

Birgit Menzel, Ulrich Schmid

## Der Osten im Westen

### Importe der Populärkultur

Zahlreiche Produkte der westlichen Populärkultur sind aus Osteuropa importiert. Dies wird oft übersehen, bestimmt doch die bereits von der Kritischen Theorie angestimmte Klage über die „McDonaldisierung“ der europäischen Kultur bis heute die Debatte. Wertfreie Einzelstudien beschränken sich bei der Analyse der Populärkultur hingegen in der Regel auf einen bestimmten nationalen Kontext. Verfolgt man aber die Importwege prominenter Erscheinungen in der westlichen Populärkultur, so zeigt sich, daß osteuropäische Traditionen und Prägungen auf ganz unterschiedliche Weise präsent sind: Sie können sich unter einer sorgfältigen Camouflage verbergen, durch kulturelle Transformation an den Publikumsgeschmack angepaßt werden oder auch als plakative Exotik auftreten.

Die Populärkultur ist erst seit der Nachkriegszeit auf prominente Weise in den Gesichtskreis der Geisteswissenschaften getreten.<sup>1</sup> Vorher war sie allenfalls als problematische Folie präsent, vor deren Hintergrund sich die Konturen der anspruchsvollen „Minderheitskultur“ um so deutlicher abzeichneten.<sup>2</sup> Noch die *New School of Social Research*, an der die aus Deutschland emigrierten Vertreter der *Kritischen Theorie* wirkten, hatte ein stark politisiertes Bild der Populärkultur. In den 1960er Jahren wurden die ersten Institutionen ins Leben gerufen, die sich von einem nicht-normativen Standpunkt der Erforschung der Populärkultur widmeten. Wichtige Signale gingen von der Einrichtung des *Centre for Contemporary Cultural Studies* in Birmingham 1964 und der Gründung des *Journal of Popular Culture* an der Bowling

---

**Birgit Menzel** (1953), Prof. Dr., Professorin am Fachbereich für Angewandte Sprach- und Kulturwissenschaft der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz in Germersheim  
Von Birgit Menzel erschien in OSTEUROPA: Blick durch ein deutsches Teleskop. Russische Literaturkritik im Wandel, in: OSTEUROPA, 9–10/2003, S. 1295–1306.

**Ulrich Schmid** (1965), Prof. Dr., Professor für Kultur und Gesellschaft Rußlands, St. Gallen  
Von Ulrich Schmid erschienen in OSTEUROPA: Eine glückliche Familie. Die Giertychs und ihre Ideologie, in: OSTEUROPA, 11–12/2006, S. 69–80. – Naši – Die Putin-Jugend. Sowjet-tradition und politische Konzeptkunst, in: OSTEUROPA, 5/2006, S. 5–18.

<sup>1</sup> Winfried Fluck (Hg.): Populäre Kultur, Stuttgart 1979. – John Docker: Postmodernism and Popular Culture. A Cultural History. Cambridge, Melbourne 1994. – Dominic Strinati: Introduction to theories of popular culture. London 2004. – Roger Bromley, Ulf Göttlich, Christa Winter (Eds.): Cultural Studies. Lüneburg 1999. Auch Selbstbeschreibungen außerhalb des akademischen Betriebs sind erwähnenswert, weil sie eine Innenansicht der Populärkultur geben; vgl. Tom Holert, Mark Terkessidis (Hg.): Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft. Berlin, Amsterdam 1996.

<sup>2</sup> Frank Raymond Leavis: Mass Civilization and Minority Culture. Cambridge 1930.

Green State University (Ohio) 1967 aus. Seither hat die akademische Aufmerksamkeit für die Populärkultur stetig zugenommen; die Populärkultur gehört heute zum innersten Kreis der kulturwissenschaftlichen Forschungsobjekte. Diese erstaunliche Karriere hat im vergangenen Jahrzehnt ihre institutionelle Krönung in der Publikation von speziellen Handbüchern und wissenschaftlichen Serien zur Populärkultur erhalten.<sup>3</sup>

Allerdings gibt es bis heute keinen anerkannten wissenschaftlichen Konsens über die Definition der Populärkultur. Dies hat nicht zuletzt mit nationalen Besonderheiten zu tun: In den USA hatte die Populärkultur vor allem unter dem Einfluß Hollywoods im 20. Jahrhundert schon immer eine starke Stellung und wurde deshalb auch von den universitären Institutionen wahr- und ernstgenommen, während sich die Bildungseliten in Deutschland oder Frankreich bis in die 1980er Jahre von den Produkten der Unterhaltungsindustrie abgrenzten.

Im akademischen Betrieb der kommunistischen Länder Osteuropas war die Populärkultur ein heikles Thema. Aus sowjetischer Sicht stellt die „Massenkultur“ ein kapitalistisches Phänomen dar und übernimmt in der bürgerlichen Gesellschaft eine ähnliche Funktion wie die Religion: Sie lullt die ausgebeuteten Massen ein, „verschleiert den gesellschaftlichen Antagonismus“ und verhindert die Entstehung eines revolutionären Bewußtseins. Allerdings läßt sich in der marxistisch-leninistischen Theoriebildung ein Widerspruch feststellen: „massovost“ ist grundsätzlich ein positiv konnotierter Begriff, der Breitenwirkung und Verständlichkeit impliziert und auf dem romantischen Postulat der „narodnost“ (Volkstümlichkeit) aufbaut;<sup>4</sup> „massovaja kul'tura“ hingegen wird gegenüber einer anzustrebenden sozialistischen Kultur abgewertet. Im Zusatzband zur *Kratkaja Literaturnaja Ėnciklopedija* findet sich unter dem entsprechenden Lemma ein scharfer Ausfall gegen die Massenkultur: Sie diene der Manipulation des Publikums und stehe in diametralem Gegensatz zur Tradition des kritischen Realismus.<sup>5</sup> Konsequenterweise war die sowjetische Kultursoziologie gegenüber westlichen Rehabilitierungsversuchen der Populärkultur durchaus skeptisch eingestellt.<sup>6</sup>

Ein Kulturwissenschaftler steckt bereits mit der Wahl der Bezeichnung seines Untersuchungsobjekts das ideologische Terrain ab, auf dem er sich bewegt: Gegenüber dem ideologisch aufgeladenen Begriff „Massenkultur“ verweist der Begriff Populärkultur

<sup>3</sup> Vgl. die Serie der Greenwood Press in Westport, CT: „Handbook of American [Spanish, Chinese, Japanese, French] Culture“. Im Verlag ABC Clio in Santa Barbara, CA, erscheint die Reihe „Pop Culture“, in der bisher Bände zu Latin America, India, Japan, Israel, Korea, Scandinavia, Carribean, France, Ireland, Australia, UK, West Africa, Germany, China und Russia erschienen sind. Auch theoretische Reader sind erschienen; vgl. Raiford Guins, Omayra Zaragoza Cruz (Eds.): *Popular Culture. A Reader*. London, Thousand Oaks, New Delhi 2005.

<sup>4</sup> Hans Günther: *Die Verstaatlichung der Literatur. Entstehung und Funktionsweise des sozialistisch-realistischen Kanons in der sowjetischen Literatur der 30er Jahre*. Stuttgart 1984, S. 18. Zum Konzept der „narodnost“ vgl. Ulrich Schmid: *Von der literarischen Konstruktion einer nationalen Vergangenheit zur Literarisierung der Geschichte*, in: Jochen-Ulrich Peters, Ulrich Schmid (Hg.): *Das „Ende der Kunstperiode“: Kulturelle Veränderungen des „literarischen Feldes“ in Russland zwischen 1825 und 1842*. Bern 2007 [= *Slavica Helvetica* 75], S. 265–314.

<sup>5</sup> V.S. Murav'ev: *Massovaja kul'tura*, in: *Kratkaja literaturnaja ėnciklopedija*. Bd. 9. Moskva 1978, S. 516–519. Vgl. auch schon ähnlich Jurij N. Davydov: *Iskusstvo i ėlita*. Moskva 1966, S. 344.

<sup>6</sup> V.P. Šestakov: *Iskusstvo trivializacii. Nekotorye teoretičeskie problemy massovoj kul'tury*, in: *Voprosy filosofii*, 10/1982, S. 87–95.

auf einen nicht-normativen Bezugsrahmen, in dem das Populäre immer auch das Potential einer subversiven Kritik an der bürgerlichen Kultur einschließt. Der Terminus „Volkskultur“ schließlich rekurriert auf eine andere, vormoderne Kultur primär der bäuerlichen Schichten und tritt, besonders in Rußland, als slawophile Betrachtungsweise in ideologische Konkurrenz zur marxistisch-leninistischen Kulturtheorie.

Es gibt zwar interessante Versuche, die textimmanente ästhetische Struktur von Werken aus der Populärkultur zu beschreiben.<sup>7</sup> Allerdings kommt eine solche Analyse nie ohne eine Berücksichtigung der Rezeptionsbedingungen aus. Anders formuliert: Die ästhetische Form der Populärkultur ist von ihrer gesellschaftlichen Funktion nicht zu trennen.<sup>8</sup> Gerade der kalkulierte Rezeptionseffekt „Unterhaltung“ wird immer wieder als Hauptmerkmal der Populärkultur genannt.<sup>9</sup>

Auf keinen Fall sollte man blind der kategorischen Abwertung der Massenkultur in der Frankfurter Schule folgen. Max Horkheimer und Theodor W. Adorno argumentierten von einer normativen Position aus und zogen eine scharfe Trennung zwischen der Warenkunst und der wahren Kunst. Berühmt geworden ist das Kapitel über die Kulturindustrie in der *Dialektik der Aufklärung* (1947). Horkheimer und Adorno verfaßten eine regelrechte Diatribe gegen die Kulturindustrie: Die Massenkultur wird in Grund und Boden verdammt; sie habe nichts mit der eigentlichen Kunst gemeinsam. Die Opposition von Massenkultur und Kunst wurde auch von Leo Löwenthal übernommen, der 1950 behauptete: „Kunst ist das Gegenteil von Populärkultur.“<sup>10</sup>

In der *Dialektik der Aufklärung* hielten Horkheimer und Adorno fest, daß die Kulturindustrie immer nur das Vorhandene inszeniere und deshalb in reiner Immanenz erstarrt sei. Ihre ganze Ästhetik verleihe dem Dasein nicht wie wahre Kunst einen tieferen Sinn, sondern sei ganz auf den Effekt ausgerichtet:

Die Kulturindustrie hat sich entwickelt mit der Vorherrschaft des Effekts, der handgreiflichen Leistung, der technischen Details übers Werk, das einmal die Idee trug und mit dieser liquidiert wurde.<sup>11</sup>

Die Kulturindustrie steht aus dieser Sicht in einem fatalen Verblendungszusammenhang mit den ästhetischen Bedürfnissen der Massen: Sie befriedige die seichten Un-

<sup>7</sup> John G. Cawelti: *Adventure, mystery, and romance. Formula stories as art and popular culture*. Chicago 1976. – Sung-Bong Park: *An Aesthetics of the Popular Arts. An Approach to the Popular Arts from the Aesthetic Point of View*. Uppsala 1993.

<sup>8</sup> Birgit Menzel: Čto takoe „populjarnaja literatura“? Zapadnye koncepcii „vysokogo“ i „niskogo“ v sovetskom i postsovetskom kontekste, in: *Novoe literaturnoe obozrenie*, 40/1999, S. 391–407. – Dies.: *Formen und Funktionen postsowjetischer Populärliteratur*, in: Elisabeth Cheauré (Hg.): *Kunstmarkt und Kanonbildung. Tendenzen in der russischen Kultur heute*. Berlin 2000, S. 219–242.

<sup>9</sup> Hans-Otto Hügel: *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Stuttgart 2003, S. 16.

<sup>10</sup> Leo Löwenthal: *Historical Perspectives of popular culture*, in: *The American Journal of Sociology*, 4/1950, S. 323–332, 326.

<sup>11</sup> Max Horkheimer, Theodor W. Adorno: *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Frankfurt/Main 1988, S. 133.

terhaltungsansprüche breiter Bevölkerungsschichten und rufe diese Ansprüche gleichzeitig hervor.<sup>12</sup>

Horkheimers und Adornos dezidierte Ablehnung der Kulturindustrie steht noch deutlich unter dem Schock der nationalsozialistischen Erfahrung. Deshalb weisen die Autoren immer wieder darauf hin, daß die Massenkultur nicht nur ästhetisch wertlos, sondern auch politisch gefährlich sei. Die glänzende Märchenwelt der Kulturindustrie kontrastiere auf das Schärfste mit dem grauen Alltag des frustrierten Kleinbürgers, der nur allzu gern die schmerzliche Selbstaufklärung mit einer Flucht aus der Realität in eine angenehme Kitschwelt vertausche. Genau dieser Mechanismus liege aber Hitlers Herrschaft zugrunde:

Der Faschismus aber hofft darauf, die von der Kulturindustrie trainierten Gabenempfänger in seine reguläre Zwangsgefolgschaft umzuorganisieren.<sup>13</sup>

Die Populärkultur steht seit diesem strengen Verdikt unter dem doppelten Verdacht des Kitsches und der Instrumentalisierbarkeit. Zwar hat sowohl die Gesellschaft als auch die Wissenschaft in den 1970er und 1980er Jahren viele Berührungspunkte abgelegt, gleichwohl gibt es immer noch Vorbehalte gegenüber Analysen der Populärkultur. Ein oft vorgebrachter Vorwurf lautet, die Analyse eines trivialen Gegenstandes könne selbst nur Trivialitäten hervorbringen. Dem ist entgegenzuhalten, daß ja bereits Horkheimer und Adorno ihre bissige Darstellung der trivialen Kulturindustrie nur vor dem Hintergrund einer durchaus hellsichtigen Analyse der modernen Gesellschaft und ihrer Selbstinszenierung leisten konnten.

Aus heutiger Sicht ist zu vermerken, daß das normative Kunst- und Kulturverständnis der Frankfurter Schule seinerseits eine Zeiterscheinung darstellt. Die kritische Theorie versuchte zu erklären, wie die europäische Gesellschaft von der Höhe ihrer Selbstaufklärung in den Abgrund des Obskurantismus stürzen konnte. Dabei hatten Horkheimer und Adorno natürlich vor allem die Nazi-Herrschaft im Auge. Gleichzeitig wiesen sie auch warnend auf manipulative Tendenzen der amerikanischen Unterhaltungsindustrie hin, in denen sie die Keime totalitärer Unterdrückung sahen.

Nun trifft es zwar zu, daß sowohl Populärkultur als auch Totalitarismus prominente Phänomene der europäischen Moderne sind. Aber es ist unzulässig, aus dieser Gleichzeitigkeit einen kausalen Wirkungszusammenhang abzuleiten, wie er sich vielleicht am deutlichsten in Siegfried Kracauers Buchtitel *From Caligari to Hitler. A Psychological History of the German Film* (1947) manifestiert. Wahr ist vielmehr, daß die totalitären Regimes sich sehr geschickt der ästhetischen Wirkung der populären Massenmedien bedienten. In diesem Sinne sind der sowjetische Kommunismus, der italienische Faschismus und der deutsche Nationalsozialismus durchaus vergleichbar.

Ein prominentes Beispiel bietet der Film, der zu Beginn des 20. Jahrhunderts eine spektakuläre Breitenwirkung erzeugte. In Sowjetrußland wurde das Propagandapotentiale des Kinos sehr früh erkannt. Bekannt ist Lenins Diktum, der Film sei für die

<sup>12</sup> Michael Kausch: Kulturindustrie und Populärkultur. Kritische Theorie der Massenmedien. Frankfurt/Main 1988, S. 103.

<sup>13</sup> Horkheimer, Adorno, Dialektik [Fn. 11], S. 170.

Bolševiki die wichtigste aller Künste.<sup>14</sup> Lev Trockij wollte mit dem Kino die Anziehungskraft der Religion brechen:

Das Kino zerstreut, klärt auf, versetzt die Einbildungskraft durch Bilder in Erstaunen und befreit von dem Bedürfnis, über die Schwelle der Kirche zu gehen. Das Kino ist eine große Konkurrenz nicht nur der Kneipe, sondern auch der Kirche.<sup>15</sup>

Auch Stalins Liebe zum Kino ist gut dokumentiert: Besonders gern sah er Johnny Weissmueller als Tarzan und Westernfilme mit John Wayne.<sup>16</sup>

Sobald der technische Fortschritt es erlaubte, setzte die Sowjetführung ab 1928 mobile Kinoanlagen ein, die auch die ländliche Bevölkerung erreichen sollten. Seit 1932 war ein Kinozug unterwegs, der in verschiedenen Provinzstädten halt machte und die neuesten Produktionen der jungen sowjetischen Filmindustrie zeigte.<sup>17</sup>

Auch die italienischen Faschisten setzten das Kino als zentralen Bestandteil der staatlich gelenkten Populärkultur ein. Der faschistische Film bediente sich jedoch nur selten direkter Propaganda, sondern verpackte seine Ideologie in publikumswirksame Formen, die hauptsächlich dem Hollywoodkino nachempfunden waren. Dabei spielte vor allem das Melodram eine herausragende Rolle. Der Film modellierte in idealtypischer Weise die faschistische Gesellschaft, die über ein bestimmtes Design verfügte.<sup>18</sup> Dazu gehörten etwa die hochsprachliche Standardisierung und die faschistische Anrede „Voi“ (statt des als bourgeois diffamierten „Lei“).<sup>19</sup> Die offizielle Aufmerksamkeit für den Film erhielt bald auch institutionelle Weihen: 1935 wurde sogar ein Ministero della Cultura Popolare eingerichtet, das kurz auch Minculpop genannt wurde.

Auch auf Joseph Goebbels übte das Kino große Faszination aus. Nachdem er Ėjzenštejns *Oktober* (1927) gesehen hatte, notierte er am 26. April 1928 in seinem Tagebuch:

<sup>14</sup> Der Ausspruch ist apokryph. Anatolij Lunačarskij schreibt in seinen Erinnerungen, daß Lenin diesen Satz ihm gegenüber im Februar 1922 geäußert habe; vgl. G. Boltjanskij: *Lenin i kino*. Moskva 1925, S. 19. Der zitierte Wortlaut findet sich so auch in V.I. Lenin: *Polnoe sobranie sočinenij*. Moskva 1976–1970, Bd. 44, S. 579. Allerdings lautet der Satz vollständig: „Solange das Volk ungebildet ist, sind die wichtigsten Künste für uns das Kino und der Zirkus“; vgl. *Kommersant*, 684/31.7.2006; <[www.kommersant.ru/k-vlast/get\\_page.asp?DocID=693880](http://www.kommersant.ru/k-vlast/get_page.asp?DocID=693880)>.

<sup>15</sup> Leo Trotzki: *Schnaps, Kirche und Kino*, in: Ders.: *Fragen des Alltagslebens*. Berlin 1973, S. 44–52, 52.

<sup>16</sup> Grigorij Mar'jamov: *Kremlevskij cenzor. Stalin smotrit kino*. Moskva 1992.

<sup>17</sup> Eberhard Nembach: *Stalins Filmpolitik. Die Reorganisation der sowjetischen Filmindustrie 1929–38. Von liberaler Marktökonomie und kreativer Vielfalt zur zentral und monopolistisch gesteuerten Propagandamaschinerie*. Diss. Bonn 2001, S. 79, 183.

<sup>18</sup> 1932 sagte Mussolini im Gespräch mit Emil Ludwig: „Die Politik ist die höchste Kunst, die Kunst der Künste, die göttliche unter den Künsten, denn sie bearbeitet das schwierigste, weil lebende Material, den Menschen.“ Zit. nach Eva Hesse: *Die Achse Avantgarde–Faschismus. Reflexionen über Filippo Tommaso Marinetti und Ezra Pound*. Zürich 1992, S. 241. – Vgl. zur Konzeptualisierung des Faschismus als eines Stilphänomens Ulrich Schmid: *Style versus Ideology. Towards a Conceptualization of Fascist Aesthetics*, in: *Totalitarian Movements and Political Religions*, 6/2005, S. 127–140.

<sup>19</sup> Jacqueline Reich: *Mussolini at the Movies. Fascism, Film, and Culture*, in: Jacqueline Reich, Piero Garofalo (Hg.): *Re-viewing Fascism. Italian Cinema, 1922–1943*. Bloomington, Indianapolis 2002, S. 3–29, hier S. 10f.

Man kann von den Bolschewisten, vor allem im Anfachen [der Revolution], in der Propaganda viel lernen.<sup>20</sup>

Aber auch die US-amerikanische Populärkultur fand Goebbels' Anerkennung. Walt Disneys ersten abendfüllenden Zeichentrickfilm *Snow White* aus dem Jahr 1938 bezeichnete er als „großartige künstlerische Schöpfung“.<sup>21</sup> Goebbels griff für seine politische Propagandakunst auf Vorbilder aus der Markenwerbung zurück.<sup>22</sup> Auch Hitler selbst hatte bereits in *Mein Kampf* immer wieder auf die Wichtigkeit einer kontinuierlichen und einheitlichen „politischen Reklame“ hingewiesen.<sup>23</sup> Werbung und Propaganda bedienten sich zunehmend derselben Bildsprache, in der die wirtschaftliche und politische Dimension des gesellschaftlichen Lebens in einer einheitlichen Ästhetik zusammengeführt wurden. Dadurch wurde unterstellt, die Deckung der Konsumbedürfnisse der Bürger sei ein Erfolg der nationalsozialistischen Politik.<sup>24</sup> Hitler äußerte sich etwa im Jahr 1942 anerkennend über die Werbekampagne der Firma *Odol*, die ein Jahr lang nur den Namen „Odol“ an verschiedenen Plakatwänden affiziert hatte. Nach einem Jahr wurde das Geheimnis gelüftet und die Erklärung beigefügt: „das beste Mundwasser“. Werbung mußte aus Hitlers Sicht einprägsam sein und sich auf ein Bild konzentrieren, das sofort auf den Betrachter wirkt. Hitler hielt die Propaganda für die notwendige Grundlage jeder Religion, „sei es nun der Himmel oder Haarpomade“.<sup>25</sup>

Die Frankfurter Schule verurteilte die sogenannte Kulturindustrie gerade wegen ihrer universellen Einsetzbarkeit und ihrer moralischen Gleichgültigkeit. Die normative Verpflichtung der Kunst auf eine bewußtseinsweiternde und kritische Funktion ist allerdings sehr problematisch. Man sollte nicht vergessen, daß etwa Künstler wie Goethe oder Mozart im 18. Jahrhundert durchaus selbst auch Teil einer Populärkultur waren und erst durch spätere Kanonisierung zu „Klassikern“ geadelt wurden. Die strikte Trennung von „hoher Kunst“ und „Unterhaltungskunst“ ist im wesentlichen ein Relikt aus der Nachkriegszeit, als die geschmähte Elterngeneration vor allem den jugendlichen Musikgeschmack als restringiert wahrnahm. Die bürgerliche Welt war in den Trümmern des Zweiten Weltkriegs endgültig untergegangen. Die alten Distinktionsmechanismen zwischen hoher und populärer Kultur hatten im Verborgenen funktioniert und waren dem Publikum kaum bewußt. Als nun die ältere Generation in den fünfziger und sechziger Jahren den Versuch unternahm, diese verschütteten Trennungslinien wieder aufzubauen, stieß sie auf den erbitterten Widerstand der Teens und Twens.

<sup>20</sup> Elke Fröhlich (Hg.): Die Tagebücher von Joseph Goebbels. Teil I, Band 1/II. München 2005, S. 360.

<sup>21</sup> Ebd., Teil I, Band 7, S. 306.

<sup>22</sup> Hans-Ernst Mittag: Die Reklame als Wegbereiterin der nationalsozialistischen Kunst, in: Berthold Hinz (Hg.): Die Dekoration der Gewalt. Kunst und Medien im Faschismus. Gießen 1979, S. 31–52, hier S. 37.

<sup>23</sup> Paul Gerhard: Aufstand der Bilder. Die NS-Propaganda vor 1933. Bonn 1990, S. 34.

<sup>24</sup> Franz Dröge, Michael Müller: Die Macht der Schönheit. Avantgarde und Faschismus oder die Geburt der Massenkultur. Hamburg 1995, S. 347ff.

<sup>25</sup> Eric Michaud: Un art de l'éternité. L'image et le temps du national-socialisme. Paris 1996, S. 299–301.

Zwar gibt es immer noch eine generationspezifische Ausdifferenzierung des Kunstgeschmacks. Aber spätestens seit dem Einzug der Pop-Kunst in die Galerien, Museen und Opernhäuser, die oft als Bildungstempel des Bürgertums geschmäht wurden, ist klar geworden, daß es nur noch das breite Spektrum einer einzigen Kultur gibt, in dem die Populärkultur allenfalls einen bestimmten Bereich abdeckt. Deutlich läßt sich die Enthierarchisierung der Kultur auch daran beobachten, daß die deutsche Verwertungsgesellschaft GEMA im Jahr 2003 die Trennung der Kategorien E- und U-Musik aufgegeben hat und seither mit einem einheitlichen Urheberrechtssatz für alle Musiksparten arbeitet.<sup>26</sup>

Die Revision traditioneller Wertmaßstäbe wird von neuen kulturwissenschaftlichen Konzeptualisierungen sekundiert, die ohne normative Setzungen auskommen. So plädiert etwa Ruth Finnegan in einer Untersuchung über die britische Rockmusik, daß es sich hier im Vergleich zur klassischen Musik nicht etwa um eine niedrigere, sondern um eine andere, gleichberechtigte Gattung handle. Jede Art von Musik stelle eine kulturelle Aktivität dar, die über die unmittelbaren gesellschaftlichen Bedürfnisse von Schule, Arbeit und Familie hinausgehe.<sup>27</sup> Finnegans Ansatz ist deutlich inspiriert von Michel de Certeaus Theorie des Alltagslebens, die er 1980 unter dem Titel *Arts de faire* publiziert hatte. De Certeau rehabilitiert den Konsum der Populärkultur als aktive, ja sogar emanzipatorische Tätigkeit. Die entscheidende Denkfigur, über die eine solche Aufwertung gelingt, liegt in der Selektionsleistung des Konsumenten: Durch die Auswahl der konsumierten Produkte der Populärkultur gestaltet der Rezipient seine Identität und Lebenswelt.<sup>28</sup>

In der neueren Forschung hat sich vor allem John Fiske für eine offene Konzeption von Kultur ausgesprochen, die sich nicht als Zustand, sondern nur als Prozeß beschreiben lasse. Deshalb entspreche die Populärkultur nicht einem lesbaren Text, sondern einer sozialen Praktik, die sich immer an die gegebene Situation anpasse. Fiske bezeichnet die Populärkultur mit dem emphatischen Gestus postkolonialer Kritik als „Kultur der Unterdrückten, die sich gegen ihre Unterdrückung“ wehren. Deshalb sei es unzulässig, die Konsumenten der Populärkultur auf eine „Masse betrogener Opfer des Kapitalismus“ zu reduzieren. Die Populärkultur suche sich vielmehr jene Freiräume, in denen sich der Mensch entfalten könne. Exemplarisch identifiziert Fiske das Einkaufszentrum, den Strand oder die Videospiehhalle als Orte solcher autonomer Praktiken.<sup>29</sup>

Noël Carroll kommt in seiner *Philosophy of Mass Art* (1998) ohne Fiskes emanzipatorisches Pathos aus. Sein erklärtes Ziel besteht nicht in einer Wertung der „Massenkunst“, sondern in der Beschreibung ihrer Funktionsweise. Dabei hebt er vor allem zwei Kategorien hervor, die geeignet sind, „Massenkunst“ von der „hohen Kunst“ zu unterscheiden: Technologie („technology“) und Zugänglichkeit („accessibility“). Carroll geht davon aus, daß Massenkunst ein historisch genau determiniertes Phänomen ist, das sich aufs Engste mit der industriellen und der postindustriellen Gesellschaft verbindet. Dabei weist Carroll etwa auf den Unterschied zwischen einem Vau-

<sup>26</sup> Albrecht Dümmling: Musik hat ihren Wert. 100 Jahre musikalische Verwertungsgesellschaft in Deutschland. Regensburg 2003.

<sup>27</sup> Ruth Finnegan: *Hidden Musicians*. Cambridge 1989, S. 127.

<sup>28</sup> Michel de Certeau: *Arts de Faire*. Paris 1990.

<sup>29</sup> John Fiske: *Lesarten des Populären*. Wien 2000, S. 16, 20, 26f., 56f., 96f.

deville aus dem 19. Jahrhundert und einem Chaplin-Film hin: Beide lassen sich in ähnlichen ästhetischen Kategorien beschreiben; der entscheidende Unterschied liegt in der durch die Kinotechnik bedingten Massendistribution des Chaplin-Films, während das Vaudeville immer an eine bestimmte Schauspielertruppe und einen konkreten Aufführungsort gebunden bleibt. Ähnliches gilt für Radio, Fernsehen und Internet. Die technische Verbreitung durch Massenmedien muß allerdings mit einer weitgehenden Rücksicht auf die Rezeptionsfähigkeiten eines naiven Publikums („untutored audience“) gekoppelt sein, damit sich der Massenerfolg auch tatsächlich einstellt. Ein gutes Beispiel stellt etwa Rockmusik dar, die das Verständnis ihrer kompositorischen Organisation durch einen überdeutlich akzentuierten Schlagzeugrhythmus erleichtert. Die oftmals einfachen Harmonien werden so in leicht erfaßbare Einheiten gegliedert. Carroll weist schließlich darauf hin, daß das Massenkunstwerk über mehrere Bedeutungsdimensionen verfügt und deshalb in bestimmten Aspekten auch der „hohen Kunst“ zugerechnet werden kann.<sup>30</sup>

Nicht nur die Ästhetik, sondern auch die Soziologie hat wichtige Theorieangebote zur Deutung der Populärkultur gemacht. Dabei tritt etwa als Entstehungsbedingung der Populärkultur die Freizeit in den Blick. Kaspar Maase hat darauf hingewiesen, daß das städtische Publikum im Westen erst im ausgehenden 19. Jahrhundert über die zeitlichen Ressourcen verfügte, um Unterhaltungsangebote überhaupt zu konsumieren.<sup>31</sup>

Viel zu wenig rezipiert wurden in der westlichen Forschung die kultursoziologischen Arbeiten aus Osteuropa. Bereits in den 1920er Jahren entstanden im Umfeld des russischen Formalismus Untersuchungen zur Populärkultur. Zu nennen ist hier etwa Sergej Baluchatyjs Arbeit über die *Poetik des Melodramas* (1927), in dem er die „emotionale und moralische Teleologie“ sowie die „technischen Prinzipien“ dieses Genres beschreibt. Als wichtigste Wirkungsmittel des Melodramas identifiziert Baluchatyj das Relief, den Kontrast und die Dynamik.<sup>32</sup> 1929 erschien eine wichtige Studie über die Mechanismen des russischen Buchmarkts in den 1830er Jahren.<sup>33</sup> Auch Viktor Šklovskij nahm die Populärkultur, darunter auch das junge Medium Film, analytisch in den Blick: Bekannt wurden seine Analysen von Charlie Chaplins Filmen und Arthur Conan Doyles Detektivgeschichten.<sup>34</sup>

Mit der Verschärfung des ideologischen Kurses unter Stalin verschwand allerdings die Populärkultur aus dem Blickfeld der Literaturwissenschaft. Es ist wohl kein Zu-

<sup>30</sup> Noël Carroll: *A Philosophy of Mass Art*. Oxford 1998, S. 187, 192, 204. – Der Soziologe Albert J. Bergesen dreht in seinem jüngsten Buch den traditionellen Vorwurf, Populärkultur sei per definitionem seicht, programmatisch um. Er untersucht die modischen Transformationen des Tennisschuhs anhand von Giorgio Vasaris Zyklustheorie von Kunststilen; er vergleicht Rambo und Don Quixote als Sinnfiguren des nationalen Niedergangs; er analysiert die Mechanismen der schöpferischen Phantasie, die sowohl den Satyr als auch das Pokémon hervorbringt; Albert J. Bergesen: *The Depth of Shallow Culture. The High Art of Shoes, Movies, Novels, Monsters and Toys*. Boulder, London 2006.

<sup>31</sup> Kaspar Maase: *Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850–1970*. Frankfurt/Main 2001.

<sup>32</sup> S.D. Baluchatyj: *Poëtika melodramy*, in: Ders.: *Voprosy poëtiki*. Leningrad 1990, S. 30–79, S. 51, S. 309.

<sup>33</sup> T. Gric, V. Trenin, M. Nikitin: *Slovesnost' i komercija*. Knižnaja lavka A.F. Smirdina. Moskva 1929.

<sup>34</sup> V.B. Šklovskij: *Novella tajn*, in: Ders.: *O teorii prozy*. Moskva, Leningrad 1925, S. 97–111. – Ders.: *Čarli Čaplin*. Leningrad 1925. – Ders.: *A. Chochlova*. Moskva 1926.



fall, daß dieses Thema seit dem Tauwetter nicht in Rußland, sondern an der Peripherie des kommunistischen Herrschaftsbereichs aufgegriffen wurde. In Polen und in der Tschechoslowakei konnte man die strukturalistische Theorietradition weiterführen, die auch für literatursoziologische Fragestellungen offen war. Am Institut für Soziologie und Philosophie der polnischen Akademie der Wissenschaften war schon seit den sechziger Jahren eine Forschergruppe ausschließlich mit der Erforschung der Massenkultur beschäftigt. Eine differenzierte Analyse findet sich etwa bei der polnischen Soziologin Antonina Kłoskowska, die 1964 darauf aufmerksam machte, daß die Massenkultur ein universales Phänomen des 20. Jahrhunderts darstelle. Entscheidend sei nicht die kapitalistische oder kommunistische Gesellschaftsordnung, sondern der technische Fortschritt, der eine massenhafte Partizipation an Kulturprodukten überhaupt erst ermögliche.<sup>35</sup> Auch Jurij Lotman, der Begründer der Tartuer Semiotik-Schule, formulierte 1973 einen Ansatz funktionaler Literaturanalyse zur Abgrenzung „künstlerischer“ Literatur sowohl von traditioneller Volksliteratur wie auch von moderner Massenkultur.<sup>36</sup>

Die wichtigsten Beiträge zur Erforschung der Populärkultur haben die Moskauer Kultursoziologen Boris Dubin und Lev Gudkov vorgelegt. Ihre Untersuchungen zur Populärliteratur (Abenteuerroman, Science Fiction, Krimi), in denen die Analyse literarischer Strukturen immer mit soziologischen Analysen, bis hin zur empirischen Leserforschung, verbunden wird, reichen zurück bis ins Jahr 1980.<sup>37</sup> Besonders Boris Dubin hat immer wieder die Wechselbeziehungen von Populärkultur und etablierter Kultur in den Blick genommen und versucht, die Kriterien zu formulieren, die für die Zuteilung eines kulturellen Phänomens zu dieser oder jener Sparte verantwortlich sind. Außerdem vertritt Dubin eine dynamische Kulturauffassung: Er untersucht Migrationsphänomene bei Produkten der Populärkultur, die ihren axiologischen Status je nach Zuschreibungsbedingungen ändern können.<sup>38</sup> Damit steht er in der Tradition der russischen Formalisten, die mit dem Begriff der „Kanonisierung der Seitenlinie“ etwa die Nobilitierung des Kriminalromans durch Dostoevskij beschrieben haben.

## Populärkultur im Osten und Westen

Die Populärkultur hat am Ende des 20. Jahrhunderts ihren festen Platz im Kunstsystem erobert. Dabei gleichen sich die ästhetischen Erfahrungswelten im Osten und Westen einander zunehmend an. Der wichtigste Unterschied liegt freilich darin, daß in Osteuropa der Kontrast zwischen dem sowjetischen Kulturverständnis und der bunten Welt der Populärkultur viel größer ist als im Westen. Zahlreiche russische Intellektuelle

<sup>35</sup> Antonina Kłoskowska: *Kultura masowa. Krytyka i obrona*. Warszawa 1964. – Vgl. auch die Serie *Literatura i Kultura Popularna I–VI*, pod red. Tadeusza Zabskiego. Wrocław 1991–1996.

<sup>36</sup> Jurij Lotman: *O soderžanii i strukture ponjatija „chudožestvennaja literatura“*, in: *Problemy poetiki i istorii literatury (Sbornik statej)*. Saransk 1973, S. 20–37.

<sup>37</sup> Lev Gudkov, Boris Dubin: *Social'nyj process i literaturnye obrazcy (o vozmožnosti sociologičeskoj interpretacii literatury i massovogo čtenija)*, in: *Dies.: Literatura kak social'nyj institut*. Moskva 1994, S. 99–150.

<sup>38</sup> Boris Dubin: *Masse und Macht. Literatur und Buchmarkt in Rußland*, in: *OSTEUROPA*, 9-10/2003, S. 1281–1293. – Ders.: *Klassičeskoe, elitarnoe, massovoe*, in: *Ders.: Intellektual'nye grupy i simboličeskie formy*. Moskva 2004, S. 11–30.

haben die Entwertung ihres durchaus konservativen Kulturbegriffs, der sich oft exemplarisch in der Verehrung von Puškins Lyrik manifestiert, nicht verkraftet und wettern gegen die allgegenwärtigen Trash-Produkte.<sup>39</sup> Stellvertretend für viele hat Boris Groys seine Stimme erhoben und darauf hingewiesen, daß die Massenkultur auf allen Ebenen gesiegt habe und der Hochkultur nur noch der theoretische Diskurs übrig bleibe.<sup>40</sup>

Mittlerweile gibt es erste nicht-normative Untersuchungen zur Populärkultur in Osteuropa.<sup>41</sup> In den Blick gelangen Phänomene wie Sport, Kino, Fernsehen, Rockmusik, Werbung, Mode und Pornographie.<sup>42</sup> Dabei zeigt sich, daß die postkommunistischen Gesellschaften zwar zunächst auf westliche Importe zurückgriffen, aber sehr bald eigene Formate für erfolgreiche populärkulturelle Produkte entwickelten. Deutlich läßt sich dieser Mechanismus etwa an der explodierenden rußländischen Herstellung von Fernsehserien seit dem Jahr 2000 beobachten. Auf der umfassenden Website *serials.ru*, die alle im rußländischen Fernsehen gezeigten Serien inventarisiert, stehen 114 westlichen, hauptsächlich amerikanischen Produktionen 188 rußländische gegenüber.<sup>43</sup>

Ähnliches gilt für die russische Ausgabe des *Playboy*. Bereits in der zweiten Ausgabe richtete sich die Redaktion mit einem Aufruf an die Damenwelt Rußlands:

Sie haben wahrscheinlich bemerkt, daß die Mädchen des Monats in den ersten beiden Playboynummern Ausländerinnen sind. Zwar sind die Playmates ausgezeichnet, ihre geographische Entfernung betrübt uns jedoch sehr. Wir haben beschlossen: Der russische Playboy braucht russische Schönheiten!

<sup>39</sup> Dabei übersehen viele Russen, die zu Sowjetzeiten mit der dissidenten Intelligencija sympathisierten, daß das Konzept der „kul'turnost“ ein offizielles Postulat der stalinistischen Gesellschaftspolitik war; vgl. dazu Vadim Volkov: The concept of „kul'turnost“, in: Sheila Fitzpatrick (Hg.): *Stalinism: New Directions*. London, New York 2000, S. 210–230.

<sup>40</sup> Boris Groys: Der Verrat der Theorie. Die Massenkultur hat gesiegt – und doch kann sie die Hochkultur niemals ersetzen, in: *Süddeutsche Zeitung*, 15.–16.5.1999.

<sup>41</sup> Tat'jana Čeredničenko: *Rossija 90-ch v sloganach, rejtingach, imidžach. Aktual'nyj leksikon istorii kul'tury*. Moskva 1999. – Birgit Menzel: Some Reflections on High and Popular Literature in Late Soviet and Post Soviet Russia, in: *Perelomnye periody v russkoj literature i kul'ture, Studia Russica Helsingiensia et Tartuensia VII* [= *Slavica Helsingiensia* 20]. Helsinki 2000, S. 423–432. – Helena Gosciolo: Big-Buck Books: Pulp Fiction in Post-Soviet Russia, in: *The Harriman Review*, 12/2–3, 1999/2000, S. 6–24. – Stephen Lovell, Birgit Menzel: *Reading for Entertainment in Contemporary Russia. Post Soviet Popular Literature in Historical Perspective*. München 2005.

<sup>42</sup> Birgit Beumers: *Pop Culture Russia! Media, Arts, and Lifestyle*. Santa Barbara, Denver, Oxford 2005. – Ivo Bock, Wolfgang Schlott, Hartmute Trepper (Hg.): *Kommerz, Kunst, Unterhaltung. Die neue Populärkultur in Osteuropa*. Bremen 2004. – Adele Marie Barker (Hg.): *Consuming Russia. Popular Culture, Sex, and Society*. Durham, London 1999. – Nancy Condee (Hg.): *Soviet Hieroglyphics. Visual Culture in Late Twentieth-Century Russia*. Bloomington 1995.

<sup>43</sup> Zur postsowjetischen TV-Kultur Lev Gudkov, Boris Dubin: Fernsehen in Rußland am Ende der 1990er Jahre. Das Medium als Kommunikationsverfahren, in: *Forschungsstelle Osteuropa* (Hg.): *Kommerz, Kunst, Unterhaltung. Die neue Populärkultur in Zentral- und Osteuropa*. Bremen 2002, S. 207–220. – Ellen Propper Mickiewicz: *Changing channels: television and the struggle for power in Russia*, Rev. and expanded ed. Durham 1999.

Deshalb: Liebe Mädchen, wenn Sie uns beglücken wollen, [. . .] laden wir Sie zu einem Fotowettbewerb ein.<sup>44</sup>

Die vergleichende Erforschung der Populärkultur in Ost und West steckt noch weitgehend in den Kinderschuhen, obwohl gerade in jüngster Zeit vielversprechende Ansätze vorliegen. Bereits 1957 hatte der amerikanische Kritiker Dwight Macdonald die Kulturindustrie in den USA und in der Sowjetunion einander gegenübergestellt. Der ehemalige Trotzkiist und spätere Kommunistenfresser MacDonald traute der Massenkultur nicht zu, überhaupt ein ästhetisch ernstzunehmendes Produkt hervorzubringen. Gerade weil sich die Massenkultur nicht an das einzelne Individuum richte, sei sie inhuman. Darin unterscheide sie sich radikal von der Avantgarde, die allerdings unwiederbringlich verloren sei. MacDonald gelangte bei seinem Vergleich zum Schluß, daß die sowjetrussische Variante noch viel geschmackloser sei als die bereits deplorable amerikanische Massenkultur.<sup>45</sup>

Nach dem Zusammenbruch der Sowjetunion ist auch die sowjetische Massenkultur zu einem historischen Phänomen geworden. Möglicherweise stellte das Ende des Ost-West-Konflikts eine Vorbedingung für einen unaufgeregten Vergleich der Massenkultur in Sowjetrußland und den USA dar. So vergleicht Susan Buck-Morss in ihrem Buch *Dreamworld and Catastrophe* (2000) die Ausprägungen der kollektiven Phantasie in beiden Ländern. Dabei stellt sie etwa King Kong auf dem Empire State Building dem architektonischen Entwurf des Palasts der Sowjets mit einer gigantischen Leninstatue gegenüber. Die beiden Darstellungen eines überdimensionalen Lebewesens auf einem himmelstürmenden Gebäude fallen sogar zeitlich zusammen: Die Märchenfabriken in Hollywood und Moskau haben ihre Monsterprodukte im Jahr 1933 der Öffentlichkeit vorgestellt.<sup>46</sup> Buck-Morss verabschiedet sich von der traditionellen Dichotomie Totalitarismus vs. Demokratie und parallelisiert die sozialistische Massenutopie mit den kapitalistischen Warenparadiesen. Letztlich sei der Kommunismus an einem grundlegenden Widerspruch gescheitert: Einerseits verdammt er den kapitalistischen Warenüberfluß, andererseits wollte er gerade durch die Befriedigung materieller Bedürfnisse soziale Gerechtigkeit herstellen.

Boris Dubin beschäftigt sich in einer vergleichenden Untersuchung zu kulturellen Mythen in Rußland und den USA mit der Ausdifferenzierung von Subjektivität, literarischer und nationaler Kultur in der Masseliteratur. Er skizziert die seit den 1970er Jahren fortschreitende Globalisierung unter amerikanischer Ägide und analysiert die Auswirkungen dieses Prozesses in Westeuropa und Rußland.<sup>47</sup>

Auch Boris Groys vergleicht in seinem breit angelegten Forschungsprojekt zur „postcommunist condition“ die Entwicklung der kulturellen Situation in West- und Osteuropa. Er sieht den Kommunismus als eines unter vielen postnationalen Gesellschaftsprojekten. Genau aus diesem Grund könne die sozialistische Kultur nicht als ein

<sup>44</sup> Konkurs, in: *Playboy*, 2/1995, S. 18–19.

<sup>45</sup> Dwight MacDonal: A Theory of Mass Culture, in: Bernard Rosenberg, David Manning (Hg.): *Mass Culture. The Popular Arts in America*. New York 1957, S. 59–73.

<sup>46</sup> Susan Buck-Morss: *Dreamworld and Catastrophe. The Passing of Mass Utopia in East and West*. Cambridge, Mass., London 2000, S. 175.

<sup>47</sup> Boris Dubin: *Massovaja slovesnost', nacional'naja kul'tura i formirovanie literatury kak social'nogo instituta*, in: *Populjarnaja literatura. Opyt kul'turnogo mifotvorčestva v Amerike i v Rossii*. Moskva 2003, S. 9–16.

historischer Umweg einer notwendigen Entwicklung hin zu Demokratie und Marktwirtschaft gedeutet werden. Die kommunistische und kapitalistische Inszenierung der Gesellschaft gleichen sich in vielen Punkten und konvergieren am Ende des 20. Jahrhunderts in einer postmodernen Ausstellung ihrer sinnfälligen Qualitäten.<sup>48</sup> Genau hier befindet sich für Groys der Umschlagplatz populärer Kulturelemente aus Ost und West.

### Amerikanische Dominanz?

Ein verbreitetes Vorurteil besagt, daß die westliche Populärkultur weitgehend amerikanisch dominiert sei. Verwiesen wird dabei etwa auf die Tatsache, daß 85 Prozent aller Filme, die heute weltweit gezeigt werden, aus den USA stammen.<sup>49</sup> Oft wird schlagwortartig von der McDonaldisierung der Kultur gesprochen.<sup>50</sup> Die Annahme, die westliche Populärkultur sei ausschließlich amerikanisch bestimmt, läßt sich allerdings in dieser undifferenzierten Form nicht halten. Ein wenig beachteter Aspekt der Unterhaltungsindustrie liegt in der heterogenen Mischung verschiedener Kulturelemente, von denen nicht wenige aus Osteuropa stammen. Dabei handelt es sich um ein Phänomen, das sowohl quantitativ als auch qualitativ oft unterschätzt wird.

Zunächst ist auf die Herkunft maßgeblicher Akteure hinzuweisen. Einige prominente Beispiele sind bekannt: Die amerikanische Pop-Kultur wurde im wesentlichen von Andy Warhol geprägt, einem Kind slowakischer Einwanderer. Auch im Bereich des Musicals und des Jazz gibt es zahlreiche osteuropäische Traditionslinien. Die Eltern von Leonard Bernstein und George Gershwin stammten aus dem Zarenreich. Die Familie Bernstein war aus dem ukrainischen Rivne in die USA eingewandert, die Familie Gershovitz, die ihren Namen später in Gershwin änderte, kam aus St. Petersburg. Besonders wichtig ist in diesem Zusammenhang der Einfluß der ostjüdischen Klezmermusik, der sich vielleicht am deutlichsten im berühmten Klarinettenglissando aus der Ouvertüre zu Gershwins *Rhapsody in Blue* (1924) äußert.

Einer der wichtigsten Pressemagnaten der amerikanischen Mode- und Lifestyle-Branche, der jahrzehntelang stilbildend auf die amerikanische Gesellschaft wirkte, war Alexander Liberman. Der „Vater des modernen ‚fashion publishing‘“ – so die New York Post in ihrem Nachruf 1999 – war vom Art Director der Zeitschrift *Vogue* in den fünfziger Jahren zum Direktor des Condé Nast-Imperiums aufgestiegen, in dem führende Design-Zeitschriften von *Vogue* und *Vanity Fair* über *House & Garden* bis zu *Architectural Digest* erscheinen. Liberman und seine Frau Tatiana du Plessix, geb. Jakowlewa, waren beide russische Emigranten der ersten Generation, die 1940 aus Paris nach Amerika kamen und dort auch als illustres eigenwilliges Paar der New Yorker High Society bis in die späten 1980er Jahre trendbildend für Mode und Lifestyle wirkten.<sup>51</sup>

<sup>48</sup> Boris Groys: Die postkommunistische Situation, in: Boris Groys, Anne von der Heiden, Peter Weibel (Hg.): Zurück aus der Zukunft. Osteuropäische Kulturen im Zeitalter des Postkommunismus. Frankfurt/Main 2005, S. 36–48.

<sup>49</sup> Raymond F. Betts: A History of Popular Culture. More of Everything, Faster and Brighter. New York, London 2004, S. 142.

<sup>50</sup> George Ritzer: Die McDonaldisierung der Gesellschaft. Frankfurt/Main 1997.

<sup>51</sup> Tat'jana Jakowlewa hatte in ihrer Jugend eine Liebesbeziehung mit dem Dichter Vladimir Majakovskij. Als er 1929 noch einmal nach Paris reisen wollte mit der Absicht, Tat'jana zu

In Deutschland weist der Schlagersänger Peter Maffay osteuropäische Wurzeln auf: Er wurde 1949 im rumänischen Kronstadt als Sohn einer deutschen Mutter und eines ungarischen Vaters geboren und kam erst 1963 nach Westdeutschland. Auch musikalisch steht er in der Schuld Ostdeutschlands: Einer seiner größten Hits *Über sieben Brücken mußst du gehn* (1980) ist eine Coverversion eines Lieds der erfolgreichen DDR-Gruppe *Karat*.

Ein aktuelles, vielleicht noch deutlicheres Beispiel bietet die Sängerin Ruth-Maria Renner, die ihre rumänische Herkunft als Markenzeichen einsetzt. Sie wurde 1981 in Timișoara geboren und kam mit acht Jahren nach Berlin. Zur Zeit stürmt sie als „Miss Platinium“ mit dem Titel *Mercedes-Benz* die deutschen Charts. Auf ihrer Myspace-Internetpräsenz beschreibt sie ihre Musik als Synthese einer deutschen und rumänischen Identität:

Ruth ist nicht Ruth aus Berlin, die genau wie Tausende anderer Mädchen R&B singt. Sie ist nicht nur Ruth mit der fantastischen Stimme. Andere Frauen in Deutschland haben auch schöne Stimmen. Ruth hat mehr. Ruth hat ein wertvolles Erbe, das sonst niemand hat. Sie hat Rumänien in ihrem Herzen. Das schmutzige und arme Land. Das schrille und glitzernde Land. Das traurige und wehklagende Land. Das schöne und weite Land. Das zärtliche und imaginäre Land. Und Ruth beginnt zu suchen. Nach ihren Wurzeln und Verbindungen. [ . . . ] Und Ruth findet sich selbst. Sie ist Miss Platinium.<sup>52</sup>

In einer ganz anderen Musiksparte läßt sich ein ähnliches Phänomen nachweisen: 1921 formierte sich in der Türkei erstmals ein Donkosaken-Chor, der später in Westeuropa und den USA mit einem folkloristischen Repertoire Erfolge feierte. Teil der Inszenierung war selbstverständlich die traditionelle Kosakentracht.<sup>53</sup>

Einen wichtigen Beitrag zur internationalen Filmkultur lieferte der osteuropäische Kinderfilm. Prominente Vertreter sind hier das polnische Brüderpaar *Lolek und Bolek*, deren Streiche zunächst als Comic, seit 1964 auch als Trickfilm vermarktet wurden. Aus Tschechien stammen die erfolgreichen Kinderserien *Der kleine Maulwurf* und *Pan Tau*, die vor allem in den 1970er Jahren weltweit im Fernsehen gezeigt wurden.<sup>54</sup>

Auch in Hollywood gibt es zahlreiche osteuropäische Spuren. Die Liste der Immigrantenkinder ist lang: Sie reicht von Pola Negri und Charlie Chaplin über Stanley Kubrick und Yul Brynner bis zu Kirk Douglas und Natalie Wood: Pola Negri wurde als Barbara Apolonia Chałupiec in Lipno in der Nähe von Toruń geboren. Chaplins Vorfahren waren osteuropäische Roma. Kubricks Familie stammte aus Rumänien und Polen. Yul Brynner wurde 1920 in Vladivostok als Julij Borisovič Brynner geboren, seine Mutter war Russin, sein Vater hatte schweizerisch-mongolische Wurzeln mit einem jenischen Einschlag auf der Schweizer Seite. Kirk Douglas' eigentlicher Name

---

heiraten, wurde ihm der Paß für die Ausreise jedoch verweigert. Die Verbindung des Revolutionsdichters mit der Tochter eines weißen Pariser Emigranten war für die sowjetischen Behörden politisch wie moralisch zu brisant und wurde durch einen Eisernen Vorhang unmöglich gemacht; siehe dazu die Biographie der Tochter Francine du Plessix Gray: *Them: A Memoir of Parents*. New York 2005.

<sup>52</sup> <[www.myspace.com/missplatinium](http://www.myspace.com/missplatinium)>.

<sup>53</sup> Siehe dazu den Beitrag von Katharina Kucher in diesem Heft, S. 57–68.

<sup>54</sup> Zu Pan Tau siehe den Beitrag von Helena Srubar in diesem Heft, S. 69–81.

lautet Issur Danielovič Demskij; seine Eltern kamen aus Gomel' in Belarus. Natalie Wood, die an der Seite von James Dean in *Rebel without a Cause* (1955) berühmt wurde, kam als Natal'ja Nikolaevna Zacharenko zur Welt.

Besonders prominent ist der osteuropäische Beitrag zur Filmmusik in großen Hollywood-Produktionen. So wurden einzelne Szenen aus *Grand Hotel* (1932) mit Rachmaninov unterlegt, auf ähnliche Weise gelangte Čajkovskij in *Now, Voyager* (1942) zum Einsatz. Der Film *Rhapsody* (1956) mit Liz Taylor kombinierte Werke beider Komponisten. Osteuropäische Musiker schufen aber auch Werke explizit für einzelne Filme. Die Musik zu *High Noon* (1952) stammt etwa von Dimitri Tiomkin, einem gebürtigen Russen, der 1925 in die USA emigriert war.<sup>55</sup> Tiomkin arbeitete für viele berühmte Regisseure – er vertonte u.a. vier Hitchcock-Filme – und erhielt zwei Oscars für seine Filmmusiken. 1993 lieferte Goran Bregović die Filmmusik zu Emir Kusturicas Film *Arizona Dream* mit Johnny Depp, Faye Dunaway und Jerry Lewis in den Hauptrollen.<sup>56</sup> Bregović nimmt für sich eine „jugoslawische“ Identität in Anspruch, weil sein Vater Kroat, seine Mutter Serbin und seine Frau Bosnierin ist. Bregović hatte mit seiner Musik auch auf dem US-amerikanischen Markt Erfolg: Einige seiner Songs wurden vom Punkrocker Iggy Pop gespielt.

Im Bereich der Populärliteratur ist auf die amerikanische Bestsellerautorin Ayn Rand hinzuweisen, die 1905 als Alisa Zinov'evna Rozenbaum in St. Petersburg geboren wurde. Ihre Bücher, vor allem die Romane *The Fountainhead* (1943) und *Atlas Shrugged* (1957), erreichten in den USA eine Gesamtauflage von 22 Millionen Exemplaren. Ayn Rand propagierte zeit ihres Lebens eine immanentistische Philosophie, die sie „Objektivismus“ nannte. Dabei stützte sie sich auch auf die Werke des russischen Exilphilosophen Nikolaj Losskij.

Auch der möglicherweise produktivste Autor der Weltliteratur, Isaac Asimov (1920–1992), stammte aus Rußland. Er verfaßte 463 Bücher in den verschiedensten Genres – vom historischen Roman über den Bibelkommentar bis zur Science Fiction. Allerdings spielen russische Kulturelemente in Asimovs Werk kaum eine Rolle: Seine Eltern wanderten mit ihm von einem kleinen Shtetl bei Smolensk nach Brooklyn aus, als er drei Jahre alt war. Asimov sprach zwar fließend Jiddisch, aber kein Russisch.

Die westliche Populärkultur umfaßt als soziale Praxis alle Bereiche des modernen Lebens. Kaum zu unterschätzen ist etwa die dominante Stellung des Autos. Dabei geht es schon lange nicht mehr allein um die Lösung der rein pragmatischen Frage, wie man Menschen und Gegenstände von A nach B transportiert. Im Auto konzentriert sich ein ganzer Lebensstil: Das Auto erlaubt die räumliche Abkoppelung der beruflichen von der privaten Lebenswelt, es symbolisiert die letzte Evasionsmöglichkeit im geregelten Alltag, es wird als metallgewordener schöner Schein zum Gegenstand des ästhetischen Begehrens. In aller Deutlichkeit hat Roland Barthes diesen Aspekt für den legendären *Citroën DS* herausgearbeitet, den er in seinen *Mythen des Alltags* (1957) paronymisch als „Déesse“ (Göttin) deutete. Auch Citroën hat im übrigen osteuropäische Wurzeln: Die Mutter des Firmengründers André Citroën, Masza Amelia Kleinman, stammte aus Warschau, das damals eine russische Provinzhaupt-

<sup>55</sup> Zu Tiomkin siehe die Beiträge von Dorothea Redepenning und Horst-Jürgen Gerigk in diesem Heft, S. 23–42 bzw. S. 43–55.

<sup>56</sup> Zu Bregović siehe den Beitrag von Andrea Meyer-Fraatz in diesem Heft, S. 189–199.

stadt war.<sup>57</sup> Nach dem Zweiten Weltkrieg konnten gerade Flüchtlinge aus der Sowjetunion an diese Tradition anknüpfen und eine Arbeit bei Citroën finden.<sup>58</sup>

Im Bereich der Computertechnik sind die Russen ebenfalls prominent vertreten. Wenig bekannt ist die Tatsache, daß mit *Tetris* eines der populärsten Computerspiele russischen Ursprungs ist.<sup>59</sup> Besonders weite Verbreitung fand *Tetris* seit 1989 als Software für den *Nintendo-Gameboy*. Die Begleitmusik des Spiels stellt einen diskreten kulturellen Marker dar: In der Regel werden die fallenden Viererblöcke mit der Melodie der russischen Volkslieder „Korobejniki“ und „Kalinka“, alternativ auch mit Čajkovskij unterlegt. Dieser Kunstgriff erfüllt allerdings eher die Funktion eines Wasserzeichens, das dem Produkt als Herkunftsbezeichnung eingeschrieben ist.

Am bemerkenswertesten ist möglicherweise die steile Karriere des erst 33jährigen Sergej Brin, der 1998 in Stanford gemeinsam mit einem Kommilitonen *Google* gründete und heute mit einem Vermögen von 14,1 Milliarden Dollar der zwölftreichste Amerikaner ist.<sup>60</sup> Brin wurde 1973 in Moskau geboren und kam 1979 mit seiner Familie in die USA. Neuerdings ist Brin auch in die Kinoindustrie eingestiegen und produziert das Filmdrama *Broken Arrows* (2007).

Auch die Vermarktungsstrategien der schönen Waren in der kapitalistischen Welt verfügen nicht nur über betriebswirtschaftliche, sondern auch über kulturelle Aspekte. Es ist kein Zufall, daß am Anfang der Firmengeschichte eines der größten Warenhäuser, *Marks & Spencer*, der russische Immigrant Michail Marks steht.<sup>61</sup> Linguistische Inkompetenz wurde paradoxerweise zum Kern seines Geschäftserfolgs: Weil Marks das Englische nur schlecht beherrschte, konnte er keinen üblichen Krämerladen einrichten, sondern war gezwungen, seine Waren direkt vor den Augen der Kunden auszustellen und sie mit festen Preisen zu versehen. Bald wurde ihm klar, daß auf diese Weise die Verführung zum Kauf sehr viel größer war: „Je mehr sie sehen können, desto mehr werden sie kaufen.“ Marks' Geschäftsmodell, dessen Siegeszug im Nachkriegseuropa ungebrochen ist, beruhte gewissermaßen auf kultureller Naivität: Marks brach mit fest eingespielten Traditionen der britischen Verkaufskultur und führte ein Modell ein, das über keinerlei kulturelle Konnotationen verfügte. Beim Supermarktmodell erübrigte sich die direkte Kommunikation: Jeder Kunde konnte von vornherein von einer Meistbegünstigungsklausel profitieren, die als Preisschild an der Ware fixiert war.

## Die Populärkultur und das Ende der politischen Emigration

Im 20. Jahrhundert schien es eine ungeschriebene Regel für osteuropäische Importe in der westlichen Massenkultur zu geben: Um erfolgreich zu sein, mußten Osteuropäer alle kulturellen Merkmale ihrer Herkunft ablegen. Diese Adaptionstrategie schloß in der Regel auch die Amerikanisierung des eigenen Namens ein. Deutlich läßt sich dies etwa an der Karriere Irving Berlins ablesen, der als Israel Balin in Ostpolen geboren wurde und später über 3000 Songs komponierte, von denen viele heute zum innersten Kern der

<sup>57</sup> Jacques Wolgensinger: Citroën. Une vie à quitte ou double. Paris 1996, S. 20.

<sup>58</sup> Michael Glenny, Norman Stone (Hg.): The other Russia. The Experience of Exile. New York 1991, S. 276.

<sup>59</sup> Siehe dazu den Beitrag von Ilja Karenovics in diesem Heft, S. 83–93.

<sup>60</sup> <[www.forbes.com/lists/2006/54/biz\\_06rich400\\_Sergey-Brin\\_D664.html](http://www.forbes.com/lists/2006/54/biz_06rich400_Sergey-Brin_D664.html)>.

<sup>61</sup> Siehe dazu den Beitrag von Andrej Rogačevskij in diesem Heft, S. 215–227.

amerikanischen Kultur gezählt werden („God Bless America“, „White Christmas“, „Alexander’s Ragtime Band“, „There’s No Business Like Show Business“).<sup>62</sup>

Osteuropa stand in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts im Bewußtsein des westlichen Publikums für Rückständigkeit und Totalitarismus. Besonders deutlich läßt sich dieses Klischee in den Comics des belgischen Zeichners Hergé (i.e. Georges Prosper Remi, 1905–1983) ablesen. Die lange Reihe seiner berühmten *Tintin*-Bücher startete er mit *Tintin au pays des Soviets* (1930). Die antikommunistische Haltung dieses Buchs speist sich vor allem aus dem kritischen Bericht eines belgischen Diplomaten über den sowjetischen Kommunismus.<sup>63</sup> 1939 erschien das *Tintin*-Abenteuer *Le Sceptre d’Ottokar*, in dem der Konflikt zwischen zwei fiktiven osteuropäischen Ländern gestaltet wird: Das faschistische Bordurien droht die Monarchie in Syldavien zu stürzen. Syldavien vereinigt in sich Elemente aus Tschechien, Jugoslawien und Rumänien; Bordurien erinnert an das Horthy-Regime in Ungarn.

Noch die australische Reisebuchparodie über *Molvania* (2003) steht in Hergés Tradition und häuft negative Stereotypen über Osteuropa an: Alle Bewohner haben schadhafte Zähne, die Sprache ist kompliziert, der Artikel wird in Abhängigkeit davon gesetzt, ob das folgende Substantiv männlich, weiblich, neutral oder eine Käsesorte ist, die Nationalflagge ist eine Trikolore, die allerdings nur aus zwei Farben besteht. Es gibt keine Frauenemanzipation, und Zigeuner sind rechtlos.<sup>64</sup>

Von solch wenig schmeichelhaften Klischees versuchten sich die osteuropäischen Immigranten in den USA durch kulturelle Mimikry abzuheben. Nichts an der eigenen Person oder dem eigenen Werk sollte mehr auf eine Verbundenheit mit der ehemaligen Heimat hinweisen.

Eine Besonderheit osteuropäischer Präsenz auf dem westlichen Buchmarkt der Nachkriegszeit war die Literatur von dissidenten Autoren aus den sozialistischen Ländern des Ostblocks. Dabei ist allerdings zwischen verschiedenen Referenzgruppen zu differenzieren: Es gab einerseits den traditionellen Exilschriftsteller, der seine Werke weiterhin in seiner Muttersprache verfaßte und sie in erster Linie an die Schicksalsgemeinschaft der Emigranten adressierte. Als Beispiel für diesen Typus kann etwa Sergej Dowlatov gelten. Andererseits paßten sich einzelne Autoren schnell an die kulturellen Verhältnisse ihres Gastlandes an und arbeiteten gezielt auf eine Resonanz beim westlichen Publikum hin. Dazu gehörten in der Regel der Verzicht auf spezifisch osteuropäische Themen und vor allem der Wechsel in eine neue Sprache.

Am prominentesten wird dieser Typus von Vladimir Nabokov vertreten, der mit einer gezielten Provokation den Durchbruch auf dem westlichen Buchmarkt schaffte: Sein Roman *Lolita* (1955) spielte mit dem Tabu der Pädophilie und rief vor dem Hintergrund der prüden amerikanischen Moralvorstellungen einen äußerst publikumsträchtigen Skandal hervor. Die Erstausgabe des literarisch hochkomplexen Romans erschien in der Pariser *Olympia Press*. Dieser Verlag publizierte für amerikanische und englische Leser erotische und pornographische Literatur, die in den USA und Großbritannien verboten war. Hier öffnet sich eine bezeichnende Schere zwischen dem Selbstverständnis des Autors und der Vermarktungsstrategie des Verlegers: Nabokov

<sup>62</sup> Zu Berlin siehe den Beitrag von Horst-Jürgen Gerigk in diesem Heft, S. 43–55.

<sup>63</sup> Joseph Douillet: *Moscou sans voiles (neuf ans de travail au pays des soviets)*. Paris 1929.

<sup>64</sup> Santo Cilaurò, Tom Gleisner, Rob Sitch: *Molvania. A land untouched by modern dentistry*. Woodstock, New York 2004; <[www.molvania.com.au/molvania](http://www.molvania.com.au/molvania)>, <[www.molwanien.de](http://www.molwanien.de)>.



betrachtete sich selbst als anspruchsvollen Autor, der keiner spezifischen Nationalliteratur, sondern der Weltliteratur angehörte. Er rechnete in den späten sechziger Jahren durchaus damit, in die Reihe der Nobelpreisträger aufgenommen zu werden.<sup>65</sup> Der Verleger Maurice Girodias hingegen nahm vor allem die sexuellen Anspielungen des Textes wahr und adressierte den Roman an das Stammpublikum seines Hauses.

Es gibt natürlich zahlreiche Mischformen zwischen dem Typus Dovlatov und dem Typus Nabokov. In der Regel profitierte ein emigrierter Autor zunächst von der Aura des Dissidenten und Märtyrers, die ihn bei seiner Ankunft im Westen umgab. Allerdings erwies sich der aus politischen Gründen gewährte Vorschußkredit für die meisten Schriftsteller als Hypothek. Sehr bald begannen sich emigrierte Schriftsteller von ihrer osteuropäischen Herkunft zu distanzieren. Sie wollten nicht mehr als verfolgte Intellektuelle, sondern als autonome Künstler wahrgenommen werden. Zwar hatten die osteuropäische Problematik und bisweilen auch die slavische Imprägnierung ihres fremdsprachigen Satzbaus zum exotischen Kolorit und damit auch zum Erfolg ihrer Bücher beigetragen. Gleichwohl kann man oft beobachten, daß sich osteuropäische Autoren im Westen neuen, unbelasteten Themen zuwenden.

Eine gewisse Gefahr dieser Neuausrichtung liegt allerdings darin, daß der immigrierte Schriftsteller zwischen Stuhl und Bank gerät: In der Heimat wird er als Abtrünniger betrachtet, im Gastland bleibt er ein Außenseiter. Ein historisches Beispiel für dieses Dilemma bietet Joseph Conrad, dem in Polen von Eliza Orzeszkowa vorgeworfen wurde, er opfere ein mögliches kulturelles Engagement als polnischer Autor seiner persönlichen Karriere in der englischsprachigen Weltliteratur.<sup>66</sup> Heute werden ganz ähnliche Vorwürfe an die Adresse von Milan Kundera laut. Tschechische Kritiker sind enttäuscht, daß Kundera gewissermaßen als Verlustposten für die tschechische Literatur gebucht werden muß, und beschuldigen ihn, mit seichten Romanen den Geschmack der westlichen Massenkultur zu bedienen.<sup>67</sup> Bezeichnenderweise stammen die rhetorischen Versatzstücke dieser antiwestlichen Angriffe noch aus kommunistischer Zeit.

In der postsowjetischen Zeit hat sich die Situation grundlegend geändert. Mit dem Zusammenbruch des kommunistischen Regimes ist auch das Phänomen der politischen Emigration verschwunden. Nicht verschwunden sind allerdings die Emigranten. Im Gegenteil: Oft wird im Zusammenhang mit der meist ökonomisch motivierten Flucht aus Rußland sogar von der vierten Emigrationswelle des 20. Jahrhunderts gesprochen (nach den drei Wellen von 1917, 1945 und 1970).

Junge Autoren, die meist als Teenager in den Westen gekommen sind, versuchen nun nicht mehr, ihre russische Herkunft zu kaschieren. Ein besonderes Phänomen ist der von Gary Shteyngart geprägte Begriff des „Immigrant Chic“, der als Stiloffensive in der postmodernen Gesellschaft eingesetzt werden kann.<sup>68</sup> Zu Beginn des 21. Jahrhunderts nimmt das westliche Publikum einen deutlichen Kontrast zwischen der Avantgardekultur Osteuropas und der US-amerikanischen Populärkultur wahr. Der osteuropäische Immigrant kann kulturelle Duftmarken setzen, von denen er selbst nicht so

<sup>65</sup> Brian Boyd: Vladimir Nabokov. The American Years. Princeton 1991, S. 573.

<sup>66</sup> John Batchelor: The Life of Joseph Conrad. A Critical Biography. Oxford, Cambridge, Mass., 1994, S. 22.

<sup>67</sup> Zu Kundera siehe den Beitrag von Maria Rubins in diesem Heft, S. 169–181.

<sup>68</sup> Siehe dazu den Beitrag von Adrian Wanner in diesem Heft, S. 151–167.

genau weiß, was sie bedeuten; er kann sich aber des faszinierenden Effekts auf sein westliches Publikum sicher sein. Wenn also in einem Text oder einer Unterhaltung die Namen „Malevič“ oder „Trockij“ fallen, dann wird damit eine Tradition aufgerufen, die zwar ihr ideologisches Verfallsdatum längst überschritten hat, aber gerade deshalb als schickes intellektuelles Accessoire vorgeführt werden kann.

Eine ähnliche Selbstinszenierung kann man beim Modeschöpfer Slava Zaitsev beobachten. Er stilisiert sich auf seiner Website als eine Art Dostoevskij-Figur: Er sei gütig bis zur Sentimentalität und impulsiv bis zur Grausamkeit und verfüge deshalb über eine zerrissene Seele.<sup>69</sup> In der Kleiderbranche ist Rußland immer schick: So verläßt sich auch die Berlin-Kreuzberger Trendboutique *Molotow* auf die sowjetnostalgisch-explosiven Konnotationen ihres Namens und spricht damit ein subkulturelles zahlungskräftiges Publikum an.

Geradezu schamlos profitiert von diesem Mechanismus der Berliner Russe Wladimir Kaminer. In seiner „Russendisko“ amalgamiert er auf geschickte Weise aktuelle Tanzkultur mit Sowjetnostalgie.<sup>70</sup> Historische Authentizität ist hier weder beabsichtigt, noch wird sie erreicht. Kaminer holt seine deutschen Klienten genau dort ab, wo sie mit ihren Klischees über den Osten stehen. Er entführt sie also in die Welt ihrer eigenen Stereotypen und nutzt dabei alle Kommunikationskanäle, die ihm zur Verfügung stehen. Dazu gehört die Inszenierung einer orgiastischen Atmosphäre im Tanzlokal, die Produktion einer CD mit russischer Musik und nicht zuletzt auch die Lancierung einer gefälligen Prosa, die den Abenteuern des russischen Immigranten in der westlichen Zivilisation gewidmet ist.

Das publikumswirksame Design des Osteuropäers kann aber noch weiter synthetisiert werden. Ein regelrechtes Retortenphänomen stellt das Popduo *t.A.T.u.* dar.<sup>71</sup> Elena Katina und Julija Volkova erreichten vor allem durch die Inszenierung ihrer angeblichen lesbischen Liebe Kultstatus in der westlichen Populärkultur. *t.A.T.u.* bediente sich damit einer doppelten Exotik: Die offen gelebte weibliche Homosexualität verband sich mit dem Faszinosum tremendum eines ebenso anziehenden wie gefährlichen Rußland. Die emotionale Atmosphäre des *t.A.T.u.*-Hits *Ja sošla s uma* (2000) (später in der englischen Version: „All the Things She Said“) wurde durch ein perfekt zur Schau gestelltes Privatleben beglaubigt: Die beiden Sängerinnen durften keine Männerbekanntschaften pflegen und untermalten jeden öffentlichen Auftritt durch ein intensives Petting. Das Image der verliebten Mädchen, die ihre Gefühlswelt höher stellen als die gesellschaftliche Etikette, war so erfolgreich, daß es alsbald kopiert wurde: Madonna küßte bei der Verleihung der MTV Music Awards im August 2003 Britney Spears, und Christina Aguilera und nutzte damit die lesbische Ikonographie von *t.A.T.u.* für eigene PR-Zwecke.

Geschickt bediente auch die ukrainische Sängerin Ruslana das westliche Klischee des wilden Ostens.<sup>72</sup> Sie gewann im Jahr 2004 den Eurovision-Songwettbewerb mit dem Lied *Wild Dances*. Die Sängerin und ihre Musiker kleideten sich mit Tierfellen und traten ostentativ als Barbaren auf. Während allerdings *t.A.T.u.* noch mit einer authentischen Rezeption ihrer inszenierten Identität rechnen konnten, war die ironische Bre-

<sup>69</sup> <[www.zaitsev.ru/chel/](http://www.zaitsev.ru/chel/)>.

<sup>70</sup> Siehe dazu den Beitrag von Ellen Rutten in diesem Heft, S. 109–124.

<sup>71</sup> Siehe dazu den Beitrag von Mirja Lecke in diesem Heft, S. 125–135.

<sup>72</sup> Siehe dazu den Beitrag von Holger Gemba in diesem Heft, S. 137–149.

chung des Medienprodukts bei Ruslana bereits von Anfang an präsent. Es ist deshalb kein Zufall, daß es sich bei Ruslanas Urmenschengehabe nur um eine Wegwerfidentität handelt, die sie mittlerweile durch einen futuristischen, ganz in Weiß gehaltenen Avatar ersetzt hat. Ob Ruslanas Wahl als Abgeordnete in das ukrainische Parlament solchen Rollenspielen ein Ende setzen wird, bleibt abzuwarten.

Die vorläufig letzte Stufe hat die Inszenierung des Osteuropäers im Erfolgsfilm *Borat* (2006) des britischen Komikers Sacha Baron Cohen erreicht.<sup>73</sup> Die Kunstfigur Borat Sagdiyev ist ein Reporter, der angeblich Reportagen über das amerikanische Leben für das kasachische Fernsehen dreht. Borat verfügt über eine synkretistische osteuropäische Identität: Er spricht ein gebrochenes Englisch und verfällt manchmal in seine eigene Sprache, die allerdings nicht Kasachisch ist, sondern aus polnischen und hebräischen Fetzen besteht. Außerdem ist Borat ein eingefleischter Antisemit und bekennender Sexliebhaber. Borat kann als Inkarnation westlicher Vorurteile über Osteuropa gedeutet werden – er verfügt letztlich über den aussagelogischen Status einer realisierten Metapher.

Sacha Baron Cohen geht es nicht um eine auch nur annähernd authentische Darstellung des Osteuropäers, er führt vielmehr ein soziologisches Experiment durch: Er konfrontiert die US-Amerikaner in der Gestalt von Borat mit ihren eigenen Vorurteilen und Klischees über Osteuropa und dokumentiert dabei den raschen Verfall der politisch korrekten Fassade der westlichen Kultur. Es zeigt sich, daß die grotesk verfremdete Gestalt Borats als Katalysator wirkt und in der scheinbar zivilisierten amerikanischen Gesellschaft Antisemitismus, Gewalt, Nationalismus, Pornographie und Frauenfeindlichkeit auslösen kann.

Der Osten im Westen erweist sich damit als wandlungsfähiges Element der Populärkultur. Die Erkennbarkeit kultureller Importe ist höchst unterschiedlich und hängt von ihrer Markierung ab. Dabei lassen sich epochenspezifische Unterschiede feststellen: Während osteuropäische Immigranten im 20. Jahrhundert bestrebt waren, ihre eigene Identität und das Design ihrer Werke in die westliche Populärkultur einzuschreiben, zeichnet sich zu Beginn des 21. Jahrhunderts eine Trendwende ab. Gerade die Markierung eines Kulturprodukts als „osteuropäisch“ gilt nun als schick und wird als kalkulierter Rezeptionseffekt eingesetzt. Die westliche Populärkultur absorbiert in ihrem unersättlichen Drang nach Neuem und Originellem auch diese Mode, deren Höhepunkt allerdings mit *Borat* wahrscheinlich bereits erreicht ist. Die Parodierbarkeit einer Kulturercheinung zeigt bereits das Ende ihrer Originalität an – nach der Parodie folgt in der Regel die Epigonalität. Die sorgfältig gestylte Inszenierung eines osteuropäischen kulturellen Hintergrunds ist für die Akteure der heutigen Populärkultur noch eine Goldgrube, allerdings ist das Ende dieses Booms bereits absehbar. Ein wesentlicher Grund dafür ist die zunehmende Angleichung der westlichen und osteuropäischen Populärkultur seit dem Zusammenbruch der Sowjetunion. Der Osten im Westen stellt deshalb ein Kapitel in der Geschichte der Populärkultur dar, das möglicherweise bald abgeschlossen sein wird.

---

<sup>73</sup> Zu Borat siehe den Beitrag von Ulrich Schmid in diesem Heft, S. 95–108.