

Massenkultur

Entertainment und die Poplinke Von Martin Schäfer

Warum auch linke Popkritiker dem snobistischen Vorurteil gegenüber der Massenkultur erliegen. Ein Versuch über die Notwendigkeit, zu differenzieren.

«Die Kultur ist das letzte Bollwerk gegen die Zerstreuung», hat Pier Paolo Pasolini gesagt, oder so wird er jedenfalls gern zitiert. Dass «wahre» Kultur und «seichte» Unterhaltung Gegensätze seien, da waren sich – von Platon bis Adorno, von Hegel bis Heidegger – die Philosophen immer schon einig. Die Philosophinnen übrigens ebenfalls: Jeanne Hersch und Hannah Arendt hätten nicht widersprochen.

Diese Überzeugung liegt auch heute noch allzu oft der Diskussion um den Wert von Pop und Massenkultur zugrunde, angefangen bei der mittlerweile bald fünfzigjährigen Unterscheidung von «ernsthafter», potenziell gar «subversiver» Rock- und «oberflächlicher» Popmusik, die sich in der deutschsprachigen Musikwissenschaft sogar in einen neuen und völlig unübersetzbaren Begriff verdichtet hat: «Populärmusik» im Gegensatz zu «populärer Musik» – man erkläre mal einer Engländerin oder einem US-Amerikaner, warum das nicht dasselbe sein soll! «Populärmusik: Der Begriff schon signalisiert Berührungsangst», spottete zu Recht einmal der Jazzkritiker Manfred Miller.

Die gleiche ängstliche Haltung spiegelt sich auch heute noch in der problematischen, aber nicht auszurottenden Rede von einer vermeintlichen «Poplinken». Ja, der unterdessen fast schon nostalgisch anmutende Anspruch, dass «Pop» (diesmal nicht als Gegensatz zu Rock, sondern inklusive diesem) so etwas wie widerständige «Gegenkultur» sein sollte: Er geistert immer noch durch die einschlägigen Diskurse, sei es als leise Hoffnung oder auch nur als heftiges Dementi. Nicht selten nimmt er die Form einer selbstgerechten, um nicht zu sagen snobistischen Abgrenzung an: Klar doch, der meiste Pop ist nur noch beziehungsweise war immer schon vorwiegend Showbusiness, banales Entertainment eben – aber dann folgt meist doch das Loblied auf die neuste Ausnahme von der Regel, am liebsten ein noch nicht entdecktes, minoritäres, «unkommerzielles» Phänomen aus dieser oder jener «subkulturellen» Ecke.

Alles zutiefst falsch, sagen nun – mit diametral entgegengesetzten Begründungen – zwei frankofone Kulturkritiker, der Soziologe und Journalist Frédéric Martel und der Philosoph Francesco Masci. Martels Bestseller «Mainstream», der jetzt auch in deutscher Übersetzung vorliegt, will ausdrücklich erklären und dokumentieren, «wie funktioniert, was allen gefällt» (so der deutsche Untertitel): Das Buch stellt eine veritable Ehrenrettung des globalisierten Massenentertainments dar. Was natürlich gerade in Frankreich eine hochpolitische Sache ist: Im Zeichen der Frankophonie, aber auch der EU-Kulturförderung sind sich scheinbar alle einig, dass die von den USA geprägte Homogenisierung des Kulturkonsums nur von Übel sein kann.

Francofolies und Motown

Dass ausgerechnet ein Linker wie Martel (einst Berater der sozialistischen PolitikerInnen Michel Rocard und Martine Aubry, später Kulturattaché in Washington) diesen euro- und frankopatriotischen Konsens infrage stellt, hat für Aufsehen gesorgt. Die italienische Ausgabe ist immerhin im linken Feltrinelli-Verlag erschienen. Zunächst argumentiert Martel nur für Ehrlichkeit: Geben wir es doch zu, Beyoncé und Lady Gaga sind längst Allgemeingut, die entsprechenden TV-Serien auch. Wer kann schon im Ernst behaupten, dass er an dieser US-amerikanisierten Popkultur vorbeikommt oder sie nicht ein wenig genießt?

Sogar an den Francofolies, dem alljährlichen Festival der frankofonen Musik in La Rochelle, ist im letzten Sommer so viel englisch gesungen worden wie noch nie, und zwar von französischen KünstlerInnen! Zu Martels Musterbeispielen gehört – neben Hollywood – denn auch die Geschichte von Motown, dem ersten erfolgreichen Musikkonzern in (ursprünglich) afroamerikanischem Besitz: tatsächlich ein überzeugender Fall von bewusst auf Massentauglichkeit getrimmter Kulturproduktion, der doch niemand im Ernst ihren Wert absprechen würde.

Marvin Gaye, Stevie Wonder, sogar Diana Ross: Erfolg hat immer seine Gründe. Das mag banal klingen – aber wer es sich erspart, nach diesen Gründen zu fragen, macht es sich so billig und bleibt im Endeffekt so ohnmächtig wie jene französischen Kulturschaffenden, die immer nur über die ökonomische Übermacht der angloamerikanischen Welt klagen. Und sich nie fragen, ob ihr eigenes Publikum nicht auch spontan und freiwillig auf die «cheap tricks» aus Übersee abfährt.

Pop oder Hochkultur?

«Hört auf zu jammern und schaut lieber, was die ungeliebte Konkurrenz besser macht», das ist sinngemäss Martels Botschaft – und er illustriert sie im zweiten Teil seines Buchs mit spannenden Gegenbeispielen wie Bollywood, Reggaeton und al-Dschasira: globalen Erfolgsgeschichten also, die ihre Wurzeln keineswegs in den USA haben und doch unter Ausnützung derselben medialen Mechanismen ihre Wirkung entfalten.

Was weltoffene Popfans längst wissen: Es gibt kulturelle Achsen von Bombay nach Kingston, von Brasilien nach Mosambik, von Dakar bis Jakarta, die weitgehend unter Umgehung Europas und Nordamerikas funktionieren.

Wie Europa in diesem «kulturellen Weltkrieg» allenfalls doch mithalten könnte, ohne krampfhaft und aussichtslos seine edle «Anti-Mainstream-Kultur» zu zelebrieren, das ist dann das Thema von Martels pragmatisch-hoffnungsvollem Schlusskapitel.

Ob Francesco Mascis ebenso polemisches wie hochphilosophisches Büchlein «Entertainment!» (bisher nur auf Französisch) bewusst als Antwort auf Martel gedacht ist? Jedenfalls vertritt der gebürtige Italiener, der in Paris lehrt, eine Gegenposition, die radikaler gar nicht sein könnte. Für ihn ist nicht nur Mainstreamunterhaltung, sondern auch jede vermeintliche «Hoch»- oder «Gegenkultur» nichts anderes als eben Entertainment, schlimmer noch, es sei gerade der (illusorische) kritische Anspruch, der Kultur an sich zum systemerhaltenden Faktor mache.

«Slavoj Zizek oder Lady Gaga», egal, der eine lebe «in der Erwartung», die andere «von der Erwartung» eines ganz Anderen, das aber nie kommen kann, weil anstelle der angeblich ersehnten Erlösung vom Status quo immer nur die Pseudoereignisse des (hohen oder niederen) Kulturbetriebs stattfinden. Fazit: Pop oder Hochkultur, das ist doch alles dasselbe, und der Traum, dass Kultur je in irgendeiner Weise widerständig sein könnte, ist genau das: ein Traum, der es erlaubt, die Realität zu verdecken, nämlich dass Herrschaft und Unterdrückung unverändert bleiben.

Mehr noch als Martels Pragmatismus hat auch Mascis Verbalradikalismus etwas unheimlich Verführerisches: Wer dieser Logik folgt, erspart sich alle weitere kulturkritische Detailarbeit. Dass solche aber – trotz allem – nicht nur möglich, sondern unumgänglich ist, das belegt zurzeit das Buch «Die kulturelle Unterscheidung» von Wolfgang Fritz Haug (siehe [WOZ Nr. 39/11](#)). Der marxistische Philosoph, anknüpfend an Pierre Bourdieus «Die feinen Unterschiede» und in der Auseinandersetzung mit der Tradition der englischen Cultural Studies, formuliert lohnende Einsichten zur «Verfolgungsjagd» von (jugendlichen) Subkulturen und deren Vereinnahmung, die sehr wohl auch im (pop-)musikalischen Kontext anwendbar sind. Die Quintessenz hier: Anstelle von Pauschalurteilen sind präzise Differenzierungen gefragt. Nicht nur der Teufel, auch (mit Walter Benjamin gesprochen) der Messias steckt bekanntlich im Detail; denn «Splitter der messianischen Zeit» finden sich noch im scheinbar banalsten Entertainment.

Auch die Glücksmomente, die uns die (Pop-)Kultur verschafft, können über den Alltag hinausweisen – gerade darum muss die Aufmerksamkeit für sie spielerisch bleiben. Zu Recht erinnert Siri Hustvedt in ihrem neusten Buch «Sommer ohne Männer» an jenen schönen Satz von Michel de Montaigne: «Wenn jemand mir sagt, es sei eine Entwürdigung der Musen, sie nur als Spielzeug und Zeitvertreib zu benutzen, so kennt er nicht, wie ich, den Wert von Vergnügen, Spiel und Zeitvertreib. Ich würde beinahe sagen, jeder andere Zweck ist lächerlich.»

Frédéric Martel: «Mainstream. Wie funktioniert, was allen gefällt». Albrecht Knaus Verlag, München 2011. 510 Seiten. Fr. 35.50.

Francesco Masci: «Entertainment!». Editions Allia. Paris 2011. 112 Seiten. 6 Euro.

WOZ vom 27.10.2011