

INTERJEKTE 14

2022

# STIL UND RHETORIK EIN PREKÄRES PAAR UND SEINE GESCHICHTEN

Eva Geulen, Melanie Möller  
(Hg.)

zfl

LEIBNIZ-ZENTRUM  
FÜR LITERATUR- UND  
KULTURFORSCHUNG



**Leibniz-Zentrum für Literatur- und Kulturforschung**  
Schützenstraße 18 | 10117 Berlin  
T +49 (0)30 20192-155 | F -243 | sekretariat@zfl-berlin.org

**INTERJEKTE** ist die thematisch offene Online-Publikationsreihe des Leibniz-Zentrums für Literatur- und Kulturforschung (ZfL). Sie versammelt in loser Folge Ergebnisse aus den Forschungen des ZfL und dient einer beschleunigten Zirkulation dieses Wissens. Informationen über neue Interjekte sowie aktuelle Programmhinweise erhalten Sie über unseren E-Mail-Newsletter. Bitte senden Sie eine E-Mail mit Betreff »Mailing-Liste« an [newsletter@zfl-berlin.org](mailto:newsletter@zfl-berlin.org).

Veranstaltungs- und Publikationsförderung durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) im Rahmen der Exzellenzstrategie des Bundes und der Länder innerhalb des Exzellenzclusters *Temporal Communities: Doing Literature in a Global Perspective* – EXC 2020 – Projekt-ID 390608380.

## IMPRESSUM

**Herausgeber** Leibniz-Zentrum für Literatur- und Kulturforschung (ZfL)

[www.zfl-berlin.org](http://www.zfl-berlin.org)

**Direktorin** Eva Geulen

**Redaktion** Gwendolin Engels, Anja Keith

**Gestaltung** KRAUT & KONFETTI GbR, Berlin

**Layout/Satz** Niki Fischer-Khonsari

**Titelbild** Adriaen van Ostade: »Der Schulmeister« (1662)

DOI: [10.13151/IJ.2022.14](https://doi.org/10.13151/IJ.2022.14)



Sämtliche Texte stehen unter der Lizenz **CC BY-NC-ND 4.0**. Die Bedingungen dieser Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z. B. Schaubilder, Abbildungen, Fotos und Textauszüge erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen durch den\*die jeweilige\*n Rechteinhaber\*in.

© 2022 / Das Copyright liegt bei den Autor\*innen.

# INHALT

- 4**    **EINLEITUNG**  
STIL UND RHETORIK: EIN PREKÄRES  
PAAR UND SEINE GESCHICHTEN  
Eva Geulen  
Melanie Möller  
(Hg.)
- 8**    **STIL ALS NATÜRLICHE  
REPRÄSENTATION DER AFFEKTE IN  
DER CARTESIANISCHEN RHETORIK  
DIE TRÜBUNG DER REDEKUNST IM  
SPIEGEL DER NATUR**  
Martin Urmann
- 17**   **STIL ALS ÜBUNG**  
EINE SKIZZE ZU STILUS, STIL UND  
SCHREIBSZENE  
Rüdiger Campe
- 32**   **LUTHERSTIL**  
Barbara N. Nagel
- 41**   **HOMOLOGESTIL UND ELLIPTIK, ODER:  
SIND ARISTOTELES' »PRAGMATIEN«  
LITERATUR?**  
Gyburg Uhlmann
- 56**   **DIE STRUKTUR UND IHR STIL  
WIE SCHLEIERMACHER ZWISCHEN  
DERRIDA UND SAUSSURE VERMITTELN  
KÖNNTE**  
Manfred Frank
- 70**   **»GANGNAM STYLE«: ZUR STILBIL-  
DUNG IM DIGITALEN RAUM**  
Elisa Ronzheimer
- 78**   **»DIE SÄTZE MÜSSEN LYRISCH GEBAUT  
SEIN, SONST FINDE ICH DIE NICHT  
GUT.«**  
RHETORIK UND STIL IN DER GEGEN-  
WARTSDRAMATIK VON THOMAS KÖCK,  
ENIS MACI UND WOLFRAM HÖLL  
Pola Groß

# »GANGNAM STYLE«: ZUR STILBILDUNG IM DIGITALEN RAUM

Elisa Ronzheimer

Das Musikvideo *Gangnam Style* des südkoreanischen Popstars PSY, das am 15. Juli 2012 auf YouTube veröffentlicht wurde, hat in der Internetkultur neue Maßstäbe gesetzt. Mit durchschnittlich neun Millionen Aufrufen täglich erreichte es am 28. August 2012 den ersten Platz der YouTube-Top-100-Videos. Am 21. Dezember 2012 überschritt *Gangnam Style* als erstes Video die Marke von einer Milliarde Aufrufen.<sup>1</sup> Die ungewohnt hohe Klickfrequenz soll angeblich ein Update von YouTube-Software erforderlich gemacht haben, die die rasant steigende Anzahl an Views nicht mehr verarbeiten konnte.<sup>2</sup> Heute nimmt *Gangnam Style* mit insgesamt über vier Milliarden Aufrufen nur noch Platz 10 in der Liste der meistgesehenen YouTube-Videos ein, ist aber immer noch beispielhaft für eine neue Rasanz von Zirkulationsdynamiken im Netz.<sup>3</sup>

Doch nicht nur durch die außerordentlich hohe Anzahl an Aufrufen und die Geschwindigkeit seiner »viralen« Verbreitung hat *Gangnam Style* in der digitalen Kultur Geschichte geschrieben, sondern auch durch die Art und Weise seiner Zirkulation. Das Musikvideo hat eine Unzahl an Imitationen und Parodien inspiriert; im Mai 2014 wurden auf YouTube fast 785.000 Videos gezählt, die *Gangnam Style* in der einen oder anderen Form nachahmten.<sup>4</sup> Die Imitationen positionieren sich auf sehr unterschiedliche Weisen zum »Original«

– gemeinsam ist ihnen allen, dass sie nach dem Muster von *Gangnam Style* im Format des Musikvideos einen »Style« präsentieren. Dargestellt werden Lokalstile (*Afghan Style*, *Aussie Battler Style*, *Eastern European Style*, *Pyongyang Style*, *Thai Style*), Institutionenstile (*Eton Style*, *NASA Johnson Style*, *MIT Gangnam Style*, *UC Berkeley Style*, *US Navy and Marines Style*), Personen- oder Figurenstile (*Gandalf Style*, *Hitler Style*, *James Bond Style*, *Mitt Romney Style*, *Obama Style*, *Santa Style*) sowie Lebens- oder Religionsstile (*Vegan Style*, *Mormon Style*). In diese Re-Makes werden unterschiedliche Elemente des *Gangnam Style* integriert: Einige der Videos behalten die koreanischen Lyrics bei und bilden die Szenen und die Choreographie nach, insbesondere den charakteristischen *horse dance*, der Reitbewegungen nachempfunden ist. Für andere Videos wurden eigene Texte, überwiegend auf Englisch, verfasst, die eine zusätzliche Beschreibung des im Clip visuell dargestellten Stils liefern. Erforderlich für die Identifizierung der Videos als einer Nachahmung von *Gangnam Style* ist vor allem die Reproduktion der markanten Rhythmik von Intro und Refrain, die alle Imitationen übernommen haben. Verzichtbar hingegen ist der Bezug auf den im Video dargestellten Lebensstil der koreanischen Oberschicht: Weder das titelgebende Gangnam, ein vermögender Bezirk in der südkoreanischen Hauptstadt Seoul, noch die den Clip bevölkernden Figuren müssen in den Folgevideos erscheinen, um deren Bezug auf *Gangnam Style* kenntlich zu machen. Kopiert wird also nicht der »Gangnam Style« selbst, sondern dessen Form von Stilisierung, d. h. eine nach dem Muster des Musikvideos gegliederte und stark stereotypisierte Zusammenstellung stilistischer Marker, die eine Stilgemeinschaft – hier die in Gangnam residierende Bevölkerungsschicht – auszeichnen.

1 Vgl. »Gangnam Style«, *Wikipedia*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Gangnam\\_Style](https://en.wikipedia.org/wiki/Gangnam_Style) (aufgerufen am 09.09.2021).

2 Vgl. den Eintrag »Gangnam Style«, *knowyourmeme.com*, <https://knowyourmeme.com/memes/gangnam-style> (aufgerufen am 09.09.2021).

3 Vgl. »List of most-viewed YouTube Videos«, *Wikipedia*, [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_most-viewed\\_YouTube\\_videos](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_most-viewed_YouTube_videos) (aufgerufen am 09.09.2021).

4 Vgl. Mingyi Hou: »Participatory Consumption of Celebrity Products: Gangnam Style and Its Parodies«, in: Celia Lam/Jackie Raphael/Millicent Weber (Hg.): *Disassembling the Celebrity Figure. Credibility and the Incredible*, Leiden 2018, S. 57–80, hier S. 58.

Die Haltung der Videos zu den in ihnen porträtierten Stilgemeinschaften ist dabei sehr unterschiedlich. Clips wie *US Navy and Marines in Afghanistan Style*, *NASA Johnson Style* oder *Farmer Style* machen keinen Hehl daraus, dass sie die in ihnen präsentierten Institutionen und Berufsfelder bewerben. Andere Videos propagieren ihren Stil weniger, als dass sie ihn parodieren: *Eton Style* oder *Afghan Style* etwa verspotten die Stereotype bestimmter Kulturen oder Institutionen. Die satirischen Clips *Pyongyang Style*, *Mitt Romney Style* oder auch das regimekritische Video *cao ni ma Style* des chinesischen Künstlers Ai Weiwei nutzen die Stilimitation zur expliziten oder impliziten Kritik an politischen Systemen oder an Politiker\*innen. Dass die Grenzen zwischen Stilpastiche, spöttischer Parodie und gesellschaftskritischer Satire – anders gesagt: zwischen einer affirmativen und einer ironisch-kritischen Rahmung der behandelten Stile – in den Nachahmungen von *Gangnam Style* mitunter fließend sind, rührt nicht zuletzt daher, dass umstritten bleibt, ob bereits das Originalvideo als eine Parodie des in ihm porträtierten Stils zu verstehen ist. ›Gangnam‹ steht repräsentativ für eine wohlhabende Schicht der südkoreanischen Gesellschaft, die im gleichnamigen Bezirk in Seoul residiert; das Video handelt in Text und Bild von einem Emporkömmling, verkörpert durch den Sänger PSY, der sich durch die Aneignung des Lebensstils Zugang zu der gesellschaftlichen Oberschicht verschaffen möchte, die in Gangnam residiert.<sup>5</sup> Verschiedentlich ist vermutet worden, dass PSYs Video mit seiner extravaganten Figur des schrillen Hochstaplers tatsächlich als Satire auf die gesellschaftlichen Verhältnisse in Südkorea gemeint ist, die erst jüngst zum Gegenstand des gesellschaftskritischen Spielfilms *Parasite* (2019) geworden sind – wenngleich der Popstar selbst sich in einem Interview von dieser Lesart distanziert hat.<sup>6</sup> Offen bleibt also, ob die kritische Distanz zum porträtierten Stil dem Originalvideo bereits eingeschrieben ist oder sich erst im Zuge der parodistischen und

satirischen Imitationen ausgebildet hat.<sup>7</sup> Die Stilbildung im Anschluss an die zweifelhafte Haltung von *Gangnam Style* lässt daher kritische Stilparodien und Satiren ebenso zu wie affirmative Stilporträts im Dienste politischer Propaganda – wobei das eine vom anderen bisweilen nur schwer zu trennen ist.<sup>8</sup>

Was für eine Art von Stil ist es aber nun, die die digitalen Praktiken der imitatorischen Transformation und der globalen Zirkulation ausbilden? An welche Stilkonzepte schließt der *Gangnam Style* an und wovon ist er abzugrenzen? Beobachten lässt sich anhand des Internetphänomens die Dissoziation des Stils vom Paradigma der Individualität, die Fredric Jameson in seinem einschlägigen Werk zur kulturellen Logik des Spätkapitalismus konstatiert hat. »Postmodernism«, bemerkt Jameson in *Postmodernism or The Cultural Logic of Late Capitalism* (1991), bedeute »the end [...] of style, in the sense of the unique and the personal, the end of the distinctive individual brush stroke«.<sup>9</sup> Wie Stilbildung nach dem ›Ende des Stils‹ als individueller Signatur funktionieren kann, zeigt das Phänomen ›Gangnam Style‹: Stil wird in der digitalen Zirkulation des Videos nicht hervorgebracht durch ein auktoriales Subjekt, sondern durch kollektive Imitationshandlungen, für deren Vollzug die Unterscheidung zwischen Kopie und Original – die für den Umgang mit Stil in der Moderne lange Zeit maßgeblich war – unerheblich ist. Neutralisiert wird die Spannung zwischen primärem Original und sekundärer Kopie durch eine Auffassung von Stil, die diesen nicht länger als unnachahmlichen Ausdruck einer unveräußerlichen Individualität begreift, sondern als eine kollektive Praxis der Rekonfiguration und Zirkulation isolierbarer formaler Muster. Verabschiedet wird mit *Gangnam Style* und seinen Re-Makes also die Idee von Stil als Individualität, jedoch nicht der Anspruch auf eine Artikulation von Partikularität im Stil. Auch nach *Gangnam Style* wird Stil als Ausdruck eines je Besonderen gehandelt, nun aber im Sinne einer ›Singularität‹, deren Einzigartigkeit sich im Unterschied zu der des Individuellen als sagbar und teilbar versteht.

5 Für eine deutsche Übersetzung des koreanischen Textes vgl. Klaus H. Kiefer: »Gangnam Style ›erklärt‹. Ein Beitrag zur deutsch-koreanischen Verständigung«, in: *Zeitschrift für interkulturelle Germanistik* 4.2 (2013), S. 181–205, hier S. 202–205.

6 Vgl. Max Fisher: »Gangnam Style, Dissected. The Subversive Message Within South Korea's Music Video Sensation«, *The Atlantic*, 23.08.2012, <https://www.theatlantic.com/international/archive/2012/08/gangnam-style-dissected-the-subversive-message-within-south-koreas-music-video-sensation/261462/> (aufgerufen am 09.09.2021). Zu PSYs Stellungnahme vgl. »Gangnam Style«, *knowyourmeme.com*, <https://knowyourmeme.com/memes/gangnam-style> (aufgerufen am 09.09.2021).

7 Entkräftet wird damit in jedem Fall Fredric Jamesons These der Substitution der politisch motivierten Stilparodie durch das politisch neutrale Stilpastiche in der postmodernen Logik kultureller Reproduktion. Vgl. Fredric Jameson: *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham 1991, S. 17.

8 Vgl. zur (politischen) Arbitrarität der Stilparodie in der Spätmoderne Judith Butler: *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, New York 1999, S. 176 f.

9 Jameson: *Postmodernism* (Anm. 7), S. 15.



Abb. 1: Der sogenannte »Horse Dance« im Originalvideo Gangnam Style



Abb. 2: Ai Weiweis Imitation des »Horse Dance« in cao ni ma Style



Abb. 3: Imitation des »Horse Dance« im Werbevideo der NASA NASA Johnson Style



Abb. 4: Imitation des »Horse Dance« im Video Book of Mormon Style

## I. DIGITALE STILGEMEINSCHAFT(EN)

Bemerkenswert ist am Phänomen »Gangnam Style« zunächst einmal, dass es sich bei dem zuvor unbekanntem und exzentrischen Sänger mit der skurrilen Choreographie und dem weiten Teilen der Weltbevölkerung vollkommen unverständlichen koreanischen Songtext um ein denkbar unwahrscheinliches Objekt globaler Popularität handelt. Der Künstler PSY, mit bürgerlichem Namen Park Jae-sang, widersetzt sich in mehrfacher Hinsicht den Erwartungen an einen globalen Superstar. Sein körperliches Erscheinungsbild erfüllt keineswegs westliche Idealvorstellungen von Männlichkeit und mit seiner idiosynkratischen Mimik und Gestik führt er das YouTube-Publikum in eine kulturelle Sphäre ein, die weit entfernt ist von den Zentren der westlichen Popkultur. Die Eigen-dynamik von *Gangnam Style* scheint dabei von zwei Faktoren zu profitieren, die Felix Stalder als wichtige Voraussetzungen für die Ausbildung einer »Kultur der Digitalität« bestimmt hat: die »Erosion von Heteronormativität«<sup>10</sup> und die Auflösung kultureller Dichotomien von Zentrum und Peripherie.<sup>11</sup> Die seit den 1960er Jahren zu beobachtende »Selbstermächtigung marginalisierter Gruppen und die Auflösung der kulturellen Geographie von Zentrum und Peripherie« seien, so Stalder, zwar nicht als kausale Ursachen für die Herausbildung zeitgenössischer kultureller Dynamiken im Internet zu begreifen, hätten aber wesentlich zur »Verbreiterung der sozialen Basis kultureller Prozesse« beigetragen, die heutigen Netzkulturen zugrunde liege.<sup>12</sup>

Entsprechend ist das Stilphänomen »Gangnam Style« als Ausweis der egalitären Natur des digitalen Raums gedeutet worden, der Freiräume für die kulturelle Emanzipation von aus westlicher Sicht eher randständigen Kulturen eröffne. So soll der damalige

10 Felix Stalder: *Kultur der Digitalität*, Frankfurt a. M. 2016, S. 39.

11 Vgl. ebd., S. 49–58.

12 Ebd., S. 12. Vgl. auch ebd., S. 58: »Zusammenfassend lässt sich also feststellen, dass mindestens drei säkulare historische Tendenzen bzw. Bewegungen, die teilweise bis ins späte 19. Jahrhundert zurückreichen, aber jeweils im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts deutlich an Fahrt aufgenommen haben – die Ausbreitung der Wissensökonomie, die Erosion der Heteronormativität und der Postkolonialismus mit seinem Fokus auf die Kultur der Hybridität –, den Kreis derjenigen, die aktiv am Aushandlungsprozess von sozialer Bedeutung teilnehmen, enorm erweitert haben. Die Muster und kulturellen Grundlagen dieser Prozesse entwickelten sich meist lange vor dem Internet. Durch die Nutzung des und die Erfahrungen im Umgang mit dem Internet haben sie allerdings sehr viel größere Teile aller Gesellschaften erfasst.«

UN-Generalsekretär Ban Ki-Moon das Video für die Verbreitung und Popularisierung südkoreanischer Kultur auf der ganzen Welt gelobt haben.<sup>13</sup> Als digitales Stilphänomen verlieh *Gangnam Style* aber nicht nur der südkoreanischen Kultur globale Reichweite, sondern ermöglichte es YouTube-Nutzer\*innen, mit lokal und kulturell spezifischen Spin-Offs, wie *Cambodia Gangnam Style*, *Thai Style* oder *Afghan Style*, den je eigenen Stil ihrer nationalen oder kulturellen Gemeinschaften – mal mehr, mal weniger ironisch – in einen polyphonen Stilpluralismus auf der Videoplattform einzubringen.<sup>14</sup> *Gangnam Style* wurde dabei nicht nur als Form des kulturellen Ausdrucks partikularer und vermeintlich peripherer Gemeinschaften verstanden, sondern auch als Zeichen digitaler *glocalization*.<sup>15</sup> Die Figur PSY, so die Lesart von Konrad Ng, zeuge von einer neuen Weise der Hybridisierung ostasiatischer und US-amerikanischer Kulturen, die erst durch die digitalen Technologien möglich geworden sei.<sup>16</sup>

Im Unterschied zum Verständnis von *Gangnam Style* als einem Indikator postkolonialer Hybridisierungsprozesse ist das Phänomen jedoch ebenso als Symptom einer durch die Globalisierung beförderten kulturellen Homogenisierung bewertet worden, die nach wie vor das Gepräge der westlichen Kulturhegemonie trage und sich durch die skurrile Figur des südkoreanischen Popstars lediglich maskiere. Entsprechend wurden das Musikvideo und seine Rezeption kritisiert für die Perpetuierung rassistischer Stereotype.<sup>17</sup> Trotz seiner einschlagenden Wirkung sei *Gangnam Style* ein *one hit wonder* geblieben und damit mit dem Einfluss von Superstars der westlichen Hemisphäre, deren Erfolg von weit größerer Dauer

sei, nicht zu vergleichen.<sup>18</sup> In einer luziden Analyse des Musikvideos hat Marcus Tan, in Anlehnung an Theodor W. Adornos Bemerkungen zur Populärmusik, herausgestellt, dass das Musikvideo die lokale Differenz, für deren Popularisierung und Affirmation auf einer globalen Ebene *Gangnam Style* gelobt worden war, lediglich simuliere. Tatsächlich reproduziere *Gangnam Style* in Bild und Ton die vertrauten Muster westlicher Popmusik. Die Alterität, die das Musikvideo einem westlichen Publikum zu vermitteln scheint, werde durch ihre Überführung in bekannte *patterns* westlicher Popsongs als Massenware konsumierbar.

»From a metaperformative perspective, the global success of ›Gangnam Style‹, its ›universal‹ appeal and exceptional reception, occurred only because of the confluence of existing typecasts and perceptions of Asians. Like the visual imagery of capitalist modernity and the musicological familiarity of mimicked forms, the contagion in the West is the consequence of an Otherness that is consumed and made the ›same.«<sup>19</sup>

Die globalisierenden, lokalisierenden und glocalisierenden Kräfte weltweiter Zirkulationsdynamiken, die mit *Gangnam Style* im Kontext der digitalen Medien erneut zur Debatte stehen, sind in der Forschung zur Theorie und Geschichte der Globalisierung in den vergangenen Jahren eingehend diskutiert worden. Sie interessieren hier vor allem in ihrer Bedeutung für aktuelle Prozesse der Stilbildung im digitalen Raum, wo sich die Frage stellt, ob *Gangnam Style* für einen neuen Stilpluralismus steht, der von der modernistischen Proliferation an Einzelstilen zu unterscheiden ist, oder aber für die Homogenisierung des Stils im Digitalen.

Deutlich wird im Anschluss an Marcus Tans treffende Analyse der Massenreproduktion kultureller Differenz in dem Musikvideo, dass *Gangnam Style* gerade in seiner formalen Beschaffenheit nicht der vermeintlichen Affirmation von Partikularität zuarbeitet, sondern der Stereotypisierung von Alterität. Es ist diese Art der Stilisierung – die reduktive Typisierung einer Gemeinschaft, die sich durch den Bezug auf eine lokale Kultur, eine Institution oder auch eine fiktive Figur konstituiert, durch für die einfache Reproduktion besonders geeignete formale Muster –, die in den zahllosen Imitationen übernommen

13 Vgl. »Gangnam Style«, *Wikipedia*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Gangnam\\_Style](https://en.wikipedia.org/wiki/Gangnam_Style) (aufgerufen am 09.09.2021) und »Gangnam Style Gets UN Stamp of Approval«, in: *The Sidney Morning Herald*, 10.10.2012, <https://www.smh.com.au/technology/gangnam-style-gets-un-stamp-of-approval-20121010-27cbq.html> (aufgerufen am 09.09.2021).

14 Vgl. Limor Shifman: *Memes in Digital Culture*, Cambridge, Mass. 2014, S. 166–170.

15 Marcus Tan: »K-Contagion. Sound, Speed, and Space in ›Gangnam Style‹«, in: *The Drama Review* 59.1 (2015), S. 83–96, hier S. 84. Zum Begriff der *glocalization* vgl. auch Roland Robertson: »Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity«, in: Mike Featherstone/Scott Lash/Roland Robertson (Hg.): *Global Modernities*, London/Thousand Oaks 1995, S. 27–41.

16 Vgl. Konrad Ng: »What Race Does Online: ›Gangnam Style‹ and Asian/American Identity in the Digital Age«, in: *Verge: Studies in Global Asias* 1.1 (2015), S. 109–113, hier S. 111.

17 Vgl. Jeroen de Kloet/Jaap Kooijman: »Karaoke Americanism Gangnam Style K-Pop, Wonder Girls, and the Asian Unpopular«, in: Martin Lütke/Sascha Pöhlmann (Hg.): *Unpopular Culture*, Amsterdam 2016, S. 113–128, hier S. 116.

18 Basil Glynn/Jeongmee Kim: »›Oppa‹-tunity Knocks: PSY, Gangnam Style, and the Press Reception of K-Pop in Britain«, in: *Situations* 7.1 (2013/14), S. 1–20, hier S. 8.

19 Tan: »K-Contagion« (Anm. 15), S. 89.

und weiterentwickelt wurde. Bietet die Explosion an Folgevideos zunächst das Bild einer Pluralisierung von Stilen, wird beim Klicken durch die Re-Makes auf YouTube schnell ersichtlich, dass der Stil aller Videos identisch ist: *Gangnam Style* und seine Follower bilden mithin keine Vielzahl an Stilgemeinschaften, sondern eine einzige Stilgemeinschaft, die sich durch ein hohes Maß an formaler Homogenität auszeichnet. Nachvollziehen lässt sich anhand des Internetphänomens mithin die Emergenz einer Stilgemeinschaft durch performative Serialität, die Jochen Venus als einen charakteristischen Zug populärer Kulturen mit der für sie konstitutiven »spektakuläre[n] Selbstreferenz« versteht.<sup>20</sup> Eine Besonderheit des *Gangnam Style* ist es, dass seine Herausbildung sich den Anschein einer Pluralisierung von Stilgemeinschaften gibt, letztlich aber ein und demselben festen stilistischen Muster folgt. In gewissem Sinne bestätigt dieser Befund der Formierung einer Stilgemeinschaft durch Homogenisierung die Diagnose von Moritz Baßler, der mit Blick auf den »Neuen Midcult« – eine Sparte der Gegenwartsliteratur, die sich definiert durch einen hochkulturellen Anspruch bei gleichzeitiger inhaltlicher Trivialität – eine zunehmende Isolierung und Absonderung aktueller Stilgemeinschaften konstatiert hat.<sup>21</sup> Konstitutiv für diese zunehmend exklusiven Stilgemeinschaften sei jedoch weniger der Bezug auf einen gemeinsamen Stil als vielmehr die identifikatorische Bindung an bestimmte Themenkomplexe und politische Positionen.<sup>22</sup> In dieser Hinsicht aber unterscheidet sich die popkulturelle Stilgemeinschaft nach *Gangnam Style* grundlegend von der, die Baßler im Feld des Populären Realismus ausmacht. Denn *Gangnam Style* als Stilgemeinschaft formiert sich gerade durch

die bemerkenswerte stilistische Kohärenz, während die politischen oder weltanschaulichen Inhalte beliebig auswechselbar sind (wohl nicht zuletzt deshalb, weil bereits die »Aussage« des Originalvideos weiten Teilen des globalen Publikums unverständlich sein dürfte). So können die Videos für politische Satire (Ai Weiweis *cao ni ma Style*) instrumentalisiert werden ebenso wie für militärische Propaganda (*US Navy and Marines in Afghanistan*). Die inhaltlichen Adaptionen des *Gangnam Style* sind mithin, im Unterschied zur thematischen Homogenität des »Neuen Midcult«, kontingent und bewahren so das den popkulturellen Fanpraktiken eigene Potential zur Subversion.<sup>23</sup>

## II. STYLE ALS MEME: KOLLEKTIVE PRAKTIKEN DER STILBILDUNG

Die Bildung und Wirkungsweisen digitaler »Gemeinschaftlichkeit«,<sup>24</sup> wie *Gangnam Style* sie vor Augen führt, lassen sich beschreiben mit Ansätzen, die in den vergangenen Jahren im Forschungsfeld der »memetics« entwickelt worden sind. Dort wurden Dynamiken der Übertragung von kulturellen Formen in jüngerer Zeit vor allem anhand von *Internet Memes* untersucht. Den Begriff »Meme« prägte zuerst der Evolutionsbiologe Richard Dawkins in seinem Buch *The Selfish Gene* von 1976, in dem er die Analogie zwischen biologischer und kultureller Evolution zu plausibilisieren versuchte: »Cultural transmission is analogous to genetic transmission in that, although basically conservative, it can give rise to a form of evolution.«<sup>25</sup> Die Gene, die in der biologischen Evolution repliziert und modifiziert werden, fänden, so Dawkins, in der kulturellen Entwicklung ihre Entsprechung in den sogenannten *Memes*, den kleinsten Einheiten kultureller Übertragungsprozesse.<sup>26</sup> Einer weiteren Öffentlichkeit bekannt wurde

---

20 Jochen Venus: »Die Erfahrung des Populären. Perspektiven einer kritischen Phänomenologie«, in: Marcus S. Kleiner/Thomas Wilke (Hg.): *Performativität und Medialität Populärer Kulturen. Theorien, Ästhetiken, Praktiken*, Wiesbaden 2013, S. 49–73, hier S. 67: »Die Selbstreferenz populärer Kulturen konstituiert (und stimuliert!) – und zwar gemäß ihres ästhetischen Prinzips – ein selbstständliches Formenrepertoire. Wann immer populäre Kulturen einen Aufmerksamkeitserfolg erzielen, kristallisiert an diesem Erfolg sofort ein Konvolut ähnlicher Produkte. Jedes Faszinum geht unmittelbar in Serie, strahlt aus, metastasiert und bezieht immer mehr Rezipienten in die spezifische Form spektakulärer Selbstreferenz ein. Auf diese Weise emergieren *Stilgemeinschaften normalisierten Spektakels*.«

21 Vgl. Moritz Baßler: »Der Neue Midcult. Vom Wandel populärer Leserschaften als Herausforderung der Kritik«, in: *Pop. Kultur und Kritik* 18 (2021), S. 132–149.

22 Vgl. Moritz Baßler: »Stilgemeinschaften«, in: *Zeitschrift für deutsche Philologie* 140 (2021), Sonderheft: *Der Stil der Literaturwissenschaft*, hg. von Eva Geulen/Claude Haas, S. 325–336.

---

23 Vgl. Baßler: »Der Neue Midcult« (Anm. 21), S. 147 f. Dick Hebdige hat das gemeinschaftsbildende Potenzial von Stilpraktiken in Subkulturen herausgearbeitet und begreift sie als eine Form des politischen Widerstands; vgl. Dick Hebdige: *Subculture. The Meaning of Style*, London 1979.

24 Neben »Referentialität« und »Algorithmizität« versteht Felix Stalder »Gemeinschaftlichkeit« als eines der grundlegenden Dispositive digitaler Kulturproduktion. Vgl. Stalder: *Kultur der Digitalität* (Anm. 10), S. 129–164.

25 Richard Dawkins: *The Selfish Gene*, Oxford 2006, S. 198.

26 Vgl. ebd., S. 192: »I think that a new kind of replicator has recently emerged on this very planet. [...] We need a name for the new replicator, a noun that conveys the idea of a unit of cultural transmission, or a unit of imitation. »Mimeme« comes from a suitable Greek root, but I want a monosyllable that sounds a bit like »gene«. [...] Examples of memes are tunes, ideas, catch-phrases, clothes fashions, ways of

der Begriff unter anderem durch die populärwissenschaftliche Veröffentlichung *The Meme Machine* der Psychologin und Schriftstellerin Susan Blackmore aus dem Jahr 1999, die die bei Dawkins nur in Ansätzen formulierte Vorstellung einer den *Memes* eigenen *agency* zugespitzt hat. Blackmore zufolge vollziehe sich die kulturelle Evolution der *Memes* vollkommen unabhängig von ihren menschlichen Trägern.<sup>27</sup> Diese biologistische Perspektivierung von kultureller Entwicklung bei Dawkins und Blackmore – sowie ihre Fortsetzung in der Metapher der ›Viralität‹ – ist für ihren Determinismus kritisiert worden: Sie lasse, so der Einwand, die Wirkung von komplexen menschlichen Verhaltensweisen bei der Zirkulation von *Memes* außer Acht.<sup>28</sup> Dennoch hat sich der Begriff für die Beschreibung digitaler Kulturdynamiken der Gegenwart durchgesetzt; bereits 1999 hatte Susan Blackmore antizipiert, dass sich das *Meme* zur Untersuchung der digitalen Übertragung und Verbreitung von Informationen eignen würde. Als *Internet Meme* gelten heute Bilder, Schlagwörter, Phrasen und kurze Texte, Songs, Videos sowie Handlungsaufforderungen in Form von *challenges*, die von Internetnutzer\*innen modifiziert und geteilt werden. Sehr verbreitet sind *Memes* in Form von *image macros*, bei denen Bilder mit einer pointierten Textzeile kombiniert werden. Limor Shifman hat das *Internet Meme* definiert als eine Gruppe von digitalen Objekten, deren Gemeinsamkeit durch Inhalt, Form oder Haltung hergestellt werden kann.<sup>29</sup> Shifman betont, dass das *Meme* nicht aus einer einzelnen Einheit bestehe, sondern durch eine Aggregation von Objekten hervortrete, deren verbindende Ähnlichkeit auf verschiedene Weisen erzeugt werden kann. Zentral für das *Internet Meme* sei dessen kollektive Produktion durch eine Vielzahl an Internetnutzer\*innen, die die *Memes* imitieren, umgestalten und sie im Internet verbreiten.<sup>30</sup> Im Anschluss an Shifman hat Ryan Milner in seiner Studie *The World Made Meme. Public Conversations and Participatory Media* (2016)

---

making pots or of building arches. Just as genes propagate themselves in the gene pool by leaping from body to body via sperms or eggs, so memes propagate themselves in the meme pool by leaping from brain to brain via a process which, in the broad sense, can be called imitation.«

27 Vgl. Susan Blackmore: *The Meme Machine*, Oxford 1999, S. 30.

28 Vgl. Shifman: *Memes in Digital Culture* (Anm. 14), S. 11 f.

29 Ebd., S. 41: »I define an Internet meme as: (a) a group of digital items sharing common characteristics of content, form, and/or stance, which (b) were created with awareness of each other, and (c) were circulated, imitated, and/or transformed via the Internet by many users.«

30 Vgl. ebd., S. 18.

die Bedeutung der sozialen Dimension für die Konstitution von *Internet Memes* betont. Einzelne Texte und Textaggregate würden zu *Memes* erst durch partizipatorische Prozesse der Imitation und Zirkulation im digitalen Raum.

»Memetic media are unique for their multimodality (their expression in multiple modes of communication), their reappropriation (their ›poaching‹ of existing texts), their resonance (their connections to individual participants), their collectivism (their social creation and transformation), and their spread (their circulation through mass networks).«<sup>31</sup>

Sowohl Shifman als auch Milner sind in ihren Darstellungen darum bemüht, ›memetische‹ Praktiken abzugrenzen von Phänomenen der ›Viralität‹, da Letztere den Fokus auf die Bewegung und Geschwindigkeit digitaler Zirkulation richteten und dabei die aktive Teilhabe der Internetnutzer\*innen ausblendeten. Entgegen einem deterministischen Verständnis ›memetischer‹ Praktiken heben beide den partizipatorischen Charakter von *Memes* hervor und damit die *agency* der mit ihrer Produktion und Zirkulation befassten Internetnutzer\*innen.<sup>32</sup>

Digitale Stilbildung wird vor dem Hintergrund dieser medien- und kulturtheoretischen Überlegungen als eine ›memetische‹ Praxis erkennbar, die die Unterscheidung zwischen Original und Kopie auflöst ebenso wie die zwischen Produzent\*in und Rezipient\*in: *Gangnam Style* konstituiert sich als Stilgemeinschaft wesentlich dadurch, dass die YouTube-Nutzer\*innen und Rezipient\*innen des Musikvideos selbst zu Produzent\*innen werden, indem sie, als ›Prosumer‹, den Stil durch ihre Re-Makes fortschreiben. Dieser Stil, der sich erst durch die kollektiven Praktiken der Imitation, Transformation und Zirkulation ausbildet, ist mithin nicht auf der Ebene des einzelnen *Memes* anzusetzen; stattdessen emergiert er im Verlauf von dessen Verbreitung und Modifikation durch die Internetnutzer\*innen. Ein gemeinschaftsbildender Stil war *Gangnam Style* also nicht schon zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Musikvideos auf YouTube im Juli 2012 – er ist erst durch seine ›Meme-ifizierung‹ dazu geworden.

---

31 Ryan M. Milner: *The World Made Meme. Public Conversations and Participatory Media*, Cambridge, Mass. 2016, S. 5.

32 Vgl. Shifman: *Memes in Digital Culture* (Anm. 14), S. 55–63; Milner: *The World Made Meme* (Anm. 31), S. 37 f.

### III. STIL UND SINGULARITÄT

Mit dieser ›Meme-ifizierung‹ des Stils zeichnet sich dessen Entkoppelung vom einflussreichen Paradigma der Individualisierung ab. Spätestens seit dem späten 18. Jahrhundert gilt Stil, mit dem Comte de Buffon gesprochen, als originäre Ausdrucksform des Menschen selbst<sup>33</sup> – eine Auffassung, die Karl Philipp Moritz beispielhaft in seinen *Vorlesungen über den Styl* (1793) formulierte:

»So abweichend von den gewöhnlichen Begriffen dieß auch klingen mag, so giebt es doch im strengsten Sinne gar keine Regeln des Styls. Denn man denkt sich doch unter Styl das Eigenthümliche, woran man die Schreibart eines Jeden wieder erkennt, und wodurch sie eigentlich erst zur Schreibart wird; nun aber finden ja über das Eigenthümliche keine Regeln statt.«<sup>34</sup>

Die Individualisierung des Stils vollzieht sich bei Moritz nicht zuletzt durch die Emanzipation der ›Schreibart‹ vom Regelwerk der Rhetorik – jedoch kann die aktuell zu beobachtende ›Ent-Individualisierung‹, die Stil im Zuge seiner Rekonzeptualisierung als kollektive Praxis digitaler Formzirkulation erfährt, nicht im Umkehrschluss als eine Rückkehr zur rhetorischen Regelpoetik gefasst werden. Denn auch die digitale Stilbildung erhebt Anspruch auf eine Partikularität, die dem Rahmen der rhetorischen Regelpoetik widerstrebt – jedoch setzt sie dabei ein Stilsjekt voraus, das sich von der modernen Auffassung des Individuums maßgeblich unterscheidet. Stil wird nicht länger als Ausdrucksform eines – gemäß der philosophischen Sentenz *Individuum est ineffabile* – ›unsagbaren Individuums‹ begriffen, sondern als die eines eminent sagbaren Subjekts, als das sowohl Einzelpersonen als auch Kollektive fungieren können. Digitale Stilbildung tritt damit in den Dienst dessen, was Andreas Reckwitz als den Prozess der Singularisierung in der Gesellschaft der Spätmoderne beschrieben hat. Reckwitz fasst darunter einen gesellschaftlichen Strukturwandel zugunsten der Aufwertung des

Besonderen und auf Kosten einer »soziale[n] Logik des Allgemeinen«. <sup>35</sup> Anspruch auf Singularität können nicht nur Einzelpersonen erheben, sondern auch Objekte oder kollektive Formationen wie die »global zu beobachtenden politischen und subpolitischen Neogemeinschaften«, deren Ausbildung Reckwitz ebenfalls als Produkt gegenwärtiger Singularisierungsprozesse begreift. <sup>36</sup> Diese radikale Erweiterung des Singularitätsanspruchs markiere einen wesentlichen Unterschied zwischen spätmoderner Singularität und dem Individualitätsverständnis der Moderne. <sup>37</sup>

Als einen zentralen Schauplatz aktueller Singularisierungsprozesse sieht Reckwitz die sozialen Medien. Subjektivierung vollziehe sich im digitalen Raum durch Modularisierung und Komposition von Singularität, d. h. als gezielte Herstellung von Einzigartigkeit durch das Zusammensetzen aus isoliert verfügbaren – modularisierten – Elementen. <sup>38</sup>

»Modularisiert heißt: Es gibt einzelne Komponenten, die als solche sichtbar sind und sich zudem vorgegebener Formate bedienen. Die Subjektdarstellung via modularisierte Tableaus setzt an die Stelle des unbekanntes und zunächst auch rätselhaften ›Individuums‹, dessen Besonderheit sich in vor-digitalen Zeiten erst nach längerer Bekanntschaft oder Freundschaft erschlossen hat (wenn überhaupt), eine sichtbare Collage verschiedener Komponenten einer Singularität, die so auf einen Blick als »Komposition« erfassbar und unmittelbar lesbar ist – scheinbar wie ein offenes Buch.«<sup>39</sup>

Im Zuge der Singularisierung im digitalen Raum tritt anstelle des Individuums das *Profil*: wie jenes ist es – durch die einzigartige Kombination verschiedener Elemente – unverwechselbar, im Unterschied zum Individuum aber, gerade durch seine Modularisierung,

33 Vgl. Georges-Louis Leclerc Comte de Buffon: *Discours sur le style, prononcé à l'Académie française par M. de Buffon le jour de sa réception*, Paris 1872, S. 24 (verfügbar auf: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k937176g/f5.item>; aufgerufen am 09.09.2021).

34 Karl Philipp Moritz: *Vorlesungen über den Styl oder praktische Anweisung zu einer guten Schreibart*, Braunschweig 1808, S. 4 (verfügbar auf: <https://www.digitale-sammlungen.de/de/view/bsb11346553?page=5>; aufgerufen am 09.09.2021).

35 Vgl. Andreas Reckwitz: *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*, Berlin 2017, S. 11.

36 Vgl. ebd., S. 10.

37 Vgl. ebd., S. 12: »Singularisiert werden gewiss auch, aber keineswegs nur menschliche Subjekte, weshalb der klassische, für Menschen reservierte Begriff der Individualität nicht mehr passt.«

38 Vgl. ebd., S. 244 f. Zur ›Kuratierung‹ von Subjektivität in den digitalen Medien vgl. auch Moritz Plewa: »Me, My Selfie and I. Eine Genealogie digitalfotografischer Praktiken«, in: *Mittelweg* 36.1 (2021), S. 15–39.

39 Vgl. Reckwitz: *Gesellschaft der Singularitäten* (Anm. 35), S. 249.

eminent berechenbar.<sup>40</sup> Begreift man die ›meme-tische‹ Stilbildung nach *Gangnam Style* als eine Erscheinungsform modularisierter Singularisierung in den digitalen Medien, ließe sich fast von einer Einführung derart taxierbarer Stile mit der rhetorischen Regelpoetik sprechen, die es ermöglichte, Sprech- und Schreibarten anhand fester und isolierbarer Bestandteile zu analysieren und zu komponieren – aber eben nur fast, denn die digitale Modularisierung des Stils dient der algorithmischen Berechenbarkeit der durch sie erzeugten Stilprofile und verfolgt damit ein anderes Ziel als die rhetorische *elocutio*.

Die Vorgeschichte der spätmodernen Singularisierung reicht Andreas Reckwitz zufolge zurück bis zur Ästhetik der Frühromantik und ihrer Aufwertung des Besonderen und Außergewöhnlichen.<sup>41</sup> Vor dem Hintergrund dieser schlüssigen Genealogie spätmoderner Singularisierung lassen sich die Unterschiede herausstellen, die das Stilphänomen ›Gangnam Style‹ trennen von klassischen Stilauffassungen der Moderne. ›Gangnam Style‹ markiert einen Funktionswandel im kulturellen Gebrauch von Stil: Dieser wird nicht länger als einmaliger Ausdruck einer im Inneren

wesenhaft angelegten Einzigartigkeit gehandelt, sondern als ein beliebig zu modifizierendes und übertragbares Konglomerat formaler Elemente. In der ›memetischen‹ Appropriation und Transformation dieses ›Stils‹ konstituiert sich *Gangnam Style* als eine digitale Stilgemeinschaft, die so unterschiedliche Entitäten wie lokale oder nationale Kulturen, politische oder gesellschaftliche Institutionen, Personen- oder Figurenkulte in Form einer stereotypen und reduktiven Charakterdarstellung versammelt. Homogenität erlangt diese Stilgemeinschaft durch die ›stilistische‹ Imitation von Format und Muster des Originalvideos, heterogen ist sie im Hinblick auf Themenkomplexe und politische Positionen sowie in ihrer – mal affirmativen, mal subversiven – Haltung zum porträtierten ›Style‹. In der für die popkulturelle Selbstreferentialität charakteristischen Kontingenz von Appropriation und Zirkulation unterscheidet sich *Gangnam Style* von aktuell zu beobachtenden Tendenzen zur »selbstverstärkenden Schließung«<sup>42</sup> von Stilgemeinschaften, die Moritz Baßler anhand des ›Neuen Midcult‹ beobachtet – wobei zu vermuten ist, dass diese scheinbar gegensätzlichen Dynamiken der Konstitution von Stilgemeinschaften durch Inklusion (*Gangnam Style*) oder Exklusion (›Neuer Midcult‹) nicht im Widerspruch zueinander stehen, sondern zwei Seiten desselben kulturellen Prozesses bilden.

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Der sogenannte »Horse Dance« im Originalvideo »Gangnam Style«:  
<https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>  
 (0:26; aufgerufen am 09.09.2021).

Abb. 2: Ai Weiweis Imitation des »Horse Dance« in »cao ni ma Style«:  
<https://www.youtube.com/watch?v=4LAefTzSwWY>  
 (0:25; aufgerufen am 09.09.2021).

Abb. 3: Imitation des »Horse Dance« im Werbevideo der NASA »NASA Johnson Style«:  
<https://www.youtube.com/watch?v=zulxSCb4ZVk>  
 (3:30; aufgerufen am 09.09.2021).

Abb. 4: Imitation des »Horse Dance« im Video »Book of Mormon Style«:  
<https://www.youtube.com/watch?v=akM8v20eNxs>  
 (2:36; aufgerufen am 09.09.2021).

40 Vgl. ebd., S. 256: »Es liegt auf der Hand, dass diese Art maschineller Singularisierung die Offenlegung der Binnenstrukturen des einzelnen Subjekts zum Ziel hat, um Vorhersagen über dessen zukünftiges Verhalten zu ermöglichen. Diese Art von Einzigartigkeit ist somit gerade nicht identisch mit dem, was früher einmal als ›individueller Faktor‹ bezeichnet wurde, der jede soziale Regel mit einem Moment der Unberechenbarkeit versieht. Im Gegenteil: Das digitale Subjekt scheint, sobald es mit Blick auf seine Bestandteile transparent geworden ist, als Besonderes in seinem Verhalten vorhersagbar.« Zur Bedeutung des ›Profils‹ für die Kultur der Digitalität vgl. auch Stalder: *Kultur der Digitalität* (Anm. 10), S. 190: »Anders als in den neunziger Jahren sind diese Profile aber keine einfachen Abbildungen des Einzelnen, keine *digital personas* oder *data shadows* mehr. Sie repräsentieren nicht mehr das, was konventionellerweise als ›Individuum‹, im Sinne einer in räumlicher und zeitlicher Hinsicht einheitlichen Identität, bezeichnet wird. Die Profile bestehen vielmehr einerseits aus subindividuellen Elementen, jenen Fragmenten des erfassten Verhaltens, die sich für eine bestimmte Anfrage auswerten lassen, ohne dabei den Anspruch zu erheben, eine Person als Ganze zu repräsentieren, und andererseits aus dynamischen Clustern von mehreren Personen, so dass die zu modellierende Person gleichzeitig verschiedene Positionen in der Zeit einnehmen kann. Aufgrund dieser zeitlichen Spreizung werden Vorhersagen wie diese möglich: Eine Person, die bisher x getan hat, wird mit einer Wahrscheinlichkeit y die Handlung z ausführen.«

41 Vgl. Reckwitz: *Gesellschaft der Singularitäten* (Anm. 35), S. 96–100. Zur spätmodernen Singularisierung als Fortschreibung einer ›nachromantischen Exzentrizität‹ vgl. auch Nicolas von Passavant: *Nachromantische Exzentrizität. Literarische Konfigurationen des Gewöhnlichen*, Göttingen 2019.

42 Baßler: »Der Neue Midcult« (Anm. 21), S. 135.