

**Agentur Bilwet: Der DatenDandy.
Über Medien, New Age und Technokultur**

Mannheim: Bollmann Verlag 1994, 220 S., DM 36,-, ISBN 3-927901-57-1

Die bibliothekarische Definition eines Buches schließt ein, daß es für sich (im Regal) steht, das gilt dann auch im übertragenen Sinne - ein Buch ist selbsterklärend, man schlägt es auf und liest und irgendwann ist es zu Ende. Im Cyber-

Zeitalter des Netzverbands scheint sich dies zu ändern: Das vorliegende Buch ist vielleicht nur verständlich, wenn man im virtuellen Netzwerk der Agentur Bilwet steckt - dann braucht man wohl keine Rezension, wenn man nicht drin steckt, nutzt es einem wenig, zu wissen, daß im Begleitschreiben des Verlags darauf hingewiesen wird, die Agentur habe sich „der illegalen und ambulanten Wissenschaft verschrieben“. Nun mag das u.a. eine problematische Übersetzung aus dem Niederländischen sein, wo die Agentur ihren Sitz hat, es kann sich aber auch um eine Irgendwie-Beschreibung eines sehr widersprüchlichen Konglomerats im subkulturellen Bereich handeln. Dafür sprechen die Themen, die sich die „Akademie der ambulanten Wissenschaften“ (die vielleicht nicht mit der Agentur identisch ist) 1994 gestellt hat: Fernsehen und Medien, der aktuelle Körper, AntiFa-Studien und submodernes Leben.

Diese Vielfalt reflektiert ein wenig den so beschriebenen 'Daten-Dandyismus': „Die elegante Extravaganz, mit der das detaillierteste Konversationswissen zur Schau gestellt wird, schockiert die zielbewußten Mediennutzer. [...] Seinem sorgfältig zusammengestellten Informations-Portefeuille ist keine konstruktive Motivation zu entnehmen.“ (S.75) Das Zitat entstammt dem Titelaufsatz *DatenDandy* - mit der schwächste Beitrag der Sammlung. Dieser gibt dem Band denn auch nicht ganz zu Unrecht seinen Namen, denn das Buch hat an vielen Stellen etwas Dandy-, Gecken-, Stutzerhaftes, etwas Übermodisches, Stakkatohaftes, Bolziges; so ist offenbar ein Teil der Subkultur unserer Zeit.

Trotz der fehlenden Struktur (der Band ist in Abschnitte unterteilt, deren Abfolge sich an keinem erkennbaren Schema orientiert) und dem Mangel an argumentativer Stringenz sollte man die Differenziertheit der Agentur nicht unterschätzen. Sie kann durchaus Ernsthaftes produzieren, zwar weniger in bezug auf die Medien, aber was die Beiträge betrifft, die sich mit dem Faschismus auseinandersetzen - und das sind fast die Hälfte des Bandes (über Leni Riefenstahl, Hergé's Strips, *Mein Kampf*, Autobahnen). Ansonsten steht eher das Thema 'Körper' im Vordergrund: Körper im Film, sensorischer Körper und Musik, Reality-TV, Technokultur, Medien und Drogen. Aber es gibt auch anderes: Wolken, Kirche, Krieg und Medien, New Age (dies wahrscheinlich der wissenschaftlichste Beitrag).

Das alles ist in Qualität und Stil recht unterschiedlich und spiegelt auch keine erkennbare inhaltliche Grundeinstellung. 'Flippig' würde man im ersten Moment nicht zu Unrecht sagen, aber an manchen Stellen steht dahinter doch eine Ernsthaftigkeit, die man bei vielen Baudrillard- und Derrida-Adepten nicht mehr spürt. Wer sich also diesen Sortierprozessen unterziehen will, wird sicherlich einiges Interessantes finden, wenn er bereit ist, sich auf diese dandyhafte Anlage einzulassen, den „egoistisch-arroganten Müßiggang“ (Meyer Enzyklopädisches Lexikon). Denn das ist das Buch auch: egozentrisch (obwohl die Egos nicht genannt werden), arrogant (indem es auf sozialisierte Leser keine Rücksicht nimmt) und vielleicht auch müßig - zumindest in der Richtung, die durch Titel und Untertitel

angedeutet wird. Der Titel ist irreführend, interessant wäre zu erfahren, welchen Titel die Bilwet-Gemeinde dem Buch gäbe (über den niederländischen Titel wird nichts verraten).

Gernot Wersig (Berlin)