

August 2008

Jorge Uría (Hg.). *La cultura popular en la España contemporánea. Doce estudios.* Madrid: Ed. Biblioteca Nueva 2003, 302 Seiten

Der Herausgeber dieses Sammelbandes zur Entstehung und Entwicklung der „Populärkultur“ im modernen Spanien ist Historiker an der Universität Oviedo und uns durch seinen anschaulichen Vortrag im Rahmen der Vorlesungsreihe während des Sommer-Semesters 2008 in guter Erinnerung. Allgemein historische und besonders sozial- und kulturgeschichtliche Vorkenntnisse sind sehr nützlich, um einen kritischen Gewinn aus der Lektüre dieses Buches zu ziehen, das in drei größere Abteilungen mit insgesamt zwölf Einzelbeiträgen gegliedert ist. Die sehr informative Einleitung des Herausgebers versucht zunächst durch Anknüpfung an ethnologische und soziologische analytische Voraussetzungen eine Annäherung an den ambivalenten Begriff der *cultura popular*, um daran eine vorwiegend historisch orientierte Rekonstruktion der Herausbildung einer als „zeitgenössisch“ bezeichneten „Volks-“ bzw. „Populärkultur“ in Spanien anzuschließen. Grundlage dieser Rekonstruktion ist die selektive Bestandsaufnahme von einzelnen Bausteinen einer „traditionalen Kultur“, die nach Auffassung der verschiedenen Autoren als latente Komponenten der entstehenden *cultura popular* angesehen werden können. Dazu gehören Aspekte der Volksreligiosität, Sozialtypen aus beispielhaft herangezogenen Volkserzählungen, sowie rituelle Praktiken wie sie exemplarisch am *carnaval* in Galicia geschildert werden. Sie dienen der Veranschaulichung dieser Entstehungszusammenhänge gegen Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts und werden in den ersten drei Beiträgen des Bandes skizziert. Den harten Kern der Rekonstruktionsbemühungen bilden allerdings der zweite und der dritte Hauptteil dieses Buches, die sich mit der Entwicklung bis zum Ende der Zweiten Republik bzw. während der Franco-Zeit beschäftigen. Dabei wird auch eine spezifische argumentative Linie erkennbar: eine *cultura popular* entsteht auf dem Nährboden der Urbanisierungs- und Industrialisierungsprozesse in Spanien vor und während der Zweiten Republik – nicht zuletzt durch Abgrenzungsprozesse seitens des urbanen Bürgertums – und sie ist verknüpft mit der Profilierung einer zunehmend stadtorientierten Arbeiterklasse einerseits und der fast gleichzeitigen Herausbildung eines kommerziell ausgerichteten Angebots an „Freizeitkultur“. Diese wird während der Zweiten Republik zunehmend sozial und inhaltlich ausdifferenziert, aber auch politisiert (wenngleich nicht annähernd in dem Umfang, in dem es die politischen Akteure der Zeit gerne gesehen

hätten). Eine gezielte Kulturpolitik, die eben die *cultura popular* in den Blick nimmt, drückt ein zunehmend instrumentelles Verständnis gegenüber diesem Phänomen aus und bleibt auch nach der Katastrophe des Bürgerkrieges deutlich erkennbar. Der hoch interessante dritte Teil des Bandes stellt die *cultura popular* der Franco-Zeit in den Mittelpunkt der Diskussion. Die kommerzielle Dimension wird verstärkt zum Mittel einer politisch massiv gewollten Entpolitisierung (die Entwicklung des *comics [tebeos]* und der Soziabilität vermittelt der *fiestas* sind dankbare Beispiele). Die demographischen Verluste der ländlichen Räume, die Arbeitsmigration nach Europa und deren ökonomische Effekte, sowie die Verallgemeinerung der Nutzung audiovisueller Medien (erst Radio, dann TV) sind weitere massive Veränderungsfaktoren, die auf die nunmehr stark ausdifferenzierten *culturas populares* einwirken. Marktkriterien und marktbezogene Entscheidungen bestimmen zunehmend ein populärkulturelles Panorama, das in steigendem Umfang durch Vermarktungserfolge bei unterschiedlichen Konsumentenmilieus bestimmt wird.

Der Rezensent hat (als Soziologe) in diesem hochinteressanten Sammelband etwas die i.e.S. gesellschaftliche Dimension vermisst, insbesondere die konkretere Bezugnahme auf unterschiedliche (kollektive und institutionelle) soziale Akteure und deren Handlungsstrategien im Kontext der *culturas populares*. Die Reduktion auf die Konsumentenqualität der Rezipienten verstellt den Blick auf die wichtige Tatsache, dass die *culturas populares* in Spanien heutzutage (gerade in Verbindung mit den dominierenden audiovisuellen Massenmedien) soziale Orte der aktiven Produktion konkurrierender Bedeutungen auf (Sinn-) Märkten im Zusammenwirken mit ganz unterschiedlichen Rezipientengruppen sind. Es ist aber wahrscheinlich wirklich zuviel verlangt, wenn von diesem ausgezeichneten, historisch ausgerichteten Sammelband auch noch erwartet würde, diesen Aspekten der sehr komplexen und heterogenen soziokulturellen Wirklichkeiten im heutigen Spanien gerecht zu werden.

Dieter Goetze (Regensburg)