

Werner Faulstich: Medienkulturen

München: Fink 2000, 228 S., ISBN 3-7705-3514-6, DM 48,-

Ältere Herrschaften neigen bisweilen zu verklärenden Rückblicken in die eigene Jugend, und so mancher Lebenslauf wird dabei gehörig frisiert. Zuletzt dichtete sich bekanntlich der – eigentlich an Jahren noch gar nicht so alte – Fraktionsvorsitzende der CDU ex post Hedonismus, Rebellion und Subkulturkontakte an, weil der Typus des strebsamen Bildungsbürgers heute sogar in der Politik nicht mehr an der Spitze der Hipness-Skala steht. Was Friedrich Merz jetzt erst entdeckt hat, können einige (Medien-)Kulturwissenschaftler schon lange: Wer es in grauer Vorzeit versäumt hat, sich an Jimi Hendrix, Pink Floyd und William S. Burroughs zu berauschen, versucht sich nachträglich durch geschicktes Name Dropping zu rehabilitieren.

Was das mit Werner Faulstich zu tun hat? Nun, sein neues Buch *Medienkulturen* ist erstens ein Rückblick, denn es versammelt bis auf drei Ausnahmen ältere, bereits veröffentlichte Aufsätze, und zweitens kommen Popstars von vorgestern

gleich zuhauf vor. Trotzdem gehört er nicht zum Kreis der kulturwissenschaftlichen Trittbrettfahrer, denn anders als diese zeichnet sich Faulstich durch eine besondere Eigenschaft aus: Den meisten Aufsätzen in diesem Band – Musikgeschichte als Mediengeschichte, eine Theorie des Stars, Analysen zu Bob Dylan, Janis Joplin, Francis Ford Coppola, Computer-Märchen, zu Teufels- und Zombiefilmen – merkt man an, dass ihr Autor persönlich sub- resp. popkulturell involviert war. Mit hoher Wahrscheinlichkeit hörte er wirklich Rockmusik, er schaute sich tatsächlich Trashfilme an, er weiß, was Stars sind, weil er selber welche angehimmelt hat. Es ist diese Kategorie eigener Erfahrung, die Faulstich, ohne sich postmodern zu zieren, im Vorwort seines Buches als zentrales Element seiner Medienkulturwissenschaft herausstellt: „Medienkultur leistet [...] nicht weniger als die Verortung des Ichs in seiner Zeit, den Entwurf von Sinn als Konstruktion von Identität. Die immer wieder neu geforderte Definition der Relation von Medien und Kultur verspricht einen Beitrag zur Selbst-Bestimmung. Die Faszination von Medienkultur gründet dabei letztlich im Spaß am Spiel mit dem Unbewußten, mit dem Verdrängten, im Genuß, den man aus der Selbstfindung zieht.“ (S.10f.). Wer beim Wort „Selbstfindung“ gleich abwinkt, hat nicht verstanden, worum es geht. Faulstichs Ausführungen erinnern nicht so sehr an Psychotherapeuten, sondern eher an eine Passage aus dem Kultfilm *Jackie Brown* (1997) von Quentin Tarantino. Auf die Frage, warum sie denn im CD-Zeitalter immer noch Schallplatten besitze und abspiele, antwortet Pamela Grier alias Jackie Brown: „Ich kaufe mir nicht so oft etwas Neues. Ich habe zu viel Zeit und Geld in meine Schallplatten investiert.“ Jackie Browns individuelle und dissidente Strategie im Umgang mit dem Medium Schallplatte und die daraus sich ergebende lebensgeschichtliche Relevanz des Mediums – verstanden als Gegenentwurf zur bloßen Affirmation des Mainstreams im Konsum neuer Technologien – ähnelt Faulstichs Programm. Ein Programm, das auch heute, im Kontext etwa der Cultural Studies, durchaus gut aussieht. (Apropos, der Irrglaube, dass ‚Cultural Studies‘ die englische Übersetzung von ‚Kulturwissenschaften‘ sei, ist leider immer noch weit verbreitet. Ich empfehle daher dringend einen Blick in einschlägige CS-Sammelbände!) Tatsächlich stößt der Leser in diesem Band ständig auf typische Cultural-Studies-Themen, auch da, wo er sie überhaupt nicht vermutet hätte. So verbirgt sich hinter Faulstichs „Systemtheorie des Literaturbetriebs“ (S.13-27) nicht etwa ein sozio-technizistischer Rundumschlag, sondern eine Literaturwissenschaft, die tatsächlich Ernst macht mit der Integration medienwissenschaftlicher und populärkultureller Aspekte. Unterscheidungsmerkmal der Subsysteme des Literaturbetriebs ist nämlich das Medium: Heftchen, Hörfunk, Fernsehen, Film, Video, Theater, Computer und unter anderem auch das Buch. Eine medienwissenschaftlich ausgerichtete Literaturwissenschaft sollte – das folgt aus diesen Differenzierungen – ihre Forschungsschwerpunkte nach den spezifischen Referenzfaktoren in den Subsystemen ausrichten, etwa nach Bestsellerlisten oder auch nach Genres. Überflüssig festzustellen, dass solche Überlegungen aus den

achtziger Jahren deutschen Ordinarien auch im neuen Jahrtausend degoutant vorkommen dürften. Die heutige Germanistik erforscht nämlich nicht so sehr die Phänomene des Literaturbetriebs, sondern gibt sich ihnen hemmungslos hin. Man lese hierzu die launigen Anmerkungen Faulstichs zur hegemonialen Inanspruchnahme professoraler Herausgeberdienste durch Siegfried Unselds Deutschen Klassiker-Verlag (S.23).

Mit dem bislang unveröffentlichten Aufsatz "Kultur der Metropole: New York" (S.111-126) legt Faulstich eine Untersuchung zur kulturellen Prägekraft dieser Stadt von den zwanziger bis in die siebziger Jahre vor und macht die Bereiche Architektur, Kapital, Medien, Subkultur und Kunst als Hauptfaktoren eines solchen Einflusses aus: typische Cultural Studies-Themen. Fehlt eigentlich nur noch das ‚Fremde‘ und ‚Gender‘ aus dem Kanon? Mit den Aufsätzen über das Fremde als anthropologische Universalie (S.127-138) und über medienhistorische Aspekte der Pornografie-Debatte (S.139-144) deckt er auch diese Bereiche ab.

Lediglich der eigentlich sehr gelungene Aufsatz über die gemeinsamen Wurzeln von Medieneuphorie und Medienkritik (S.171-188) trübt den positiven Gesamteindruck etwas. Im Vordergrund der Argumentation steht die stimmige These, dass Medieneuphoriker wie Norbert Bolz gleichwertig neben Medienkritikern wie Günther Anders zu positionieren seien, weil es beiden nicht wirklich um die Auseinandersetzung mit neuen Medien gehe, sondern um die "Abwehr emanzipativer Ansprüche" und letztendlich um die "Abwehr von Kultur selber" (S.187). Das trifft den Kern und wurde bisher meines Wissens von niemandem so klar gesehen. Gleichzeitig wirft Faulstich aber der germanistisch orientierten Medienwissenschaft generell eine affirmative Lektüre von Anders, Horkheimer, Adorno und Benjamin vor. Diese Autoren seien aber ausschließlich theoriegeschichtlich interessant und hätten nichts zur Lösung heutiger Probleme beizutragen (S.182). Benjamin etwa beklage in seinem Kunstwerk-Aufsatz den Verlust der Aura in typisch kulturpessimistischer Manier: "Darin äußert sich unübersehbar der verzweifelte Versuch obermittelschichtiger Abgrenzungsästhetik gemäß Kunstkriterien einer Gruppe, deren Elitecharakter und Wertekanon verlorengegangen waren." (S.180) Ja, für Horkheimer, Adorno und auch Anders trifft das zweifelsohne zu, aber gerade für Benjamin nicht. Setzt dieser doch dem parasitär ans Ritual gebundenen, authentischen Kunstwerk das fortschrittliche, reproduzierte Medienkunstwerk (seine Beispiele sind die Fotografie und der Film) entgegen, das einen völlig neuen, sozialen und politischen Gebrauch von Kunst erst ermöglicht (*Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Frankfurt M. 1963, S.17f. u. pas.). Schade, dass Faulstich diesen emanzipatorischen Aspekt bei Benjamin nicht gesehen hat.

Ansonsten aber lohnt sich die Lektüre von *Medienkulturen* allemal. Und Überraschungen birgt er für all jene, die glauben, dass Cultural Studies die Avantgarde der heutigen Medienkulturwissenschaft bilden und Faulstich eher zum

alten Eisen gehört: So können die ‚Jugendsünden‘ älterer Herrschaften eben auch aussehen.

Stefan Hoffmann (Mannheim)