

## Kulturrevolution - gegen wen?

VON JOSEF JOFFE

An diesem Wochenende wird Woodstock II geboten. Die Älteren unter uns, also die 50jährigen, die '68er', erinnern sich noch. Woodstock I, das Original von 1969, war das größte Rockfestival aller Zeiten: mit 400 000 jungen Menschen - Hippies und Haschern, Kulturrevolutionären und Kriegsverweigerern -, die das Konzert zum Mythos und Symbol einer ganzen Generation erhoben. Und nun, im Angedenken an diese Zeitenwende, wird Woodstock '94 inszeniert: zur Traditionspflege für die Alten, zur Erbauung und als Exempel für die Jungen, denen der Vietnamkrieg Altertums Geschichte ist und die Studentenrevolte ein Es war einmal . . .

Eine blasse Kopie also? Ja, aber sie ist nicht so blaß, als daß sie nicht schon voll durchkommerzialisiert worden wäre. Sponsoren wie Apple, Pepsi, Häagen-Dasz (mit überteuertem Eis reich geworden) und der Plattenproduzent PolyGram haben 30 Millionen Dollar in das New Yorker Wochenende investiert; wo die Luftwaffe vor einem Vierteljahrhundert noch Notrationen einfliegen mußte, stehen jetzt 900 Fast-food-Buden bereit; 'offizielle' Woodstock-Kondome und -Kaleidoskope sind auch schon im Sortiment.

Hinter dem Triumph des Mega-Marketing verbirgt sich mehr als bloß eine vertraute Ironie - hie die schnöde Profitsucht kalt kalkulierender Großkonzerne, da die ekstatische Zelebrierung des Gegenprinzips: love, peace and freedom, Anarchie, aber auch Sehnsucht nach Gemeinschaft und Geborgenheit. Diese Ironie läßt sich bei jedem Rockkonzert beobachten, wo die Kids für viel Bares bloß die Illusion einer Gegenwart serviert bekommen. Nein, Woodstock II versucht ein Lebensgefühl zu reproduzieren (um es dann kräftig zu melken), das es nicht mehr gibt - nicht mehr geben kann.

Warum nicht? Eine Antwort ist ganz einfach. Der Vietnamkrieg, der Jugendliche rund um die Welt unter dem dreieckigen Friedenssymbol mobilisierte, ist zur verstaubten Fußnote verkommen. Wer sind denn heute die 'Bösen' und die 'Guten'? Hutus oder Tutsis, Armenier oder Azeris, die Karadzics oder die Tudjman? Ein grauer Schleier der Zweideutigkeit hat sich über die Kriege der Nach-Nachkriegszeit gelegt und der Schwarz-Weiß-Sicht den Blick verstellt.

### Papa mit Ring im Ohr

Eine zweite Antwort ist nicht minder offenkundig: Wogegen wollen die Jungen eigentlich revoltieren? Gegen ihre Eltern? Die finden die Stones und Grateful Dead leider genauso cool, und derweil der Herr Papa den Ring durchs Ohr zieht, zeigt sich Mutter im dezenten Grunge-Look. Gegen die Penne? Dort stehen lauter anti-autoritär geschulte Menschen vor der Tafel; in Amerika - inzwischen auch bei uns - verprügeln die Schüler die Lehrer, nicht umgekehrt. Gegen die Universität? Die schafft es nicht einmal, einen Studenten wegen vorsätzlicher Faulheit im Wiederholungsfall zu relegieren. Gegen das Establishment als solches? Grünen-Funktionäre berichten, daß ihnen der Nachwuchs wegbleibe; die Jungen verweigern sich dem Ortsverband, weil sie dort nicht auf

ihre Lehrer treffen wollen.

Épater le bourgeois, den Bürger schrecken, war der klassische Kampfprud aller Kulturrevolutionäre - ob sie nun als 'Wilde' oder Dadaisten, Bohémiens oder Beatniks daher kamen. Doch den 'Bürger', die verbindliche bürgerliche Kultur, gegen die es sich aufzulehnen lohnte, gibt es nicht mehr, jedenfalls nicht solange die postmoderne Devise gilt: 'Anything goes.' Im Fernsehen läuft die tägliche Provokation im Vorabendprogramm; kein Körperteil, der nicht schon durchlöchert wäre. James Dean verkörperte einst den Inbegriff von cool. Doch heute würde er mit seiner abgeschabten Lederjacke in einem Theaterfoyer voller Punk-Outfits und Doc Martens wie ein Ausbund an Züchtigkeit wirken. Atemlos gibt kein Remake mehr her - es sei denn mit einer Jean Seberg, die ihrem Jean-Paul Belmondo schon in der dritten Einstellung eine Prise Koks anbietet.

Ohne Kultur - im Sinne verbindlicher Regeln - gibt es keine Gegenkultur, ohne Konventionen und Autoritäten gibt es keine alternativen Lebensformen und Institutionen. Es werde immer schwerer, notiert Time in einem brillanten Essay zu Woodstock II, 'sich wirklich entfremdet in einer Zeit zu fühlen', in der fast jedermann 'Anspruch auf Zugehörigkeit' zu irgendeiner kulturellen Untergruppe erheben kann, sei sie durch Lebensstil, Geschlecht, sexuelle Vorliebe oder Ethnie geprägt. Wenn Sadomaso-Clubs genauso respektabel sind wie Amnesty International, wenn, wie in Amerika, das Multikulturelle zum Leitbild wird, muß der Mainstream, gegen den es zu revoltieren gilt, versickern. Ohne Mehrheit keine Minderheit - kein Absetzen und kein Abgrenzen.

### Nostalgie im Recycling

'Früher, ja früher . . .' ist der klassische Stoßseufzer einer jeden Generation, die entweder den Verfall des Verbindlichen beklagt oder - umgekehrt - sich selbst in nostalgischer Verklärung eine Avantgarde-Rolle zuschreibt, welche die Jungen weder zu würdigen noch zu wiederholen wüßten. Das ist schon bei Plato nachzulesen. Aber eines hat sich doch geändert, und diese Zäsur gibt die dritte Antwort her, die erklärt, warum Antispißertum und Gegenkultur sich neuerdings so schwer reproduzieren lassen,

Der Schuldige ist der Markt - die Art und Weise, wie wir produzieren und konsumieren. Beatniks und Existentialisten - komplett mit cool jazz und Cäsarenhaarschnitt - konnten sich wenigstens eine halbe Generation lang als Gegenkultur halten. Doch was sich heute in revolutionärer Pose auf dem Laufsteg in Mailand präsentiert, liegt morgen schon in den Regalen von C & A. Kaum hat eine Jenny Holzer die Kunstszene mit ihren Horrorbotschaften auf der Haut geschockt, wird's bei Benetton schon zur Reklame-Masche. Wer kann sich noch musikalisch von der Horde absetzen wie die Alten einst mit John Coltrane oder Bob Dylan? Kaum haben die Kids bei Techno oder Unplugged angebissen, da haben die Plattenmultis die 'Revolution' schon über die ganze Welt verstreut. Industrie und Werbung kennen keinen Unterschied mehr zwischen

Hoch- und Subkultur, zwischen Nischenkonsumenten und Normalverbrauchern: Jeder wird bedient, in Echtzeit und weltweit.

Denn die Welt ist dank Glasfaser, Jet und Satellit wirklich zum 'Dorf' geworden, zumindest bei Kommerz und Pop-Kultur. Marx hätte das Phänomen nicht mehr verstanden, geht es doch nicht bloß um die 'Konzentration des Kapitals', sondern um die Ausbreitung von Information im Photonen-takt, die Gewohnheit und Bedürfnis ebenfalls mit Lichtgeschwindigkeit verändert. Und um mehr: Der Konsument muß nicht mehr kaufen, womit ihm die Konzerne zu Henry Fords Zeiten noch den Geschmack normiert hatten

('der Kunde kann jede Autofarbe haben, solange sie schwarz ist'). Massenproduktion läuft dank dem Computer nach Maß: Jedem Grüppchen sein Kanälchen im Kabel, jedem Minisegment im Markt sein Produkt in der Palette.

Alles ist sofort zu haben, selbst die Nostalgie von gestern - siehe die Welttournee der Stones. Und Woodstock II. Wenn alles durcheinander- und nebenherläuft, wenn ein Exhascher und Kriegsdienstvermeider ins Weiße Haus einzieht, werden Außenseiter und Angepaßte, Bohémiens und Biedermänner zu Brüdern. Irgenwann aber kommt die Restauration, und sie wird furchtbar sein.