

CYRUS - DEBATTEN

Nadja Geer



Der ehemalige Disney-Kinderstar Miley Cyrus hat in den letzten Monaten hart daran gearbeitet, den Trash-Faktor in der Popmusik zu erhöhen. Kitsch und Porno wurden nach Hausfrauenart verwurstet und ans Business verfüttert. Was für die Stars und die Fans erst einmal nur das ist, ist für die Popkritik ein Problem. Ein auf Facebook ausgetragener Disput zwischen Tobias Rapp und Julian Weber zeigt warum. Ende letzten Jahres stritten sich der Pop-Redakteur des »Spiegel« und derjenige der »taz« dort über einen von einem Praktikanten geschriebenen und in der »taz« erschienenen Artikel zu Miley Cyrus. Auslöser war ein in Richtung Softporno gehendes Video der skandalträchtigen jungen Popsängerin, das zu einem der meist angeklickten Musikvideos des Jahres 2013 wurde. Die Unterüberschrift des Artikels lautete: »Miley Cyrus' Videoclip ›Wrecking Ball‹ wurde 371 Millionen Mal im Netz angeklickt. Leider.«

63

Das, so schrieb der Spiegel-Redakteur, sei eine »Haltung«, die »die alte Verachtung der Hochkultur-Adepten für die Abgründe des Populären« ausdrücke. Der »taz«-Redakteur zeigte sich empört über den Vorwurf. Nachdem sich die halbe Pop-Journaille in die Diskussion eingeschaltet hatte, fühlte sich Weber öffentlich »gegangbangt«, eine sehr viel heftigere Reaktion als die des eigentlichen Autors, der auf seiner Facebook-Seite eher gelassen bekannt gab, das sei dann wohl der erste Shitstorm, der über ihn hinwegfegen würde.

Was macht nun aus einem halböffentlichen Streit zwischen zwei Redakteuren ein Phänomen, das es wert wäre, einer genaueren Analyse unterzogen zu werden? Nicht unbedingt das Video von Miley Cyrus. Das zeigt eine attraktive,

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. »Pop. Kultur und Kritik« 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.

untalentierte junge Popkünstlerin, die, wenn sie nicht gerade eine Abrissbirne reitet, einen Vorschlaghammer leckt – Porno-Posen der Provokation. Mit viel gutem Willen kann man darin eine zeitgemäße Extremvariante einer Form von Sexyness erkennen, die mit Marilyn Monroes Zweckentfremdung einer U-Bahn-Brise begann. Aus der Brise ist eine Birne geworden. Mit weniger gutem Willen würde man sagen: Generation Porno verkauft Poprock mit Sex.

Weder als Re-Modeling noch als Original ist diese sexualisierte Geste sophisticated oder witzig, ganz im Gegenteil, sie wirkt ungewöhnlich öde, was bei einigen Popkritikern – auch bei mir, zugegebenermaßen – den Reflex ausgelöst hat, sich darüber zu mokieren. Eine kulturpessimistische Annäherung, die der Titel des »taz«-Artikels, »Eine andere Erotik ist möglich«, nahelegt, wirkt dennoch überdimensioniert, wie das sprichwörtliche Mit-Kanonen-auf-Spatzen-Schießen. Und außerdem: Ist eine andere Erotik nicht immer möglich? Sei's drum: Tageszeitungen arbeiten unter Zeitdruck, hier soll es nicht um den Artikel gehen, sondern um die Reaktionen, die der Artikel ausgelöst hat – und die Rückschlüsse, die diese Reaktionen auf den popmusikalischen Diskurs zulassen.

Das Beachtliche an dem Facebook-Schlagabtausch waren also weniger die Empfindsamkeiten der Popjournalisten – schon Georg Christoph Lichtenberg als Begründer der Kollegenschelte wusste, dass jeder Fehler unglaublich dumm erscheint, wenn andere ihn begehen –, sondern die Tatsache, dass hier offensichtlich eine zeitgemäße Variante des Debattenfeuilletons praktiziert wurde. Kurz und knapp tauchten relevante Fragen und Problematiken auf, die den Popdiskurs in Deutschland mitbestimmen in dem alten Kampf zwischen den Pop-Snobs und den Freunden des sogenannten ›Proll-Pop‹. Muss man Cyrus gut finden (aus kulturpolitischen Gründen versteht sich) oder darf man sie im Gegenteil sogar ›verachten‹? Ist »Hochkulturadept« ein Schimpfwort, wie die tiefe Ge-kränktheit von Julian Weber vermuten lässt, und wimmelt es in der »taz« neuerdings von Hochkultur-Adepten? Ist es ein Symptom der grassierenden Verbürgerlichung der »taz«, wenn sie Cyrus als »0815«-Produkt der Kulturindustrie sieht? Und ist man ein »Affirmationsapostel«, wenn man grundsätzlich und dogmatisch die Abgründe des Populären gut findet, auch wenn es sich bei dieser Haltung letztendlich nur um eine Form von Wichtigtuerei handelt?

Nun, all diese Fragen sind relevant, und man würde sich wünschen, dass sie lang und breit im Feuilleton diskutiert und debattiert werden. Da die knappen Seitenzahlen dort es aber offensichtlich nicht mehr zulassen, fand die Debatte eben auf Facebook statt. Kulturpolitisch relevante Thesen wurden als persönliche Statements in den Raum gestellt, und ob die Kommunikation funktionierte oder nicht, blieb dem Medium überlassen. Dadurch brachte der Diskurs theaterhafte Effekte hervor: Der Name vor jedem Statement und die Kürze desselben ließ das Ganze wie ein Dramolett erscheinen, nur eben nicht mehr ›Claus Peymann kauft sich eine Hose und geht mit Bernhard essen‹, sondern ›Tobias Rapp echauffiert sich und geht mit Facebook einen trinken‹.

Heraus kam bei diesem medialen Privatgelage: »Pop-Interessantismus« sei etwas, das »noch hinter den regressivsten Phänomenen zwanghaft hyperkomplexe konzeptuelle Überlegungen auszumachen versucht«. Er ist, so ließe sich weiterdenken, ein der Kulturindustriethese diametral entgegenstehendes, aus dem PR-Bereich übernommenes popkulturjournalistisches Strategem. Die »Gefahren«, von denen geraunt wurde, lägen also darin, Pop extrinsisch zu beurteilen und die eigene kritische Position damit – analog zu Cyrus' Pop-Rezept – an den Allesfresser Aufmerksamkeitsökonomie zu verfüttern.

Die grundsätzliche Frage bleibt die nach dem Medium und nach der Form. Facebook ist vielleicht nur ein halböffentlicher Raum, kann aber von jedem eingesehen werden. Dennoch hat das auf den Umgang miteinander wenig Einfluss. Während man früher dicke Bücher schrieb oder zumindest differenzierte Artikel, um ein Argument zu widerlegen, postet man heute Online-Artikel oder, noch knapper, auf Facebook: »Was für ein dummer Text«.

Cyrus' Strategie allerdings ist nicht dumm, denn es liegt auf der Hand, dass sie – die auch bei den MTV Video Music Awards durch Geschmacklosigkeiten auf

sich aufmerksam machte – einfach die Krassheit als Verkaufsrezept entdeckt hat. Wobei sie sich natürlich ihre PR-Coups kaum alleine ausdenken wird. Muss deshalb die »Factory« hinter Cyrus erforscht werden, wie ein weiterer Popjournalist fordert?

Wohl kaum. Nein, man muss die »Gurlitt-Rechercheure« nicht »eben alle mal abziehen und nach LA schicken«, bevor man eine Popkritik über ein Video schreiben darf, in dem eine nackte junge Frau lasziv an einem Hammer leckt. Genauso unnötig ist es, sich zur eigenen Distinktion noch einmal gegen kulturkritische (Vor-)Urteile zu wenden. Schließlich ist das seit jeher das Vorrecht des Popjournalismus und neu höchstens für den »Spiegel«. Tiefenhermeneutische Auslegungen, wie sie Tobias Rapp mit seinen »Abgründen des Populären« nahelegt, sind bekanntlich ebenso anti-Pop wie die Kulturindustrie-These. Es gibt also gar keinen Grund, aus diesem Pseudo-Gegensatz einen derartigen Wirbel auf Facebook zu initiieren – es sei denn, man betreibt das Ganze als *l'art pour l'art*.

66

Nimmt man es als solches wahr, dann lassen sich sowohl inhaltlich als auch formal aus diesem Facebook-Dramolett Schlüsse ziehen: Die Inszenierung verleiht der Debatte einen aggressiveren, aber auch unterhaltsameren Appeal. Der Diskurs kommt als mediales Spektakel zu sich selbst, die »Jungsumkleidenstimmung«, die Christian Werthschulte feststellt (bei der allerdings auch zwei Mädchen mitmachten), zeigt den Spaß, den viele am Popdiskurs haben: »Willste Kämpfchen?« haben wir uns als Kinder erst höflich gefragt und dann losgebolzt. Fein ist das nicht. Andererseits kann die Rückkehr des Agonalen in den Popdiskurs als Symptom dafür angesehen werden, dass der Popdiskurs lebt. Er ist gesund und munter, auch wenn er sich wohl von der Belletage des Mainstream-Feuilletons wieder zurück in den Underground, und zwar in den abseitigen Raum von Facebook, bewegt.

»Schnell und vergänglich« hieß in der frühen »Spex« eine Rubrik, und auf Facebook ist der Popdiskurs – nicht die Pop-Phänomene, sondern der Diskurs! – noch schneller und vergänglicher, als man sich das in den 1980er Jahren hätte vorstellen können. Er wird mit einer Vehemenz und »Drastik« – ja, auch dieser Begriff kommt vor – geführt, die man sich in den Nullerjahren, als die Popjournalisten Demut einforderten, nicht hätte vorstellen können. Fast scheint es so, als würde sich der Diskurs dem Trash der Popkultur des 21. Jahrhunderts zuneigen. In ihm tritt das in Erscheinung, über das eigentlich geschrieben werden müsste: die Verrohung der Sitten als traditionelle *conditio sine qua non* des Pop. Heutzutage findet die Debatte auf dem Bolzplatz und nicht in der Bibliothek statt – inwiefern dieses neuartige »punkige« Element dem Popdiskurs zuträglich ist oder ein Zeichen seiner andauernden Krise, mag jeder für sich entscheiden. ♦