

# Zum Phänomen des Stars

## I. Starkult & Religion aus anthropologischer Sicht

Starkult und Heiligen- oder Götterkult besitzen nicht nur in sprachlicher Hinsicht auffällige Analogien. Bereits alltägliche Formulierungen wie „A star is born“ oder „ein neuer Star am Himmel“ sind Wendungen, die unmittelbare mit der griechischen Mythologie in Zusammenhang gebracht werden: Genauso wie für jede Göttin oder jeden Gott und deren Taten ein Stern oder ein ganzes Sternbild existiert, genauso erfährt der Popstar eine gottähnliche Erhöhung. Ein Star zu sein, bedeutet aus der Menge herausgehoben zu sein, ein Star rückt in die Nähe zum Himmel<sup>1</sup>. Und genau wie bei den mythischen Göttern gibt es bei den Stars Hierarchien. Schließlich gibt es große und kleine Göttinnen oder Götter genau wie es große und kleine Stars und Sternchen gibt. Zeus steht über Mars, Jesus und Maria sind größer als Petrus und die Apostel: Elvis ist größer als Buddy Holly, Madonna größer als Kylie Minogue und die Beatles größer als Oasis.

Der „Star“ ist ein künstliches Produkt, dessen Präsenz medial über Bilder – zumeist Fanmagazine oder Videos – wach gehalten wird. Die Bildsprache ähnelt – besonders auffällig in den 50er und 60er-Jahren – der Darstellungsweise von Heiligen. Ebenso wie sie erscheinen Stars nicht selten als „Lichtwesen“ aus einer anderen Welt. Beispielsweise wird Elvis Presley nicht selten im Gegenlicht vor einem Sonnenuntergang abgebildet oder unverkennbar und wenig subtil als „Rock ‘n Roll-Jesus“ in einer nachstilisierten Leonardo Da Vinci-Abendmahlpose mit anderen Rock ‘n Roll-Stars als seine Jünger.<sup>2</sup>

In den Darstellungen neuzeitlicher Stars ändert sich diese Darstellungen je nach Image nur geringfügig. Zwar sind mit dem Aufkommen neuer subkultureller Musikbewegungen wie Punk oder Grunge zumindest zu Beginn andere Formen der Inszenierung und andere Rollenmodelle entstanden, doch ist die bildsprachliche Heiligsprechung des Stars nach wie vor typisch. So segeln US-Basketballspieler wie Michael Jordan oder „Shaq-Attack“ O’Neal heroisch und götterbotengleich im Gegenlicht durch die Luft. Selbst Protagonisten der Subkultur sind nicht vor mythischer Stilisierung gefeit. Nach seinem Selbstmord erschien Kurt Cobain in der Pose des gekreuzigten Gottessohns mit Dornenkrone auf zahlreichen Bildern und T-Shirts. Sämtliche Dokumentationen über und von einem Star sowie Merchandising-Produkte (Poster, T-Shirts, Autogrammkarten) helfen dem Fan dabei, sich mit dem Star zu identifizieren und fördern zugleich die Manifestation seiner Legende.<sup>3</sup>

Fungiert der Star für Jugendliche zugleich als Medium seiner Ablösung und Individualisierung und als orientierendes Vorbild, so gelangen Fangruppen zugleich in eine Schutzzone, die sich durch spezifischen Embleme oder Kleidungsstücke als Gemeinschaft definiert. Fangemeinden erinnern in ihrer Struktur zuweilen an Orden oder Bünde, die Stars nicht selten wie säkularisierte Ersatz-Heilige benutzen. Beispielsweise soll Elvis Presley bei einem Krankenhausbesuch eine Schwangere durch Handauflegen von den Wehenschmerzen befreit haben<sup>4</sup>. Und ein weiblicher Fan beschreibt die Vision, dass Elvis bei der Geburt ihres Sohns zugegen gewesen sei und der werdenden Mutter beruhigend verkündet haben soll: „It’s a boy“<sup>5</sup>.

Legendenbildung ist zum Aufbau und zum Erhalt des Starsstatus von großer Wichtigkeit. Wernher von Kittlitz unterscheidet dabei zwischen einer primären und einer sekundären Ebene.<sup>6</sup> Die primäre Ebene ist die „künstliche“ Ebene. Deren Funktion ist optimal erfüllt, wenn

<sup>1</sup> Kittlitz, Hans Wernher v.: „Der Starkult“, aus „Strukturelle Ikonologie I“, Peter-Lang-Verlag 1993, 209 ff.

<sup>2</sup> Ebd., 211 ff. u. 264

<sup>3</sup> Ebd., 213 ff.

<sup>4</sup> Vgl. Lohmeier: Elvis-Presley-Report, Frankfurt 1978

<sup>5</sup> Vgl. Lewis: The Adoring Audience, 1992

<sup>6</sup> Kittlitz, Hans Wernher v.: „Der Starkult“, aus „Strukturelle Ikonologie I“, 1993, 215

der Star sich voll und ganz mit seiner Rolle identifiziert. Je mehr er mit sich als Kunstobjekt verschmilzt und somit sich und seine Umgebung in dieser Rolle inszeniert, desto mehr hat der Fan die Möglichkeit, sich identifikatorisch zu betätigen.<sup>7</sup> Stars wie Sid Vicious (Sex Pistols) mit seinem comicartig übersteigerten, gewalttätigen Punk-Leben, Elvis Presleys Graceland-Kapsel oder Michael Jackson psychische und physische De-Generation zu einem alienhaften Kunstwesen mögen dies belegen. Dabei kann die „künstliche“ Ebene sehr wohl einen „wirklichen“, einen „realen“ Ausdruck haben: Stars wie Sting, Bruce Springsteen, Wolfgang Petri oder Sid Vicious „erfinden“ sich nicht, sondern inszenieren ihre Authentizität in der Öffentlichkeit.

Die sekundäre Ebene betrifft die „reale“ Lebenswelt des Stars, die in der Regel jedoch keinesfalls weniger künstlich erscheint. Biografie und Image stellen das Material für ein gezieltes Rollenspiel dar, in dem sich „wirkliche“ und „künstliche“ Ebenen miteinander vermischen. Dadurch kann ein Spannungsfeld zwischen Unnahbarkeit und Nähe, Vollkommenheit und Unzulänglichkeit aufgebaut werden.

Der Faszination für den Fan liegt dabei in der Beschäftigung mit den vermeintlichen oder wirklichen Schwächen eines Stars, die jener entweder heroisch überwindet oder an denen er tragisch scheitert. Beide Optionen werden in der Wahrnehmung des Fans zu fiktiven Handlungsmustern überhöht. In Äußerungen wie „Ich hätte Kurt Cobain retten können!“ - „Niemand kannte Norma Jean/Marilyn Monroe so gut wie ich!“ wird deutlich, dass diese Übertragungssituation durch den Tod ins Mystische übersteigert werden kann, wie nicht zuletzt auch der Kult um Elvis Presley und Lady Diana zeigt.

Besonders in den 90er-Jahren hat sich eine Form des Starphänomens herausgebildet, deren Legendenbildung stark über den permanenten Wechsel zwischen den Ebenen funktioniert: Der Mythos Madonna generiert sich nicht mehr allein aus dem virtuoson Wechselspiel zwischen der Kunstperson (Ebene 1) und der öffentlich verhandelten Biografie (Ebene 2), sondern manifestiert sich als geschickte Inszenierung und Reinszenierung von Authentizität und Identität. Die permanente Selbst-Zerstörung des Mythos Madonna und die Fähigkeit, sich aus der „zerstörten“ Madonna als neue Madonna zu gebären - geläutert, besser, erfahrener, manchmal aber auch böser, wilder oder revolutionärer - ist nach Diedrich Diederichsen Madonnas „echte Arbeit am Unechten“.<sup>8</sup> Ob sie sich in homosexuellen Gender-Spielen ergeht oder als frisch Verheiratete und zweifache Mutter nach wahrer Spiritualität sucht, immer ist es konstruiert, ist es ein Splitter aus einem Madonna-Mosaik, der uns entweder schockiert oder sentimental ergreift. Ob Madonna „authentisch“ ist, wird dabei von der Medienwelt immer wieder neu wahrgenommen und bewertet. Der Star Madonna ist somit im Umkehrschluss immer auch Spiegelbild des im Augenblick daran partizipierenden moralischen Subtextes der Öffentlichkeit, sie ist „praktisch ein Spiegelkabinett, in dem verzerrte und bruchstückhafte Bilder gezeigt werden, die zugleich benebeln und beunruhigen.“<sup>9</sup>

Marilyn Manson alias Brian Warner, selbst ernannter „God of Fuck“<sup>10</sup>, inszeniert sich in einer Mischung aus morbiden Gothic-Fantasien, transsexuellem Genderbending und psychopathischen Wahnvorstellungen ausschließlich auf der ersten Ebene. In Songs wie „Antichrist Superstar“ oder „Rock n’ Roll Nigger“ entwirft dieses absolute Kunstwesen - das seinen Vornamen von Marilyn Monroe und seinen Nachnamen von dem Massenmörder Charles Manson ableitet - alpträumartige, postapokalyptische Horror- und Gewaltszenarien voller S/M-Liebesabenteuer. Sowohl Madonna als auch Marilyn Manson ist eines gemeinsam: Beide scheinen die Kontrolle über sich als Kunstwerk zu haben, scheinen die Selbstinszenierung selbstbestimmt zu produzieren. Im Gegensatz dazu stehen Starphänomene wie beispielsweise Roy Black oder Elvis Presley. Sie verkörpern das physische zuweilen auch das ästhetische Scheitern an einer fremdbestimmten, ikonenhaften Inszenierung.

---

<sup>7</sup> Ebd., 1993, 215

<sup>8</sup> Zit. nach: Christoph Dallach: Im Net mit Madonna“, in: Der Spiegel 49/2000, 308

<sup>9</sup> Christopher P. Anderson: Madonna – Unverhüllt, München 1992, 334

<sup>10</sup> Taz-Hamburg, 15.12.98, 23

Bei dem Tod eines Stars entstehen Formen der Verehrung, die sehr an die religiöse Verehrung von Heiligen in südeuropäischen, katholischen Ländern erinnern. Bis zum heutigen Tag pilgern Menschen an das Grab von Elvis Presley oder stecken Liebesbriefe in die Ritzen des Grabes von Marilyn Monroe auf dem Westwood-Memorial in Los Angeles.<sup>11</sup> Gleichzeitig werden Fan- oder Merchandisingprodukte zu verehrungswürdigen Reliquien, die in ihrem Wert ins Unermessliche steigen können. Mit diesem Geschäft werden, besonders bei toten Stars, Millionen umgesetzt. Als Elvis Presley starb war er bankrott. Im Jahre 1994 setzten die Elvis Presley Enterprises jährlich 100 Millionen Dollar um.<sup>12</sup>

Auch der Tod des Stars selbst kann mystifiziert werden, in dem für das Sterben religiöse Motive geltend gemacht werden. Für viele Menschen ist etwa John Lennon von einem irregeleiteten „Judas“ getötet worden, Marvin Gaye wurde in Anlehnung an griechische Göttertragödien von seinem übermächtigen Vater seines Lebens beraubt und Kurt Cobain starb als „Junk-Jesus“ für unsere Sünden.

Imitatoren als lebende Reproduktionen halten die Erinnerung an den Star wach. In einer Hans Meiser-Sendung aus dem Jahre 1994 präsentierte sich eine Frau, die sich nicht nur exakt wie Elvis Presley kleidete, sondern ihren Namen in Elvis Presley ändern ließ.<sup>13</sup> Allein in Deutschland gibt es circa 100 Elvis-Imitatoren<sup>14</sup>. Sie sind die „Vorbeter“ einer eingeschworenen Gemeinschaft, einer Ordensschaft, in der der jeweilige Starkult religionsgleich zelebriert wird. Journalisten oder Fachleute nehmen dabei die Position von Theologen ein, die den Kult verwalten und die Fans mit neuen Geschichten und Materialien versorgen<sup>15</sup>. Im Zeitalter der Digitalisierung ist es sogar möglich, die Stars „auferstehen“ zu lassen. Die Amerikanerin Vanessa Grant kann per Computersimulation Gespräche mit Elvis führen. Ihr Mann entwickelte das Programm.<sup>16</sup> Längst verblichene Stars werden zudem werbewirksam vermarktet. Louis Armstrong macht zusammen mit Humphrey Bogart Werbung für Diät-Cola oder James Dean für Converse-Turnschuhe, mit der seine Nachkommen 30 Millionen Dollar verdienen.<sup>17</sup>

## II. Sozialpsychologische Aspekte

Das Starphänomen mit religiösen Verhaltensmustern zu vergleichen oder gleichzusetzen und dabei einen Bogen zu spannen, der von Naturreligionen bis hin zum Christentum reicht, erklärt noch nicht, wie die individuellen und kollektiven Prozesse von Identifikation und Übertragung psychologisch und soziologisch zu erklären sind.

Bereits Gustave Le Bon machte 1895 in seinem Klassiker „Psychologie der Massen“ auf die Gefahren „kollektiver Regression“ und der blinden Hinwendung zu einem Führer aufmerksam. Kollektive Regression bedeutet das Aufgehobensein in einer Gruppe auf Kosten der eigenen Individualität und die Hinwendung der Gruppe zu schlichten, gemeinsam erlebten, Gefühlen. „...Durch die bloße Zugehörigkeit zu einer organisierten Masse [steigt] der Mensch mehrere Stufen auf der Leiter der Zivilisation herab. In seiner Vereinzelung war er vielleicht ein gebildetes Individuum, in der Masse ist er ein Barbar, das heißt ein Triebwesen“<sup>18</sup>. Ob es sich politische Bewegungen, Rockkonzerte oder religiöse Zeremonien handelt ist dabei völlig gleichgültig.

Einen weiteren wichtigen Hinweis liefert McDougall mit seinen Theorien über die „Massensuggestion“ und die Sogwirkung und Gefühlsansteckung bei der Bildung von Massen: „ Die

---

<sup>11</sup> Der Spiegel 46/94, 85

<sup>12</sup> Ebd., 85

<sup>13</sup> Hans Meiser Show, 1994

<sup>14</sup> Zit. nach v Kittlitz 1993, 255

<sup>15</sup> Ebd., 217

<sup>16</sup> Vgl. Lewis: The Adoring Audience, 1992

<sup>17</sup> Spiegel 46/94, 85

<sup>18</sup> Gustave Le Bon: Psychologie der Massen, S. 17 zitiert nach S. Freud: Massenpsychologie und Ich-Analyse – Die Zukunft einer Illusion, Frankfurt 1993, 40

Tatsache ist die, dass die wahrgenommenen Zeichen eines Affektzustandes dazu geeignet sind, bei dem Wahrnehmenden automatischen denselben Affekt hervorzurufen. Es schweigt die Kritik des einzelnen, und er lässt sich in denselben Affekt gleiten. Dabei erhöht sich aber die Affektladung der Einzelnen durch gegenseitige Induktion. Es ist unverkennbar etwas wie ein Zwang dabei wirksam, es den anderen gleichzutun, im Einklang mit den vielen zu bleiben. Die größeren und einfacheren Gefühlsregungen haben die größere Aussicht, sich auf solcher Weise in einer Masse zu verbreiten“<sup>19</sup>

Sigmund Freud knüpfte an diese Untersuchungen an und untersuchte dieses Phänomen auf tiefenpsychologischer Ebene. Er kam zu der These, dass Massensuggestion ein „Potenzieren emotionaler Bindungen“ darstellt: Eine Gruppe erwählt aus sich heraus einen Anführer. Durch die Erhöhung, die dieser Anführer erfährt, wird er zu einem Objekt der Begierde und der Liebe. Dieses Objekt wird von den anderen innerhalb der Gruppe idealtypisch geliebt, weil es in der Fantasie die eigenen Unzulänglichkeiten und die aufgegebene Individualität ersetzt und weil es für das eigene nicht erreichte Ich-Ideal genommen wird. Dabei werden wichtige rationale Funktionen wie zum Beispiel Kritikfähigkeit zu Gunsten einer Untadeligkeit und Unfehlbarkeit des Objekts ausgeblendet, obwohl ja das eigentliche Bedürfnis der libidinösen Liebesbeziehung nicht erfüllt werden kann: „Wir erkennen, dass das Objekt so behandelt wird wie das eigene Ich, dass also in der Verliebtheit ein größeres Maß narzisstischer Libido auf das Objekt überfließt. Bei manchen Formen der Liebeswahl wird es selbst augenfällig, dass das Objekt dazu dient, ein eigenes nichterreichtes Ich-Ideal zu ersetzen. Man liebt es wegen der Vollkommenheit, die man fürs eigene Ich angestrebt hat und die man sich nun auf diesem Umweg zur Befriedigung seines Narzissmus verschaffen möchte... Gleichzeitig ... versagen die dem Ich-Ideal zugeteilten Funktionen gänzlich. Es schweigt die Kritik, die von dieser Instanz ausgeübt wird; alles, was das Objekt tut und fordert, ist recht und untadelhaft, das Objekt hat sich an die Stelle des Ich-Ideals gesetzt.“<sup>20</sup> Während also bei dem Vorgang des Idealisierens das Ich-Ideal durch das fremde Ich-Ideal eines libidinös überschätzten Objekts teilweise ersetzt wird, ist die Identifizierung ein Idealisieren nach innen. Das Objekt als Ganzes wird auf Kosten des eigenen Ichs übernommen. Die Identität eines Menschen läuft über die Identifizierung mit dem Objekt.

Nach dieser Theorie müssten jedoch alle Fans eines Stars, alle Anhänger eines religiösen oder politischen Führers aufeinander eifersüchtig sein. Deshalb ist für die Funktion der Massensuggestion die so genannte sekundäre Identifikation wichtig. Es entsteht eine Identifikation zu der Gruppe der Gleichgesinnten, der Fan-Gemeinschaft. Um zur Gemeinschaft zu gehören und in den Genuss der Geborgenheit einer Gruppe zu gelangen, drängen die Mitglieder sexuelle Wünsche oder Rivalitäten zur Seite.

Ein weiterer Aspekt für die Bedeutung und die Funktion von Mythen lieferte die Theorie der „Transitorischen Phase“ des italienischen Soziologen Francesco Alberoni, die er in seinem Hauptwerk „Movimento e istituzione“ (1981) vorgestellt hat.<sup>21</sup>

Zwei starke Kräfte oder Tendenzen stehen sich nach Alberoni gegenüber. Auf der einen Seite die Kontinuität Gemeinschaft bzw. Gesellschaft, welche die Tendenz hat das Individuum zu bevormunden und zu entfremden. Auf der anderen Seite steht das Individuum, mit dem Drang nach Individualität und Diskontinuität. Um diesen Drang gerecht zu werden, um innerhalb eines reglementierten Systems temporär für Diskontinuität zu sorgen, gibt es Nischenkulturen oder Ersatzbefriedigungen wie zum Beispiel den Karneval, die Religionen, den Drogenkonsum, die Popmusik oder den Witz. Mit Hilfe der dort produzierten Bilder können verdrängte Wünsche und Sehnsüchte ausgelebt werden. „Die rationalisierte Büro- und Fließbandarbeit fordert ihren Preis im Gefühlsleben des einzelnen. Umso wichtiger wird der Konsum eines Surrogats, das die Liebessehnsucht in der Fiktion eines paradiesischen Liebes-

---

<sup>19</sup> Freud 1993, 48

<sup>20</sup> Ebd. 47 u. 75

<sup>21</sup> Flender/Rauhe: Pop-Musik – Geschichte, Funktion, Wirkung, Ästhetik, Darmstadt 1989, 32 ff.

abenteuers stillt<sup>22</sup>: Der Barcardi-Rum steht für Sommer, Sonne, Feeling und Latinlover und die Werbeindustrie zahlt kräftig für das Auffinden solcher Bilder und Übertragungsobjekte, die den Menschen in diesem Fall in den regressiven Daseinszustand „Paradies“ befördert.

Der Drang nach Diskontinuität, der Wille nach Veränderung kann jedoch so stark werden, dass die unterdrückten Wünsche, Bedürfnisse und Rivalitäten in ihrer Originalität gespürt werden. Sie führen als gesellschaftliches Phänomen zur Revolution, also zur Umwälzung ganzer Gesellschaften. Eine solche Zeit der Umwälzung nennt man „Transitorische Phase“.

In dieser Phase werden Werte neu aufgestellt, neue Idole also Leitbilder gesucht, die den neuen Bedürfnissen entsprechen. Diese Leitbilder wie das „Goldene Kalb“, das „Kreuz“ oder die „Herrschaft der Arbeiterklasse“ dienen als Projektionen für das, was künftig zu geschehen hat. Es versteht sich von selbst, dass dies ein Kreislauf ist, denn die transitorische Gesellschaft wird zu einer sich festlegenden und damit wiederum entfremdeten Gesellschaft auf die eine erneute Revolution folgen kann. Alberoni nennt diesen Kreislauf die Dialektik von Kontinuität und Diskontinuität.

Auf die individuelle Ebene des Rezipienten von Popmusik übertragen bedeutet dies: Popmusik ist ihrem Ursprung und ihrem Wesen nach eine „Jugendlichen-Musik“. Ihr Mythos ist Jugendlichkeit, Schönheit, Spaß, Sexualität und der Glauben an die Veränderbarkeit der Verhältnisse. Ihre HörerInnen sind in erster Linie Pubertierende, die sich auf Grund ihres Entwicklungsstadiums in einer transitorischen Phase befinden. Die Entdeckung ihrer Sexualität, ihres eigenen Körpers, die Suche nach einem eigenen, vom Elternhaus unabhängigen Weg, spiegelt sich in dem transitorischen Gebaren von Popmusik wider. Hier werden Leitbilder gesucht, gefunden und im Freud'schen Sinn gebraucht und mitunter auch missbraucht.

Auf gesellschaftlicher Ebene fungiert Popmusik auch als Ersatz für religiöse Kulthandlungen im Zeitalter der Industrialisierung. Musik und die sie verkörpernden Stars ist nicht selten ein Medium gegen die Lebensangst, wobei im Extremfall das Angst nehmende Objekt die Stelle des Ich fast vollkommen einnehmen kann.

### III Funktionen von Idolen und Mythen in der Popkultur

- Der Held oder die Heldin als Liebesideal: Durch die Identifizierung mit einem Star, das Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb einer Fangemeinschaft oder das Erforschen einer Subkultur als ein neuer „eigener“ Erfahrungsraum, baut sich der Fan eine „Gegenwelt“, die ihn in Distanz zu seinem bisherigen Leben bringen kann. In diesem Spannungsfeld erhält er die Gelegenheit eigene Verhaltensweisen, Meinungen und Gefühle zu entwickeln.
- Der Held oder die Heldin als Identifikationsobjekt: Die virtuellen Gefühle des Stars werden zum Ersatz für eigenen Wünsche und Bedürfnisse. Eine solche Bindung kann bis zur Aufnahme einer Alter-Ego-Beziehung gehen. Der Fan sieht sich nur noch im Kontext seines Idols. Die Auflösung der Beziehungsgrenze kann von Namensänderungen bis zu chirurgischen Eingriffen reichen
- Ein Idol ist nicht nur Objekt von Bewunderung, sondern spiegelt in hohem Maß die gesellschaftliche Präsenz von Gefühlen wider. Ein Star wird zu einem Grenzüberschreiter oder Tabubrecher der auf der Fanseite offene auf der „anderen“ Seite nicht selten heimliche Bewunderung genießt. Aber auch ein Star ist gewissen Gesetzen unterworfen, denn mythologisch formuliert, kann ein Gott auch stürzen. Überschreitet er gewisse Grenzen, kann er „sein Gesicht“ verlieren. Der Höllensturz folgt, wie die Missbrauchsanklage gegen den Sänger Michael Jackson Mitte der 90er-Jahre sehr gut belegt.

---

<sup>22</sup> Ebd., 42

- Das Phänomen des Stars ist überindividuell. Stars repräsentieren gesellschaftliche Werte, verkörpern modische Trends und transportieren bewusste und unbewusste Fantasien der Menschen.
- „Die besten Künstler stellen unmittelbare Verbindungen zwischen Menschen her, die möglicherweise nichts weiter gemeinsam haben als eine Reaktion auf ihre Arbeit, doch die besten populären Künstler geben auch niemals den Versuch auf, die Herausforderung zu begreifen, die ihr Werk für ihr Publikum bedeutet. Das heißt, dass sich indem ihr Verständnis zunimmt, ihre Idealbilder verändern müssen... Wenn das Publikum lediglich mehr von dem verlangt, was es bereits akzeptiert hat, bleibt dem Künstler die Wahl. Er kann sich weiterentwickeln und damit möglicherweise die Verbindung zu seinem Publikum abschneiden; wenn er das tut, so wird sein Werk all die Vitalität und Kraft verlieren, die ihm innewohnte, solange er wusste, dass es anderen Menschen wichtig war. Oder der Künstler akzeptiert das Bild, das das Publikum von ihm hat, tut so, als sei sein Publikum sein verschwommenes Ideal, und verliert sich selbst in seinem Publikum. Dann wird er lediglich Bestätigung geben können; er wird niemals in der Lage sein, etwas zu erschaffen. Die interessantesten Rock'n Roller wagen sich bisweilen an diese Extreme heran, die meisten aber lassen lieber die Finger davon, denn es handelt sich dabei um Widersprüche, mit denen sie sich eher abquälen, als das sie sie lösen... der... Widerspruch ist: das Bekenntnis eines jeden Mannes und einer jeden Frau zu sich selbst, und damit zur Einsamkeit der Trennung, und damit zur Sehnsucht nach Harmonie und nach Gemeinschaft“.<sup>23</sup>
- Pop lebt jedoch nicht nur von der Übertragung alter Mythen in neuen Gewändern. Vielmehr entsteht mit dem Pop ein Vakuum, das sich mit neuen Mythen auffüllt, oder wie Leslie A. Fiedler in seinem Aufsatz *Überquert die Grenzen, schließt den Graben beschreibt*: „Die Pop-Kunst kann auf Dauer ebenso wenig in einem mythologiefreien Raum existieren, wie die ‚hohe Kunst‘; und in das Vakuum (...) treten vor allem die Stoffe der Kindheit ein. Aber es ist noch etwas anderes, in einem radikaleren Sinne Neues hinzuge treten: die Saga von Metropolis und die Mythen der unmittelbaren Zukunft, in denen die nichtmenschliche Welt um uns, feindlich oder wohlwollend, nicht mehr in der Gestalt von Elfen (...) oder gar Göttern erscheint, sondern von Maschinen, nicht weniger unheimlich als ein Olympier – und offenbar ebenso unsterblich. Maschinen und mythologische Gestalten, die den von Maschinen massenproduzierten und massengestreuten Medien entsprechen: der Zeitungsjunge, der in einem verlassenen U-Bahn-Tunnel „Shazam“ sagt und sich in Captain Marvel verwandelt (...). Aber die Helden der Comic Books stehen nicht allein. Aus der Welt des Jazz und der Rockmusik, aus Zeitungsschlagzeilen und politischen Karikaturen, aus alten Filmen, die durch ihr Wiedererscheinen im Fernsehen Unsterblichkeit erhalten (...) erwachsen neue Götter.“<sup>24</sup>

Michael Rappe

---

<sup>23</sup> Greil Marcus: *Mystery Train*, Hamburg 1992, 18 ff.

<sup>24</sup> Fiedler, Leslie A., *Überquert die Grenze, schließt den Graben! – Über die Postmoderne*, in: Welsch, Wolfgang (Hrsg.), *Wege aus der Moderne – Schlüsseltexte der Postmoderne-Diskussion*, VCH, Acta Humanoria, Weinheim 1988, S. 71