

**Richard Keller Simon: Trash Culture:
Popular Culture and the Great Tradition**

Berkeley: University of California Press 1999, 189 S., ISBN 0-520-22223-7,
\$ 15,95

Über eines ist sich der Autor der hier zur Diskussion stehenden Studie im Klaren: Der kulturkonservative Harold Bloom würde Trash Culture, wenn er es denn je läse, nicht eben schätzen. Und dies, obgleich Simon das zum ersten Mal in *The Anxiety of Influence* ausformulierte und in *The Western Canon* einer breiteren Öffentlichkeit nahegebrachte Revisionskonzept des Literaturpapstes aus Yale seinen eigenen Überlegungen zugrunde legt: „Great writing is always rewriting“, erklärt Bloom, demzufolge jedes Schreiben immer auch als ein Gegenanschreiben, jedes literarische Werk als eine interpretierende Neufassung vorangegangener Werke zu gelten hat. Doch, so fragt sich Simon mit einer gewissen Berechtigung, muss es denn immer „great“ sein, das künstlerische Artefakt, welches aus der

Auseinandersetzung mit einer großen Vorlage entsteht? Simon verneint diese Frage entschieden. Vielmehr sieht er die Bloomsche Revisionsmechanik auch in den Gefilden der Populärkultur am Werke, und so präsentiert er denn *Star Wars* als Hollywood-Neuaufgabe von Edmund Spensers Versepos *The Faerie Queene* („George Lucas is the greatest Spenserian of our time.“ [S.37]). Coppolas *Godfather*-Trilogie als zeitgenössische Orestie-Variation (S.45), die Jim Carrey-Klamotte *Dumb and Dumber* als „Don Quixote for kids“ (S.4), *Rambo II* als „meticulously crafted variation on The Iliad“ (S.163) und den *Playboy* schließlich als „contemporary variant on Castiglione’s Book of the Courtier“ (S.108). Kritikern, die wie etwa George Steiner den Tod der Tragödie konstatieren, entgegnet Simon lakonisch: „Tragedy is not dead [...], it has simply appeared in places we have not looked to find it“ (S.23), d. h. unter anderem in Klatschblättern wie *The National Enquirer* oder *People*, die Simon als Refugien des Tragischen profiliert, in welchen sich Strindbergs *Fräulein Julie*, Euripides’ *Phaedra* oder Aischylos’ *Orest* tummeln, allerdings unter falschem Namen, sei es als Liz Taylor oder aber schlicht als Hinz und Kunz. Und wer nun glaubt, dass die riesigen, an den Peripherien der amerikanischen Städte aus dem Boden schießenden Einkaufszentren allein ein Phänomen des postmodernen Spätkapitalismus zu gelten hätten, den weiß Simon zu beruhigen: Die Konsumtempel seien letztlich nur Weiterführungen der formalen Gartenbaukunst, wie sie seit dem Mittelalter gepflegt wird („These are practical times. The aristocrat who walked down the path of the garden admired the flowers and smelled their scents; the consumer who walks down the path of the shopping mall buys the flower scents in bottles and then smells like the flower or the musk ox.“ [S.96]).

„Alles halb so schlimm!“, könnte eine der zentralen Überzeugungen des Autors lauten, der in den mit Bloom (*The Western Canon*), Steiner (*Real Presences*), Sven Birkerts (*The Gutenberg Elegies*) oder James B. Twitchell (*Carnival Culture: The Trashing of Taste in America*) prominent besetzten Chor der Kulturpessimisten ostentativ nicht einstimmt und das Lamento über den allenortens diagnostizierten Kulturverfall für unberechtigt hält. Letztlich habe sich doch nicht viel verändert, denn „the great tradition“ (Simons Rekurs auf F. R. Leavis) sei ja keineswegs begraben, sondern nach wie vor quicklebendig, wenn auch freilich in einem neuen Gewande: Achill heißt nun eben Rambo, und der Kampf um Troja findet in Vietnam statt. „Marx, Freud, and Foucault are not the only valuable sources for understanding a movie like Rambo; so too is Homer“ (S.20), schreibt Simon folgerichtig, doch wenn auch die von ihm zum Teil durchaus scharfsinnig herausgearbeiteten Parallelen zwischen den Archetexten der Weltliteratur und ihren populärkulturellen Nachfahren oftmals spektakulär sein mögen – hier kann das Kapitel zu *The Faerie Queene* und *Star Wars* als Anschauungsbeispiel dienen (S.29-37) –, so ist zuweilen der heuristische Wert der so gewonnenen Erkenntnisse nicht immer klar. Kurz gesagt: Was bringt es mir, wenn ich begreife, dass sich Luke Skywalkers literarischer Urahne einst als *Knight of the Red Crosse* auf

Aventure begab? Die erneute Gewissheit, dass „[w]e are surrounded by stories that echo, repeat, revise, and adapt the entire history of literature“ (S.3-4), lautet die letztlich zentrale, freilich nicht eben befriedigende Antwort Simons, der als bemühter Didakt allerdings auch darauf hinweist, dass sich der Umweg über Skywalker, R2D2 und Chewbacca bei der Seminardiskussion über Spenser letztlich als Abkürzung erweist: Denn mit dem „urtext of our civilization“ (S.30) – als solchen bezeichnet der bekennende *Star Wars*-Fan Simon Lucas' Sternensaga! – im Rücken könne auch der größte Lesemuffel noch mitreden. Dies mag stimmen, doch ob letzterem auf solche Weise die spezifische Bedeutung des Spenserschen Textes nahegebracht werden kann, die sich nun wirklich nicht in dem von Simon als alleiniger Vergleichsparameter bemühten Handlungsgang erschöpft, erscheint denn doch als reichlich fraglich.

„Our libraries are full of brilliant critical interpretations of great works of literature that virtually no one reads. Our lives are full of compelling and powerful stories that virtually no one writes about. It is time to bring the two together.“ (S.177) Mit diesen sicherlich nicht völlig von der Hand zu weisenden Worten beschließt Simon seine Ausführungen, doch wird man nach der Lektüre der vorangegangenen Seiten den Gedanken nicht los, dass sich der hier formulierten anspruchsvollen Aufgabe ein etwas kritischerer Geist als der Autor der nur stellenweise gelungenen Studie widmen sollte.

Jörn Glasenapp (Göttingen)

Hinweise

Breidbach, Olaf: Das Anschauliche oder Über die Anschauung von Welt. Wien, New York 2000. 140 S., ISBN 3-211-83495-8.

Couldry, Nick: The Place of Media Power. London 2000. 256 S., ISBN 0-415-21315-0.

Oleksy, Elzbieta. Elzbieta Ostrowska. Michael Stevenson (Ed.): Gender in Film and the Media. Frankfurt, M., Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien 2000. 205 S., ISBN 3-631-36214-5.