

Aus die Springmaus? Zum Potential eines wildwüchsigen autobiographischen Phänomens

von Christoph Bock

»Ich sage nur *D***I* und hoffe, dass in möglichst wenig Jahren niemand mehr weiß wovon ich spreche.«

Diese großen Worte stehen in Michael Ebmeyers Roman *Plüsch* (2002). Sie handeln von der kängurugeborenen Springmaus mit Bluthochdruck und Fußleiden, die seit 1990 »blubberbunt« und »lilalaunig« unsere Umwelt befällt – in Form von Aufklebern, CDs, Geschirr, Kleidungsstücken, Klingeltönen, Postkarten, Schreibwaren und in diversen anderen Mutationen. Besonders die jüngsten Mitmenschen werden von ihr heimgesucht. Meist nehmen Eltern die Maussucht zunächst auf die leichte Schulter, bis angesichts von über 1600 brülldoofen *D***I*-Artikeln das ganze Ausmaß der Sammelplage offenbar wird. Der Name des anthropomorphen Merchandising-Produkts (Wikipedia), von dem die Rede ist, wird hier aus gutem Grund – und anders als in Ebmeyers Buch – chiffriert. Onomatopoetisch erschließt er sich über das Geräusch, das entsteht, wenn ein »frischkäsefamoses« Plüschtier als Schmetterball verwendet wird.

Dem Wunsch, in möglichst wenigen Jahren möge bitte bitte niemand mehr wissen, wovon Ebmeyers Erzähler spricht, ist ohne Umschweife beizustimmen. Bedauerlicherweise gibt es im Gegensatz zur fein differenzierten *ars memoriae* keine Kunstfertigkeit des Vergessens, um aktiv seine Verwirklichung voranzubringen. Anlaß, solch eine *ars oblivionis* (U. Eco) zu erfinden, ist jedenfalls geboten. Man führe sich bis dato zumindest vor Augen, wie die Vergessenschancen und, *vice versa*, die Gefahren der Erinnerung stehen. Dabei geht es sinnvollerweise nicht um einen vollständigen exosomatischen Informationsverlust, sondern um den Einsatzbereich des Publikumsjokers. Infrage steht ein Alltagswissen, über das ein Leser des Romans verfügen muß, um dessen Anspielung aus dem Stehgreif zu verstehen.

Der Zahn der Zeit als Chance

Zuerst die gute Nachricht: die Chancen, daß *D***I* in Vergessenheit gerät, stehen hervorragend. Denn *D***I* zählt in allen Materialisierungen seiner »Käsekuchenwelt« zum »profanen Raum« (B. Groys). Der profane Raum besteht aus all den Dingen und Umgangsweisen mit ihnen, denen in der gegebenen Hierarchie unserer Kultur kein solcher Wert beigemessen wird, daß sie in deren organisiertes, strukturiertes Gedächtnis aufgenommen würden. Bibliotheken, Museen und andere Archive, kurz: die Institutionen, die dafür verantwortlich sind, dieses Gedächtnis zu verwalten, erkennen profane Objekte nicht als erhaltenswert an; sie pflegen und tradieren kein Wissen über sie. Das *Kleine Glossar des Verschwindens. Von Autokino bis Zwischengas* von Andrea Köhler versammelt lesenswerte Nachrufe auf Objekte, denen dieses Schicksal zuteil wurde.

Wie andere Inhalte des profanen Raums wird auch *D***I* im Lauf der Zeit von selbst vergehen. Sei es, daß das Kind erwachsen wird und sein Zimmer ausmistet. Sei es, daß der Banker endlich einsieht, daß *D***I* auf der Krawatte kein Zeichen für Understatement ist. Oder sei es, daß Ehepartner sich trennen und mit dem gemeinsamen Leben auch das mannshohe Monster auf dem Sofa der Zeit anheimfällt, das sie zur Hochzeit geschenkt bekamen. Selbst wenn die millionenfache Verbreitung *D***I*s einen vollständigen Verlust unwahrscheinlich erscheinen läßt: ein Überleben bleibt

prinzipiell dem Zufall überlassen.

Vier Einwände:

a) Dinge aus dem profanen Raum können in die Sphäre der valorisierten Kultur übergehen und somit Objekt der erinnerungskulturellen Hege und Pflege von offiziellen Kulturgärtnern werden. Das Pissoir im Museum ist hierfür ein bekanntes Beispiel. Pop Art spielt wesentlich mit diesem Grenzverkehr. Bei D***I ist ein entsprechender Fall bislang nicht bekannt. Warhol und Lichtenstein sind offenbar ausreichend lange tot.

b) Auch im profanen Raum gibt es Archive und Menschen, die deren Inhalte oft mit großem persönlichen Einsatz pflegen. Daß selbst eine Mülldeponie als ein solcher Speicher verstanden werden kann, zeigt Paolo Teobaldis Roman *Der Duft der Dinge*. Jonathan Safran Foers Roman *Alles ist erleuchtet* präsentiert weitere Beispiele. Wildwüchsige Archive verfügen jedoch nicht über die Ressourcen, die für langfristige Speicherung, umfassende Pflege und kommunikative Stabilisierung eines allgemeinen Wissens erforderlich wären. Eine private Sammlung aller D***I-Artikel etwa vergeht mit ihrem Eigentümer oder wird allenfalls an einen weiteren Sammler oder eine Kleingruppe verkauft. Sie bleibt somit an individuelles Engagement gebunden. Angesichts der zahlreichen »Käsepäitsches« ist zu berücksichtigen, daß das Netz – bei allen Anstrengungen seitens Google und Co. – noch kein zuverlässiges Speichermedium ist. Was vor fünf Jahren online stand, weiß heute niemand mehr. Während zudem bei Papier und Film solide Erfahrungswerte hinsichtlich ihrer Halbwertszeit vorliegen, fehlen diese – Stichwort *bitrot* – für digitale Datenträger.

c) Es gibt zunehmend offizielle Institutionen, die die erinnerungstheoretische Relevanz von Objekten aus dem profanen Raum anerkennen und ihnen geordnete Pflege angedeihen lassen. Das Haus der Kunst München ist unter Vielen mit seiner Ausstellung *Deep Storage* zu nennen, ebenso die Designabteilung der Münchner Pinakothek der Moderne, das Vitra Design Museum in Dessau, das Kleinarchiv im toskanischen Pieve San Stefano oder das Tagebucharchiv in Emmendingen. D***I ist von solchen Archiven bislang nicht erfaßt. Sollten sich aber die folgenden Spekulationen über die mit D***I verbundenen Erinnerungsgefahren bewahrheiten, möge für diesen *Status quo* niemand seine Hand ins Feuer legen.

d) Ein Verschwinden setzt in wirtschaftlicher Hinsicht voraus, daß die Nachfrage nach dem Produkt D***I nachläßt. Das ist insofern nicht unwahrscheinlich, als der Markt für Produkte dieser Art schnelllebig ist. Hasen, Katzen, Bärchen und diverses andere anthropomorphe Getier buhlen aufs Härteste um die Herzen der jungen Kunden, darunter auch international erfolgreiche Popkulturkonkurrenten aus Fernost. Muß man nicht bereits weniger als vor einigen Jahren um lila Kleckse Spießbruten laufen wie um Hundehaufen in Berlin? Ist es nicht ein Zeichen, daß der Topjob Fußballweltmeisterschaftsmaskottchen nicht D***I, sondern einem hosenlosen Zottel zuteil wurde? Bestimmt ist bereits eine EU-Richtlinie mit ästhetischen Richtwerten für Springmäuse auf dem Weg. Überhaupt: warum sollte nicht ein schießwütiger amerikanischer Präsident sein Vaterland von einer Invasion des Objekt gewordenen schlechten Geschmacks bedroht sehen und mal schnell auf den roten Knopf drücken?

Gefahr durch wildwüchsige Autobiographik

Ernst wird es, wenn man bedenkt, daß D***I zwei an sich banale Aspekte vereint, die das Objekt in Kombination zu einer explosiven Erinnerungsmischung machen. Angesichts derer verblassen alle vorgenannten Erinnerungsfaktoren; im Fall einer Detonation wäre die Hoffnung auf ein Vergessen nichts als Schall und Rauch.

Erstens: Trotz Krapfenblick werden mit D***I positive persönliche Erlebnisse, Gefühle, Handlungen verknüpft. Auf einschlägigen Websites ist dies hundertfach nachzulesen: »D***I ist jeden Abend, wenn ich ins Bett gehe, bei mir und wir kuscheln miteinander.« »Auf Jungs können wir verzichten; aber einen Ausflug an den See ohne unsere D***Is? Unvorstellbar!« (Abb. 1)! »D***I begleitet mich in die Schule, wenn wir Mathe schreiben, und hilft mir. . . « Der Umstand, daß D***I als Plüschtier, Kleidungsstück, Federmäppchen auf individuellen Gebrauch angelegt ist und somit eng in alltägliche Lebenszusammenhänge eingebettet wird, erleichtert solche Verknüpfungen. Diese Erlebnispartikel und Mikroerfahrungen wiederum bilden die Grundlage für D***I als eine dinghafte wildwüchsige Autobiographie. Ohne hier aufzeigen zu können, wie eine Ich-Konstitution in diesem Fall *en detail* vonstatten geht, sei allgemein gesagt: eine wildwüchsige Autobiographie liegt vor, wenn D***I durch das Ich retrospektiv biographische Bedeutung zugesprochen wird, wenn sich das Ich also mit Blick auf D***I selbst thematisiert – wie auch immer bewußt oder unbewußt geschönt, verhüllt, verfälscht oder relativierend dies entsprechend dem Gegenwartszustand erfolgen mag. »Als Papa ausgezogen war und Mama mehr arbeiten mußte, hat mich meine D***I-Maus getröstet.« Als Ego-Dokument intersubjektiv manifest wird D***I sowohl durch Kommunikation *mit* dem Objekt wie auch durch visuelle, mündliche, schriftliche Kommunikation *über* das Objekt.



Abb. (1)

Daß es sich um einen massenweise verbreiteten Gegenstand handelt, ist die zweite Komponente der brisanten Erinnerungsmischung D***I. Es entstehen millionenfach wildwüchsige Autobiographien, die inhaltlich alle höchst individuell sind und zugleich auf identischer Materialbasis beruhen, ja über die gleiche Objektivation miteinander verbunden sind.

Um die erinnerungstheoretische Explosivität dieser Kombinationen aus Ego-Dokument und alltäglichem Industrieprodukt zu verstehen, bedarf es nun der Beobachtung, daß Verbindungen dieser Art über ein enormes soziales Integrationspotential verfügen:

»70/20, 2000-02-11, 08:16, Helene

Kann sich noch jemand an Big Jim bzw. Big Jeff erinnern? [. . .].

70/20, 2000-02-11, 20:47, gerbaulet

big jim war ja ganz nett, aber ich gehoerte zur ›action team‹-fraktion, das waren die figuren der konkurrenzfirma. [. . .] Ich habe mir im hobbykeller z. B. ein snowmobil fuer die figuren gebaut (jedenfalls mit phantasie als solches erkennbar), habe es an eine küchenschnur gebunden und stundenlang im winter ueber die felder gezogen. [. . .].

70/020, 2000-02-22, 18:26, Bettina

big jim und big jeff (war jeff der blonde, braungebrannte?) ›gingen‹ (gab es je ein beknackteres wort? *schäm, schäm*) natürlich mit skipper. UND, hey, erinnert sich hier NIEMAND an barbie, ken, tutti etc.? und an die kämpfe mit mutter, weil so ein us-plastik-zeug nicht politisch korrekt sein konnte?

70/020, 2000-02-25, 10:38, Laila West

Tutti kenne ich! Sie hatte noch einen Bruder namens Todd. Das waren die kleinen Geschwister von Skipper [. . .] Meine Skipper war braun, mit ganz langen glatten blonden Haaren. [. . .] Das fand ich super! Eine Barbie habe ich nie bekommen. Dafür aber die Francy, eine dunkelhaarige Verwandte, die nicht so ausgeprägte Kurven besaß wie die Barbie. Aber lieber eine dunkelhaarige Barbie als eine Petra-Puppe. Damit war man weg vom Fenster. Das war mindestens so schlimm, wie einen Geha-Füller zu besitzen. Später habe ich mir von meinem Taschengeld eine

Barbie gekauft, weil ich fand, dass sie nicht so richtig gut aussieht, habe ich sie mit Filzstiften geschminkt. Leider hat sich die Farbe in das Plastik eingefressen und die arme Barbie sah aus, als sei sie zusammengeschlagen worden.

70/020, 2000-02-23, 15:15, Patty

Ich habe leidenschaftlich gerne mit Barbie & Co. gespielt, hatte sogar eine ganz besondere, die mit dem Wunderhaar: Mit einem winzigen Plastiklockenstab konnte man neue Frisuren kreieren, z. B. den Afro-Look. Leider war das Ergebnis nie so schön wie auf der Vorlage. [. . .].«

Die Teilnehmer dieses Chats sind aufgrund der Kommunikationssituation einander persönlich unbekannt. Retrospektiv stellen sie in Kommunikation über Barbie (implizit) fest, daß sie etwas gemein haben, nämlich eine biographische und emotionale Beziehung zu demselben Industrieprodukt: Kämpfe mit der Mutter, Abgrenzung von anderen Kindern, Mitleid mit der verschminkten Barbie, der erste Einkauf, Enttäuschung, da die Barbiefrisur nicht wie auf der Vorlage aussieht, Leidenschaft im Spiel, Fürsorge für eine Puppe, usw. Über diese Feststellung hinaus bleiben die Teilnehmer einander weiterhin unbekannt. Fragen wie *Wer bist Du? – Ich bin der und der. . .* werden nicht gestellt. Die Kommunikation über Barbie erzeugt also auf einfache und schnelle Weise Wissen und Orientierung über Gemeinsamkeiten bei fortbestehender Unbekanntheit der Kommunikationsteilnehmer.

Entscheidend für das erinnerungstheoretische Potential D***Is ist im weiteren, daß über solch allgemein verbreiteten Alltagsobjekte mit Erinnerungswert nicht nur Gemeinsamkeitswissen unter den Teilnehmern eines Chat-Forums oder anderer kleiner, auf Interaktion beruhender Erinnerungsgemeinschaften generiert werden kann. Vielmehr wird mit ihnen gegenwärtig das Wissen ganzer Generationen über sich selbst als Generation erzeugt: *Unsere Generation hat mit Barbie gespielt und als erstes Auto einen Fiat Panda gefahren. Eine andere Generation spielte mit Playmobil und fuhr Golf.* Neben dieser Funktion für soziale Identitäten dienen Objekte wie sie in Frage stehen der Semantisierung von Dekaden. Die Titel dreier erfolgreicher Publikationen, die dieses Diskursphänomen als Buch gestalten, lauten etwa *Wickie, Slime und Paiper: Das Online-Erinnerungsalbum für die Kinder der siebziger Jahre – Neon, Pacman und die Yuppies. Das Bilderbuch der achtziger Jahre – Alles Bonanza. Ein Album über die 70er in der BRD* (Diesem Buch ist der o.g. Chatauszug entnommen). Barbie, Golf, Playmobil und Co. als Generations- oder Dekadenzeichen erweisen sich vor dem Hintergrund dieser Aussagen als der kleinste gemeinsame Nenner für die einander Unbekannten der funktional differenzierten Gesellschaft: »Die Objekte der Epoche scheinen das einzig Stabile, Verbürgte, Maßstabsgetreue – und vor allem Unverfängliche zu sein, das sich zur historischen Fixierung eignet.« (K. Mellmann^a)

Wenn Generationen mittels eines massenweise produzierten Alltagsobjekts Wissen über sich selbst erzeugen, ist dies ab einem bestimmten Grad kommunikativer Stabilisierung nicht mehr nur über Interaktion möglich. Unter anderem, da es sich um ›*imagined communities*‹ (B. Anderson) handelt, also um Gemeinschaften, die zu groß sind, als das die Individuen einander realiter als Gemeinschaft erfahren könnten, werden exosomatische Speicher- und Übertragungsmedien erforderlich. Der Alltagsgegenstand als Generationszeichen – alternativ könnte dies auch im Hinblick auf Dekaden skizziert werden – löst sich im Zuge dieser Dynamik aus dem Rahmen individueller Biographien unspezifischer Zeitzeugen. Informelle, lebendige Erinnerungen in organischen Gedächtnissen: Erfahrungen, Hörensagen und dergleichen werden zu Kommunikation, die nicht mehr der Vergänglichkeit von Interaktion unterliegt, die stärker geformt ist und mit symbolischen Kodierungen arbeitet. Es beginnen mediale Erinnerungsroutinen (L. Brandstaetter^b) zu greifen, im Zuge

^a<http://parapluie.de/archiv/epoche/perspektive/>

^b<http://parapluie.de/archiv/epoche/kommunikation/>

derer lebendige Vergangenheit zur abgeschlossenen Geschichte gerinnt. Erinnerungstheoretisch ist dieser Prozeß als erster Schritt vom kommunikativen zum kulturellen Gedächtnis zu fassen; präziser beschrieben wird er in Aleida Assmann: *Der lange Schatten der Vergangenheit*.

Es ist Anlaß zum Nägelkauen geboten! Denn D***I erfüllt alle Voraussetzungen für eine solche Erinnerungskarriere. Das *worst case*-Szenario wäre eine medial stabilisierte Springmaus-Generation oder eine Zeichenwerdung im Kontext einer Dekadensemantik, etwa als dinghafte Metonymie für die gegenwärtig zur Epoche gerinnenden historischen 90er Jahre: *D***I, Nirvana und das Internet: Ein Bilderbuch zur letzten Dekade des Jahrtausends* – nicht auszudenken! Darstellungen D***Is in diversen Nostalgieformaten in Rundfunk und Fernsehen wären an der Tagesordnung. Ebenso Reflexionen im Feuilleton, in der popkulturellen Essayistik oder unter der Federführung professioneller Erinnerungser in der Kulturgeschichtsschreibung. Unausweichlich sodann: ein 90er-Jahre Revival mit D***I als Frontmaus! Selbst unter sympathischen Mitmenschen würde D***I als Synonym für guten Geschmack gelten! Wörter wie »goudagarantiert«, »d***Igdoll«, »käsecool«, »parmesanprima« wären in aller Munde! Man würde der Springmaus in stilvollen Retroläden huldigen! Es wäre Kult, mit einem D***I-Shirt in den in lila und rosa Pastelltönen gestalteten Club zu gehen!

Nachgetragen

In der Regel sind es Literaturwissenschaftler, die sich angesichts performativer Widersprüche von der Lust am Text überwältigen lassen. Doch das Eingangszitat zeigt: auch Schriftsteller sind dagegen nicht gefeit. Anders jedenfalls läßt sich die Kontraproduktivität zwischen Hoffen und Handeln in Ebmeyers Worten kaum erklären. Sicherlich: die Nennung D***Is in *Plüsch* erfolgt mit Bedacht, etwa ohne jede Paraphrase. Dennoch verweist die Kombination von Schrift, Buch und Literatur auf Speicherung im kulturellen Gedächtnis. Schon mal die Möglichkeit einer Werkausgabe erwogen? Dann gehörte eine Erklärung, was mit D***I gemeint ist, in den Kommentar. Dem Wunsch, D***I möge vergessen werden, wird ein Stück Boden entzogen, im selben Satz, in dem er ausgesprochen wird: ein rosa Klumpfuß schiebt sich in die Tür zur kulturellen Walhalla!

Wie steht es um den eingangs genannten Wunsch selbst? Die wirtschaftlichen Aspekte einmal großzügig beiseite gelassen, ist bei einem Verbleib D***Is im auf organischen Speichern basierenden kommunikativen Gedächtnis, prinzipiell von einem Erinnerungszeitraum vom 80-100 Jahren auszugehen – also von drei bis vier Generationen. Für das infrage stehende Alltagswissen kann die Hälfte dieser Zeit angesetzt werden, also 45 Jahre. Angesichts von falscher Ernährung, banalen Medienangeboten und weiteren gesellschaftliche Demenz fördernden Faktoren (alleinregierende CSU in Bayern) können 15 Jahre weitere abgezogen werden. Es bleiben also 30 Jahre Wissen um D***I zu überstehen. Für jüngere Mitmenschen ist das eine echte Perspektive! Wie aussichtslos und frustrierend lange man sich an D***I erinnern wird, wenn die Springmaus tatsächlich den Übertritt ins kulturelle Gedächtnis vollzieht, soll hier gar nicht erst ausgemalt werden.