

Stephan Porombka

Helden im Überfluss.

Anmerkungen zur Veränderung des autobiographischen Schreibens

[erschienen in: *Alte Freunde. Helden unserer Kindheit.* Hildesheim 2005, S.9-24.]

1.

Im Erziehungsroman *Émile* hat Jean-Jacques Rousseau seinem Schützling die Geschichte vom armen Robinson Crusoe ans Herz gelegt. Nicht Aristoteles, nicht Plinius, nicht Buffon sollen die gedruckten Lehrmeister des Kindes sein, sondern der Schiffbrüchige, der „auf seiner Insel ohne jeglichen Beistand allein“ leben muss, „der aber trotzdem für seinen Unterhalt sorgt, für seine Selbsterhaltung und sich sogar eine Art Wohlleben schafft“.

Das Buch wird gleichermaßen als „Zeitvertreib und Belehrung“ empfohlen. Vor allem soll es helfen, dass sich *Émile* über die Identifikation mit dem Helden eine eigene Identität als autonomer Inselbewohner erarbeiten kann. Rousseau will, dass *Émile* „nichts anderes im Kopf hat, dass er sich ununterbrochen mit seiner Burg, seinen Ziegen und seinen Pflanzungen beschäftigt; dass er ganz genau, nicht durch Bücher, sondern an den Dingen all das lernt, was man in einem solchen Fall wissen muss, und dass er glaubt, selbst ein Robinson zu sein.“

Rousseaus 1762 abgegebene Leseempfehlung gehört hinein in die Geschichte der Entdeckung der Kindheit. Und sie gehört damit auch in die Geschichte der Entwicklung einer Medienpädagogik, die dafür Sorge tragen will, dass Kinder zur richtigen Zeit die richtigen Bücher lesen und dabei von den richtigen Menschen angeleitet (und das heißt immer auch: *kontrolliert*) werden. Nicht zuletzt aber gehört Rousseaus Leseempfehlung mitten hinein in ein Zeitalter, in dem der Buchmarkt zu boomen beginnt und auch die jungen Menschen als wichtige Zielgruppe entdeckt. „Indessen wird itzt in Deutschland nicht leicht irgend ein Feld der Litteratur so eifrig gedüngt und bearbeitet, als die Schriftstellerei für *Kinder* und *Schulen*“, argwöhnt 1787 der Oberkonsistorialrat Friedrich Gedike, „und keine einzige literarische Manufaktur ist so sehr im

Gänge als die Büchermacherei für die Jugend nach all ihren Gradationen und Klassen.“ Was aus diesen Manufakturen kommt, ist den Pädagogen gar nicht geheuer. Das viele Lesen überhaupt ist ihnen suspekt, obwohl es zum Grundprogramm der Aufklärung gehört. Durch die massenhafte Lektüre wird, so befürchtet man, die Einbildungskraft der Kinder und selbst der erwachsenen Leser so weit angeheizt, dass sie sich im wirklichen Leben nicht mehr zurechtfinden. Sie werden weltfremd, Größenwahnsinnig, schizophren, melancholisch, und sie onanieren viel.

Dass Rousseau *Émile* nur ein einziges Buch empfiehlt (und dann ausgerechnet das, in dem vorerst nur *ein einziger* Held auf *einer einzigen* Insel lebt,) ist genau deshalb als pädagogische Abwehrmaßnahme gegen die massenhaften Verlockungen des Medienmarktes zu verstehen, die seinen Schützling ebenso wie die vom Oberkonsistorialrat bedrohen: „Kinderalmanache, Kinderzeitungen, Kinderjurnale, Kindersammlungen, Kinderromane, Kinderkomödien, Kinderdramas, Kindergeographien, Kinderhistorien, Kinderphysiken, Kinderlogiken, Kinderkatechismen, Kinderreisen, Kindermoralen, Kindergrammatiken und Lesebücher für Kinder in allen Sprachen und ohne Zahl, Kinderpoesien, Kinderpredigten, Kinderbriefe, Kindergespräche, und wie sonst noch alle der litterarische Puppenkram heißen mag, der alljährlich besonders unter dem für die lieben Eltern und Basen anlockenden Nebentitel: *Weihnachtsgeschenk für die lieben Kinder* zur Markte gebracht wird.“

2.

Es ist manchmal wichtig, an etwas erinnert zu werden, was derart weit zurückliegt. Denn führt man sich vor Augen, dass Rousseau, *Émile* und der Oberkonsistorialrat Gedike ihr Lektüreproblem vor weit über 200 Jahren verhandelt haben, dann stoppt das vielleicht den Reflex, ausgerechnet den aktuellsten Medienschub für die Verführung und Verrohung der Jugend verantwortlich zu machen. Vielleicht gibt man auch nicht so schnell der Versuchung nach, den jeweils jüngsten Generationen ein schlechtes Gewissen wegen ihres Umgangs mit Medien einzupflanzen. Und stattdessen kommt man vielleicht zu der

Einsicht, dass seit der Etablierung der Buchkultur jedes neue Medium neue Erlebnisformate hervorbringt. Wo sie sich durchsetzen, wird nicht nur das Verhältnis von Fiktion und Wirklichkeit neu justiert. Auch wird in der Regel der Umgang mit den traditionellen Formaten (und damit der Vergangenheit) tief greifend verändert. Das Alte sieht plötzlich ganz alt aus, und nur das wirklich Neue ist so neu, dass man es haben will. Die modernen Märkte haben sich genau darauf spezialisiert und bieten unentwegt etwas Neues an, mit dem das Alte schamlos übertrumpft wird: höher, schneller, weiter, größer, greller, echter, lauter, härter – auf jeden Fall *mehr!*

So gesehen scheint das, was der Oberkonsistorialrat und der französische Philosoph problematisieren, genau dem Problem verwandt, das viele Pädagogen heute mit dem Kabelfernsehen, den Videospielen und einigen Seiten im Internet haben. Die Klagen klingen gleich, der Unterschied scheint lediglich ein gradueller zu sein. Es gibt auf immer mehr Kanälen ein immer weiter, immer stärker wachsendes Angebot. Es gibt Helden und Heldengeschichten im Überfluss und ein entsprechend schwer zu kontrollierendes Konsumverhalten. Es gibt aufwendig entwickelte Werbestrategien (*Weihnachtsgeschenk für die lieben Kinder*, nur greller, lauter, härter...), die dieses Konsumverhalten zielgruppengenau steigern. Auch gibt es den Hinweis auf entsprechende Deformationen der kindlichen Entwicklung: Hyperaktivismus, Konzentrationsschwächen, Überempfindlichkeiten und Aufmüpfigkeiten. Das Fernsehen, so hat es gerade erst der Medienpsychologe Peter Winterhoff-Spurk in seinem Buch über *Kalte Herzen. Wie das Fernsehen unseren Charakter formt* festgestellt, bildet vornehmlich eine Persönlichkeit, die „schnell erregt, flach, oberflächlich, labil, theatralisch“ und deren Denken „egozentrisch, intuitiv, wenig strukturiert“ ist. Ihr Verhalten „ist durch Interesse für alles Lebhaftes, Farbige, emotional aufgeladene gekennzeichnet“, das sie „schnell imitiert“. Und das mit dem Onanieren, so hört man, ist in der Zwischenzeit auch nicht besser geworden.

3.

Tatsächlich setzt in modernen Gesellschaften (und vielleicht auch schon in den vormodernen) immer eine Art Doppelreflex ein, wenn neue Medien und damit neue Erlebnisformate eingeführt werden. Die einen, meist die Älteren, entwerfen Katastrophenszenarien in der Größenordnung *Untergang des Abendlandes*. Die anderen, meist die Jüngeren, lassen sich von den neuen Erzählweisen, den neuen Bildern und Worten, Strömen und Strahlen in Trance versetzen. Beobachten lässt sich das an Kindern, die vor dem Fernseher sitzen, oder an Jugendlichen, die von ihrem Rechner nicht mehr weg wollen, weil sie in den Bann geschlagen sind von dem, was die Eltern nur als Zumutung empfinden können. Es ist, als übertrügen gerade die neuen Medien ihre Sendungen in einem Code, der sich von den Jüngeren sofort entschlüsseln lässt, während sich für die Älteren alles in einer Geheimsprache abspielt, die so codiert ist, dass sie oft nicht einmal verstehen, dass es sich hier um eine Geheimsprache handelt.

Ganz richtig spricht man deshalb von *Mediengenerationen*. Ihre jeweiligen Lebenswelten und Erfahrungshorizonte sind von denselben Medien ausgeleuchtet. Sie werden ganz selbstverständlich hingenommen, sie gehören zum Leben wie bestimmte Markenprodukte, Redeweisen oder Kleidungsarten. Die Einführung eines neuen Mediums ist dagegen nicht selbstverständlich. Seine Regeln müssen erst einmal, wenn man überhaupt noch dazu bereit ist und nicht mit dem Hinweis auf die eigene Überalterung abwinkt, aufwendig erarbeitet werden. Zu *einer* Generation gehört deshalb, wer die Geheimsprachen bestimmter Medien mühelos decodieren und sprechen kann, weil er mit ihnen aufgewachsen ist. Wer diese Sprache in einem späteren Lebensalter lernt, wird sich zwar auch noch problemlos verständigen können. Aber man weiß, dass man doch ein Fremder bleibt, der von den Einheimischen immer als Fremder erkannt werden wird.

4.

Das Alter von Mediengenerationen berechnet sich nach Innovationsschüben. Das führt dazu, dass relativ junge Menschen als Mediennutzer schon relativ alt sein können. Wer in der Mitte oder am Ende der siebziger Jahre im westlichen Teil Deutschlands geboren ist, hat in diesem Sinn heute schon so viel erlebt und adaptiert, dass sich – vergleicht man es mit Menschen, die um 1930 geboren sind – durchaus von Frühvergreisung sprechen ließe. Die heute Zwanzig- bis Dreißigjährigen haben Bücher und Comics sozusagen mit links erledigt. Oder sie haben sie gleich links liegen gelassen. Sie haben die Einführung des Kabelfernsehens in der ersten Reihe miterlebt. „Sitz bitte nicht so dicht vorm Apparat“ ist einer der Mahn- und Merksätze, der speziell für diese Generation erfunden worden ist. Ihre Kinderzimmer waren zum Teil schon mit Fernsehern und Videorecordern ausgestattet. Dazu, fast obligatorisch, Allround-Hochleistungs-Musikapparate mit Kassettendeck, CD-Spieler, zwei integrierten Lautsprechern ab 2x40 Watt plus Weckfunktion. Hinzugekommen (und durch neue Geräte schnell wieder abgelöst) sind über die Jahre der Gameboy, die Videospielekonsole, der Atari, der Commodore, der Personal Computer mit Spielemodus und Netzfunktion, jetzt auch noch der Brenner für CD und DVD und nicht zuletzt das Handy, das nunmehr selbst wiederum zum Musikabspielgerät, Fotoapparat und Klingelmelodievorführgerät umgerüstet wird.

Hatten noch viele der zehn und mehr Jahre zuvor Geborenen gegen die Volkszählung, gegen den Big-Brother-Staat und vor allem gegen das Kabelfernsehen als Agentur der Massenverdummung protestiert, so hatte die folgende Generation für solche Proteste nicht nur kein Verständnis – ihr war nicht einmal die Fragestellung klar. Das Misstrauen gegenüber den neuen Sendern, Programmen und Formaten war eins, das von außen an sie herangetragen wurde. Und unbegreiflich war, warum man ein eigenes hätte entwickeln sollen. Wenn die Eltern außer Haus waren, saß man ohnehin wieder so dicht vorm Fernseher, wie man es für richtig hielt, ließ sich von der Sendung bestrahlen, die man in Anwesenheit der Erziehungsberechtigten

nicht sehen durfte und telefonierte dabei mit dem besten Freund oder der besten Freundin, um das Programm zu diskutieren.

5.

Wenn solche Medienprofis schon in jungen Jahren altern, ergeben sich eigenartige Effekte. Sie werden schneller nostalgisch als die Generationen davor. Die großen Erinnerungswellen, die die westliche Kultur derzeit in immer kürzeren Wellen erfassen, sind vielleicht der greifbarste Ausdruck der durch den Medienwandel in Gang gesetzten Veränderung. Als am Ende der achtziger Jahre die Siebziger gefeiert wurden, als zu Beginn der Neunziger der Hype um die Achtziger ausbrach, als schließlich gegen Mitte der Neunziger das Revival der Neunziger parallel zum Re-Revival der Siebziger gefeiert wurde, da wunderten sich vor allem die älteren Kulturkritiker. Die jüngeren wunderten sich nicht. Waren sie doch selbst mittendrin in dem Erfahrungshorizont einer Lebenswelt, die schneller transformiert wird als jede andere zuvor. Für sie war deshalb klar, dass es sich beim Revival-Boom – und beim schon kurz darauf folgenden Revival-Boom des Revival-Boom – nicht um ein postmodernes Spiel mit der Beliebigkeit der Zeichen handelte. Vielmehr ging es um die ganz reale Tatsache, dass das, was man erlebt, innerhalb kurzer Zeit veraltet und schnell als „Erinnerung an längst vergangene Zeiten“ thematisiert werden kann. Schon zu Beginn der achtziger Jahre hat der Historiker Hermann Lübke festgestellt, der Musealisierunggrad der Alltagswelt steige proportional zum Anstieg der Geschwindigkeit der gesellschaftlichen Entwicklung an. Mit dem wachsenden Tempo, so Lübke, „nimmt auch die Menge der Funktionselemente unseres Zivilisationssystems zu, die veralten, die funktionslos und damit zu Relikten werden“.

Dass Erinnerung nicht bedeutet, dass man auf eine objektive Substanz des tatsächlich Geschehenen zurückgreifen kann, ist eine Einsicht der Moderne. Sie beweist sich noch einmal dort, wo sich die Zyklen des Veraltens und Erneuerns weiter verkürzt haben. Denn mit der Tempoverschärfung ändern sich auch die Arten und Weisen des Erinnerns. Nicht nur wird sich schneller erinnert. Auch greifen die jüngeren Mediengenerationen auf

Apparaturen zurück, die den älteren nicht zur Verfügung gestanden haben. Was früher der sprichwörtliche Dachboden als Speicher war, auf dem eine Truhe mit alten Sachen stand, ist heute ein gigantischer Speicherplatz mit unzähligen Terrabytes, die Texte, Filme, Videos, Fotografien und Audiodateien zur Verfügung halten. Die Generation, die in der Mitte und am Ende der siebziger Jahre geboren wurde, ist die erste, die sich über diese Medien von Beginn an in umfassender Weise selbst sieht, selbst hört und ständig präsent halten kann. Und sie ist damit die erste, die ein ganz selbstverständliches Gefühl dafür entwickelt hat, dass sie selbst in den Medien erscheint. Die Medien, das sind für sie schon längst nicht mehr die anderen. Die Hochkonjunktur, die Reality-Formate im Fernsehen haben – die Doku-Dramen, die Talkshows, die Popstar-Castings – und die Selbstverständlichkeit, mit der sich hier vor allem die jungen Leute präsentieren und vorführen lassen, kann wohl nur von dieser frühkindlichen Identifikation mit dem eigenen Medienbild aus verstanden werden.

6.

Für jene, die in diesem Erfahrungshorizont aufgewachsen sind, ist die *Generation Golf. Eine Inspektion* von Florian Illies zum Kultbuch geworden. Im magischen Jahr 2000 erschienen, hakt es sich in eine laufende Nostalgie-Konjunktur ein und befördert sie zugleich auf eine Höhe, die das Buch selbst zu einem Symptomtitel der Jahrhundert- und Jahrtausendwende werden ließ. Befördert hat diesen Erfolg keineswegs nur das, *was* mit diesem Buch erinnert wurde. Kult war vor allem das *Wie*.

Illies schrieb nämlich gerade nicht eine Autobiographie, die sich wie üblich auf das innere Wachstum des eigenen Ich konzentriert, um von dort aus die Welt in den Blick zu nehmen. Er drehte das Verfahren um. Von dem, was dem Kind von außen zugespielt wird, schließt er auf das Innere zurück. Geformt wird es vor allem durch Images von Produkten (Nutella, Golf, Lacoste), von Personen (Frank Elstner aus *Wetten daß...?*, Sascha Hehn aus der *Schwarzwaldklinik*) oder von Kleidungsstücken. Illies erzählt, dass „viele Ältere“ in den achtziger Jahren glaubten, „dass das Markengetue [der Jüngeren]

und die Tatsache, dass bereits Sechzehnjährige sich zu Weihnachten Van-Laack-Hemden wünschen, etwas Vorübergehendes waren, vielleicht die einzige Form von Pubertät, zu der sich diese Generation aufrufen konnte. Snobismus als Protest. Aber dem war nicht so. Uns gefiel einfach auf Anhieb der an sich sinnlose Vorgang, dass man bei neu gekauften Hemden immer zunächst eine Unmenge von Nadeln und Pappstücken entfernen muss, bevor man es entfalten kann.“

Damit trifft Illies punktgenau den Zusammenhang von Markenartikel und Innerlichkeit. Für ihn und für seine Generation ist vor allem die Verpackung wichtig, das Gesicht, das Produkte dem Betrachter zuwenden. Die eigene Identität stellt sich dann erst über das Auspacken her, über die Aneignung des Markenartikels und des Images als Lebensgefühl.

Der autobiographische Schriftzug, den Florian Illies mit *Generation Golf* endgültig etabliert hat, ist deshalb einer, der sich an Medien- und Produktformaten orientiert und über diese Formate ein Ich rekonstruiert, das kein Ich im alten autobiographischen Sinn mehr ist. Es ist, weil es die Formate von außen übernimmt, immer schon ein „Wir“, ein „Man“. Formelhaft gesagt: Es ist die über Images vereinheitlichte Erfahrung einer ganzen Generation.

Der Autor Florian Illies hat, wie die Generation Golf im Ganzen, wegen dieser Rekonstruktion unter dem Verdacht der bedingungslosen Affirmation gestanden. Doch wer das Buch genau liest, dem zeigt sich, dass die Auseinandersetzung mit der eigenen Geschichte als Geschichte der Images bei Illies um einiges komplexer ist. Die Kritik an den Verhältnissen wird nämlich nicht durch eine schicksalsergebene Bejahung ersetzt, sondern durch Ironie. „Man hat [...] so viel mit sich selbst zu tun, dass man keine Energie darauf verschwenden möchte, sich über den Lebenswandel anderer Leute zu empören“, schreibt Illies. „Und bevor die Empörung kommen könnte, haben wir immer noch die weiten Arme der Ironie. Wenn man alles in Gänsefüßchen denkt, ist alles akzeptabel. So wird dann Verona Feldbusch zum Kult, gerade weil sie nicht moderieren kann, und wird dann Guildo Horn Sieger des deutschen Grand Prix d’Eurovision, gerade weil es so albern aussieht. Zu lange haben

wir erlebt, dass die Älteren irgendwelche Personen oder Meinungen aus bestimmten Gründen ablehnten. Deshalb bilden wir uns sehr viel ein auf unsere Geisteshaltung, Personen oder Meinungen ohne irgendwelche Gründe gut zu finden. Ernst nimmt man sie deshalb noch lange nicht.“ Diese weiten Arme der Ironie sind das eigentlich kritische Organ der jüngeren Mediengenerationen. Mit ihr lassen sich verschiedene Erfahrungsebenen integrieren – oder, um es modischer zu sagen – parallel prozessieren. Man kann experimentell erleben und zugleich kritisch reflektieren.

So lässt sich zumindest das mit Sicherheit über diese Generation sagen, die mit Kabelfernsehen und Internet aufgewachsen ist: Sie ist offener für Erfahrungen, sie verfährt im Hinblick auf das Neue adaptiver. Zugleich ist diese Generation reflektierter im Hinblick auf die Erfahrungen, die sie macht. Dazu sind sie schon allein durch die verkürzten Konjunkturzyklen gezwungen, in denen die Gegenwart in die Vergangenheit verwandelt wird. Gerade junge Menschen sind deshalb oft in der Lage, schon die Gegenwart mit ihren ästhetischen Zeichen und medialen Formaten so zu beobachten und zu interpretieren, als wären sie museumsreif.

Keine Frage – das lässt sich aus der Außenperspektive alles auch als Ausdruck eines Verfalls beschreiben. So erscheinen junge Menschen den Medienpädagogen und Psychologen als schnell erregbar, flach, oberflächlich, intuitiv, labil und theatralisch. Aber das alles sind Grundlagen für die Fähigkeit, mehr Erlebnisformate zu akzeptieren und mehr Erfahrungen zu integrieren. Aus der Perspektive der neueren Mediengenerationen könnte man deshalb den Spieß auch einfach umdrehen. Aus ihrer Perspektive sind dann nämlich gerade die älteren Generationen geprägt von einer eigenartigen Dogmatik und der Unfähigkeit zur Ironie, sie verhalten sich bedenklicher Weise gehemmt gegenüber dem Neuen, sie verschließen sich damit den neuen Erfahrungen und dem Experiment, und sie halten bei all dem an einer Fiktion von Tiefe (statt Oberflächlichkeit und Flachheit) fest, die sie sich allerdings auch nur von einem Medium – ihrem Leitmedium nämlich – abgeschaut und internalisiert haben: vom Buch.

Dreht man also den Spieß um, so erscheinen nicht mehr die Jungen als die Hauptverantwortlichen für den Untergang des Abendlandes. Vielmehr erscheinen die Alten als die großen Verlierer der Geschichte, die sich mit ihren Hemmungen um Beste gebracht haben (und die im 20. Jahrhundert einen solchen Schaden angerichtet haben, dass sie sich mit Verurteilung des Neuen, das angesichts des letzten Katastrophenjahrhunderts eigentlich nur das Bessere sein kann, vielleicht doch lieber zurückhalten sollten.)

7.

Das vorliegende Buch ist ein nostalgisches Poesiealbum geworden. In dieses Album haben jene, die am Ende der siebziger und zu Beginn der achtziger Jahre geboren wurden, Erinnerungsbilder an die Medienhelden ihrer Kindheit eingeklebt. Ihre Texte sind Ausdruck einer unmittelbaren Erfahrung mit den unterschiedlichsten Medien- und Sendeformaten. So unmittelbar präsent ist diese Erfahrung, dass man fast den Eindruck hat, die Autoren und Autorinnen haben allesamt zu dicht vorm Fernseher gesessen – oder, wo das Fernsehen durch die medienkritische Elterngeneration ganz und gar verboten war, so nah an den Lautsprechern ihrer Kassettenrecorder und vor den Bildern und Texten ihrer Comics und Bücher, dass sich auch für sie die Grenzen zwischen dem realen Leben hier und dem erfundenen Leben dort verwischt haben. Die Erfahrungen sind deshalb so intensiv und die Identifikationen mit den unzähligen Helden so tiefgehend, dass sie sich nicht wirklich von der Erinnerung an die eigene Lebensgeschichte abspalten lassen, ohne dass dabei zugleich die prägenden Teilstücke der Kindheit gleich mit entfernt werden.

Auch hier funktioniert das autobiographische Schreiben über den Weg von außen nach innen. Nicht werden innere Bestimmungen für die Erfahrungen beim Fernsehschauen beschworen. Es funktioniert umgekehrt. Die Autorinnen und Autoren wissen darum, dass sie von den Images der Medienkultur entscheidend mitformatiert worden sind.

Das aber wird im Nachhinein nicht mit einer Affirmation wahrgenommen, die ja ohnehin eher von den älteren

Generationen gepflegt wird, wenn sie sich in der Nacherzählung ihrer Vergangenheit einmal mehr die Überzeugung stabilisieren, dass früher alles besser gewesen sei. Statt mit Affirmation operieren die hier veröffentlichten autobiographischen Texte mit dem Prinzip der Ironie. Mit ihr wird die Vergangenheit als Erfahrung bejaht. Aber sie wird zugleich reflektierbar gemacht.

So scheint es, als stünden die Autorinnen und Autoren auf einer Schwelle, von der aus sie noch einmal in die Geschichten eintreten könnten, die sie in ihrer Kindheit vor den Bildschirmen oder den Lautsprechern erlebt haben. Und zugleich können sie von dieser Schwelle aus einen Schritt weitergehen, um all das als etwas Erlebtes zu beobachten, was in Zeiten gehört, die märchenhaft weit zurückliegen.

Die Texte dürfen damit als Beiträge einer kollektiven Erinnerung an eine *Deutsche Kindheit um Neunzehnhundertneunundachtzig* gelten – um sie an den Titel einer Sammlung ‚autobiographischer‘ Texte von Walter Benjamin anzulehnen, der selbst 1892 geboren ist und in der *Berliner Kindheit um Neunzehnhundert* den Versuch unternommen hat, die Unmittelbarkeit des längst Verschwundenen und die Distanz der Reflexion so zu verbinden, dass das eine ohne das andere gar nicht zu denken ist. Dieses Doppelte in den Blick zu bekommen, ist auch das Ziel des vorliegenden Bandes – einige Jahrzehnte später, mit anderen Erfahrungen, mit anderen Medien, mitten in einem anderen medialen Überfluss, und deshalb auch mit viel weniger Geschichtsphilosophie und mit viel mehr Ironie. Es sind kleine Versuche, Experimente der Erinnerung, die nicht denselben Ausgang und dasselbe Ergebnis haben. Jeder Zugriff gestaltet sich anders, jede Schreibweise definiert sich anders, und jedes Heldenporträt fällt damit anders aus. Nicht zuletzt darin erweist sich, dass die Images der Medien die Erfahrungen dann doch nicht auf totalitäre Weise normieren. Sie geben nur die Formate vor, durch die Erfahrungen gemacht werden können und durch die sich die Erfahrung später reflektierbar machen lässt.

Dass die Autorinnen und Autoren am Ende ihrer Texte Internetadressen oder Hinweise auf CDs oder DVDs geben, ist dabei eine Pointe besonderer Art. Denn die Medien, auf die hier verwiesen wird, sind Knotenpunkte im Netz, an denen sich

kollektiv erinnert wird. Zum großen Teil sind es so genannte Fanpages, Fanzines oder zumindest von Fans angelegte Archive, in denen die Helden der Kindheit nicht nur aufbewahrt werden. Zwar findet hier auch das statt, was der Feuilletonredakteur der *Süddeutschen Zeitung* Thomas Steinfeld erst kürzlich eine „Philologie der Lebenswelt“ genannt hat, die von „leidenschaftlichen Buchhaltern“ der Populärkultur praktiziert wird. Aber hier passiert auch etwas ganz Neues: Die Geschichten der Helden werden nicht nur dokumentiert und nacherzählt, sie werden so lange weitererzählt, bis das Original von einem Netz neuer Legenden und Mythen überformt ist. Auch das gehört zu den erstaunlichen Fähigkeiten der jüngeren Mediengenerationen: dass sie ihre medialen Experimente auf spielerische Weise fortführen.

8.

Die Texte, die nun folgen, sind genau auf Schwellen und an Schnittstellen geschrieben worden. Es sind Protokolle der trancehaften Unmittelbarkeit. Zugleich sind es kleine Reflexionsunternehmungen, in denen der Faszinationskraft der Formate nachgespürt wird. Es sind philologische Rekonstruktionen, und zugleich sind es kurze autobiographische Skizzen. Es sind Texte, die zwischen dem „Wir“ einer ganzen Generation und dem „Ich“, das sich mit Hilfe der medialen Images definiert hat, lustvoll changieren.

So empfiehlt sich dieses Buch für die Mitglieder derselben Generation, weil sie mit den vorliegenden Bruchstücken zur Erinnerung an die eigenen Erfahrungen angeleitet werden. Das Buch empfiehlt sich darüber hinaus dem neugierigen Beobachter der Kultur, der die Folgen des Medienwandels nicht nur im großen Theoriesatz, sondern auch durch die Beobachtung der individuellen Erfahrungen bestimmen will. In diesem Sinne ist es ein Protokollbuch, in das eine Generation Momentaufnahmen aus einer längst vergangenen und dennoch gegenwärtigen Medienzeit eingetragen hat.

Und nicht zuletzt empfiehlt sich dieses Buch für die Medienpädagogen. Denn sie können hier etwas von der Angstfreiheit lernen, mit der sich gerade die jüngeren

Mediengenerationen dem Neuen nähern. Das Format *Untergang des Abendlandes* verliert auf diese Weise etwas von seiner zwanghaften Lust an der Katastrophe – und es lässt sich besser als Wahrnehmungsformat erkennen, als eine Soap, die lange Zeit sehr erfolgreich war, die aber längst von einer anderen Soap Konkurrenz bekommen hat, deren Titel dem wahren Lauf der Gegenwart und dem ironischen Gleichmut der nachwachsenden Mediengenerationen viel besser entspricht: *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*.

Literatur

Walter Benjamin: *Berliner Kindheit um Neunzehnhundert*. Frankfurt am Main 1988.

Friedrich Gedike: *Einige Gedanken über Schulbücher und Kinderschriften*. Berlin 1787.

Florian Illies: *Generation Golf. Eine Inspektion*. Berlin 2000.

Hermann Lübke: *Der Fortschritt und das Museum. Über den Grund unseres Vergnügens an historischen Gegenständen*. London 1982.

Thomas Steinfeld: *Der leidenschaftliche Buchhalter. Philologie als Lebensform*. München 2004.

Jean Jacques Rousseau: *Émile oder über die Erziehung*. Stuttgart 1968.

Peter Winterhoff-Spurk: *Kalte Herzen. Wie das Fernsehen unseren Charakter formt*. Stuttgart 2005.