

VIRTUELLE KLANGABFÄLLE

DAS INTERNET-LABEL PC MUSIC SPIEGELT DEN AFFIRMATIVEN KITSCHKULT

BASTIAN ZIMMERMANN & YANA THÖNNES

Die Musik aus der eigenen Kindheit und Jugend empfinden viele Menschen als Kitsch. Für die Generation der heute 30- bis 40-Jährigen beispielsweise bedeutet das schamvolle Erinnerungen an Blümchen und Die Prinzen, Eurodance und Backstreet Boys. Doch während die einen meinen, sich von den vermeintlichen Jugendsünden distanzieren zu müssen, feiern die anderen geradezu ihren schlechten Geschmack mit Besuch von 90er-Jahre-Partys. Damit sind zwei gegensätzliche Spielarten, mit musikalischem Kitsch umzugehen, ausgemacht: Entweder man grenzt sich ab – oder man sagt euphorisch Ja. Wozu aber einen Musikgeschmack öffentlich feiern, den sich die Mehrheit aus Pietätsgründen nie erlauben würde?

Wenn sich Musiker zu einem solchen euphorischen Ja verpflichten, könnte das klingen wie bei den sogenannten Lipgloss Twins: »I don't wanna be a twin, I just wanna fit in!«, verlautbaren zwei hypergepitchte Stimmen in dem Song »Wannabe« zu abgebrochenen Beats eines vielleicht heruntergefallenen Midi-Keyboards. Während sich ihre Stimmen immer weiter in die Höhe schrauben, rast die Musik durch den Klangabfall der jüngsten Musikgeschichte: vom Breakbeat zu Girlgroup-Chanson, von 8-Bit-Ästhetik zu Rave-Basswirbeln. Sounds und Melodien, die heute niemand mehr produzieren will, bilden die Grundlage für Affirmationen, deren Aussprache den Verdacht auf Regression nährt: »I just wanna fit in.«

Die Lipgloss Twins gehören zum Künstlerstamm des 2013 gelaunchten Londoner Labels PC Music. Die Acts, die seine in der Ästhetik des textbasierten Internets der 90er-Jahre gehaltene Website pcmusic.info listet, liefern künstlerische Selbstentwürfe fernab der Authentizität. In ihren Arbeiten und Performances manifestieren sich Kitsch und Künstlichkeit in so hohem Grad, dass man – wie bei den Lipgloss Twins – schon gar nicht mehr weiß, ob sie wirklich existieren oder nur ein imaginäres, mit digitalen Werbemitteln inszeniertes musikalisches Studioprodukt sind. Diese grundlegende Irritation wird dadurch verstärkt, dass das Label sich zur Präsentation seiner Musiker vor allem Social-Media-Plattformen wie Soundcloud, Twitter, Tumblr und Facebook bedient, deren Selbstdarstellungen bekanntlich höchst inszeniert und widersprüchlich sind (Je fröhlicher ich auf meinen Facebook-Fotos aussehe, umso schlechter geht es mir in Wirklichkeit). Der Sound, der die Kinder der 90er-Jahre umgab, wird zum Branding einer neuen, irgendwo in der virtuellen Welt konstituierten Künstler-Identität. Kitsch à la Blümchen ist das nicht mehr. Blümchen hat sich noch zu ernst genommen.

Diese eigentümliche Ästhetik lässt sich noch besser verstehen in Bezugnahme auf Richard A. Petersons Theorie des »kulturellen Allesfressers«, jenes spezifischen Konsumententypus, der sich aus privilegierter Position heraus Kulturgüter sowohl der Hoch- als auch der Populärkultur aneignet, darunter auch Kitsch und Trash. Doch während es sich bei ihm um eine zwar affirmative, aber weiterhin distanzierte Rezeptionshaltung handelt – der Kitsch ist und bleibt immer noch das Andere, das eigentlich nicht zu mir gehört –, sprengt PC Music auch diese letzte Geschmacksgrenze: Der von den virtuellen Künstlern ins Netz entlassene Kitsch wird von Produzenten wie Rezipienten nicht mehr als das spleenige Andere, sondern wird als Selbstverständlichkeit wahrgenommen.

In der affirmativen Haltung finden sich Anknüpfungspunkte an den »Normcore«, jenen gesellschaftlichen Trend, der seit einiger Zeit Konformismus als Stil neu zu erfinden versucht: Adaptiv-Sein statt Exklusiv-Sein, Verbindung vor Abgrenzung. Bieten die Lipgloss Twins also nichts anderes als den auskomponierten Freudenschrei, dass in Zeiten der Ambivalenz alles möglich ist? Ja und nein. Der demonstrative Umgang von PC Music mit Branding, Technologie und der extremen Künstlichkeit von Körpern, Stimmen und Identitäten ist insofern kritisch zu nennen, als dass er uns unsere eigene indifferente Involviertheit vorhält: Egal ob Kitsch oder radikaler Gestus – uns törnt alles an.