Medienkompetenz – Begrifflichkeit und sozialer Wandel, in: Antje von Rein (Hg.), Medienkompetenz als Schlüsselbegriff, Bad Heilbrunn: Klinkhardt S. 112-124.

Festinger, Leon (1978): Theorie der Kognitiven Dissonanz, Bern: Huber-Verlag (engl. 1957).

Marci-Boehncke, Gudrun [im Druck]: Jungen lesen Filme - Medienerziehung als Gender-Mainstreaming in der Grundschule, in: Petra Josting/Almut Hoppe (Hg.), Medienkompetenz und Geschlecht, München: Kopäd.

Marci-Boehncke, Gudrun (2006a): Das Recht auf Abenteuer: Gender- und Literacy-Mainstreaming in der Leseförderung, in: Lehren und Lernen 31, H. 11, S. 4-10.

Marci-Boehncke, Gudrun (2006b): Zwischen Gerechtigkeit und Leistungsaskese: Sportliche Medien-Mädchen in der Medienkritik, in: Horst Niesyto, Matthias Rath, Hubert Sowa (Hg.), Medienkritik heute. München Kopäd, S. 223-242.

Rath, Matthias (1990): Moral zwischen Geltung und Genese. Realtypen wissenschaftlicher Kritik und die Grenzen Evolutionärer Ethik bei Franz M. Wuketits, in: Ethik und Sozialwissenschaften. Streitforum für Erwägungskultur 1, S. 200-207.

Rath, Matthias (2006): Medienforschung zwischen Sein und Sollen: Wissenschaftstheoretische Überlegungen zu einem komplexen Verhältnis, in: Gudrun Marci-Boehncke/Matthias Rath (Hg.), Jugend – Werte – Medien: Der Diskurs, Weinheim: Beltz, S. 191-215.

Rest, Tanja (2006): Die Skelett-Schwester, in: sueddeutsche.de, 25.8.2006;

<http://www.sueddeutsche.de/panorama/artikel/542/83459/print.html>

[Zugriff 27.10.2006]

Schwender, Clemens (2006): Audiovisuelle Argumentationen in der TV-Werbung. Vortrag auf der gemeinsamen Jahrestagung der DGPK-Fachgruppen Kommunikations- und Medienethik und Visuelle Kommunikation sowie des Netzwerks Medienethik München 2006;

<http://www.netzwerk-medienethik.de/jt/jtdocs/jt2006pro.pdf> [Zugriff 27.10.2006]

Sherry, John L. (2004): Media Effects Theory and the Nature/Nurture Debate: A Historical Overview and Directions for Future Research, in: Media Psychology 6, H. 1, S. 83-109.



Matthias Rath

Dr. phil. habil, Dipl.-Päd. (Univ.), Professor für Philosophie an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg, Leiter der Forschungsstelle Jugend – Medien – Bildung. Nach Studium der Philosophie, Pädagogik, Psychologie und Soziologie, Diplom in Pädagogik sowie Promotion und Habilitation in Philosophie mehrere Jahre im Management des Medienkonzerns Bertelsmann.

Arbeitsschwerpunkte:

Medienethik, empirische Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung, Medienbildung, Schulentwicklung

[Zurück zur Heftübersicht](#)