

Jörg Metelmann

### Pop und die Ökonomie des Massenoriginals. Zur symbolischen Form der Globalisierung

2016

<https://doi.org/10.25969/mediarep/1504>

Veröffentlichungsversion / published version  
Zeitschriftenartikel / journal article

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Metelmann, Jörg: Pop und die Ökonomie des Massenoriginals. Zur symbolischen Form der Globalisierung. In: *POP. Kultur und Kritik*, Jg. 5 (2016), Nr. 1, S. 135–149. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/1504>.

#### Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:101:1-2020052211330075969568>

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

#### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

# POP UND DIE ÖKONOMIE DES MASSENORIGINALS

Zur symbolischen Form der Globalisierung

*Jörg Metelmann*



**D**as Massenoriginal ist zu einem ubiquitären Phänomen der Gegenwart geworden. Sei es in der Idee der ›Industrie 4.0‹ mit dem Akzent auf der Mass Customization, sei es im Selfie als massenhaftem Selbstporträt, im digitalen Google-Double eines personalisierten Standard-Ichs oder in der sozialen Figur des »Otto Normalabweichers« (Jürgen Kaube) – überall ist die Logik einer paradoxen Verschränkung von Individualisierung und Totalisierung am Werke, die zwei zuvor als unvereinbar gedachte Eigenschaften synthetisiert. Mit dem Verschwinden des emphatischen Pop-Begriffs tritt das Massenoriginal hervor, entkoppelt von dessen politischen Setzungen. Es wird so zur emblematischen symbolischen Form unserer Zeit, post-antagonistisch, post-konsumistisch und post-evolutiv.

135

Das Phänomen Selfie rückt den Sachverhalt deutlich vor Augen. Niemand sucht hier visuell sich selbst (wie in der Tradition des künstlerischen Selbstporträts), es findet keine Suche über das hinaus statt, was sie oder er sowieso schon sehen oder wissen. Vielmehr geht es darum, massenhaft das Selbst der anderen zu sein. Der Imperativ lautet: ›Ich zeige mich, wie ich mir vorstelle, dass du mich sehen solltest, wenn ich dir gefallen wollte.« Im Rahmen der technischen Möglichkeiten und der gängigen Bild-Praktiken – mit einem Arm gehalten, mit beiden etc. – entsteht so ein sozial opportunes Profil, das Massenproduktion, anders kann man das ja nicht nennen, und Ich-Funktion miteinander neuartig koppelt.

Der Sneaker auf Bestellung stiftet eine weitere scheinbar paradoxe Verbindung, handelt es sich doch weder um eine Einzelfertigung im herkömmlichen

Sinne noch um einen klassischen Einheitslook. Nike bietet schon seit 1999 über NIKEiD die Möglichkeit, den »Designer in sich zu entdecken«. Innerhalb bestimmter Parameter – Sohle, Farben, Klettverschluss usw. – kann sich der Konsument ein individuelles Produkt gestalten, das dann industriell hergestellt wird.

Die Mass Customization verbindet die Vorteile eines im Vergleich zur Maßarbeit oder Sonderanfertigung relativ günstigen Preises durch Skaleneffekte mit dem oftmals jugendlichen oder jung gebliebenen Kundenwunsch nach Individualität und Kreativität – bei Nike ein Hunderte Millionen Dollar schwerer Wachstumsmarkt. Interessant daran ist, dass der Erfinder des Begriffs »Mass Customization«, Stan Davis (1994: 7), das Konzept in Analogie zu Problemen der Teilchenphysik entwarf, bei der es auch darum gegangen sei, die Widersprüche zuzulassen, ohne sie auflösen zu wollen. Beides gründet für ihn in einer kulturellen Logik des Denkens in Gegensätzen.

Dass das Massenoriginal (den Begriff hat Sophie-Thérèse Krempf in ihrem St. Galler Vortrag »Das Original und seine Vertreter« geprägt) weit mehr ist als eine ökonomische Verwertungslogik, zeigt auch ein kleiner Fund aus der Alltagskultur. Mit dem Slogan »genau wie ich – einzigartig« preist die Second-Hand-Internet-Plattform ubup.com (»used but precious«) in einem Flyer ihre bis zu 90% günstigeren, gebrauchten »Einzelstücke« an, die aber gar keine Unikate sind, sondern Massenprodukte global tätiger Fashion Brands. Wie passt das zusammen: Einzigartigkeit, Second-Hand und Massenproduktion? Nun, ebenso wie der Retro-Punk-Look der jungen Frau, die mit à la Miley Cyrus perfekt gestyltem Haar fragend, aber bestimmt in die Kamera guckt. Die Punk- und Autonomenkulturen, für die das Shirt mit dem großen »A« und die Lederjacke einmal standen, sind zu leeren Zeichen ohne subkulturelle Praxis geworden, können aber dennoch wieder zum Individualitäts-Marker werden. Ein Massenunikat, das auf die Hey-Days von Pop zurückverweist und uns noch weiter beschäftigt wird.

Selfie, Nike-Turnschuh, Industrie 4.0, Google-Ich, Otto Normalabweicher, Retro-Ich allesamt als Massenunikate, also Produkte einer Ökonomie des Massenoriginals – wie könnte man sie kulturwissenschaftlich produktiv beschreiben? Was bedeutet es, sie anders als in der ökonomischen Produktionslogik der Mass Customization und auch anders als in rein technisch-digitaler Sicht zu fassen, nämlich als Zeichenprozesse und Sinngeschehen?

\*\*\*

Eine interessante Perspektive öffnet die geschichtsphilosophisch-formtheoretisch gefasste Kulturwissenschaft des leider viel zu früh verstorbenen Heinz Dieter Kittsteiner. Diese Perspektive ist eine moderne-theoretische, die auf Erwartungshorizonte des Handelns im Hinblick auf eine gesellschaftliche Grundaufgabe schaut. So musste z.B. die Stabilisierungsmoderne Mitte des 17. Jahrhunderts das Problem bearbeiten, Ordnung in die konfessionell motivierten

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemberausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

Bürger- und Großmachtkriege zu bringen. Die evolutive Moderne, die mit Kosellecks Sattelzeit beginnt und bis heute anhält, dynamisiert die Geschichte im Hinblick auf die Erwartung dauerhaften Wachstums und Fortschritts. Der Wissenschaftler muss die historischen Zeichen lesen, in denen sich die Haltung der Menschen zu dieser Aufgabe symbolisiert. Dieses Zeichen nennt Kittsteiner mit Cassirer »symbolische Form«. Sie ist funktional zu verstehen, also nicht als Substanz oder ewig-unveränderliche Einheit, sondern als eine wandelbare Interpretationspraxis, mittels derer sich die historischen Akteure,

also unsere Vorfahren, wir, unsere Nachfahren, einen Reim auf ihren Platz im historischen Prozess machen.

Bei dieser kulturwissenschaftlichen Deutung stehen weder die historischen Ereignisse und Strukturen im Fokus – das wäre der Blick der Geschichtswissenschaft –, noch geht es um die unmittelbar-subjektiven Intentionen der Akteure – das wäre die Domäne der Soziologie. Vielmehr geht es um die »Art und Weise, wie beides von den jeweiligen Zeitgenossen zu ›Geschichtszeichen‹ oder historischen Symbolen verarbeitet worden ist« (Kittsteiner 2006: 29). Mit einer griffigen Formulierung: Der Forscher muss die »vergangene Zukunft der Vergangenheit« auffinden und deuten. Nur so erfasst er die modernespezifische ›conditio sine qua non‹, in der uns, den historischen Akteuren, in der Spannung zwischen Erfahrungsraum und Erwartungshorizont die Dinge zusehends allein im Licht der Zukunft bedeutsam werden.

Ein Beispiel: Als ein solches »Geschichtszeichen« mit popkultureller Relevanz kann ›Woodstock‹ mit dem ikonografischen Bild des sich mit einer Decke wärmenden Paares gelten. Es steht für die gesamte 1960er-Jahre-Hoffnung, dass es möglich ist, anders zu leben: anders als der Krieg, anders als der Rassismus, anders als die Angestelltenkultur, mit menschlicher Wärme, Spaß und Kreativität. ›Woodstock‹ ist ein Zeichen, weil es jenseits der Fakten (etwa der Gesamtfläche, auf der die Zuschauer\*innen standen) und auch jenseits der subjektiven Einschätzungen (z.B. das beste Konzert von Joe Cocker) die »vergangene Zukunft der Vergangenheit«, also die Hoffnungen einer Gruppe oder Generation symbolisiert.

Kunstwerken und Künstlern kommt eine entscheidende Rolle in diesem Diskurs zu. Wenn Johnny Rotten von den Sex Pistols gut acht Jahre nach Woodstock die Hippie-Ära endgültig beendet, dann tut er das, indem er der Gesellschaft genau diese ›Yes, we can‹-Zukunftsfähigkeit abspricht. Der Refrain »No future for you!« am Ende des Kult-Songs »God Save The Queen« bricht explizit mit dem Hippie-Inklusionsparadigma – ›Make love not war‹ – und begründet Punk als Exklusionserlebnis: Anarchie, Gewalt, Exzess, Rumhängen, Auffallen, Laut-Sein, eben das Andere sowohl von liebevollem Verständnis als auch protestantisch-fordistisch-kapitalistischer Norm. Die ›Null Bock‹-Generation war dann die soziale Bewegung, die sich in dieser Codierung der Zeit entwickelte. Theoretisch gesprochen, bietet ein Erzähler auf der Basis eines gemeinsamen Erfahrungs- und Erwartungshorizonts (das ist Mimesis 1) Lösungsmöglichkeiten für das an, was er für die Grundaufgabe seiner Zeit hält. Diese Mimesis 2 geht dann über mehrere Entwicklungsschritte zurück an die historisch Handelnden, die sich darin erkennen oder alternative Narrationen entwickeln – das ist dann Mimesis 3.

Situiert man das Massenunikat innerhalb dieses Theorierahmens von symbolischer Form, Geschichtszeichen und Narration, liegt die Hypothese nahe, dass im Massenunikat als symbolische Form ein bestimmtes Sich-Verhalten der

westlichen Kultur zur Grundaufgabe ihrer Zeit zum Ausdruck kommt. Pop lässt sich wiederum als symbolische Form lesen, die zwischen der Erfahrung von Restauration im Zeichen eines ökonomischen Booms und der Erwartung einer offeneren, partizipativeren, lebendigeren Welt vermittelte, und zwar in der Vergemeinschaftung über zuerst Musik, Stil und Mode, dann auch Kunst, Kino und Kultur im weitesten Sinne. Das Dual von Affirmation und Subversion der Konsumkultur ist der historische Vorläufer der Form des Massenoriginals. »Pop« (wenn man den Begriff überhaupt noch verwenden kann) geht nun – recht besehen »nach Pop« – in einem neuen Paradigma auf.

\*\*\*

Meine sehr kurze Geschichte des Pop erzähle ich mittels der Lebensfülle eines Romans: Norbert Niemanns Buch »Die Einzig« ist die Geschichte einer Liebe als Liebe zu Pop. Harry Bieler, der Protagonist des Romans, ist der ehemalige Bassist der Pop-Band »Die Einzig«, die zu Beginn der 1980er Jahre subkulturellen Kultstatus und eine steile Wave-Karriere vor sich hatte. Doch während die beiden Männer, Bieler und der begnadete Sänger Sellwerth, vom Einstieg ins große Business träumten, mit Charts, Limousine und Groupies, entschied sich das dritte Bandmitglied Marlene just vor dem Durchbruch dafür, die Band zu verlassen. Ihre Begründung: Der Mainstream bedeute Gedudel, die Töne kämen nur noch von außen, die innere Musik ersterbe dabei, sie werde zu einem Dauer-Ohrwurm, den man nicht mehr loswerde. Indem sie sich für Studien bei Luigi Nono in Venedig entschied, legte sie den Bandkonflikt zwischen U- und E-Musik offen, der bei Gründung der Band noch das Hauptmotiv war – und ein Hauptmotiv für das Verständnis von Pop als Kulturform geblieben ist. Jahre später erklärt sie es so:

140

»Cross the border, close the gap. Du erinnerst dich. Die Trennung zwischen sogenannter trivialer und sogenannter ernster Musik beenden. [...] Nichts galt mehr als kunstunwürdig, nichts als von vornherein ausgeschlossen. Kein Thema war zu seicht, kein Material zu schmutzig. Es konnten ein paar Punk-Akkorde, ein Synthesizer-Blubbern sein, wenn es nur Schlaglichter warf auf eine ausgeblendete Wirklichkeit. Eine Schlagermelodie war in der Lage, Dinge zum Ausdruck zu bringen, die ohne sie nie Beachtung gefunden hätten. Wir griffen sie nur auf, verstärkten sie, um den verstellten Zusammenhang offenzulegen. Das war es, was wir Pop nannten. Pop als Ohren- und Augenöffner. Pop als Freiraum. Zitatmontagen aus Fundstücken. Naive Lieder zum Mitpfeifen. Flüchtige Modelle eines Ent rinnens auf Zeit. Entertainment anstelle von fein ziselierter Kunst. Pop transportierte Haltungen, Botschaften, einen Anspruch. Zu schrill, um überhört, zu eingängig, um übergangen zu werden.« (Niemann 2014: 119)

Marlenes Eingangsslogan verweist auf einen kanonischen Text der Pop-Theorie, den 1968 zuerst auf Deutsch in der Zeitschrift »Christ und Welt« und dann 1969 auf Englisch im »Playboy« – mind the gap! – erschienenen Beitrag »Das

Zeitalter der neuen Literatur« des amerikanischen Literaturwissenschaftlers Leslie Fiedler. In diesem erklärt er bekanntlich Joyce, Proust, Eliot für ebenso überholt wie den Nouveau Roman, den New Criticism und die Ideale der Rationalität, der Ernsthaftigkeit und der Autonomie. Die Zukunft gehöre den Beat Poets und Popmusikern sowie der Adaption der Genres Western, Science Fiction und Pornographie. Für die oft missverständliche Rezeption von Fiedlers Aufruf ist nun entscheidend, dass sein Votum nicht auf Nivellierung, sondern auf veränderte Differenzierung zielt – genau im von Marlene rekonstruierten Sinn.

Es ging und geht bei Pop nicht darum, gänzlich zur Populärkultur überzulaufen und alles Kulturelle, ernst oder unterhaltend, für gleich konsumierbar und massentauglich zu erklären. Pop entsteht vielmehr erst durch die Anwendung der Unterscheidung High/Low auf die Populärkultur und Hochkultur selbst. Der Kultur des Volkes hält Pop ihre bieder-spießige Alltäglichkeit vor und setzt auf direktere, sexuellere, körperlichere Impulse – das wäre die Low-Variante. Die High-Variante hält dagegen die stumpfe Konsentauglichkeit, den abgeschmackten kleinsten Nenner der Massenkultur für das Problem und fordert gegenkulturelle Praktiken und Eliten. Im Hinblick auf die Hochkultur wiederum bedeutet die erste, die Low-Variante, dass auch die bürgerliche Kultur längst nivelliert und massentauglich geworden ist und eines Komplexitäts-Upgrades bedarf. Mit Bezug auf die High-Variante heißt dies, die bürgerliche, die hohe Kultur mit ihrem vermeintlichen Gegenteil zu durchsetzen und Suppendosen in Galerien zu bringen (wie in der Pop-Art), oder die Straße, die Gangster und das dreckige Leben zur Nouvelle-Vague-Cannes-Kunst zu machen.

Auch wenn Marlene in erster Linie die Attacke auf die Hochkultur reitet, so lassen sich ihre Aussagen doch gut vier Matrixfeldern zuordnen, was natürlich auch daran liegt, dass sich die High-Kritik des vermeintlich Niedrigen und die Low-Kritik des vermeintlich Hohen an vielen Punkten treffen.

	LOW	HIGH
VOLKS-/ POPULÄRKULTUR	<i>zu banal, zu bieder</i> ▶ direkter ▶ sexueller ▶ körperlicher	<i>zu stumpf, zu viel Konsens</i> ▶ pointierter ▶ gegenkultureller ▶ »anders«
BÜRGERLICHE HOCHKULTUR	<i>zu nivelliert, zu massentauglich</i> ▶ komplexer ▶ künstlerisch anspruchsvoller	<i>zu abgeschlossen, zu einseitig</i> ▶ permissiver ▶ hybrider
	AFFIRMATION	SUBVERSION

So passen ihre Statements vom Aufnehmen und Verstärken ins Feld der größeren Direktheit und Körperlichkeit, und ihre Aussage, Pop sei »Ohren- und Augenöffner« sowie »Freiraum«, zur Logik der Gegenkultur und des Andersseins. Dies korrespondiert mit dem Feld links unten, worunter man ihre Formulierungen »den verstellten Zusammenhang offenlegen« und »Pop transportierte Haltungen, Botschaften, einen Anspruch« sortieren könnte. Schließlich passt ihr Eröffnungsvotum »Nichts galt mehr als kunstunwürdig, nichts als von vornherein ausgeschlossen« perfekt zum Angriff auf eine hermetisch-selbstgefällige bürgerliche Kultur, die sie auch als »zu ziseliert« beschreibt, als etwas, was es mit »Zitatmontagen aus Fundstücken« zu hybridisieren gilt.

Für meine Deutung von Pop mit Bezug auf die Ökonomie des Massenoriginals ist nun eine Perspektive entscheidend, die sich aus der Matrix ableitet, aber den Differenzoperator Pop mit dem Mobilisierungsgenerator Pop verbindet. Schauen wir noch einmal auf das Schema, so lässt sich die linke Seite, der Low-Blick, mit der Haltung der Affirmation verbinden. Beide Bereiche, Volks- wie Hochkultur, werden zwar als zu banal, zu alltäglich, zu nivelliert kritisiert, nicht aber grundsätzlich in Frage gestellt. Auch wenn beide, je verschieden zwar, aber hierin gleich, als zu massentauglich angegriffen werden, so wird doch in den Gegenstrategien die Massenhaftigkeit als Fluidum der Nachkriegsmoderne niemals abgelehnt. Pop sagt ›Ja‹, definitiv affirmativ, auch wenn dies ein ›Ja, aber‹ ist.

142

Dieses ›Aber‹ ist dann auf der rechten Seite des Schemas die Haltung der ›Subversion‹, die andere Standpunkte, alternative Praktiken, gegenkulturellen Elan und Hybridisierung fordert, stets aber, und das ist entscheidend, im Rahmen einer unhintergehbaren Massen- und Konsumkultur. Einer Massenkultur, die im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts zu einer »einzige[n], klassen- und schichtenübergreifende[n], also ebenso egalisierte[n] wie standardisierte[n] Unterhaltungskultur« wurde, wie Michael Makropoulos (2008: 7) in seiner »Theorie der Massenkultur« festhält.

Diese Verbindung der Pop-Haltungen Affirmation und Subversion war nicht an Inhalte oder Strömungen gebunden. Sie konnten sich vielmehr an unterschiedliche gesellschaftliche Situationen heften und diese mit sozialer Veränderungsenergie aufladen. Pop war ein Mobilisierungsgenerator, ein »Nachrichtenkanal« für die Jugend, deren Zeit gekommen war und die die Dinge anders machen wollte (Diederichsen 2014: 249). Dieses Narrativ endet, wenn die Jugend zur Avantgarde ihrer eigenen Abschaffung wird, wie in der Geschichte von Marlene und Harry nachzulesen. Pop zerfällt in den Neunzigern, geht wie Marlene entweder auf Rückzug, in die Avantgarde, oder wie bei Harry in den Mainstream.

Der Fabrikantensohn macht sich daran, die Seifenfirma gründlich umzumodeln und vertraut das neue Marketing-Konzept einem ehemaligen Punk an, der bei jeder Gelegenheit vom Konsum als der Metaphysik der Gegenwart schwafelt.



Zwar leuchtet Harry die Aussage ein, dass man heutzutage Lebensgefühle verkaufen müsse, letztlich entscheidet er, das Pop-Relikt, sich aber für die Agentur von Joe nur, weil dieser seine Firma nach einem Album von Frank Zappa »Joe's Garage« genannt hat. Marlene hingegen frickelt weiter an ihrer Body Music, bastelt sich Anzüge, die über Schwingung Töne erzeugen und so den Index, die Körperlichkeit des musikalischen Zeichens, in den Vordergrund stellen. Einig sind sich beide nur im Abgesang: »Pop hat gesiegt. Die Tempel sind erobert. Aber man hat sie nicht geschleift, sondern nur entkernt und zu Mehrzweckhallen umgebaut. Jetzt dienen sie als Arenen für einen Spießerpap, in dem Phrasen wieder nichts als Phrasen sind, Revolte zum Synonym für Anpassung geworden ist.« – »Ja«, sagte Harry, »genau so ist es gekommen.« (Niemann 2014: 121)

\*\*\*

Das Zugleich von Affirmation und Subversion als Dual des emphatischen Pop-Konzepts ist die symbolische Form, die auf das Massenoriginal vorverweist. Beide sind Ausdruck eines kulturellen Sich-Verhaltens zwischen Masse und Individuum in der Spannung zwischen Erfahrungsraum und Erwartungshorizont, sie sind jedoch unterschieden durch einen anderen Stand des historischen Prozesses. Mein Vorgehen im dritten, abschließenden Teil besteht nun darin, der Analyse der vergangenen Zukunft der Pop-Form vier Parameter zu entnehmen, um die neue Form kulturwissenschaftlich beschreibbar zu machen. Es sind dies die Aspekte Analogizität, Zukunft, Inkorporierung und Vermittlung.

143

Die ersten beiden Aspekte bringt der Pop-Theoretiker Simon Reynolds in einen engen Zusammenhang. Eine allgemeine Zukunftsmüdigkeit nach dem Ende der Geschichte als Ende des Systemgegensatzes habe auch die Popmusik erfasst, sie bringe nichts Innovatives und Originelles mehr hervor. »Retromania« lautet seine griffige Formel dafür, dass im Nuller-Jahrzehnt die Gegenwart durch die Vergangenheit verdrängt wurde, sei es durch endlose Reunions, durch Retro-Rock oder einfach durch den Griff ins digitale Archiv.

Den Punkt der Analogizität ergänzend, ihn aber auch schon zur Inkorporierung öffnend, lässt sich der enge physische Bezug zwischen Ding und Zeichen für Pop betonen (vgl. etwa Geer 2014: 4). Alles begann mit der Stimme, ihrer Körnigkeit, ihrer Unverwechselbarkeit, setzte sich fort über das Vinyl, das großformatige LP-Cover, das stilprägend war – Klamotten, Frisur – und endete bei den Kneipen, Clubs und Konzerten, bei denen man gewesen sein musste, um zu der so sehr verehrten Clique oder Bewegung zu gehören, was schon den vierten Punkt der Vermittlung streift.

Zunächst aber hieß Inkorporierung drittens, sich die Phänomene und Dinge wirklich einzuverleiben, sie zur zweiten Haut zu machen, sie im beschriebenen Sinne zugleich vollkommen zu affirmieren wie in der Ich-Werdung anders aufzuladen, zu subvertieren. Diesen Punkt kann man schön an zwei Arten verständlich machen, einen Turnschuh sein eigen zu nennen oder ihn sich zu eigen

zu machen. Zum einen erneut das Beispiel des Mass-Customization-Nike-Turnschuhs: Er ist mein Designer-Produkt, so der Marketing-Sprech, mein Massenunikat, ganz ohne Anstrengung, virtuell per Mausklick. Eine andere, eine Pop-Art, ein Massenprodukt zu einem Teil meines Lebens zu machen, zeigt hingegen eine Kampagne von Converse für den Chuck-Taylor-All-Star-Sneaker, den Evergreen unter den Pop-Kleidungsstücken. Auch hier steht »Made by you« darauf, aber das ist das Produkt nicht eines Mausklicks, sondern einer Inkorporierung, wenn der Schuh zum unverzichtbaren Teil meines Outfits wird, mit dem ich wiederum in einer Gruppe Akzeptanz finde. Natürlich ist eine solche Kampagne 2015 ziemlich retro, aber sie zeigt sehr schön den Unterschied in der Formlogik.

Den vierten Punkt schließlich, die Vermittlung zwischen Ich und Konsumkultur via Pop-Zugehörigkeit, hat »ex negativo« Dierich Diederichsen unnachahmlich auf den Begriff gebracht. Er diagnostiziert einen »Phantom-schmerz«, der aus »der Amputation des Verbindungsgliedes zwischen individueller kultureller Praxis einerseits und kollektiver kultureller Praxis andererseits« resultiere, »des Kappens einer Verbindung also, die sich im zwar stets prekären und defizitären, doch wie naturgegeben vorhandenen Medium der Pop-Musik vollzog.« (Diederichsen 2014: 438).

Der von Diederichsen angesprochene Kurzschluss von Ich und Masse ohne Vermittlung ist nun genau ein Charakteristikum der Form des Massenoriginals. Ja, mit Blick auf die anderen Punkte lässt sich zusammenfassen: Die Beschreibung »Digitale Gegenwart mit Facebook-Groups ohne Subkulturen und Körperprojektion statt Inkorporierung«, also die Summe der Gegenseiten von Pop-Parametern, ist eine in vielem treffende der Jetztzeit. So stellt sich heute die Globalisierung bei uns sozial dar, und das Massenoriginal könnte die symbolische Form sein, wie wir uns zu dieser Grundaufgabe unserer Zeit verhalten. Sie kombiniert zwei der wichtigsten Marker der westlichen Moderne, Massenkultur und Individualisierung, und versöhnt sie im Lichte techno-ökonomisch smarterer Produktion, vom Selfie bis zum Hörgerät aus dem 3D-Drucker. Von den Waren ist man auf diese Weise gar nicht mehr »soo« sehr entfremdet, andererseits ist die Subjektivität gar nicht mehr »soo« sehr originell und romantisch-expressiv: An der dafür vorgesehenen Stelle poste ich meinen Kommentar, das war's.

Das Massenoriginal ist Ausdruck der Haltung, die eigene, westliche Kultur in der digitalen Globalisierung post-antagonistisch, post-konsumistisch und post-evolutiv zu deuten. Post-antagonistisch, weil zentrale kulturelle Widersprüche nicht ausagiert, sondern zugelassen und auf anderer Ebene gelöst werden; post-konsumistisch, weil man grundsätzlich zwar im modernen Mega-Narrativ des Wachstums bleibt, aber als neue Masse smart, d.h. kundenindividuell, verbraucht; post-evolutiv, weil die »coincidentia oppositorum« keinen expliziten sozialen Fortschritt verheißt, sondern das stehende Jetzt im Gleichgewicht halten will.

Ich möchte diese These noch an zwei Punkten schärfen. Zum einen im Hinblick auf die Verbindung von Kultur und Technik. Sie lässt sich mit Ernst Jüngers (1981: 160) in dieser Hinsicht hochaktuellen Beschreibung aus »Der Arbeiter« als totale Mobilmachung fassen: Die neue Gestalt des Arbeiters, mit Kittsteiner/Cassirer würde man von »symbolischer Form« sprechen, prägt das Verhältnis zwischen Mensch und Arbeit als ein totales, das kein Außen mehr kennt, und Technik ist der Weg, wie sich diese Mobilisierung vollzieht. Mit dem Smartphone, in der digitalen, flexibel-integrierten Masse kann zu jeder Zeit und an jeder Stelle gearbeitet werden, vor allem auch am eigenen Selbst, es gibt keine Freizeit mehr: Ich kann ein Selfie von mir machen, Kontakte pflegen oder kreativ sein – z.B. eben als »Designer« einen Turnschuh gestalten. Konsum ist nicht mehr das Andere entfremdeter Arbeit, ich muss mich auch dabei noch anstrengen, so wie meine Kreativität nicht mehr rare, unberechenbare Ressource ist, sondern sozial geforderte Ingredienz der Formung des Ichs als Massenunikat.

Der andere Punkt betont mit Heinz Kittsteiners Modell die Sinngenerierung vor einem Erwartungshorizont: Zukunft als offen-evolutive Geschichte, die noch kommen wird, braucht die Idee der Freiheit, sonst ist sie Marionetten-theater. Vielleicht ist es daher die Zukunftsmüdigkeit oder gar Zukunftsangst des Westens, folgt man dem Politologen Dominique Moisi, die dazu führt, dass wir unsere große Freiheit im digital-globalen-Big-Data-Kapitalismus so leicht nehmen.

148

Wir füttern die sozialen Netzwerke mit Selfies – Massenunikate –, werden zu Google-Ichs – Massenunikate – und haben Freunde bei Facebook. Freund und Freiheit haben, darauf hat Byung Chul-Han (2009: 38) hingewiesen, im Indogermanischen die gleiche Wurzel: Freiheit heiße »bei Freunden sein«, sie ist eigentlich ein Beziehungsbegriff, der auf Nähe und Vertrautheit gründet. Sind wir »Freunde« hingegen nur individuell frei und eigentlich Konkurrenten im Nullsummen-Spiel um Reichtum und Karriere, dann pervertiert diese Art Freundschaft den Begriff der Freiheit. So besehen müsste man sagen: Auch Facebook-Freunde folgen der Form des Massenunikats, denn man kann 500 Millionen davon haben, die alle »ich« sagen. Aber wo sollte ich sie treffen, in welchem Raum der Geschichte? Pop wäre das wahrscheinlich nicht passiert.

Das letzte Wort, ein poetisches Wort soll daher abschließend dem Pop-Roman »Die Einzig« entnommen sein. Trotz aller Einsicht in die Hybris von Pop, sein Scheitern und die neue Normalität flexibel-integrierter Medienmassen hält Autor Norbert Niemann der Kunst, dem Index des Körpers, der Stimme und vor allem dem gelebten, geteilten, emphatischen und empathischen Leben die Treue. Er zelebriert literarisch die Jahre der künstlerischen oder persönlichen Suche, die zwischen Marlene und Harry auch Jahre der Missverständnisse, der gescheiterten Ehe und schließlich des harmonischen Zusammenlebens sind. Am Ende des Buches will Harry von Marlene wissen, warum sie bei ihm

geblieben ist. Darauf antwortet sie: »Weil du der Einzige bist«, sagte sie. Harry verstand nicht, was sie meinte. »Deshalb bin ich dageblieben. Das war es doch, was du wissen wolltest. Du bist der Einzige, der mich hören will und der es inzwischen manchmal vielleicht sogar kann.« (Niemann 2014: 301)

In einer pointierten semantischen Wendung wird die Liebe zur Musik, zu Pop, wird die Suche nach der eigenen künstlerischen Schaffenskraft zum Weg zu und mit einem Menschen erklärt, der einem dauerhaft Aufmerksamkeit schenkt für das, was man tut. Ihr Satz ist Liebeserklärung und interpretative Schlussvolte in einem, denn der Bandname »Die Einzigen« bekommt vor dem Hintergrund eines über die Jahrzehnte demontierten Pop-Anspruchs, »einzigartig« und bewusstseinsöffnend zu sein, den viel lebenspraktischeren Sinn, dass Menschen zusammen etwas probiert haben, sie musikalisch und im Austausch über sich und die Konsumwelt ein paar Schritte zusammen durchs Leben gegangen sind.

Vergleicht man dieses »Einzig-Sein« mit der »Einzigartigkeit«, die das Retro-Punk-Ich als kontextloses Marketing-Pop-Massenuikat auf dem Flyer zur Schau stellt, dann wird die Re-Codierung im Übergang von der einen symbolischen Form zur anderen symbolischen Form überdeutlich. Wo das Massenoriginal nicht gleichnah zu Gott, sondern zur Globalisierung ist, da war Pop als Gründung einer eigenen Gesellschaft mit eigener Moral, als Ich-Werdung im Austausch mit anderen, eine Sache von Leuten, die da waren, hier. ◆

## L I T E R A T U R

- DAVIS, STAN** (1994): Vorwort, zu: B. Joseph Pine: Massgeschneiderte Massenfertigung. Neue Dimensionen im Wettbewerb, Wien. • **DIEDERICHSEN, DIETRICH** (2014): Über Pop-Musik, Köln. • **GEER, NADJA** (2014): Pop, Pose und Postdemokratie, in: pop-zeitschrift.de, 21.01.2014 [http://www.pop-zeitschrift.de/2014/01/16/pop-pose-und-postdemokratie-von-nadja-geer16-1-2014/; 05.12.2015]. • **HAN, BYUNG-CHUL** (2009): Duft der Zeit, Bielefeld. • **JÜNGER, ERNST** (1981): Der Arbeiter, in: ders.: Sämtliche Werke, Band 8, Stuttgart. • **KITTSTEINER, HEINZ DIETER** (2006): Wir werden gelebt. Formprobleme der Moderne, Hamburg. • **MAKROPOULOS, MICHAEL** (2008): Theorie der Massenkultur, München. • **NIEMANN, NORBERT** (2014): Die Einzigen. Roman, Berlin.