

L I T E R A T U R

S U P E R W I R K L I C H K E I T

Moritz Baßler / Heinz Drügh*The crux of the bisquit
is the apostrophe
(Frank Zappa)*

Als vor etwa zehn Jahren die Urban Movement Group von Mostar eine Statue errichten wollte, die die zerstrittenen Ethnien der Stadt versöhnen und für die Einheit der Jugend Mostars stehen sollte, war die Frage: Wen sollte sie darstellen? Antwort: »Out of all the ethnic heroes and those who have a material interest in acting as victims, we have chosen Bruce Lee. Now they can rack their brains trying to decide whether he is Bosniak (Bosnian Muslim), Croat, or Serb«, erklärt einer der Aktivisten. Und so wacht heute also die Todeskralle über den Frieden der Herzegowina. – Maxim Biller und andere beklagten in der jüngsten Debatte um die junge deutsche Literatur, speziell die aus den Schreibschulen von Leipzig und Hildesheim, Einwohner westlicher Wohlstandsgesellschaften lebten in einer irgendwie derealisierten Blase. Diesem von Georg Diez kürzlich auf dem Prosanova-Festival in Hildesheim bekräftigten Vorwurf liegt eine interessante Vorstellung zugrunde: Die Wirklichkeit sei sozusagen nicht hier, sondern dort, wo die Migranten herkommen – zumindest sei sie dort irgendwie wirklicher. Aber wird unsere Literatur tatsächlich »realer«, wenn sie von tamilischen Emigranten, von Kontakten mit Kroatien oder Nigeria erzählt – oder wird sie dadurch womöglich ganz im Gegenteil nur partikularer und entfernt sich so tendenziell vom Bruce-Lee-haften Zentrum des Wirklichen?

Der sozialromantische Gedanke, das wahre Leben spiele sich dort ab, wo wir middle-class white kids jeweils gerade nicht sind – im vierten Stand, bei den Arbeitern, im Ghetto (Rap!), bei den Queers – hat eine lange Tradition. Wo er Literatur wird, tendiert er mitunter zu attraktivem Kitsch, vergleichbar

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. »Pop. Kultur und Kritik« Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert. »Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemberausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

dem, der den gestampften Lehm Boden und die Räucher kammer der östlichen Großmutter für literarischer hält als Laminat und Gefrierkombi der eigenen Küche. Dabei wird eine gemeinsame Wirklichkeit, wenn es sie denn gibt, doch wohl eher über die globalen Märkte, Marken und Medien vermittelt – und die symbolische allemal. Die Immigranten von Lampedusa und Melilla tragen die Trikots der großen Fußballvereine. Westeros, Michael Jackson und die Champions League sind nicht weniger wirklich als Nigeria – und vielleicht wirklicher.

Die Blase weltarmer und handlungsfreier Befindlichkeitskunstprosa in autorinnennaher personaler oder Ich-Form ist ohnehin längst verblubbert – beim Bachmannwettbewerb in Klagenfurt wird sie zwar noch zuhauf präsentiert, schafft es aber kaum mehr auf die Shortlist, bei Prosanova in Hildesheim fehlt sie ganz. Pop (Bachmannpreis 2014: Tex Rubinowitz) ist allerdings nur eins ihrer Gegenteile, ein anderes ist die Literatur der schweren Zeichen

(Bachmannpreis 2013: Katja Petrowskaja). Konrad H. Roennes Erzählung »Will Abend werden« aus der Prosanova-Endrunde 2014 verhandelt genau diese poetologische Opposition von Konsumkultur und Fundamentalismus (Slacker und Mullah, ZIA und Schloss Elmau) in der Geschichte einer Sekte, deren letzte Woche angebrochen ist. Sehr reale Fragen kommen auf: Sollen die Kinder noch in die Schule vor dem großen Tag? Sektenführer Unser Hanno entscheidet: nein, und sie dürften sich etwas wünschen. Was aber wünschen sich Kinder, wenn man gar zu offen fragt? »Zu McDonald's!«. Man steht im Wort und daher schließlich, im Angesicht der Ewigkeit, vor der Auswahl zwischen Big Chicken TS und Happy-Meal-Menü. Lässt sich die Situation unserer Gegenwartsliteratur genauer auf den Punkt bringen?

AM ERSTEN TAG JENER LETZTEN WOCHEN

Wie aber sich entscheiden? Roennes Erzählung gibt weder die Eschatologie noch die Konsumsphäre der Lächerlichkeit preis, sondern endet in einer Art Übersprungshandlung: »Und auf dem Parkplatz dann, als wir endlich den McDonald's-Besuch hinter uns gebracht haben und die Kinder die Tüten mit den Resten übermütig umherschwenken, denn die meisten von ihnen haben ihre Menüs nicht geschafft, ist es so, dass plötzlich einer von ihnen zu weinen beginnt, ein Vater zweier Jungen, die sich, als sie dies mitbekommen, erschrecken zu ihm umdrehen«. Eine sehr merkwürdige Travestie der Geschichte von den Emmausjüngern. Wo dort den traurigen, noch nicht so recht an die Auferstehung des Herrn glaubenden Jüngern während einer Reprise des Abendmahls klar wird, wer da mit ihnen am Tisch sitzt und ihnen zuvor auf dem gemeinsamen Weg die Schrift erläutert hat (»Brannte uns nicht das Herz in der Brust«), da gereicht hier das fröhliche Schwenken von Speiseresten in McDonald's-Tüten zur tränenreichen Erkenntnis, dass »diese Welt doch nicht nur schlecht gewesen sei.«

Immer diese Parkplätze. Was man so Nicht-Orte nennt in unserer Zivilisation. Dirk von Lowtzow von Tocotronic hatte dort, wie wir wissen, den schönsten Tag in seinem Leben verbracht. An einem Donnerstag. Vor dem Supermarkt. »Völlig ohne Grund«, und doch nicht bloß ironisch. Als Zwischenreich zwischen dem Absoluten und der ökonomischen Konsumsphäre wird der Supermarktparkplatz so zum Symbol neuerer Literatur. Auch Cormac McCarthys Endzeitroman »The Road« imaginiert die Apokalypse, das Kommen der letzten Tage, wobei der Abschied von den Segnungen der Konsumgesellschaft ebenso ersehnt wie melancholisch wahrgenommen wird: Ein Vater zieht mit seinem Sohn durch ein endzeitliches Amerika und treibt in einem verbeulten Automaten eine allerletzte Dose Coca-Cola auf, die für den Sohn gleichzeitig die allererste ist – ein emphatischer Moment wie der im Zombiefilm »28 Days Later«, als eine Gruppe Überlebender noch einmal in einem Supermarkt mit intakter Warenpalette landet (bis auf jene Früchte, versteht sich, die unbestrahlt

waren), um dort den jeweiligen Konsumvorlieben zu frönen: vom Malt Whisky bis zum Dosenobst.

Man kann natürlich auch ganz aussteigen und auf Subsistenz umstellen. Wie jener Vater in David Vanns Roman »Im Schatten des Vaters«, der ganz thoreauesk den Segnungen der westlichen Zivilisation samt Sexsucht entsagt und mit seinem Sohn ein Blockhütten-Sabbatical in Alaska einlegt. Was das zivilisationsverwöhnte Duo allerdings ziemlich überfordert (Vorsicht Spoiler): In einer schockartigen, weil wie aus dem Nichts kommenden Szene erschießt sich der Junge. Mit nichts als dem verwesenden Sohneskörper im Gepäck macht sich der Vater auf den beschwerlichen Rückweg. In einer voll ausgestatteten Blockhütte macht er Station, zwar nicht mit Laminatboden, aber Gefrierkombi gewissermaßen gleich in Raumgröße vorhanden: »Okay großer Junge, sagte er, Zeit, in den Kühlraum zurückzukehren.« Wo die Leiche des eigenen Sohns in der Kühl- und Vorratskammer landet, da wird auch eine der puren Not geschuldete Mahlzeit von Babykrebseisen zur saturnischen Phantasie: »Er nahm eine Handvoll, und da er nicht wusste, wie er sie auf seine übliche Art ausnehmen sollte, aß er sie einfach ganz, zermalmte sie und schluckte sie mitsamt Schale und Innereien hinunter.« – Dann doch lieber die Portion Scampis bei Fisch-Gosch auf Sylt, mitsamt falschem Plural, möchte man sagen.

84

Was ist hier wirklich, liebe Leser, wenn's denn wirklich ist? Der schiere Ausstieg aus dem way of life der middle-class white kids oder nicht doch eher die per Ausstiegsfantasie geleistete Reflexion ebenjenes, unseres Lebensstils, mit seinen unterschiedlichen emotionalen Banden an Konsumgüter und kulturindustrielle Erzeugnisse – samt der bei Vann besonders drastisch zugespitzten Frage, ob bzw. mit welchen Gefühlen wir die Ressourcen kommender Generationen verspeisen? Wobei der Exit ja irgendwie auch verbaut erscheint: Denn wer Sorgen hat, hat meist auch eine Outdoorjacke. »Ich bin raus«, lautet der Claim der Marke Schöffel.

REDESIGNDEUTSCHLAND

Es gehört zu den großen Stärken des Kapitalismus, dass er bislang noch jedes Ausstiegsbegehren, jede Revolte zu einer Ware gemacht hat. »Der gegenwärtige Kapitalismus kennt kein Außen. Er erkennt keine Alternative an. Kritik am gegenwärtigen Kapitalismus kann nicht vom gesicherten Standpunkt eines vermeintlichen Außen aus operieren. Sie operiert von einem Standpunkt innerhalb des Systems«, erklärt die Internetseite RLF-Propaganda, Teil eines vom Architekten und Designtheoretiker Friedrich von Borries initiierten Projekts. Im dazugehörigen Roman »RLF. Das richtige Leben im falschen« verwandelt ein Werber namens Jan »den Wunsch nach Protest und Widerstand in Konsumprodukte«. Zunächst entwirft er zynisch den radical chic eines Turnschuhs namens Urban Force auf seine Zielgruppe hin: »Kids, die nichts haben und nie etwas haben werden – außer ein paar Konsumträumen«; Melilla und

Lampedusa lassen grüßen. In einer Ausstiegsbewegung wird dieses Modell dann aber umgewandelt in ein Unternehmen, das teure, konzeptgekünstelte Produkte designt, z.B. einen herkömmlichen IKEA-Beistelltisch mit echter Vergoldung, die sich allerdings aufgrund mangelnder Versiegelung abnutzt: »die Botschaft ›Show you are not afraid‹ wird durch Benutzung des Tisches sichtbar«. Produkte wie dieses (Auflage: 20; Preis: auf Anfrage) lassen sich außerhalb der Fiktion realiter im Internet bestellen. Ziel: Durch Konsum Shareholder der Revolution werden!

Welcher Part bleibt in der RLF-Trias »Unternehmen, Konzeptkunst, Roman« für die literarische Fiktion? Den Literaturwissenschaftler freut, dass »Das richtige Leben im falschen« ein mitunter lexikonartiges Brevier heutiger Kapitalismuskritik ist, inklusive Gesprächen mit Protagonisten wie Harald Welzer, Judith Butler oder Tomáš Sedláček. Wie aber Werber Jan dann jene Musen schildert, die ihn zum Revoluzzertum inspirieren: Angélique (»Er kann ihr von der Seite in den Ausschnitt kucken, sieht ihre Brüste, betrachtet ihre langen Haare, lässt seinen Blick ihren Rücken hinuntergleiten. Ihre Bluse ist hochgerutscht. Unter dem dünnen Stoff ihrer Hose zeichnet sich ein Tanga ab.«) oder die (real – fiktional – kann man das noch unterscheiden?) bis in das Board des Unternehmens aufgenommene Slavia (»Er betrachtet ihren Körper, die festen, großen Brüste, die langen blonden Haare.«) – ist das noch subversive Affirmation oder vielleicht doch die falsche Prosa im Richtigen?

»Träumer haben die Welt noch nie verändert, es waren immer Geschäftsleute...« Auch Rafael Horzons »Das weisse Buch« schildert reale, allesamt recherchierbare Unternehmen seines Autors: Die Gründung einer privaten Wissenschaftsakademie sowie der Galerie Berlintokyo in Berlin, des Modelabels Gelée Royale und des (wegen der Buchstabensymmetrie so geschriebenen) Ladens Moebel Horzon. Dessen einziges Produkt ist ein Pressholz-Bücherregal namens »Modern«, das nicht nur DJ Koze oder Isabelle Graw erwerben, sondern im richtigen, richtigen Leben wissenschaftliche Mitarbeiter realer an dieser Kolumne beteiligter Autoren. Christian Kracht half bei der Auslieferung. Auch von einem (scheiternden) Projekt »Redesigndeutschland« ist die Rede, mit einer Revision unserer Gegenwartssprache in ein sogenanntes »Rededeutsch« (bestehend aus zehn Regeln, die restlichen werden einfach aus der Grammatik rausgerissen) – probenhalber wird Goethes berühmtestes Drama in den sogenannten »Redefaust« übertragen. Hinzu kommen ein unbescheidenes Projekt zur flächendeckenden Verkleidung des hässlichen Berlin mit weißen, quadratischen Platten unter dem Titel BELFAS (Belle Façade) und noch manches mehr. »Das weisse Buch« hält eine schöne Schweben zwischen Sachbuch und Schelmenroman. Es nimmt die grassierende Ich-AG-Ideologie aufs Korn und spottet über die Vergottung des Unternehmers zum Genie (»›Der Geschäftssinn ist der Motor der Welt‹, murmelte ich vor mich hin.«) – in der pragmatischen Form einer genial-unternehmerischen Ich-AG mit ausgezeichneten Markennamen.

LITERARISCHE WELTEN MIT APOSTROPH

Vor solchen Projekten nimmt sich Florian Kesslers Vorwurf an die Jungautor-schaft beim Literaturwettbewerb Open Mike, diese interessiere sich bei Pausengesprächen nurmehr für Marktchancen, »großkalibrige Verlegerwechsel und das Termingeschäft ihres eigenen Debüts«, geradezu müffelig aus. Wem soll man dienen, den Idealen des Schönen, Wahren und Guten? Die wieder einmal nur jenseits des Ökonomischen, der Konsumwelt, des Marktes zu finden sein sollen, im Freilichtmuseum des genuin Literarischen? Das wird Kessler kaum meinen, denn gerade in Hildesheim lernt man, anders als in Leipzig, nicht nur zu schreiben, sondern auch ein Buch draus zu machen, den Autor- zum Markennamen zu veredeln, wie auf der Prosanova – guter Markenname! – zu erfahren war. Horzon und Borries erscheinen übrigens beide in der Reihe Suhrkamp Nova. Und in Klagenfurt heißt der Ernst-Willner-Preis seit 2014 nach seinem Stifter, der Klagenfurter Buchhandlung Heyn, »Mr. Heyn's Ernst-Willner-Preis« – »analog zu »Mandy's Nagelstudio« nur echt mit Apostroph«, wie Christoph Schröder in der »Zeit« spottet.

Die Zentrale Intelligenz Agentur (ZIA), aus der bereits vor Tex Rubinowitz Klagenfurter Preisträger wie Wolfgang Herrndorf und Kathrin Passig hervorgegangen sind, vergibt bei ihrer Automatischen Literaturkritik einen Pluspunkt für »Text spielt in einer Welt, in der es das Internet gibt.« Nun wirkten die Facebook-Anspielungen im diesjährigen Wettbewerb noch etwas bemüht – vielleicht ist das noch zu früh. Wir freuen uns auch schon über Diegesen, in denen es McDonald's-Parkplätze gibt (mit Apostroph), oder Coca-Cola (»Das ist jetzt das Imperium.«). In denen Popmusik nicht topisch als »Hintergrundgedudel« gedisst wird wie im Beitrag von Anne-Kathrin Heier (die allerdings einen schönen Song im Videoporträt präsentiert), sondern, wie bei Rubinowitz, der Exegese der letzten Dinge dient – Küssen mit offenen Augen (>You've lost that lovin' feeling<) – und der Literatur hilft, die richtigen Fragen im Falschen zu stellen: >Why don't we do it in the road<? In solcher Prosa befreit sich die Literatur vom Schatten der Väter und vom güldenen Geist der Großmütter; hervor tritt der Spirit von Bruce Lee, uns zu zeigen, dass man keine Angst haben muss vor der Wirklichkeit. ◆

86

- ▶ Friedrich von Borries: RLF. Das richtige Leben im falschen, Berlin 2013.
- ▶ Rafael Horzon: Das weiße Buch, Berlin 2010.
- ▶ Cormac McCarthy: The Road, New York 2006.
- ▶ RLF – Werde Shareholder der Revolution, Interquelle: rlf-propaganda.com
- ▶ Konrad H. Roenne: Will Abend werden, in: Bella Triste 39 (Sommer 2014), S. 33-37.
- ▶ Tex Rubinowitz: Wir waren niemals hier, Interquelle: bachmannpreis.eu/de/texte/4898
- ▶ Tocotronic: Es ist egal, aber, L'age d'or 1997.
- ▶ David Vann: Im Schatten des Vaters. Aus dem Amerikanischen von Miriam Mandelkow, Berlin 2012.