
Claudius Seidl

Ein paar Thesen zur Kultur der Zukunft



Claudius Seidl, geb. 1959 in Würzburg, Studium u. a. in München, war zunächst freiberuflich als Filmkritiker tätig, dann Redakteur beim „Spiegel“ und ist seit 1996 Kulturredakteur bei der „Süddeutsche Zeitung“. Bücher über das deutsche Kino der fünfziger Jahre, über Billy Wilder, Uschi Obermaier und das Erwachsensein.

Artenschutz

Wie alles, was lebt, braucht auch die Kultur ihre Biotope, und wie alles Leben ist auch das kulturelle Leben gefährdet: Seit Jahrzehnten geben Studien, Statistiken, Listen Aufschluss darüber, wie viele biologische Arten jährlich aussterben – und womöglich wird es demnächst auch gesicherte Informationen darüber geben, welche kulturellen Biotope wieder ausgetrocknet worden sind. Eine ökologische Sicht auf die Vielfalt der Kulturen jedenfalls gäbe Anlass zu Alarm. Wie die Blattschneiderameisen in den Wäldern, so breitet sich die amerikanische Populärkultur über den ganzen Planeten aus, dringt noch in die verborgensten Winkel ein und wird wohl, auf gar nicht allzu lange Sicht, die letzten Biotope asiatischen und afrikanischen Kulturlebens, ja selbst die kulturellen Eigenarten Europas, verdrängen, ausrotten, zumindest in die Museen verbannen.

Wenn die Kofferradios im Nahen Osten die Hits aus den amerikanischen Charts spielen, wenn die Fernseher Asiens auf MTV eingestellt sind und die Kino-Hitparade Brasiliens sich von jener Finnlands nur noch in winzigen Nuancen unterscheidet – hier steht der amerikanische Thriller ganz oben, dort das amerikanische Melodram: dann muss man sich nicht bloß Sorgen machen ums Überleben der arabischen Musik oder die brasilianische Filmkultur; dann droht eine Monokultur, deren Konsequenzen womöglich noch schädlicher wären als die der biologischen Monokulturen.

Vor einigen Jahren, als auf einem Berliner Symposium mal wieder über Sinn und Zweck einer auswärtigen Kulturpolitik, über Gegenwart und Zukunft also beispielsweise der Goethe-Institute debattiert wurde, kam das Gespräch auch auf die kulturellen Ressourcen der so genannten Dritten Welt, welche man unbedingt nutzen müsse: Wenn beispielsweise die Wissenschaftler des Westens in einer mathematischen oder philosophischen Frage nicht

weiterkämen, dann sollten sie unbedingt in Indien oder Afrika nach jemandem suchen, der in ganz anderen Kategorien denke als sie und dem dann womöglich eine ganz unkonventionelle Lösung einfallen würde. Auch das ist eine typisch westliche Sicht: nicht nur biologisch, auch kulturell verfügen die Tropen über eine ungeheure Artenvielfalt. Und der Westen will sie ausbeuten.

Allerdings unterscheidet sich die amerikanisierte Populärkultur von den Blattschneiderameisen oder auch den Straßenbaumaschinen, welche die Biotope der Tiere und Pflanzen gefährden, unter anderem auch dadurch, dass die Bewohner der kulturellen Biotope an deren Erhaltung gar nicht unbedingt interessiert sind. Den Zusammenhang zwischen den Bedürfnissen der Menschen und den kulturellen Folgen hat der Kunsthistoriker Beat Wyss optimistisch so beschrieben: „ Man kann nicht einen Kühlschrank für die Küche und den Tschador für die Frau wollen. Marx leicht abgewandelt: Ein Kühlschrank hat auch seine ethischen Mucken. Wer ihn anschließt, zapft unvermerkt die Rationalität der Aufklärung an. Im Gebrauch des Tiefkühlfachs liegt ein Stück Befreiung der Frau von der Küche. Wer sich also eindeckt mit der materiellen Kultur des Westens, muss auch das Kleingedruckte beachten: ‚Life, liberty and the pursuit of happiness . . .‘“¹ Da hat Wyss natürlich, einerseits, recht; und andererseits besteht womöglich zu übertriebenem Optimismus trotzdem kein Anlass. Mit Kühlschrank und Tiefkühlfach verschwinden auch die jahrhundertalten Rezepte zur Konservierung und Zubereitung typischer Speisen; die Zeit, welche die Frau jetzt gewonnen hat, wird sie vermutlich dazu nutzen, sich dem westlichen Arbeitsrhythmus zu unterwerfen – und wenn das Leben der Menschen sich so radikal ändert, dann verschwindet wohl auf Dauer auch die Grundlage für den religiösen und kulturellen Überbau einer solchen Gesellschaft.

Der Widerstand gegen diese Entwicklung äußert sich beispielsweise darin, dass Frankreich bestimmte Quoten für einheimische Popmusik im Radio einführte; er äußert sich, weitaus aggressiver, im islamischen Fundamentalismus – aber gleichgültig wie heftig die Skepsis, die Ablehnung, ja der Hass gegen die, meist englischsprachige und irgendwie als amerikanische identifizierte Populärkultur sein mag: auch der Widerstand ist Teil des Systems, gegen welches er sich wendet. Denn die populäre Kultur des Westens unterscheidet sich ja von der Kultur der Kolonialzeit vor allem dadurch, dass sie nicht auf einer Ideologie basiert, welche, gegen deren Willen, dem Rest der Welt aufgezwungen werden soll; die Grundlage der gegenwärtigen (und erst recht der künftigen) populären Kultur, das sind die Verfügbarkeit von Strom und Unterhaltungselektronik, es sind Produktions- und Distributionsformen, welche dafür sorgen, dass Bilder, Töne und Schriften noch im hintersten Winkel der abgelegensten Gegend abgerufen werden können. Es sind also die Mittel, mit welchen iranische Mullahs genau so arbeiten wie die Filmindustrie aus Hollywood.

Wer aber die letzten Reservate einer vom Westen noch unzerstörten Kultur abschotten wollte, wer Artenschutz forderte für tibetanische Gebetsmühlenschreiner, haitianische Voodoo-Zauberer, deutsche Klavierlehrer oder zentralafrikanische Klapperschlangenköche: der hätte ohnehin das falsche Verständnis von Kultur. Ganz egal, ob man Kultur ganz eng als die Summe künstlerischer Produktion und Rezeption nimmt oder ob man darunter die Gesamtheit aller Lebensäußerungen versteht: Kultur ist nichts Statisches; sie zu erhalten, bedeutete, sie zu töten. Kultur ist nichts, wenn sie sich nicht verändert – und dass diese Veränderungen nicht eine Richtung haben, vom Westen in die hintersten Winkel der Welt, das liegt in der Natur der Sache.

¹ Beat Wyss, Die Welt als T-Shirt, Köln 1997.

Längst hat sich Hollywood verwandelt, von der Zentrale der Filmindustrie in eine Metapher für Filme, welche mit Geld aus Europa, Asien oder Südamerika von australischen, chinesischen, deutschen Regisseuren gedreht werden – für ein Publikum, dessen Bedürfnisse man auch nicht ungestraft ignorieren darf. Die wenigsten dieser Filme sind amerikanisch in dem Sinne, dass sie sich den protestantisch-angelsächsischen Werten verpflichtet fühlten und diese dem Rest der Welt aufzudrängen versuchten. Mit den Regisseuren aus Hongkong sind auch deren kulturelle Traditionen nach Hollywood gekommen, mit den Stars aus Südamerika und Europa kommt auch deren kultureller Hintergrund in die Filme hinein – und die Dialektik von Repräsentation und Demonstration, die doppelte Natur des Kinos als (wie auch immer verzerrter) Spiegel der Wirklichkeit und als Wunsch- und Lustmaschine zugleich wird wohl demnächst dafür sorgen, dass selbst die Bewohner des Nahen Ostens, die bislang vor allem als Bösewichter taugten, ein wenig fairer behandelt werden.

Es ist eben nicht so, dass die populäre Kultur des Westens mit allen anderen Kulturen so umginge wie einst der weiße Mann mit den Indianern: Wohin die Popkultur (wie die Amerikaner all das nennen, was nicht klassisch europäisches Erbe ist) sich auch ausbreitet – was sie dort vorfindet, vernichtet sie jedenfalls nicht; sie saugt es auf, sie verliebt es sich ein, und dann wird es überprüft auf seine Brauchbarkeit unter den Bedingungen einer Welt, in der es eben Kühlschränke und Massenmedien gibt. So speist sich jener Pop, der in Indien den traditionellen Sitarspieler übertönt, womöglich auch aus brasilianischem Samba, jamaikanischem Reggae oder den Technobeats Frankfurter Garagen-Pop-Produzenten.

Als im vergangenen Sommer ein Bewohner Münchens, dunkelhäutiger Sohn eines afrikanischen Vaters, mit der aktualisierten Version eines kubanischen Songs von Perez Prado, mit „Mambo Number Five“, die Charts in den USA stürmte, konnte man sehen oder hören, welche verschlungenen Wege die Popkultur geht. Einer der Hits im Frühsommer 2000 übrigens ist die brasilianische Version eines Soul-Songs von Stevie Wonder, gespielt von einer japanisch-französischen Band, gesungen von einer brasilianischen Sängerin.

Womöglich geht trotzdem einiges an Vielfalt verloren, wenn wirklich alle Weltgegenden abgeschlossen sind an die globale Popkultur; wenn, was an kultureller Produktion aus Afghanistan oder Ecuador kommt, sich auf dem Weltmarkt bewähren muss; wenn es eben, statt brasilianischer Musik einerseits und amerikanischer andererseits, nur noch eine Weltpopmusik mit brasilianischen Einflüssen gibt; statt einer französischen und einer deutschen Kinematographie nur noch ein Weltkino, in welchem auch deutsche und französische Elemente aufgehoben sind. Aber in dem Maße, in dem die Populärkultur zur Vereinheitlichung tendiert, arbeitet sie auch ihren eigenen Interessen entgegen; sie wird anfangen, das Publikum zu langweilen, die Umsätze werden sinken – und dann muss ganz schnell ein neuer Stil, eine neue Mode her; dann herrscht ein Innovationsdruck, der rasch für neue Vielfalt sorgt. Das Karussell der Moden und Stile dreht sich also immer schneller – und so wird es kommen, dass die globalisierte Popkultur die Vielfalt vom Raum in die Zeit übersetzt: Man muss nicht mehr zehntausend Kilometer reisen, um eine neue kulturelle Erfahrung zu machen. Man muss nur ein Jahr warten.

Bewusstseinsgroßindustrie

Bevor die Metapher vom Großen Bruder durch eine holländische Produktionsfirma und einen deutschen Kleinfernsehsender ruiniert wurde, musste man sich diese Gestalt wie eine Mischung aus Bill Gates, Jeff Bezos und Thomas Middelhoff vorstellen: Da sitzt also, in einem

großen Büro, der Chef eines multinationalen Unternehmens und strebt nach immer größerer Kontrolle über die Gedanken, die Wünsche und Träume des Publikums. Von der Computersoftware über Film- und Schallplattenfirmen bis hin zu Buch- und Zeitungsverlagen: Immer gigantischere Agglomerationen von kultureller Macht sind entstanden und werden weiter wachsen – und der Leser, Zuschauer oder User merkt gar nicht, dass der Vielfalt der Produkte leider nicht eine Vielfalt der Produzenten entspricht. Ein Konzern, der einen Nachrichtensender betreibt, Zeitungen herausgibt und die Kontrolle über ein großes Filmstudio besitzt, so ein Konzern beeinflusst ja nicht nur das Freizeitverhalten des Publikums. Er kontrolliert vielmehr jene Medien, welche dem Publikum als Normalitäts- und Wirklichkeitsmaßstab dienen – er hat die Definitionsmacht darüber, was überhaupt die relevante Wirklichkeit ist. Und der Umstand, dass der Konzern diese Macht noch mit ein paar anderen Konzernen teilen muss, ist allenfalls ein schwacher Trost: Es sind jedenfalls Konzerne, die diese Macht haben, und folglich ist es eine Wirklichkeit nach ihren Bedingungen, welche sie in ihren Medien definieren, eine Konzernwirklichkeit.

Was nicht stimmt an dieser Wirklichkeit, das kann man, beispielsweise, sehen, wenn man einen Text von Friedrich Nietzsche oder Thomas Bernhard dem Thesaurus des Microsoft-Programms Word aussetzt: Die Wörter, welche das Programm nicht erkennt, zeigen eben auch an, wie eng die Wirklichkeit dieses Konzerns ist; man kann es sehen an der Verlagspolitik, welche der Holtzbrink-Konzern mit seinen Häusern Rowohlt und S.Fischer betreibt, denen fortan jedes verlegerische Risiko untersagt sein soll; und man spürt es dort, wo so ein Konzern, sagen wir: Disney, an seinem Gesamtkunstwerk arbeitet und dann seine Vergnügungsparks als Idealstädte inszeniert, als Weltentwürfe, denen alle Brüche, jeder Widerspruch und jede Dissidenz völlig ausgetrieben wurden.

Aber noch der mächtigste aller Bewusstseins-Konzerne kann keine Rechnung ohne das Publikum machen – und das Publikum hat andere Interessen; und die Konzerne bringen, je größer sie werden, umso effektiver ihre eigenen Widersprüche hervor. Dass es keine kalkulierten Bestseller auf dem Buchmarkt gibt, ist das Problem des Holtzbrink-Konzerns (das der allerdings noch immer für die Lösung hält). Dass die byzantinistischen Strukturen der großen Filmstudios zwar zu riesigen Budgets, aber nicht so oft zu riesigen Gewinnen führen, während kleinere Filme unabhängiger Produzenten oft märchenhafte Renditen bringen: diese Erfahrung macht Hollywood fast in jeder Saison. Und so, wie winzige Firmen, Apple beispielsweise oder Microsoft, in den frühen Achtzigern den Giganten IBM erfolgreich herausforderten, so wird längst Microsoft, das die Nachfolge von IBM angetreten hat, von kleinen Firmen erfolgreich herausgefordert – ob der Konzern nach dem endgültigen Gerichtsurteil zerschlagen wird, spielt dabei gar keine so große Rolle.

Was die Macht der Konzerne am heftigsten bedroht, das sind deren eigene Produkte: Die großen Elektronikfirmen, Sony beispielsweise, sind einerseits an der Produktion von Filmen und Schallplatten beteiligt; und andererseits stellen sie die billigen elektronischen Kameras her, ohne die etwa das „Blair Witch Project“, der erfolgreichste unabhängige Film der letzten Jahre, nicht hätte entstehen können. Sie produzieren Sampling-Maschinen und schaffen so erst die Basis, auf welcher dann die Kids in Frankfurt oder Detroit jene Techno-Stücke ganz billig produzieren können, welche oft erfolgreicher als die Platten aus den großen Firmen sind. Und wo heute noch gigantischer Aufwand betrieben werden muss, um einen Film wie „Toy Story“ komplett am Computer zu generieren - da ist doch auch schon abzusehen, dass diese Produktionsmittel, dank der Konkurrenz unter den Computerfirmen, bald so billig sein werden, dass am Ende ein paar Amateure in ihren Garagen die erfolgreichereren vollcomputerisierten Filme herstellen werden.

Die neue Technologie MP3 ist ein schönes Beispiel dafür, wie das System seine eigenen Widersprüche hervorbringt: Dieses Verfahren zur Übertragung von Musik via Internet funktioniert nur deshalb, weil die Computer und Modems immer leistungsfähiger geworden sind. Den großen Schallplattenlabels allerdings drohen dadurch enorme Verluste, wogegen sie kein Mittel wissen. Auch den Bands drohen Verluste, weil sie keine Tantiemen für ihre Stück kassieren – für die Bands allerdings gibt es ein Mittel, sich zu wehren; sie müssen nur von den Bands aus Afrika lernen. Dort nämlich werden weitaus mehr Raubkopien als reguläre Platten und Kassetten verkauft, und die Bands, wenn sie trotzdem etwas verdienen wollen, müssen eben viel häufiger live und vor Publikum spielen – ein Zwang, der eine sehr lebendige Musikszene geschaffen hat. Eine schöne Zukunftsaussicht auch fürs Publikum in Europa und den USA. Die modernste Technik revitalisiert eine eigentlich schon für überholt gehaltene Kunst.

Wir sind der Cyberspace

In den frühen achtziger Jahren hatte der Schriftsteller William Gibson, der nach eigenem Bekunden von Computern nicht allzu viel versteht, eine Vision von der Zukunft, nach welcher sich die Zukunft seither weitgehend gerichtet hat. Gibson entwarf eine Welt im Inneren der Computer, eine künstliche Welt, die man nur betreten konnte mit einem Chip im eigenen Hirn. Gibson nannte diese Welt den Cyberspace – und erst als dann in den neunziger Jahren das Internet populär wurde, machten sich viele auf, ihm dorthin zu folgen.

In den mittleren neunziger Jahren drehte Robert Longo, der sich bis dahin ausschließlich der bildenden Kunst gewidmet hatte, seinen ersten Spielfilm; und dieses Werk, es hieß „Johnny Mnemonic“ und war Sciencefiction, versuchte sich ein Bild von jenem Cyberspace zu machen. Es war nicht der einzige Film, der diesen Versuch unternahm, es war wohl noch nicht einmal der originellste. Longo, wie viele andere, stellte sich den Cyberspace eben auch als wahrnehmbaren Raum vor, der durchzuckt wurde von den wandernden Informationen, den Bildern, den Bits und was da sonst noch alles dazugehört. Aber Longo betrachtete, hartnäckiger als andere, den Cyberspace als einen Raum, in dem nichts wirklich und alles möglich war: der Traum der Künstler und zugleich ihr schlimmster Albtraum – die totale Verschmelzung von Leben und Kunst. Der Cyberspace, wie Longo ihn entwarf, das war die Innenseite der Pop-Art, der Tanz der Zeichen, die Musik des Zufalls; nur war leider das Leben abhanden gekommen, von welchem sich die Kunst unterscheiden, gegen welches es ihren eigenen Anspruch durchsetzen könnte.

Das ist jetzt schon fünf Jahre her – eine halbe Ewigkeit im Zeitmaß der Computer-moderne; und heute sieht es so aus, als müssten nicht wir uns in den Cyberspace hineinbewegen, sondern der Cyberspace kommt zu uns. Das liegt nicht nur daran, wie der vernetzte Mensch mit Mobiltelefon und E-mail den realen Raum immer mehr ins Reich der Irrelevanz verweist und selber eher zur Schnittstelle zwischen dem großen Kommunikationsnetz und den letzten Resten von physischer Realität wird als zu einem vollwertigen Bewohner der Wirklichkeit. Es liegt vor allem daran, dass jene Fiktionen und Konstruktionen, die Gibson oder Longo noch im Cyberspace vermutet hatten, längst in jener Welt angekommen sind, welche man durch eine Tür und nicht etwa mithilfe eines Chips oder Modems betritt. Es sind die kleinen Dinge, welche von großen Veränderungen zeugen: die allgegenwärtigen Überwachungskameras, die in einen Film verwandeln, was doch angeblich wirklich passiert; das satellitengestützte Navigationssystem für Autos, welches die Straße, über die man wirklich fährt, nur

noch als die unzulängliche optische Darstellung eines Computerspiels erscheinen lässt; es sind all jene Ereignisse und Inszenierungen, die in jenen semiotischen Zirkel geraten sind, welcher dazu führt, dass Kameras und Mikrofone dazu da sind, die Wirklichkeit eines Geschehens zu beglaubigen, welches doch nur wegen der Gegenwart dieser Kameras und Mikrofone sich so und nicht anders ereignet.

Der Cyberspace, das wird die Zukunft zeigen, liegt nicht jenseits, sondern diesseits der Computermonitore – und wenngleich längst nicht alle Folgen dieser Zukunft schon abzusehen sind, lässt sich eines doch mit ziemlicher Gewissheit sagen: Wenn alles künstlich ist – wer braucht da noch die Kunst?