

Alexander Roesler

Eine Kultur der Weltgesellschaft?



Alexander Roesler, geb. 1964 in Stuttgart, studierte Philosophie, Germanistik, Musikwissenschaft und Semiotik in Heidelberg und Berlin. Er war wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachbereich Philosophie der Technischen Universität Dresden und arbeitet nun als Wissenschaftslektor in Frankfurt/Main.

Die Baseballcap, mit dem Schirm nach hinten aufgesetzt, in Barcelona. Weite Dreiviertelhosen, der Schritt zwischen den Knien, in Berlin. Turnschuhe mit aufgeschäumten Sohlen, unverschnürt in Tel Aviv getragen. Rap-Musik auf Französisch in Bordeaux, auf Deutsch in Stuttgart, auf Afrikaans in Kapstadt. Tamagotchis in Sao Paolo. Pokémons in Hinterzarten. Pizza in Mexico-City. Alle spielen Fußball. Aber auch: Tango in Tokio, Aida in Ägypten, Mozart in Mombasa, Steven King in 47 Sprachen übersetzt. Kultur der Weltgesellschaft.

„Kultur“ und „Weltgesellschaft“ sind große Begriffe. Da selbst die Wissenschaft sie noch nicht durch eine allgemein akzeptierte Definition klein bekommen hat, möchte ich mich ihrem Zusammenhang eher rhapsodisch nähern. Als „Kultur“ gilt mir im ganz weiten Sinn Alltags- wie „hohe“ Kultur: Bildende Kunst und Essgewohnheiten, Kleidung und Musik, Film und Fernsehen, Sport, Sprache, Mentalitäten. Unter „Weltgesellschaft“ verstehe ich weniger eine systemtheoretische Größe als den Zielpunkt einer Entwicklung, die durch die „Globalisierung“ angeregt worden ist: das Zusammenwachsen der Welt durch die Auflösung der politischen Blöcke und die globale Durchsetzung einer bestimmten Wirtschaftsform, in Verbund mit der allgemeinen Beschleunigung des Verkehrs und der Datenübertragung. Vor diesem Hintergrund möchte ich den Titel, den die Redaktion mir vorgegeben hat, auf dem ersten Wort betonen: *eine* Kultur der Weltgesellschaft. Meine Frage lautet, durch welche Bedingungen die Kultur im Rahmen der Weltgesellschaft eine einheitliche Kultur werden wird. Dazu werde ich bekannte Phänomene daraufhin untersuchen, was sie uns über diese Bedingungen heute schon sagen können.

Hamburger

Ein gutes Studienobjekt ist der Erfolg der Hamburgerkette McDonald's. Überall gibt es Filialen, überall ersetzen Hamburger und Pommes teilweise die traditionelle Küche und Esskultur. Das Essen ist genormt und lässt sich problemlos handhaben: tiefgekühlte Ware verdirbt nicht so leicht und wird im heißen Fett der Fritteuse schnell aufgetaut. Haltbare Brötchen lassen sich auf Bedarf anrösten und dadurch frisch machen. Das bisschen Salat ist Eisbergsalat. Die wichtigste Eigenschaft der McDonald's-Produkte besteht darin, dass sie überall auf der Welt gleich sind. Unangemeldete Kontrolleure garantieren, dass die Lizenz entzogen wird, sollte das Frittierfett zu heiß oder zu alt sein, der Salat verwelkt und die Gurkenscheiben zu schlapp. Auch die Inneneinrichtung ist im Wesentlichen standardisiert: Bestelltresen im Hintergrund, Leuchtschilder mit der Menüauswahl und den Preisen darüber, Toiletten nur mit dem Schlüssel zu benutzen, den man an der Kasse erhält, alles stündlich gewischt und mit Plastikblumen versehen.

Der Erfolg von McDonald's beruht auf dieser hochgradigen Standardisierung. Für den Anbieter ist sie mit dem Vorteil verbunden, beim Umgang mit den Lebensmitteln den Verschleiß zu minimieren und überhaupt nur wenig Ausschuss anfallen zu lassen. Konzept und Werbung werden einfach von der Muttergesellschaft übernommen, die Marke ist eingeführt und der Laden kann dann von selbst laufen, ohne großen Aufwand betreiben zu müssen. Für den Konsumenten hat die Standardisierung den Vorteil, schon von vornherein wissen zu können, was es heißen wird, bei McDonald's zu essen, sei es in Südamerika oder in Moskau. Der Hamburger schmeckt überall gleich, sieht überall gleich aus und wird in überall gleich aussehenden Orten angeboten. Der einzige Unterschied ergibt sich aus dem lokal festgelegten Preis.

Dieses Konzept ist natürlich nicht auf Hamburger oder McDonald's festgelegt. Es funktioniert gleichermaßen mit Pizza oder Kartoffelpuffern, Fish and Chips und Döner Kebab. Der *Standardisierung* entspricht dabei die *Erwartbarkeit* und beides zusammen möchte ich als Voraussetzung verstehen, Esskultur unter den Bedingungen der Weltgesellschaft etablieren zu können. Das Design der Produkte genügt den Anforderungen der weltweiten Transportierbarkeit, sodass auch ins Gerede gekommenes Rindfleisch aus England leicht durch solches aus Argentinien ersetzt werden kann, und sie können in großen Stückzahlen produziert werden, ohne Rücksicht auf regionale Besonderheiten nehmen zu müssen. Der Verbraucher dankt's und verzehrt einen Weltburger, der seine Herkunft abgestreift und längst als unerkennbar hinter sich gelassen hat.

Weltmusik

Früher hat man Folklore dazu gesagt, heute heißt sie Weltmusik, und tatsächlich ist Weltmusik auch etwas anderes als Folklore. Sie bedient sich musikalischer Wendungen, Instrumente und Rhythmen, die in den jeweiligen regionalen Volksmusiken verwendet werden, und verarbeitet sie nach ihren Bedingungen. Nach ihren Bedingungen heißt, ebenfalls einem Standart angepasst, der jedoch eine gewisse Bandbreite zulässt. Unverzichtbar erscheinen jedoch E-Bass und Schlagzeug, oft auch eine E-Gitarre und natürlich Gesang; rein instrumentale Weltmusiken sind eher selten. Eine weitere Bedingung ist die Länge der jeweiligen Songs oder Stücke. Sie entsprechen dem Format der meisten Muskradios in der Welt, sind also kurz, zwischen drei und fünf Minuten, haben eine Eröffnungssequenz, bevor

die charakteristische, also wiedererkennbare Melodie oder „Hookline“ einsetzt, und unterbrechen die einzelnen Strophen meistens mit einem Instrumentensolo. Es soll alles exotisch klingen, aber nicht zu ungewohnt, fremd und doch gleichzeitig kompatibel sein. Und zwar sowohl in den USA wie in Europa oder überall dort, wo eben gerade solche Musik gehört werden soll.

Die Standardisierung der Weltmusik verfolgt ein etwas anderes Konzept als diejenige von McDonald's. Sie soll einerseits die Musik nicht zu ungewöhnlich machen, andererseits aber Raum für unbekannte Melodien, Instrumente und Rhythmen schaffen. Sie lässt sich auf die Formel *Variation im Bekannten* bringen und verfolgt das Paradox, die Erwartbarkeit zu umgehen, unter Aufrechterhaltung der Erwartbarkeit. Eine äthiopische Flüstertrommel kann verwendet werden, aber nicht ausschließlich und nicht zu lang; ein australisches Didgeridoo darf geblasen werden, aber mit Bass und Schlagzeug; eine Ongembo-Flöte aus Namibia kann ihre Klangfarbe beisteuern, wenn sie von vertrauten Instrumenten umgeben wird. Es geht um wohldosierte Fremdheit, die Exotisches anklingen lässt, ohne sich ihm vollständig anzuvertrauen.

Olympiaden

Überall auf der Welt wird Sport getrieben; es steht zu vermuten, dass man an ihm daher Bedingungen ablesen kann, die in ähnlicher Weise für eine Kultur im Rahmen der Weltgesellschaft gelten könnten. In der Tat ist es die *strukturelle Simplizität*, die den Sport überall akzeptabel macht. Die Regeln sind überschaubar, die Ziele bekannt: höher, weiter, schneller, geschickter, mehr Punkte, Tore, Körbe. Die Körperbewegungen selbst hat jeder schon einmal vollzogen, schließlich müssen wir alle im Alltag auch gelegentlich laufen, springen, werfen, sei es in Europa, Afrika oder Asien. Es gibt keine Einschränkungen im Verstehen, man braucht keine große Vorbildung, um überhaupt an die Ausübung von Sport zu denken, die meisten Sportarten bedürfen keiner extravaganten Ausrüstung, selbst eine Körperbehinderung hält nicht vom Sport ab.

Das macht den Sport auf ideale Weise universell. Unabhängig von Bildung, Klima, Vermögen, in seiner Konzentration auf den Einzelnen und dessen Körper, kann es überall und für jeden Sport geben. Das ist die Bedingung für seine weltweite Akzeptanz und ein Vorbild, das schwer zu erreichen sein wird. Andere Formen der Kultur können sich vielleicht daran orientieren, kommen aber vermutlich nicht mit einem derart schmalen Basisprogramm aus. Daher hat der Sport bereits jetzt das verwirklicht, was andere Kulturformen sogar unter den Bedingungen der Weltgesellschaft nie werden erreichen können. Der Sport ist also jetzt schon als *eine* Kulturform der Weltgesellschaft zu betrachten.

Laufstege

Ähnlich universell wie der Sport operiert die Mode. Sie nutzt die Tatsache aus, dass jeder sich bekleiden muss, und versucht, weltweit geltende Formen durchzusetzen. Diese müssen einerseits funktional für alle möglichen Bewegungsabläufe sein, die Erdenbürger in ihrem Alltag verrichten, andererseits müssen sie Identifikationen bereitstellen, die als erstrebenswert gelten. Das T-Shirt dürfte ein Beispiel für eine solche Form sein, ebenso wie die Jeans

oder der Anzug, der sich international als Signum der „offiziellen Kleidung“ durchgesetzt hat. Man sieht ihn bei arabischen Amtsträgern ebenso wie im Pazifik oder in Afrika.

Im Unterschied zum Sport geht es bei der Mode jedoch nicht um strukturelle Simplizität, sondern um die *Anknüpfbarkeit an ein Grundbedürfnis*. Wenn sich schon jeder jeden Tag bekleiden muss, dann kann die Mode dies aufnehmen und unter den Bedingungen der Weltgesellschaft dafür sorgen, dass es nach global gültigen Maßstäben erfolgt. Dagegen spricht auch nicht, dass es der Mode neben der Standardisierung auch um die Schaffung von „Abständigkeit“ geht: Mit seiner Kleidung drückt man eine Zugehörigkeit aus, ob man es will oder nicht. Wenn andere anders gekleidet sind, gehören sie nicht zu mir, aber sicher zu irgendeiner anderen Gruppe. Trotzdem unterliegt auch diese Schaffung von Abstand einer Regel. Man sieht es beim Anzug, der im Geschäft getragen wird, im Vergleich zur Jogginghose als Freizeituniform. Die Abständigkeit verläuft auch nicht von einem zum anderen, sondern gewissermaßen quer; ich selbst kann mich durch Anzug oder Turnhose einer Gruppe zurechnen und dementsprechend nach unterschiedlichen Gesichtspunkten einordnen. Beide Male unterwerfe ich mich einem Standart und signalisiere wechselseitig Abständigkeit. Auch die Abständigkeit ist also standardisiert.

Genau wie der Sport ist die weltkulturell gültige Form der Mode bereits weitgehend durchgesetzt. Es wird zu Änderungen kommen, so wie die Herbst- auf die Sommerkollektion folgt, aber ein Blick auf Bilder aus der ganzen Welt zeigt das Ausmaß der Normierung. Vielleicht mag der Kragen größer oder kleiner werden, die Ärmel lang, halb lang oder kurz, die Hosenform weit, eng oder karottenförmig; all das ändert nichts an der weltweit gültigen Kleiderordnung. Die Standards sind hier gesetzt und deswegen erweist sich die Bedingung der *Anknüpfbarkeit an ein Grundbedürfnis* als ebenso fundamental wie die der *strukturellen Simplizität*. In beiden Fällen kann man schon heute davon sprechen, dass *eine* Kultur der Mode oder des Sports in einer Art Weltgesellschaft durchgesetzt ist.

Esperanto

Kultur lebt von der Sprache, ist von ihr kaum zu trennen. Weltkultur braucht eine Weltsprache, und unabhängig von den Hoffnungen des Polen Zamenhof gibt es bereits eine Weltsprache, die sich durchgesetzt hat und deren Platz niemand mehr wird streitig machen können: das Englische in amerikanischer Ausprägung. Will man in der Welt gehört werden, dann muss man Englisch sprechen oder schreiben. Die Wissenschaft ist hier ausnahmsweise einmal Vorreiter; in den Naturwissenschaften ist eine deutsche Publikation im Vergleich zu einer englischen schon weniger wert.

Das Englische hat ja auch Vorteile: es ist eine lebendige Sprache, die in weiten Teilen der Welt gesprochen wird und daher dem papiernen Esperanto hoffnungslos überlegen. Außerdem ist Englisch vergleichsweise einfach zu lernen. Zeitenfolge, Deklinationen, Verbformen sind auf niedrigem Niveau überschaubar, kein durchgestalteter Konjunktiv kann einen quälen, und mehr braucht man zunächst auch nicht, um sich auf der Welt zu verständigen oder zurechtzufinden. Mit dem Grundwortschatz kommt man relativ weit, besonders in einer Welt, die ebenfalls nicht besser englisch sprechen kann, da ihr Großteil nicht aus Muttersprachlern besteht.

Das Englische als Bedingung *einer* Weltkultur lässt sich mit der Formel der *Minimierung* der Zugangsvoraussetzungen beschreiben. Will eine kulturelle Ausprägung weltkulturell auftreten, dann muss sie einerseits eine Grundlage für ihre sprachliche Akzeptanz schaffen, sich

also des Englischen bedienen, andererseits darf diese Grundlage nicht unerreichbar sein; auch hierbei empfiehlt sich daher das Englische, wobei natürlich wiederum nur das Rudimentär-Englisch der schon heute auf diese Weise radebrechenden Weltgesellschaft gemeint ist und nicht das Englisch Shakespeares, selbstverständlich.

Ontologie

Kulturelle Gestaltungen, die sich anschicken, zur *einen* Kultur der Weltgesellschaft werden zu wollen, sehen sich einer Konkurrenz ausgesetzt. Kultur existiert im Plural, und aus dem Plural heraustreten, der auch ein Plural der vielen verschiedenen Traditionen und Gesellschaften ist, um als singulär im Rahmen der Weltgesellschaft betrachtet zu werden, erfordert Eigenschaften. Durch Uminterpretation gewendet, ergeben diese Eigenschaften Bedingungen. Neben den bereits genannten lässt sich eine weitere als Bedingung der *leichten Identifizierbarkeit* bestimmen. Etwas muss als es selbst sofort erkennbar sein und augenblicklich von anderem abgrenzbar; besonders kulturelle Gebilde auf dem Forum einer Weltgesellschaft.

Eigenschaften gibt es viele, ihre unterschiedliche Bündelung ist unsere Welt. Leichte Identifizierbarkeit setzt voraus, dass es wenige überschaubare Eigenschaften sind, die da gebündelt werden, und dass diese Bündelung auf irgendeine Weise charakteristisch ist. Charakteristisch wiederum meint, ohne große Anstrengung aus dem Meer gebündelter Eigenschaften als einzelne Tropfen selektierbar zu sein, und zwar für die Wahrnehmungsstruktur einer Bevölkerung, die als Weltgesellschaft die zweistellige Milliardengröße in absehbarer Zeit erreichen wird. Das ist keine leichte Aufgabe, muss man doch „Hooklines“ finden, in die sich beinahe jeder einklinken kann – und „jeder“ meint hier: wirklich *alle* Menschen. Daher führt diese Bedingung unweigerlich zu der *einen* Frage, auf die alles hinausläuft.

Schlüsselfrage

Die Menschen sind verschieden, weil ihre Kulturen verschieden sind. *Eine* Kultur der Weltgesellschaft muss die Aufgabe bewältigen, diese Unterschiedlichkeit zu berücksichtigen und dennoch eine Form zu finden, welche die Unterschiede transzendiert. Der Weg kann dabei nicht derjenige sein, eine einfache Schnittmenge zu bilden, gewissermaßen den kleinsten gemeinsamen Nenner aller Kulturen zu destillieren, und diesen dann allen als die *eine* Kultur anzubieten. Abgesehen davon, dass dies wahrscheinlich auch gar nicht so ohne weiteres möglich ist, wird dieses Destillat so dünn sein, dass es niemandem schmecken wird. *Eine* Kultur in allen Kulturen durchsetzen und über alle Kulturen stellen können, dazu muss man etwas treffen, was alle berührt, was alle angeht, womit alle etwas anfangen können. Doch: Wie schafft man es, alle zu interessieren?

Die Bedingungen, die ich bisher lose eingesammelt habe, spielen bei einer solchen Aufgabe sicher eine Rolle: Standardisierung, Erwartbarkeit, Variation im Bekannten, strukturelle Simplizität, Anknüpfbarkeit an ein Grundbedürfnis, Minimierung der Zugangsvoraussetzung und leichte Identifizierbarkeit sind Elemente einer Antwort auf die Grundfrage. Und es ließen sich zweifellos noch weitere Bedingungen finden. Trotzdem glaube ich nicht, dass irgendeine Liste mit welchen Bedingungen auch immer alleine schon eine Garantie darstel-

len würde, *eine* Kultur in weltgesellschaftlicher Hinsicht zu ermöglichen, wenn man sie denn alle nur sklavisch befolgen würde. Der Grund dafür liegt darin - und das ist ein empirisches Argument -, dass, wenn es so wäre, eine derartige Liste ohne Zweifel bereits aufgestellt und mit durchschlagendem Erfolg als wirksam erwiesen worden wäre. Schließlich verfolgt auch die Kultur unter den wirtschaftlichen Bedingungen der letzten Jahrzehnte das Ziel, in der Weltgesellschaft wahrgenommen zu werden, auch wenn diese noch nicht so homogen ist, wie sie es vielleicht dereinst sein wird. Es gibt demnach kein Patentrezept - das heißt aber nicht, dass alle Versuche vergeblich wären.

Begleitmaßnahmen

Einen dieser Versuche sehe ich in dem Verbund, den Film, Fernsehen, Musik und Mode seit einigen Jahren eingegangen sind. Als eine Art Quadriga versuchen sie, sich gegenseitig zu stützen und gemeinsam voran zu kommen. Das Muster sieht in etwa so aus: Ein Popstar spielt in einem Film eine Hauptrolle. Die Filmmusik stammt von ihm, das Musikvideo dazu zeigt Szenen aus dem Film. Das Video wird im Fernsehen gezeigt. Im Film und auf dem Video trägt der Star bestimmte Kleidung; so haben schon damals Marlon Brando und James Dean die Jeans gesellschaftlich durchgesetzt, und das ganz ohne Gesang. Der Star tritt im Fernsehen auf. Er wird interviewt und vorher zeigt man Szenen aus dem Film usw. Egal in welchem Medium das eine Kulturprodukt in Erscheinung tritt, es taucht stets auch in einem anderen Medium auf, und sei es als Pappschild zu Werbezwecken in einer Modeboutique. Das Prinzip beruht darauf, *den medialen Verweisungszusammenhang zu erweitern*; das wäre eine weitere Bedingung, die als Element der Antwort auf die Grundfrage gelten kann. Die Präsenz in den Medien muss vervielfältigt werden, um innerhalb der Wahrnehmungsstruktur der Menschen unterschiedliche Begegnungsorte zu besetzen. Auch in Zusammenhängen, die man zunächst und zumeist nicht mit dem fraglichen Kulturprodukt verbinden würde, muss es einem begegnen können. Das schafft vielleicht Überraschung und damit Aufmerksamkeit, die umso nachhaltiger sein kann, je selbstbezoglicher ihre Voraussetzung daherkommt - also überraschend. Der Verweisungszusammenhang beschränkt sich daher auch nicht allein auf die vier genannten Faktoren, sondern tendiert dazu, alle nur denkbaren Medien als Kanäle zu nutzen: Buch, Zeitung, Zeitschrift, Werbung, Internet, Verknüpfung mit anderen Produkten (der „Rolling Stones-Golf“), dem Erfindungsreichtum sind hier keine Grenzen gesetzt. Der Quadriga ist die Tendenz zur Herde eingeschrieben.

Das Lokale

Wird die Kultur der Weltgesellschaft also eine homogene Kultur werden, die alle Differenzen beseitigt, um *eine* Kultur zu schaffen? Ich glaube nicht. Der Grund dafür liegt in den genannten Bedingungen. Sie sind sehr restriktiv, und nicht allzu viel Kultur kann diesen Anforderungen genügen. Die Weltgesellschaftstauglichkeit von Kultur ist beschränkt und daher hat lokale Kultur immer ihren Platz. Das zeigt sich einmal innerhalb der unterschiedlichen Länder: Worüber Deutschland lacht, ruft in Frankreich nur Kopfschütteln hervor; was die Franzosen für tiefsinnig halten, gilt in Deutschland als gelinde gesagt nebulös. Kultur ist auch nicht von Tradition zu trennen und bis sich die tiefsitzenden Traditionen soweit verändert haben werden, dass sie von sich aus keinen Einspruch gegen ihre „Verweltgesellschaftung“

mehr einlegen, wird viel Zeit vergehen müssen und die Entwicklung zur Weltgesellschaft viel weiter fortgeschritten sein, als es jetzt absehbar ist. Außerdem ist die *eine* Kultur der Weltgesellschaft auf Ressourcen angewiesen, die sie nach ihren Bedingungen ausbeuten und bearbeiten kann; allein schon deshalb muss es immer lokale Kultur geben, ja wird es ohne lokale Kultur keine Kultur der Weltgesellschaft geben können, nach klassischer Dialektik.

Die Homogenisierung der Kultur in weltgesellschaftlicher Absicht wird voranschreiten, das ist gewiss. Aber sie wird sich mehr auf Massenkultur und Teile der Alltagskultur auswirken, als die gesamte Kultur im Handstreich zu uniformieren. Wenn die Entstehung der Weltgesellschaft ihre Dynamik weitgehend aus den ökonomischen Erwartungen heraus erhält, dann wird sich schon von selbst zeigen, dass nicht alle Elemente der Kultur dazu geeignet sind, zu der *einen* Kultur der Weltgesellschaft werden zu können. Das Fragezeichen des Titels bleibt also auch am Ende noch stehen. Es wird nur von einem Ausrufezeichen begleitet.