Mediengeschichten

Wiedergelesen

Marshall McLuhan: Die mechanische Braut. Volkskultur des industriellen Menschen (New York: Gotham Hosiery Company 1951) Aus dem Amerikanischen und mit Anmerkungen von R. Höttschl u. a.

Berlin, Dresden: Verlag der Kunst 1996, 254 S., ISBN 90-5705-021-8, DM 48,-

Manche Bücher sind helllichtig, haben Witz und Profil und machen einfach Lust weiterzulesen, wo immer man sie aufschlägt. Eines dieser Exemplare ist McLuhans *Mechanische Braut*. In einer Zeit geschrieben, als bei uns gerade die letzten Vorbereitungen für ein regelmäßiges Fernsehprogramm getroffen wurden und die Fernsehtheorie, wenn man sie denn so nennen will, das neue Medium gewichtig auf Volksbildung und Erziehung festlegte, hat McLuhan bereits die gesamte Medienlandschaft im Blick. Sein Thema ist Fernsehen genauso wie Werbung, Presse genauso wie Kino, das Buch genauso wie der Comic: ein universaler, dabei aber keineswegs oberflächlicher Blick auf die mediale Umwelt, in der wir leben. Das Besondere dieses Buches ist, so finde ich, die Selbstverständlichkeit, mit der Medien als unsere kulturelle Welt aufgefaßt werden. Hier – man staunt: schon 1951 weiß das jemand – gibt es nicht den Unterschied zwischen guter Kultur und gutem Leben einerseits, Trivialekultur und uneigentlichem Leben andererseits, sondern es gibt Entwicklungen, denen man sich stellen muß. Das heißt nicht, daß McLuhan nicht über bedauernswerte und tief beunruhigende Züge dieser *Volkskultur des industriellen Menschen*, wie der Untertitel sagt, zu berichten hätte. Aber er tut dies nicht kulturkritisch, sondern als Zeitgenosse, der sich kritisch umblickt und analysiert, ohne zu vergessen, daß der Beobachter auch Teilnehmer ist.

Dieser Blick des Beobachters ist klug. Der Autor, von dem die öffentliche Diskussion weithin nur ein paar plakative Formeln kennt – daß die Kanäle „magisch“ sind und daß wir uns in Richtung des „global village“ bewegen – und dem die Gutenberg-Galaxis ein Ärgernis war und medialer Kommunikationsfortschritt eine Hoffnung, bringt in diesen kleinen Mosaiksteinchen zu Medienaspekten, aus denen das Buch besteht – insgesamt sind es ca. 60 Texte zwischen 2 und 4 Seiten – Themen miteinander in Zusammenhang, die normalerweise getrennt voneinander diskutiert werden, weil das Vorteile der Handhabbarkeit, wenn auch nicht der Beschreibungsgenauigkeit und Themenangemessenheit, bringt.

So diskutiert die *Mechanische Braut*, der Text, der dem Band seinen Titel gibt, den Zusammenhang von Werbung, Sexualität, Gewalt und Indiskretion der Medien mit einer Differenziertheit, die mediale Formen und mentale Schemata, Bilder und die Erwartungen für Bilder, Geschäftemacherei und Lebenskonzepte miteinander verbindet. Ausgangspunkt ist die Zurschaustellung von Frauenbeinen als Blickfang für Strümpfe in einer amerikanischen Werbekampagne auf einem Podest, ohne Körper. Der Bezug auf Lebenskonzepte? Viele Mädchen wissen, „ihre Beine sind nicht direkt Ausdruck ihres Geschmacks oder ihrer Individualität, sondern lediglich Ausstellungsstücke wie der Kühlergrill eines Autos. Sie sind mit Rendezvous ködernde Antriebsstangen, die das männliche Publikum auf Trab bringen“ (S.132). Und Sex? Er ist zum Bestandteil eines Wettbewerbs geworden, bei dem Verbraucher und Industrie die Muster formen. „Sexüberdruß und Sexmüdigkeit sind zumindest zu einem gewissen Grad sowohl die Ursache als auch immer stärker das Ergebnis dieser Kampagnen.“ (S.134) Ohne die ‘Gender’-Diskussion zu kennen und ihr Ausmaß auch nur zu ahnen, gibt McLuhan wichtige Hinweise auf Zusammenhänge, die erst heute in ihrer Tragweite für unser Selbstverständnis erkennbar werden: Sexualität bekommt in der Warenwelt eine „extrem behavioristische Ansicht“ (ebd.). Die Partner in diesem Spiel geben sich nicht mehr persönlich, sondern rüsten sich mit „einer Art abstraktem Geschlecht“ (ebd.). Auf der einen Seite „die Zurschaustellung der weiblichen sexuellen Potenz“ (ebd.), auf der anderen Seite das Bild vom männlichen Helden, der „als Spezialist für Bettgymnastik sachkundige Arbeit an einer Reihe dieser kalkuliert unnahbaren und aufgedonneten Fließbandgeschöpfe“ erledigt (ebd.). Die These, die sich über oder unter diesem Austausch von Standardaktivitäten entwickelnde Sexmüdigkeit habe etwas mit Gewaltverherrlichung und Gewaltbereitschaft zu tun, wäre zumindest weiterer Untersuchungen wert; ebenso die vom Zusammenhang zwischen sexueller Übersättigung, Sensation, Sadismus und der Seh-Sucht nach Todesbildern: „Vielleicht ist es das, was das Publikum will, wenn es nach der *Insidergeschichte* greift, die heiß aus den Eingeweiden voller Lasterhaftigkeit oder Unschuld dampft. Das mag es wohl auch sein, was Leute in die Todesshows auf den Rennbahnen zieht und die Zeitungen und Zeitschriften mit Nahaufnahmen von Exekutionen, Selbstmorden und zerquetschten Körpern füllt. Ein metaphysischer Hunger danach, alles sexuell zu erfahren und für einen Moment höchster Erregung dem Geheimnis das Herz herauszureißen.“ (S.136)

Hans Dieter Erlinger (Siegen)