

# Zurück auf die Straße!

Ein Pamphlet von Peter Scheinpflug

(Version: 25.10.2010)

Und wieder gleiten beim Spaziergang die Gedanken schneller als die Schritte über den Asphalt: Wie begeistert waren die Klassiker der Kulturanalyse, sei es die kritische oder britische, von der Bedeutung des vermeintlich Unbedeutenden. Der Blick auf den Asphalt, in die Passagen, auf die Reklameschilder. Die kaum wahrnehmbaren Einzelteile und die sie kittenden Strukturen des kohärent erscheinenden Gesamtbildes, dessen Reiz neben dem sich anbietenden Reiz einer kapitalistisch motivierten Konditionierung lag. Doch nach den Hymnen auf die Hochkultur etablierte sich in unseren Seminarräumen zu oft die Hymne auf die vermeintlich geheime Avantgarde der Populärkultur, die innerhalb derselben Künste zuvor ignoriert oder gering geschätzt worden waren. Um ein nicht ganz unbeliebiger, sondern demselben Spaziergang geschuldetes Beispiel aufzugreifen, das nicht nur zu den zentralen andauernden Debatten der Medienkulturwissenschaft zählt, sondern aufgrund seiner offensichtlichen medialen Konkretisierungen auch kaum etwas mit der realen Straße zu tun zu haben scheint: Das Wechsel- und Zusammenspiel von Text und Bild – beides im engeren Sinne! – darf nicht am hohen Horizont eines Kleist, Hoffmann oder Sebald ebenso wenig wie bei kanonischen populärkulturellen Artefakten wie Bildunterschriften, Comics und Modezeitingen stehen bleiben. Diese Versteifung ist eventuell der Mode des Diskurses geschuldet, der die Symbolische Ordnung als allein eben solche, symbolisch verfasste statt in ihren Effekten und Materialisierungen, ihren ‚Einschreibungen‘ erscheinen zu lassen vermag. Wenn die Geisteswissenschaft auf die Straße geht, so heisst dies, mit den Studierenden nicht ausgetretene Pilgerpfade zeremoniell zu beschreiten, sondern mit ihnen einen Spaziergang durch ihre Lebenswelt zu machen.

Dies ist nicht innovativ: In einem literarischen Spaziergang erinnert uns Eco daran, dass uns der Blick auf die sich nur banal gebende Lebenswelt, auf den sich wie natürlich gegeben gebenden Alltag als lesbaren Text erlaubt wurde. Dass diese Vertrautheit Effekt und Zeugnis einer kulturellen Hegemonie ist, die sich selbst vergessen machen will. Dass das auffällige Werbeplakat nicht allein Blickfänger sein soll, sondern eben auch den Blick von der Kontrolle des Umfelds ablenkt und diesem die Aura des Gegebenen verleiht, gerade indem es wie Disneyland als enunzierte Manipulation aus dem Alltag herausragt. Eine Geisteswissenschaft, die die Studierenden zu kritischen Geistern ausbilden will, heißt, sie durch das Unheimliche der Kultur, das allzu bekannte Unbekannte des Alltags spuken

zu lassen. Den Blick beim Spaziergang schweifen zu lassen und zu sehen, wo Bild und Text im engeren und weiteren Sinne auf uns lauern.

Der ‚clevere‘ Name einer Bar, diese gemeingefährliche Fixierung, die uns ihre süßen Konnotationen als Denotationen des benannten Vergnügungsortes verkauft, die als Icon des heiter ausgelassenen Feierabends auftritt und zugleich unser Leben als sozialen Raum kartographiert und all die ach so verschiedenen Vergnügungsangebote durch die benannte Identität der Bar scheidet. Der Name, lautmalerisch und bildlich, steht ja nicht allein, sondern wie ein Titel bei einem Fenster. Einem etwas anderen Schaufenster, einem Screen für die Fantasie. Das Bild mag mit dem Versprechen der Gemütlichkeit oder des wilden Lebens locken. Als begehbare Bild lockt es mit der Intensität des sich erlebenden Subjekts, indem sich das Subjekt hinein begibt, sich in die Ordnung einfügt, sich und das Bild als Anordnung vergisst. Der Blick in die Bar mit dem schmissigen, sprechenden Namen ist selbst eine lustvoll choreografierte Text/Bild-Komposition! Jeder Rahmen kreierte das Bild nicht nur, sondern enunziert auch seine Existenz und seine Ordnung: Die Menschen, die sich nach einem Programm vergnügen, das ihnen wohl dosierte und kontrollierte Intensitäten erlaubt. Doch im Fenster – zumindest in einem sauberen – mag denn auch das eigene Abbild erscheinen. Die einsame Reflektion ist zugleich als virtuelle Präsenz im Bild, gleichsam als Option, im Bild selbst, gleichsam real erscheinen zu können, wenn man nur das Bild als solches vergisst und es lebt. Wen dies entsetzt, dem ist nicht zu helfen: Den nächst befindlichen schweren Gegenstand zu ergreifen und das Fenster rebellisch einzuwerfen, verdreht dabei lediglich die Verhältnisse, der ehemalige Betrachter wird zum Spektakel für die ehemals Betrachteten. Der Blick durch den Rahmen geht nun hinaus auf die Straße.

Zurück auf die Straße heißt auch den Blick schweifen lassen und den Fokus, sich am Bilde labend, zu varrieren. Neben der Bar den Saturn-Schriftzug sehen neben dem Kölner Dom auf einer grauen Fassade einer schrecklich eintönigen, streng geordneten Immobilie. Im Kontext: Der Schriftzug steht nicht allein neben dem altherwürdigen ‚Gotteshaus‘, wenn man sich diesem aus der ‚Innenstadt‘, über die Einkaufsstraße, die überlaufene Hohe Straße nähert. Nein, er steht daneben anscheinend allein, dezent und devot vor der sakralen Nachbarschaft in der Leere. Der elegante Nameszug prangt auf grauem Grund, von dem er sich jedoch abhebt und der zugleich Lust bereitet, durch Saturn diese Tristesse des Alltags zu überwinden. Der Schriftzug wird zum Versprechen, das aus dem Straßenbild lockt. Im Detail: Der Schriftzug in seiner lächerlichen Konkretisierung des Names im Piktogramm. Dieses vermeintliche Mosaik aus lediglich zwei Steinen: Bild und Text. Doch dieser kleine schematische Planet steht nicht neben dem schriftlichen Namen, sondern interagiert mit ihm, ruft die Konnotation Science-Fiction auf: Hightech der Zukunft, die Sie schon jetzt erstehen können!

Planet Saturn lässt schön grüßen und beglückt den Käufer mit einer Technologie, die die schlechten Science-Fiction-Filme der Kindheit übertrumpft, uns über unsere naiven Phantasien glorreich erhebt. Dies ist die moderne Mythologie mit wahrhaft bissiger Pointe: Der vergessene Gott beschert noch immer eine fantastische Ernte.

So faszinierend und zugleich erdrückend diese Alltagskultur ist, muss es doch eine Auszeit von ihrer permanenten Lenkung geben. Langt dazu nicht schon die nächtliche oder sonntägliche Flucht über die ein oder andere Bodenschwelle hin zum wunderschönen Rhein, zum Reinen, weg vom Asphalt der Straße zurück zur Natur. In der Natur mag es zwar auch natürliche Rahmen geben, perspektivierten diese jedoch nicht allein die vom Text unberührte Schönheit der Natur? Doch der Rhein offenbart die Ausweglosigkeit dieser Sehnsucht nach dem Jenseits, denn die ‚Natur‘ ist ein sich außerordentlich wacker haltendes Phantasma. Denn der Rhein ist ein ‚majestätischer Strom‘. Er hat seinen Ehren-Platz in bedeutenden Diskursen über Schifffahrt, Geographie, Geschichtsschreibung, Umweltschutz, Flussbegradigung, Sicherheitsbestimmungen und Badestrände in Roden-kirchen. Ja, er ist selbst wiederum Pate, Spur und Sinnbild für einen Energie-Konzern. Den Rhein sehen, heisst alle diese Diskurse sehen, die ihn erst zu ‚dem Rhein‘ machen, der mehr ist als nur Wasser. Der ‚Rhein‘ ist ein Landschafts-Bild mit vielen Codes.

Wenn die Geisteswissenschaft schon nicht gestaltend wirkt und sich nicht aus ihrem Elfenbeinturm wagt – eine Floskel, die in Anbetracht der Architektur und Bausubstanz der Kölner Universität selbstverständlich nur rein metaphorisch gemeint sein kann –, so möge sie doch zumindest den Blick zurück auf die Straße werfen, um den Studierenden mehr als nur verstaubtes Wissen mitzugeben auf deren Weg durch die Straße!

*Dank gebührt Barthes, Baudrillard, Benjamin, Eco, Freud, Hall, Fiske, Kellner,  
Kracauer, Lacan, Latour, Lyotard, McLuhan, Nietzsche, Thewes et al.*