

KULTURWISSENSCHAFTEN



## Pop und Männlichkeit

Zwei Phänomene in prekärer Wechselwirkung?

Katja Kauer (Hg.)

**T** Frank & Timme

Verlag für wissenschaftliche Literatur

Katja Kauer (Hg.) Pop und Männlichkeit

Kulturwissenschaften, Band 5

Katja Kauer (Hg.)

# Pop und Männlichkeit

Zwei Phänomene in prekärer Wechselwirkung?

**F**Frank & Timme

Verlag für wissenschaftliche Literatur

Umschlagabbildung: © aggroberlin.de Sido, fanzite, Berlin 2008

ISBN 978-3-86596-203-4

ISSN 1862-6092

© Frank & Timme GmbH Verlag für wissenschaftliche Literatur  
Berlin 2009. Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt.  
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts-  
gesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar.  
Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen,  
Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in  
elektronischen Systemen.

Herstellung durch das atelier eilenberger, Leipzig.

Printed in Germany.

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier.

[www.frank-timme.de](http://www.frank-timme.de)

Dieser Band enthält Beiträge, die im Rahmen der vom 3.–4. Juli 2008 an der Otto-von-Guericke-Universität veranstalteten Tagung „Pop und Männlichkeit. Zwei Phänomene in prekärer Wechselwirkung?“ vorgetragen worden.

Die Tagung wurde durch Mittel der Otto-von-Guericke-Universität finanziert. Ich danke im Besonderen der Fakultät für Geistes-, Sozial- und Erziehungswissenschaften und dessen Dekan Prof. Dr. E. Dittrich sowie dem Institut für Germanistik mit dessen Direktor Prof. Dr. A. Burkhardt.

Die vorliegende Publikation wurde durch ein Förderprogramm für Wissenschaftlerinnen des Landes Sachsen-Anhalt und durch Mittel der Otto-von-Guericke-Universität finanziert. Mein Dank gilt dem Prorektor für Studium und Lehre Prof. Dr. Martin Heilmaier.

Dr. Ramona Myrrhe, der Koordinatorin für Frauen- und Geschlechterforschung in Sachsen Anhalt, ist für die Hilfe bei der Planung und Durchführung der Tagung ebenfalls zu danken. Für die redaktionelle Unterstützung bei der Erstellung der Druckvorlage bedanke ich mich bei Christin Thiel.

Magdeburg, im September 2008

Katja Kauer



## Inhaltsverzeichnis

KATJA KAUER

Male Gender als Pop. Eine Einführung.....9

THOMAS HECKEN

„Pop-Literatur“ oder „populäre Literaturen und Medien“? Eine Frage von  
Wissenschaft und Gender ..... 19

ANETT KRAUSE

Abfall für alle? Popliteratur als Feuilletonphänomen zwischen Zeitgeist  
und nationaler Identitätsbildung ..... 37

THOMAS BOYKEN

Darüber „daß Helden einsam sind / wenn das Licht angeht“. Zu  
Männlichkeitsimaginationen im lyrischen Werk Rolf Dieter Brinkmanns ..... 51

FRANK DEGLER

Selbstbezüglichkeit. Sex und Gender in *Relax* und *Soloalbum*..... 71

STEFFEN HENDEL

Auf dass der Tod sie scheide. Das praktisch unmögliche Miteinander der  
Geschlechter in Karen Duves *Regenroman* (1999) ..... 89

BRANKA SCHALLER-FORNOFF

Fermentierungen des Pop in Michael Kleebergs *Karlmann* ..... 105

KATJA KAUER

Der Zauber männlicher Verletzlichkeit oder das Mannsein *stehe ich dann  
also mal im Wortsinn nicht durch* ..... 119

ALEXANDRA LUDEWIG

Streitbare Männer im deutschen Film ..... 149

KERSTIN WILKE

„Ich fühl mich dann einfach cool!“ ..... 165

DUNJA BRILL	
„Black Metal ist Krieg“ .....	181
CAROLINE SCHUBARTH	
I'll be a rock'n roll bitch for you! .....	205
WERNER GARSTENAUER	
„Blumfelds“ Abgesang auf ahegemoniale Männlichkeitsentwürfe im Zeichen des Junggesellen-Narrativs .....	229
Zu den Beiträgerinnen und Beiträgern .....	245

## Male Gender als Pop. Eine Einführung

„Pop“ und „Männlichkeit“, eine eher ungewöhnliche Begriffsverknüpfung im wissenschaftlichen Kontext, absolut alltäglich in seiner signifikanten Einheit.

Was ist Pop? Nun ja eine wenig originell, dafür treffende Minimaldefinition benennt Pop als: „Die Wiederkehr des Immergleichen.“<sup>1</sup> Dass das Immergleiche oft einen anderen Anstrich zeigt, dass aus alternativen Kultbewegungen wie *Punk* schnell jugendkulturelle Massenbewegungen wie *Fun-Punk* werden können und politisch aggressiv auftretende männliche Musikstars von „Sexsymbolen“ ausgetauscht werden, die noch die gleiche Frisur und das gleiche *Piercing* haben – nur eben geistlos sind – das ist altbewährt und das ist Pop!

Doch wie sieht es mit *Male gender* aus? Ist dies nicht auch die Wiederkehr des Immergleichen, die die verschiedenen Versionen von Stärke, Unabhängigkeit, Aktivität überschrieben mit den Standardkategorien für männliche Identität, Krieger, Liebhaber, Vater, *homo faber*, und Sportler, stets neu akzentuiert?<sup>2</sup>

Eine positivistisch argumentierende Geschlechterforschung wird nun streng darauf verweisen, dass sich Männer und deren geschlechtliche Rollen **natürlich** verändert hätten. Aus den familienabgewandten, emotional verarmten Männern, sind die „Neuen Männer“ geworden, die zarten, schöngestigen, ewig jungbleibenden *Boys*, die mit ihren Kolleginnen um die Anerkennung auf dem Arbeitsmarkt konkurrieren müssen und ihre Freundinnen entlasten, indem sie sich den Erziehungsurlaub mit ihr teilen. Diese Veränderung, die gesellschaftliche Akzeptanz einer ganz neuen Vaterrolle, die viele Anzeichen von dem trägt, was ehemals als mütterlich galt, und die, zwar sehr schleichende, aber dennoch stattfindende Ablösung männlicher Hegemonien auf dem Arbeitsmarkt, ist keineswegs zu unterschätzen. Gerade die derzeitige Debatte um die „Neuen Deutschen Mädchen“, die „Alphamädchen“ oder die „Popfeministinnen“ zeigt jedoch, dass der Feminismus noch lange nicht ausgedient

.....  
1 Vgl. Thomas Hecken: *Populäre Kultur. Mit einem Anhang „Girl und Popkultur“*. Bochum 2006, S.86.

2 Vgl. Ernst Hanisch: *Männlichkeiten. Eine andere Geschichte des 20. Jahrhunderts*. Wien [u.a.] 2005.

hat und dass „Weiblichkeit“ zwischen neuen und alten Rollenerwartungen changieren muss.<sup>3</sup>

Jedoch sollte genauso wenig unterschätzt werden, dass auch *male gender* eine Geschichte hat, die zwar neu akzentuiert werden kann, die aber bereits geschrieben ist. Ähnlich wie in der Welt des Pops werden die Stars, die *Songs*, die *Must Haves* ausgetauscht, doch die standardisierten Elemente sind nicht zu verleugnen, mehr als das, sie sind nichts Akzidentelles, sondern bilden das Wesen eben dieser kulturellen Formation.

Das Wesen von *male gender* besteht, gerade weil es, folgen wir der Gendertheorie, nicht benenn- und auffindbar ist, phänomenologisch betrachtet eben in jener Erscheinung des immergleichen Habitus der männlichen Macht.

Manchmal erscheint jedoch das Immergleiche in seiner Ähnlichkeit zum Vorherigen auffälliger und der Wiedererkennungseffekt ist zu erstaunlich, zu deutlich, als dass hier „nur“ von standardisierten Elementen die Rede sein könnte. Plötzlich werden die Signifikanten in ihrem Historismus, in ihrem Anachronismus aufdringlich – und was uns als neuer Trend verkauft wird, tun wir mit der gelangweilten Handbewegung ab: Das gab's aber schon mal!!!

Für RezipientInnen und KonsumentInnen – ja überhaupt für jene, die sich in der Popkultur verorten, also wohl für fast alle nach dem Zweiten Weltkrieg Geborenen, ist seit einigen Jahren eine deutliche Re-Maskulinisierungstendenz innerhalb der Popkultur, ein Erstarren der hegemonialen, weißen Männlichkeit, des sogenannten männlichen Barbarismus und der Heteronormierung erkennbar.

Diese „neue“ Virilität wird in diesem Band historisch erfahrbar gemacht und damit zugleich dekonstruiert. Benennbar ist die Maskulinisierungstendenz wohl nur für jene, die eine Doppelbewegung innerhalb der Popdiskurse anstreben – was bedeutet, sich als Teil davon zu subjektivieren und als KritikerIn dessen distanzieren zu können. Denn neben dem traditionellen Männerbildern, denen Popkultur eine neue Modernität verleiht, sind auch andere Diskurse um *male gender* für Popkultur prägend. Im Zuge der Reflexion von gegenwärtigen Männlichkeitsbildern wird auffällig, dass Männer – gesellschaftlich betrachtet – einer starken Ambivalenz von tradierter männlicher Rolle und emanzipierter – neu konstruierter – Männlichkeit gegenüberstehen,

.....  
3 Vgl. Jana Hensel/Elisabeth Raether: *Neue Deutsche Mädchen*. Hamburg 2008; Meredith Haaf/Susanne Klinger/Barbara Streidel: *Wir Alphamädchen. Warum Feminismus das Leben schöner macht*. Hamburg 2008; Mirja Stöcker [Hg.]: *Das F-Wort. Feminismus ist sexy*. Königstein 2007; Katja Kauer: *Stichwort „Popfeminismus“*. Berlin voraus. 2009.

ein Dilemma, das Feministinnen in Bezug auf ihr eigenes Geschlecht durchaus vertraut ist. Diese zwei Sichtweisen auf „Maskulinität“, die auch ein popkulturelles Subjekt vereinen muss, bezeichnet Walter Erhart als eine äußere und innere Geschichte von Männlichkeit, wobei seines Erachtens „beide Geschichten“ durch die Männlichkeitsforschung noch nicht ausreichend in Beziehung gesetzt wurden sind.<sup>4</sup> Bezogen auf die Maskulinisierungstendenzen innerhalb der Popkultur bedeutet dies, dass sich Männer, einer innerlichen Geschichte von Männlichkeit folgend, „männlich“ zu gebärden haben, allerdings auch gezwungen sind, sich anders zu verhalten als die Vätergeneration. Diese ambivalenten Erscheinungsformen von Männlichkeit, der Mischung aus *Macho* und *Softie* – ganz vereinfacht ausgedrückt – werden konstatiert, meines Erachtens jedoch unzureichend erklärt.

Die Beschäftigung mit Männlichkeit seit spätestens Ende der 90er Jahre und ein Blick auf die seit den 90er Jahren veröffentlichten Publikationen lässt augenscheinlich werden, dass die Forschungsliteratur aus theoretischen Schriften besteht, die zum einen die männliche Rolle ganz herkömmlich zu analysieren versuchen, etwa in Hinsicht auf Männerbünde<sup>5</sup>, auf Gewaltdiskurse<sup>6</sup>, auf Sport<sup>7</sup> usw. Zum anderen befassen sich viele empirisch orientierte Arbeiten mit der psychischen Reaktion des Mannes auf ein gesellschaftlich gewandeltes Rollenverständnis von Maskulinität.<sup>8</sup> Das Argument, dass die sich zunehmend verstärkenden Maskulinisierungstendenzen innerhalb des *doing male gender* gesellschaftliche Ursachen haben, tritt dabei oft auf und ist als Erklärungsmuster altbekannt. Innerhalb der Fin-de-Siecle-Forschung ist diese kausale Kette von sozialen Umständen und psychischer Reaktion seitens des Mannes eines der beliebtesten Argumente für den bereits mehrfach untersuchten Männlichkeitskult um 1900. Auf den Zweifel von frühen Frauenrechtlerin-

.....  
4 Vgl. Walter Erhart: *Männlichkeit: Ein blinder Fleck der Geschlechterforschung*. In: Frauenfragen; Männerfragen. Beitragssammlung zur Interdisziplinären Ringvorlesung „Frauen- und Genderforschung“ an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg WS 00/01. Hrsg. von Katja Kauer. A. a. O., S.106.

5 Vgl. Jürgen Reulecke: *„Ich möchte einer werden so wie die ...“: Männerbünde im 20. Jahrhundert*. Frankfurt/Main 2001; Ulrike Brunotte: *Eros und Krieg. Männerbund und Ritual in der Moderne*. Berlin 2004.

6 Vgl. Erich Lehner: *Gewalt und Männlichkeit*. Wien [u.a.] 2007.

7 Vgl. Eva Kreisky: *Arena der Männlichkeit : über das Verhältnis von Fußball und Geschlecht*. Frankfurt/Main [u.a.] 2006.

8 Als ein Beispiel dafür sei nur die folgende Ausgabe der Feministischen Studien mit dem Titel „Männlichkeit“ genannt. Die Beiträge reproduzieren größtenteils männliche Klischees oder setzen die „neue Männlichkeit“ auffällig häufig in Bezug zu dem feministischen Wandel der Geschlechterrollen. Vgl. Feministische Studien 18/2 [2000].

nen an der durch Naturgesetze begründeten Geschlechterhierarchie, der damals bereits aufkam, reagierten misogyne und maskulinistische Diskurse mit übersteigerten Maskulinitätskonzepten, die bestehende Männerbilder „an Männlichkeit“ überbieten sollten. Diese maskulinistischen Diskurse wurden von einem rückwärts gerichteten Postulat regiert, das „die Rettung des Mannes durch Formen der Re-Barbarisierung, d.h. die reale wie künstlerische Reetablierung von Geschlechtergrenzen, insbesondere auch die radikale Trennung von Gefühl und Sinnlichkeit, der mit der frühromantischen Kunstreflexion zumindest theoretisch der Boden entzogen war, [anstrebte].“<sup>9</sup>

Obwohl der Maskulinität gegenwärtig nicht als eine intellektuelle Bewegung auftritt, sollte man sich fragen, ob diese maskulinistische Forderung nach „Re-Barbarisierung“ im Sinne einer Rettung von „Männlichkeit“ heutzutage wirklich völlig verworfen worden ist? Wagen wir einen kritischen Blick auf dem Kosmos des Pop, etwa die HipHop-Bewegung, den sogenannten „Testosteron Sound“ der späten 90er oder die snobistische Pöpliteratur um 2000 aus männlicher Feder, dann wird dieser Diskurs um das „re-barbarisierte Mannsein“ augenfällig. Zweifelsohne findet bei der Kontrastierung maskulinistischer Forderungen um 1900 und maskulinistischer Erscheinungsformen in der gegenwärtigen Popkultur ein erheblicher Ebenenwechsel der Betrachtung statt, nämlich der von einer Elitekultur zu einer Allgemeinkultur.

Ein grundlegender Begriffsinhalt von „Pop“ besteht darin, dass der Kosmos des Pop alltagstauglich, d.h. einfach rezipierbar und rezitierbar zu sein hat und in gewisser Weise immer auf den *mainstream* gerichtet ist, auch wenn seine Zeichenträger aus Außenseiterszenen generiert worden sind, soll Pop „die Masse“ ansprechen. Pop erfindet nicht neu, sondern benutzt Bekanntes. Pop „macht Altes neu“ und dies gilt auch für die maskulinistischen Signifikanten, denen sich die Popkultur bedient. Sie bietet eine erstaunliche Fülle an Männlichkeitsbildern, die oftmals erstaunlich traditionell und klischeebeladen sind.

Innerhalb soziologischer Diskurse wird dieses strikte Festhalten an Geschlechtergrenzen, das Festhalten an der Ideologie eines naturnahen *male gender*, das besonders bei der Analyse von subkulturellen Szenen innerhalb dieses Bandes zur Sprache kommt, als der Versuch bezeichnet, „schematische Versionen von Hypermaskulinität“<sup>10</sup> herzustellen, indem „mit rigiden Entwür-

9 Johannes G. Pankau: *Sexualität und Modernität. Studien zum Drama des Fin de Siècle*. Würzburg 2005, S. 77.

10 Mechthild Bereswill: *Sich auf eine Seite schlagen. Die Abwehr von Verletzungsoffenheit als gewaltsame Stabilisierung von Männlichkeit*. In : Dimensionen der Kategorie Geschlecht: Der Fall Männlichkeit. Hrsg. von ders.; Michael Meuser und Sylka Scholz. Münster 2007, S. 101–118, hier S. 108.

fen einer wehrhaften Männlichkeit, aus der alles Weiche, Verletzliche ausgrenzt werden soll<sup>11</sup> gearbeitet wird. Dabei geht es vor allem darum, dass das männliche Subjekt Durchlässigkeit, Verletzlichkeit vermeidet, Weiblichkeit grundlegend abspaltet und sich innerhalb der heterosexistischen Ordnung potent – und nicht, wie jeder *Hip-Hopper* fürchtet, als *sissy or pussy* betitelt – als kampfbereit in Szene setzt.

Der vorschnelle Rückgriff auf das Konzept „Hypermaskulinität“ als einer Generalanalyse für das Verhältnis von „Pop“ und „Männlichkeit“ wäre aber eine deutliche verkürzte Darstellung des Zusammenhangs. Die unterschiedlichen und sich mit unterschiedlichen Szenen auseinandersetzen Beiträge werden zeigen, dass die Definition von dem, was sceneintern als hypermaskulin gilt, deutlich voneinander abweicht.

Dennoch als maskulin wahrgenommen zu werden, ist ein nicht zu unterschätzender Wert, den Popkultur für Männer etabliert, indem sie ihnen ideelle und materielle Güter bereitstellt, deren Konsum „Männlichkeit“ verspricht.

Ein rein soziologischer Blickwinkel ist noch nicht gleichzusetzen mit einem begriffsanalytischen Blick auf die Welt des Pop. Die Rückkehr bestimmter Formen von *doing male gender* zu schematischen Versionen von Hypermaskulinität, die in manchen Teilen der Popkultur so augenfällig wird, ist natürlich noch nicht gleichbedeutend mit Maskulinität, d.h. mit einer Re-Etablierung als männlich geltender Werte und der Re-Inszenierung von Geschlechtergrenzen. Da jedoch ein nicht geringer Teil der popkulturellen Beschäftigung mit Männlichkeit ganz bewusst performative Muster wählt, die bestimmte Ansprüche an Männer formuliert wie den der Überlegenheit, Stärke, Abwehr der Weiblichkeit usw., wirken Teile der Popkultur, insbesondere auch Teile der Popliteratur, maskulinistisch und zwar genau in jener Art wie sie soziologisch beschrieben wird als, nämlich als angestrebter Versuch seitens der Männer nicht als „verletzungsoffen“ angesehen zu werden, als Form von *Anti-Vulnerabilisierung*.

Das grundsätzliche Problem des Maskulinität besteht bekanntlich darin, dass Mann (*Sex*) nicht gleich Mann (*Gender*) bedeutet, d.h. dass ein männlicher Körper noch nicht das Versprechen der Maskulinität birgt. Vor dieses Problem sah man sich schon vor mehr als 100 Jahren gestellt. Der Maskulinität ist ideologisch davon geleitet, Männer zu bestärken, die männliche Rolle anzunehmen und auszufüllen. Diese Diskurse strebten immer eine

.....  
11 Ebenda.

Entfaltung der Männlichkeit – also eine strikte Rollenvorgabe für Männer – an, die allerdings der maskulinistischen Argumentationsführung nach als gänzlich naturgemäß, keineswegs bloß rollengemäß, gedacht wird. Degeneration, Verweichlichung und Feminisierung sind Gefahren, denen der männliche Naturkörper massiv ausgesetzt sei; und diese Gefahren – so die Quintessenz maskulinistischer Diskurse – gingen vom Weiblichen aus. Männer sollten in den Stand versetzt werden, die Zeichen der Männlichkeit wieder selbstbewusst zur Schau zu tragen, ohne dabei Rücksicht auf „weibische Befindlichkeiten“ zu nehmen. Diese klassische maskulinistische Botschaft, die auch den Rückgriff auf die Argumentation der Naturmäßigkeit nicht scheut, wird um 2000 allerdings mit anderen medialen Mitteln verbreitet als um 1900. Die Welt des Pop, die durch Inszenierung, Zitat, Artifizielles und Hyperbolisches definiert ist, hat selbstredend nur noch ein gebrochenes Verhältnis zur „Natürlichkeit“ An Stelle misogynyer Theoretiker<sup>12</sup> sind machistische „Popstars“<sup>13</sup> getreten, die sich vor der FEMINATION GENERATION bewahren wollen.<sup>14</sup> Wie ernst gemeint diese maskuline Performance überhaupt sein kann, wird im Zuge der Diskussion um und der Analyse von diesen Erscheinungsformen in den einzelnen Beiträgen hinterfragt werden.

Abgesehen davon gilt als das oberste Gebot in der Popkultur materieller Erfolg, und diesem Zweck ist die gebrochene oder auch ungebrochene Männlichkeitsattitüde vieler Popstars natürlich zuallererst unterstellt, bevor die Wahrhaftigkeit der Posen und Botschaften überhaupt ernsthaft diskutiert werden kann.

Neben der „maskulinistischen Männlichkeit“ kennt und schätzt „Pop“ aber auch gerade die Männerbilder, die sich den hegemonialen Diskursen widersetzen. Auch diese Männlichkeiten werden in dem Band zur Sprache kommen.

.....

12 Vgl. Otto Weininger: *Geschlecht und Charakter. Eine prinzipielle Untersuchung*. Im Anhang Weiningers Tagebuch, Briefe August Strindbergs sowie Beiträge aus heutiger Sicht von Annegret Stopczyk. Nachdr. d. 1. Aufl. München 1997 [1. Aufl. Wien 1903]; P. J. Möbius: *Über den physiologischen Schwachsinn des Weibes*. Nachdruck. Augsburg 2000; Max Simon Nordau: *Entartung*. 2. Aufl. Berlin 1893.

13 „In seinen gerappten Dramen finden sich einige der fauerverachtendsten Fantasien, die jemals aus den Untiefen der männlichen Psyche aufgetaucht sind. [...] Antifeministische Einstellungen werden zunehmend toleriert, während gleichzeitig machistische Männlichkeit verstärkt ausgelebt wird. [...] Diese eher unbestimmte Frauenfeindlichkeit gehört, unabhängig von ihrem Wahrheitsgehalt, zum Standardrepertoire des Hardcore-Rap. Aber auch in anderen musikalischen Stilrichtungen war männliches Misstrauen gegenüber Frauen sowie die Verwandlung von Frauen in pure Lustobjekte schon immer Thema.“ (Anthony Bozza: *Eminem. Die Biographie. Whatever you say I am*. München 2004, S. 318 ff.)

14 Das markante Diktum FEMINATION GENERATION entstammt dem Songtext Femtex vom dem Album Troublegun (1994) der Rochgruppe Therapy.

Effeminierte Männlichkeit ist ebenso poptauglich wie machistische. Dabei ist keines der Männerbilder „natürlicher“ als das andere, obwohl Hypermaskulinität sich oftmals auf „Naturhaftigkeit“ beruft. Interessant sind aber auch jene popkulturellen Erscheinungsformen von Männlichkeiten, die heterogene maskuline Ambitionen mischen und damit gleichzeitig verschiedene Referenzen haben. Während die machistische Performanz von *male gender* meist nicht auf ein weibliches Gegenüber gerichtet ist, sondern sich innerhalb homosozialer Beziehungen abspielt, ist die effeminierte Männlichkeit oft homoerotisch konnotiert. Beide konträre Männlichkeitsphänomene sind also nicht an „Weiblichkeit“ adressiert.

Wenn popkulturelle Männlichkeit Frauen ansprechen soll, dann wohl kaum durch Hegemoniekämpfe innerhalb männlicher Subkulturen, die keine Kämpfe um, für und mit Frauen, sondern höchstens um Frauen als Objekt, als einer Leerstelle in dem diskursiven Geflecht, welches nur Männlichkeiten umwebt, sind. Doch auch „Männlichkeiten“, die sich allen klassischen Vorgaben widersetzen und nur „weich“ wirken, sind als Sexsymbole schwer vermarktbar. Der *smarte bad boy*, der als Idealvorgabe männliche „Sanftheit“ und männliche „Stärke“ vereint, eignet sich daher besonders gut als *leading men*, sowohl durch seine maskuline als auch feminine Wirkung. Wir wissen: Popkultur ist, auch und vor allem, Konsumkultur! Und da sich, wie bereits erwähnt, die Welt so rasant und angeblich zum männlichen Nachteil geändert hat, sind natürlich auch Frauen und Mädchen – oder eben die immerwährenden *Girls* der Popkultur, die biologisch Frauen und performativ Mädchen sind – aktive TeilhaberInnen dieser Konsumwelt.

Es ist innerhalb der Geschlechterforschung noch nicht deutlich genug herausgestellt worden, dass heterosexuelles Begehren durch den Geschlechterdiskurs der Romantik zwar ein Differenz akzentuierendes Modell ist, dass aber darin der Gegensatz von Stärke und Schwäche überwunden ist und die geschlechtlichen Positionen austauschbar sind. Einen männlichen Popstar (in der Tradition der Romantik) zu begehren, heißt für die *Groupies* einerseits, von der Zurschaustellung männlicher Stärke beeindruckt zu sein. Soll dieses Begehren aber als prinzipiell einlösbar gelten – was es für einige *Groupies* manchmal sogar ist – muss diese Demonstration von Stärke mit der diffizilen Signifikation von Schwäche, Durchlässigkeit und Verletzlichkeit einhergehen. Auch dies wird in dem folgenden Band deutlich werden, da die subkulturellen Szenen, die der Maskulinität exalziert frönen, meist auch Szenen sind, in denen Frauen auch als Fans eher ausgeschlossen werden.

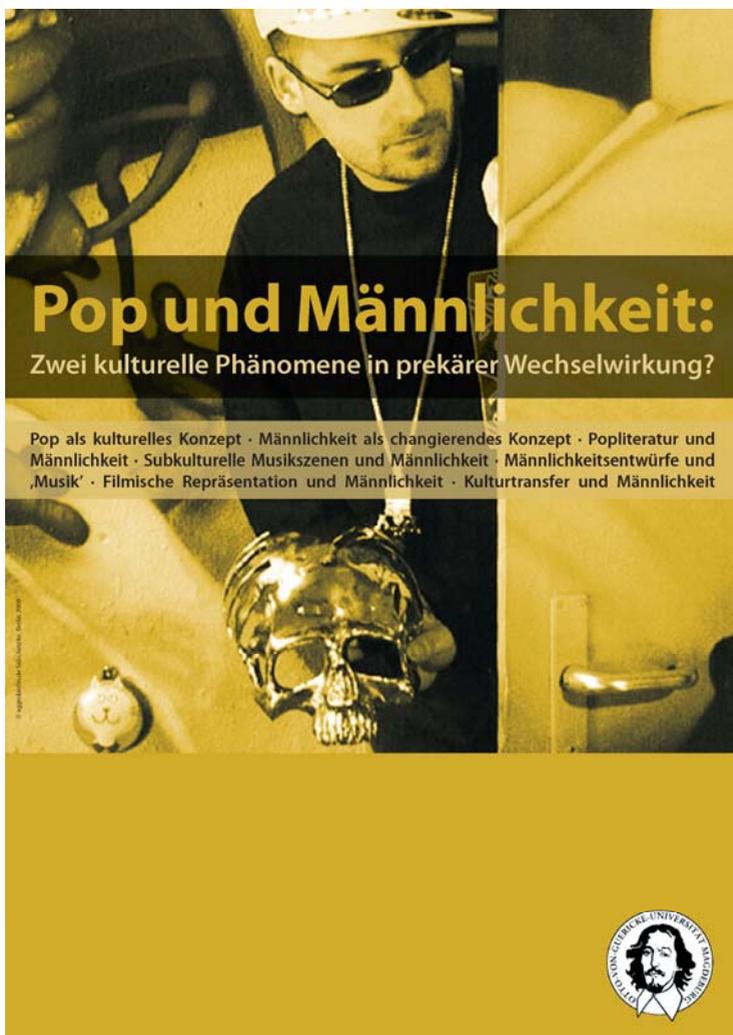
So sehr Sido – um einmal an dieser Stelle auf das nebenstehende Bild, das in Plakatform als symbolträchtiges Werbemittel für die den Band vorausgehende Tagung verwendet wurde, zu sprechen zu kommen – den Gangsta-Rapper mimt, gegen Schwule, Frauen, den Mittelstand und die unbegabte graue Masse reimt, er verbreitet seine bruchlose, eindeutig binär codierte, schier unerträgliche Hypermaskulinität, indem er sich – mit einem Totenschädel – maskiert. Dass er damit einen über 80 Jahre alten Topos innerhalb der Beschäftigung mit Geschlecht veranschaulicht, der besagt, dass erstens Geschlecht immer Maskerade sei und das zweitens bei einer wahren oder imaginierten Bedrohung der geschlechtlichen Identität diese Maske zu erstarren droht, wird ihm keineswegs bewusst sein. Reflektiertheit und Hypermaskulinisierung sind zwei sich ausschließende Gegensätze, da natürlich eine derartige Performanz das Argument von Naturnähe und Wahrhaftigkeit nicht aufgeben kann.

Dennoch ist das zu deutliche Verbergen unbewusster männlicher Ängste und Wünsche völlig ungeeignet, um den Mann als Mann begehrenswert zu machen. Die *sexiest men* im Popgeschäft (von James Dean bis Brad Pitt) umweht der Hauch von Fragilität, einer nicht offenbaren, aber einer scheinbaren Verletzlichkeit.

Popkultur ist aber per se ein heterosoziales Feld und so sind die „wahren Männer“, die smarten *bad boys*, die seit den letzten 10 Jahren wieder so sehr in Mode sind, immer auch die verletzlichen, durchlässigen Helden. Auch dazu soll der Band Stellung nehmen, denn an diesem Punkt beginnt die Verknüpfung der inneren und äußeren Erzählung von Männlichkeit.

Während ich mich vorrangig mit dieser Ambivalenz des gegenwärtigen Männlichkeitsbildes auseinandersetze, versuchen die anderen Beiträge jeweils eine Position innerhalb des „Pop-Männlichkeitshabitus“ zu analysieren. Dabei sind in diesem Band interessante Beiträge zu popliterarischen Texten vereint worden, die von dem Urvater des Deutschen Popromans Wolf Dieter Brinkmann über Texte aus der Hochphase der Deutschen Popliteratur bis zu dem erst im letzten Jahr erschienen Roman „Karlmann“, der sich bereits als Echo des Pop lesen lässt, reichen und zu zeigen versuchen, wie Männlichkeit innerhalb der Popliteratur in Erscheinung tritt. Interessant ist auch, dass ein Beitrag des Bandes sich mit einem Roman („Regenroman“) auseinandersetzt, in dem stereotype, popliterarische Männlichkeitsbilder gepflegt werden, die jedoch in dem Fall nicht aus „männlicher Feder“ stammen. Neben literaturwissenschaftlichen Analysen bietet der Band auch kulturwissenschaftliche Analysen von

Männlichkeitsidealen innerhalb subkultureller Musikszenen und eine kritische Analyse von zwei Filmen, die das subkulturelle und hegemoniale Männlichkeitsideal der Gegenwart in der Filmhandlung in Opposition ineinander setzen, aber dabei beide gewissermaßen als gelungene Erzählung von Männlichkeit scheitern.



# Pop und Männlichkeit:

Zwei kulturelle Phänomene in prekärer Wechselwirkung?

Pop als kulturelles Konzept · Männlichkeit als changierendes Konzept · Popliteratur und Männlichkeit · Subkulturelle Musikszenen und Männlichkeit · Männlichkeitsentwürfe und ‚Musik‘ · Filmische Repräsentation und Männlichkeit · Kulturtransfer und Männlichkeit



Ob in der jeweiligen männlichen Performance eher androgyn oder hypermasculin verfahren wird, die Technik über die sich das Männlichkeitsbild herstellt ist Pop, in dem Sinne, dass es sich bei den Szenebildern immer um Zitate und Kopien von als ursprünglich angesehenen Gendervorstellungen handelt.

Die beiden Stoßrichtungen dieses Bandes, nämlich die kulturwissenschaftliche Analyse bestimmter Männlichkeitsdarstellungen (ob im Film, Musik oder anderen Kulturen) und die literaturwissenschaftliche Systematisierung popliterarischer Männlichkeitsbilder werden von einer dieser Fragestellungen vorausgehenden Diskussion um „Pop“ und um „Popliteratur“ zusammengehalten. Wenn auch die Beiträge, die die Begriffsgeschichte von Pop noch einmal in Erinnerung rufen oder wie der Beitrag zur Genese des Begriffs „Popliteratur“ zeigt, wie sich Pop selbst zu schöpfen vermag, nicht genuin Männlichkeit im Blick haben, obwohl auch die Diskussion um Pop „gendered“ ist, sind sie doch die Voraussetzung für eine Diskussion der Männlichkeiten in der Popkultur. Denn um noch einmal zirkulär argumentierend zu verfahren, wird der Band zeigen, dass beide rituelle Zeichen, in verschiedensten Erscheinungsformen, doch immer wiederkehren.

## „Pop-Literatur“ oder „populäre Literaturen und Medien“? Eine Frage von Wissenschaft und Gender

Vor allen spezifischen Untersuchungen, wie es um das Verhältnis von Pop und Männlichkeit bestellt sein mag, lässt sich grundsätzlich feststellen, dass Pop historisch gesehen weiblich ist. Nach der mittlerweile häufiger angegriffenen, aber immer noch herrschenden Logik der Geschlechterstereotype liegen Konsum, Passivität, leichte Unterhaltung, oberflächlicher Schein, verführerischer Reiz, die oft genannten Merkmale von Pop abgeben, auf der Seite des „Weiblichen“. „Vermännlicht“ werden konnten sie in avantgardistischen, poptheoretischen Anläufen seit den 1960er Jahren, indem Pop dissidente, gegenkulturelle Bedeutungen zugeschrieben worden sind, die aus dem leichten Spiel und der hedonistischen Ablenkung über den Umweg radikaler Affirmation, rückhaltloser Hingabe einen ernsten Angriff auf die rationalisierte Welt machen würden.<sup>1</sup>

Selbst in den Wissenschaften scheint sich diese Abfolge mittlerweile zu wiederholen, nachdem sich gerade die Philologien als autoritäre, männliche Kanonstifter gegen die Aufnahme der „weiblichen“ Nichtigkeiten und Trivialitäten lange erfolgreich gewehrt hatten. Die „Feminisierung“ der Philologie, wie man die Entscheidung, vormals diskreditierte Gegenstände der Popkultur als besprechenswerte Werke anzusehen, bezeichnen könnte, hat aber mit einem klaren Einschnitt wenig zu tun. Ein augenfälliges Beispiel für die lediglich vordergründige Umkehr ist dafür die germanistische Aufnahme einer bestimmten Sorte „Pop-Literatur“ in den Kanon und die damit einhergehende Einordnung dieser eigentümlichen Literatur.

„Pop-Literatur“ ist ein Ausdruck, der seit der zweiten Hälfte der 1990er Jahre im deutschsprachigen Raum in intellektuellen Kreisen wieder sehr häufig verwendet wird, nachdem er bereits in den Jahren 1968 bis 1970 oft

---

<sup>1</sup> Vgl. Ralf Hinz: *Cultural Studies und Pop. Zur Kritik der Urteilskraft wissenschaftlicher und journalistischer Rede über populäre Kultur*. Opladen und Wiesbaden 1998.

gebraucht worden war;<sup>2</sup> im angloamerikanischen Sprachraum wird der Begriff kaum verwandt. Der Begriff dient im Sprachgebrauch des aktuellen deutschsprachigen Feuilletons meist zur Bezeichnung der Romane von Autoren, die auf bejahende oder untergründig subversive oder zynische, manchmal verdeckt deprimierte Weise über die moderne Waren-, Medien- und Freizeitwelt berichten, indem sie von der Lebensweise jüngerer Pop-Konsumenten und Lifestyleanhänger erzählen oder wichtige mediale Bestandteile dieses Lebens dokumentieren.

In der Germanistik hat der Begriff überraschend schnell Eingang gefunden, daran hat auch der Abgesang auf die Pop-Literatur durch das Feuilleton der letzten fünf Jahre nichts ändern können. Es gibt nicht nur bereits eine ganze Reihe von Aufsätzen und Monographien zum Thema,<sup>3</sup> in jüngsten Überblicksbänden zur deutschen Gegenwartsliteratur findet sich sogar schon ein eigenes Kapitel zur „Pop-Literatur“; unter diesem Titel werden Autoren wie Benjamin Stuckrad-Barre, Thomas Meinecke oder Rainald Goetz vorgestellt.<sup>4</sup> Deren Gemeinsamkeiten sind allerdings zumindest auf den ersten Blick keineswegs zu entdecken; ihre Schreibweisen und Erzählverfahren weisen tiefgreifende Unterschiede auf. An geteilter Popularität kann es ebenfalls nicht liegen, dass sie in einem Zusammenhang aufgeführt werden. Stuckrad-Barres Roman *Soloalbum* war ein Bestseller, der von vielen Gymnasiasten und Studenten gekauft und gelesen worden ist, die Bücher von Goetz und Meinecke erreichen lediglich Kreise intellektueller Geisteswissenschafts- und Kunststudenten, Promovenden, jüngere Feuilletonisten und Teile der Bohème. So bleibt zuerst nur der vage Hinweis übrig, dass all diese Autoren mit ihren Werken einen Bezug zur zeitgenössischen Pop-Kultur etablieren, der weit von den vertrauten älteren kulturkritischen Bedenken entfernt sei.

In der Germanistik und auch in Teilen des Feuilletons wird jedoch auch häufig eine weitere Bestimmung verwandt, die genaueren Anhalt bietet. Dieser Ansatz stammt von dem Literaturwissenschaftler Moritz Baßler; zwei Momente hebt Baßler besonders hervor. Erstens sieht Baßler in der Pop-Literatur ein wichtiges „kulturelles Archiv“. Mit Boris Groys, von dem dieser Ausdruck

.....  
2 Vgl. Thomas Hecken: *Pop-Literatur um 1968*. In: Text und Kritik. München 2003 [= Text und Kritik, Sonderband X], S. 41–54.

3 Vgl. Jörgen Schäfer/Heinz L. Arnold (Hg.): *Pop-Literatur*. München 2003 [= Text und Kritik, Sonderband X].

4 Siehe etwa Dieter Hoffmann: *Arbeitsbuch Deutschsprachige Prosa seit 1945*. Bd. 2. Tübingen und Basel 2006.

stammt<sup>5</sup>, weist Baßler darauf hin, dass es einen Bereich gebe, der aus all jenen Dingen bestehe, die von den Archiven nicht erfasst würden. Diesen Bereich nennt Baßler, wiederum mit Groys, den „profanen Raum“. Nicht in Vergessenheit geraten könnten die Dinge aber nur, wenn sie ins „kulturelle Archiv“ gelangten, also aus dem „profanen Raum“ heraustreten. Für Groys leisten die Archive Kunst und Theorie diese Bewahrungsarbeit, Baßler stellt für die moderne Welt spezieller die Pop-Literatur heraus. Die Pop-Literatur sorgt demnach dafür, dass Dinge aus dem profanen Raum der jeweils gegenwärtigen Popkultur wie etwa T-Shirt-Aufdrucke, Werbe-Slogans, Szenesprache, aktuelle Hits, Einschätzungen über Fernsehserien etc. überdauern, weil sie in dem anderen Kontext der Pop-Literatur eine neue Bedeutung und Wirkung bekommen.<sup>6</sup> Andersherum gedacht könnte das natürlich bedeuten, dass die Populärkultur solche zeitüberdauernden, interessanten Zusammenhänge und Archive nicht ausbildet. Von solch einer starken These distanziert sich Baßler hingegen; man dürfe sich den „profanen Raum“ außerhalb des Literaturarchivs „nicht als chaotische Sphäre unsortierter, unerlöster Dinge vorstellen (bei Groys klingt das manchmal so), nein – auch dort finden sich Archive.“<sup>7</sup> Baßler gibt dann im nächsten Satz jedoch zu bedenken: „Allerdings kann, was dem ‚individuellen Bewußtsein‘ aus diesen längst bekannt ist, in der Kunstsphäre dennoch neu und aufregend wirken.“<sup>8</sup> Wieso man etwas, das im Gegensatz zur „Kunstsphäre“ bislang wissenschaftlich kaum untersucht worden ist – die „Archive“ der Popkultur –, schon wieder zugunsten des „Literaturarchivs“ verlassen soll, sagt Baßler freilich nicht.

Baßler vermerkt ebenfalls nicht, dass die These von der Archivierungsaufgabe der Kunst bezogen auf die deutschsprachige Pop-Literatur der späten 90er Jahre zwar neu ist, sie aber insgesamt eine lange Tradition besitzt. In vielfacher Ausprägung beherrscht die These bereits die Debatte um die amerikanische Pop-art Anfang und Mitte der 60er Jahre. Die überwiegende Zahl der

.....  
5 Boris Groys: *Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie*. München 1992.

6 Moritz Baßler: *Der deutsche Pop-Roman. Die neuen Archivisten*. München 2002, S. 21.

7 Groys konzediert tatsächlich, dass jede Kultur aus verschiedenen Subkulturen bestehe, die über eigene „Erhaltungssysteme“ und „Auswahlkriterien“ verfügten (Boris Groys, *Über das Neue*, S. 55). Groys' Fehler liegt m. E. vielmehr darin, dass er das Neue, Innovative und darum Bewahrenswerte bindend mit der Operation der Avantgarde verknüpft, schematisch hergestellte und/oder massenproduzierte Güter zitierend und verfremdend anzueignen, und dass er zudem annimmt, nur solche Prozesse und Operationen könnten in Bibliotheken, Universitäten etc. Niederschlag finden.

8 Moritz Baßler: *Der deutsche Pop-Roman*. S. 22.

Kunstkritiker und -historiker legitimiert genau mit diesem Argument Künstler wie Andy Warhol und Roy Lichtenstein, in deren Bildern Sujets aus der Werbung, den Illustrierten, den Comics und den Verpackungen von Supermarkt-Waren deutlich zu erkennen sind. Die Herauslösung dieser Sujets aus ihrem „trivialen“ oder „massenkulturellen“ Zusammenhang, ihre manchmal kaum erkennbar veränderte Überführung in den Bereich der Kunst reicht vielen Kritikern nach einem kurzen Augenblick der Irritation bereits aus, um sie von der Werbung, den Comics etc. deutlich abgehoben und erhaben zu sehen. Der Begriff Pop-art soll diese vordergründige Nähe zu den Produkten der Populärkultur, aber eben auch die entscheidende Distanz zu ihnen zum Ausdruck bringen.<sup>9</sup> Unter dem nahezu paradoxen Titel „Pop-Literatur“ finden entsprechend in der Germanistik seit den 70er Jahren Schriften in den akademischen Kanon Eingang, die zwar triviale Sujets oder Montageteile aufweisen, aber hinreichend avantgardistisch (und sei es nur neu gerahmt, als Zitat bzw. Archiveintrag) überformt sind, um als Pop-Kunst nicht mit Werbung, Comics etc. verwechselt zu werden. Die Herabwertung des „weiblichen“ Pop durch die männliche Autorität zeigt sich demnach selbst im riskanten Fall einer germanistischen Forschung, die sich einmal umstrittenen, anrühigen Werken zuwendet, noch grundlegend darin, dass als Pop-Literatur moderne Bücher und nicht Illustrierte gelten.

Hoch interessant und wenig bekannt ist nun jedoch, dass am zeitlich früheren Ursprung der Pop-art im England der 50er Jahre die Dinge genau anders herum lagen. Die Londoner Independent Group ist eine kleine Gruppe avantgardistischer Theoretiker, Kunstkritiker und Künstler; deren bildende Künstler (vor allem Richard Hamilton) firmieren in der Kunstgeschichte zu Recht als Vorläufer von Andy Warhol und den anderen amerikanischen Pop-Artisten. Die Terminologie und Wertungsweise vieler Mitglieder der Independent Group (und anderer mode- und glamourbegeisterter englischer Designkritiker und Künstler) läuft aber den gerade referierten Anschauungen der amerikanischen Kunstkritik oftmals genau zuwider.<sup>10</sup> Zwar verwendet auch Hamilton 1957 den zu der Zeit noch vollkommen ungebräuchlichen Begriff Pop Art. Er ordnet der *Pop Art* u.a. folgende Merkmale zu: „Popular“, „Low cost“, „Mass produced / Young (aimed at youth) / Witty / Sexy / Gimmicky / Glamorous /

.....

<sup>9</sup> Vgl. Carol A. Mahsun: *Pop Art and the Critics*. Ann Arbor 1987.

<sup>10</sup> Vgl. Anne Massey: *The Independent Group. Modernism and Mass Culture in Britain, 1945–59*. Manchester und New York 1995; Alex Seago: *Burning the Box of Beautiful Things. The Development of a Postmodern Sensibility*. Oxford 1995.

Big business“<sup>11</sup>. Die Pointe an Hamiltons Begriffsbestimmung ist jedoch, dass er damit nicht seine eigenen Bilder beschreibt, sondern die Gegenstände, die er darin aufgreift. *Pop Art*, das sind für ihn z.B. die amerikanischen Autos und Illustrierten. Was die Anderen *mass culture* oder später *popular culture* nennen, bezeichnet die Independent Group als *Pop Art*, wobei nicht nur Hamilton zugleich deutlich macht, dass er diese *Pop Art* in hohem Maße schätzt.

Ebenfalls äußerst interessant und noch viel weniger bekannt ist der Umstand, dass Mitglieder der Independent Group die Archivierungsthese von Groys und Baßler vorwegnehmen. Ganz im Einklang mit der hohen Wertschätzung der *Popular Culture* bzw. der *Pop Art* durch die Independent Group bekommt diese These aber bei ihnen eine andere Stoßrichtung. Besonders durchgebildet wird diese Argumentation von Alison und Peter Smithson. Bislang sei es eine der exklusiven Möglichkeiten der Kunst gewesen, aus der Fülle routiniert gebrauchter, alltäglicher Gegenstände einige herauszugreifen und sie damit überhaupt erst in eine (historisch wie klassifikatorisch greifbare) Existenz zu überführen, schreiben die Smithsons. Nun aber – Mitte der 50er Jahre – sei die Funktion und das Vorrecht der Kunst, Alltagsdinge hervorzuheben, auf die Werbung übergegangen. Nach Einschätzung der Smithsons hat die Werbung als zeitgenössische *pop art* die hohe Kunst in dieser wichtigen Hinsicht tatsächlich bereits erfolgreich verdrängt: Die Anzeigen dienen nun als Hauptmedium, die Dinge auf bedeutungsvolle Weise sichtbar zu machen. Die Werbung gebe in den Augen der Zeitgenossen vor, was interessant sei; der *ad-man* ersetze den Künstler, darum müssten die Künstler sich jetzt umstellen und am *pop-package* orientieren.<sup>12</sup>

Auch wenn man diese letzte Direktive nicht übernimmt, bleibt immerhin eines festzuhalten: Auf der Seite der industriell hergestellten und veröffentlichten Produkte kann keineswegs davon gesprochen werden, dass es der traditionellen Kunstgattungen bedürfe, um die Gegenstände der Populärkultur ihrer alltäglichen Bedeutungslosigkeit und Vergessenheit zu entreißen. Die Populärkultur hat auf verschiedene Weisen ihr eigenes Archiv errichtet: erstens durch eine Fülle von Illustrierten, die zudem längst nicht mehr nur über aktuelle Geschehnisse berichten; zweitens durch die postmoderne Ausgestaltung populärer Werke (seien es Anzeigen, Filme, Comics, Kleidungsstücke), in denen

.....

11 Richard Hamilton: [Brief an Peter und Alison Smith, 16. Januar 1957]. In: Ders.: Collected Words, 1953–1982. London 1982, S. 28.

12 Alison und Peter Smithson: "But Today We Collect Ads" [1956]. In: Lawrence Alloway u.a.: Modern Dreams. The Rise and Fall and Rise of Pop. Cambridge, Mass. und London 1988, S. 53–55.