

Making It Like It (Never) Was?

Nostalgie und das Selbstverständnis der US-amerikanischen Kultur

Sabine Sielke

Wenn man sich Konzepten von ›Nostalgie‹ aus der Perspektive der interdisziplinären Nordamerikastudien nähert, wird eines evident: Die US-amerikanische Kultur – die für nicht wenige Betrachter:innen ebenso faszinierend wie in vielen ihrer Eigenheiten unverständlich, wenn nicht verstörend erscheint – operiert mit einem grundlegend nostalgischen Selbstverständnis. Dies ist die zentrale These meines Beitrags, die ich im Folgenden in vier Schritten herleiten und begründen werde. Mit dem kurzen ersten Schritt begeben wir uns auf Zeitreise in das New York der späten 1970er Jahre, wo sich klärt, was es mit »Making It Like It (Never) Was« auf sich hat. In einem zweiten Schritt erläutere ich das Konzept von Nostalgie, das wir – eine Gruppe von Wissenschaftler:innen verschiedener Fächer der Geistes-, Sozial- und Geowissenschaften – am Zentrum für Kulturwissenschaft/Cultural Studies im Rahmen des Forschungsprojekts *Nostalgie: Zeit-Räume, Affekte, Warenkultur* entwickelt und an unterschiedlichen Phänomenen, von der Erfindung der Kindheit im 18. Jahrhundert bis zu Retroästhetiken in digitalen Formaten, beschrieben haben. Im dritten Schritt zeige ich, wie sich die Dynamik von Prozessen der Nostalgie mit einem Gestus der Neuheit verträgt und eine Nostalgie für das Neue sich in den Entwurf Amerikas als »work in progress«, als ein unvollendetes, fundamental nostalgisches und gleichzeitig utopisches Projekt einschreibt. Anders formuliert: Der imaginierte Raum Amerika entfaltet sich im Spannungsfeld von Nostalgie, seriellem Werden und Wunsch nach Transformation. Der vierte Schritt ist eine kurze Fußnote zu einer Politik der Nostalgie, die seit einiger Zeit im Aufwind ist.

1. »New York, New York« oder: »Mayor, Make It Like It Was!«

Nostalgie ist ein Phänomen der Moderne, das auch unseren Zugang zu Großstädten, unsere (vornehmlich ›westlichen‹) Wahrnehmung urbaner Räume und längst auch vielerorts Stadtarchitekturen prägt – erst recht, wenn es um eine Stadt geht,

die eine Epoche derart paradigmatisch verkörpert wie New York die Moderne. Gleichzeitig repräsentiert New York in den Augen vieler die Quintessenz amerikanischer Kultur und bestimmt auf diese Weise ihrerseits das Nostalgie-Repertoire eines ganzen Landes – und zu diesem Repertoire gehört paradoxerweise auch der Gestus des Neuen, ja die Sehnsucht nach dem wiederholten Neubeginn, ein Begehrten, sich seriell neu zu erfinden; dazu später mehr.

Die Bezugspunkte hier sind zum einen natürlich Frank Sinatras legendärer Song »New York, New York« aus dem Jahr 1979 (»if I can make it there, I'll make it anywhere«),¹ zum anderen, wenngleich weniger offensichtlich, Ric Burns' Dokumentation *New York*, die acht Teile mit 17½ Stunden Laufzeit umfasst und erstmals 1999 vom Public Broadcasting Service (PBS) ausgestrahlt wurde. Die Szene, auf die ich mich mit dem Zitat »Mayor, Make It Like It Was« beziehe, stammt aus der Folge »The City and the World«, in der Ed Koch, Bürgermeister New Yorks von 1978 bis 1989, folgende Anekdote zum Besten gibt:

»The summer of my election, I went for a walk on the Brighton Beach boardwalk. It was August. Suddenly, I heard a woman calling ›Mayor, Mayor!‹ and I looked down the boardwalk and there was this elderly lady. She must have been in her late seventies. And she came towards me, she took my hand, and she looked at me and she said, ›Mayor, make it like it was.‹ I must tell you, I still have goose pimples, and I thought to myself as she said it, ›Madam, it never was the way you think it was, but I'll try.‹«²

Ed Kochs Geschichte eignet sich bestens als Einstieg, weil Koch sein Mandat als Bürgermeister in seiner Erinnerung bereits nostalgisch verklärt hat und uns mit seiner Antwort auf die Bitte »Mayor, make it like it was« sogar eine nützliche Arbeitsdefinition von Nostalgie liefert. »It never was the way you think it was, but I'll try«: Koch deutet somit an, dass sich Nostalgie nicht mit der Sehnsucht nach einer idealisierten Vergangenheit begnügt. Vielmehr ist sie ein schöpferischer Akt, der Neues hervorbringt und zentral ist für das subjektive Begehrten und das kulturelle Imaginäre. Als »Romanze« mit unseren eigenen und kulturell überlieferten »Fantasien«³ inspiriert Nostalgie Zukunftsentwürfe; und sie ist, so mein Argument, von fundamentaler Bedeutung für das Selbstverständnis der gesamten US-amerikanischen Kultur und ihre seriellen Prozesse des Vergessens. Was aber unterscheidet Nostalgie von anderen Modi der Erinnerung? Wie entstehen Zeit-Räume, die wir als ›nostalgisch‹ identifizieren? Wie entfalten diese imaginierten Zeit-Räume politische Wirkungen? Und zu allererst: Wie lässt sich Nostalgie greifen?

1 Sinatra, Frank: Theme from *New York, New York*. Trilogy. Past Present Future, Reprise, 1980.

2 *NEW YORK. A DOCUMENTARY FILM* (USA 1999–2003, R: Ric Burns), 2:02:15–2:02:59.

3 Boym, Svetlana: *The Future of Nostalgia*, New York: Basic Books 2001, S. XIII.

2. Nostalgie & Retro: Die Praxis und die ›Theorie‹

Als ich – vor bald 15 Jahren – anfing, intensiver über Nostalgiephänomene nachzudenken, war noch nicht abzusehen, wie prominent dieser Begriff werden sollte. Heute ist Nostalgie ein Begriff, dem man kaum mehr entkommt und der sich vermeintlich selbst erklärt. In der Tat ist Nostalgie ein Konzept der Moderne, das – ähnlich wie Kitsch – keinen guten Ruf und dennoch seit einiger Zeit wieder Hochkonjunktur hat. Erstmals 1688 durch den Arzt Johannes Hofer als pathologisches Heimweh beschrieben, das bei Schweizerischen Söldnern zum Tode führen könne, boomt Nostalgie seit etwa drei Dekaden allerorten – als Diskurs und kulturelles Phänomen wie als Gegenstand der Forschung. Nostalgie umreißt dabei, zumeist recht unscharf, mal ein Terrain mit Erinnerungswert – »Das Freibad ist [...] ein Ort der Nostalgie«, konnte man 2016 in einer Kolumne der Wochenzeitschrift *DIE ZEIT* lesen⁴ –, mal einen rückwärtsgewandten Politikstil, der Donald Trumps »economics of nostalgia«⁵ ebenso zu kennzeichnen scheint wie nationale Alleingänge namens BREXIT und Tendenzen xenophober Rhetorik in Europa. Auch die Gefühlslage eines Universitätsbetriebs, der die schöne alte Zeit vor der Modularisierung zurücksehnt, wird bisweilen mit dem Begriff Nostalgie belegt.

Bei all dem umschreibt Nostalgie, so scheint es, die unbestimmte Sehnsucht nach einer Zeit, in der vermeintlich alles noch klar und übersichtlich war – eine Zeit, die jedoch so nie war (so ist sich die Forschung einig), der aber irgendwie im Jetzt Geltung verschafft werden soll. Gleichzeitig ziert das Label Nostalgie ein breites Konsumangebot, das von Aldis »Nostalgie-Tüte« bis zu den »ZEIT REISEN« in Nostalgie-Zügen reicht. Keine Überraschung also, dass Damien Chazelles nostalgischer Musicalfilm *La La Land* (2016)⁶ – eine Hommage an Hollywood und Bollywood – im Januar 2017 mit sieben Auszeichnungen alle Rekorde bei den Golden Globes brach.

Ebenso virulent manifestiert sich seit den 1990er Jahren der Flirt mit Formen einer idealisierten Vergangenheit auch in Retroästhetiken⁷, die das Design von Gebrauchsgegenständen vom Automobil bis zum Toaster, die Mode, die Filme des Neo-Noirs oder des Retrofuturismus sowie die Architektur mittlerweile oft zu bestimmten scheinen. Kurioserweise kleiden sich auch Artikel des täglichen Konsums vom Kaffeepulver bis zum Waschmittel – Persil ist hier ein besonders prominentes Beispiel – gern im Stil der wirtschaftswundernden 1950er Jahre und verklären dabei

4 Jessen, Jens: »Freibad«, in: *Die Zeit* vom 04.08.2016, S. 53

5 Irwin, Neil: »Donald Trump's Economic Nostalgia«, in: *New York Times* vom 28.06.2016, <https://www.nytimes.com/2016/06/29/upshot/donald-trumps-economic-nostalgia.html>.

6 *LA LA LAND* (USA 2016, R: Damien Chazelle).

7 Vgl. Reynolds, Simon: *Retromania. Pop Culture's Addiction to Its Own Past*, London: Faber and Faber 2011; Guffey, Elizabeth E.: *Retro: The Culture of Revival*, London: Reaktion 2006.

eine Zeit, in die eigentlich niemand – weder in den USA noch hierzulande – wirklich gerne zurückkehren wollte. Selbst unsere Geschmacksnerven sollen auf Zeitreise gehen: So servierte McDonald's seinen Kunden im Frühjahr 2016 (mal wieder) den »1955 Burger«, reichte gern die Cola im »Nostalgie-Glas« dazu und lieferte damit auch eine nostalgische Rückschau auf die Geschichte des Fast-Food-Unternehmens, das 1955 gegründet wurde.

Was bei diesem Trend ins Auge fällt: Der nostalgische Blick zurück gilt längst nicht mehr als verschämt oder pathologisch, sondern als zugleich spielerisch, affirmativ und selbstreflexiv. »Retro ist Kult«, so betitelt das Modemagazin *Madame* im März 2012 seinen Leitartikel über »Mode, Design, Lifestyle« und verspricht auf dem Cover gar eine Erklärung dafür, »warum der Blick zurück eindeutig nach vorn weist«. Interessanterweise liefern Populärkultur und Werbung eine Analyse der Phänomene Nostalgie und »Retro« gleich mit. Doch sollen wir dieser Lesart vertrauen, wohl wissend, dass Nostalgie eng mit unserer Konsumkultur verwoben ist? Und sollte Retro in all seinen Schattierungen nicht klarer von Nostalgie differenziert werden? Grundsätzlich gilt, so mein Vorschlag: Keine Nostalgie ohne Retro(ästhetik), aber viel Retro ohne Nostalgie, denn Retro arbeitet der Nostalgie zu, verkauft sich aber auch ohne sie bestens.

Gleichzeitig ist mitnichten klar, was Popkultur und Kulturwissenschaft eigentlich meinen, wenn von Nostalgie die Rede ist. Erschwerend kommt hinzu, dass nicht überall Nostalgie drin ist, wo Nostalgie draufsteht – und das gilt für Nostalgie-Tüten ebenso wie für zahlreiche Publikationen zum Thema. Während die Forschung betont, dass Nostalgie vergangene Zeit-Räume nicht erinnert, sondern neu erfindet, fehlt es dem proliferierenden Forschungsfeld ›Nostalgie‹ an Einigkeit in fundamentalen Fragen: Was Nostalgie eigentlich ist, wie sie ›funktioniert‹ und welche kulturellen Effekte sie bewirkt, kann trotz der vielen rezenten Publikationen zum Thema noch nicht so recht beantwortet werden. Auch eine »Geschichte der Nostalgie«, die der Soziologe Richard Sennett bereits 1977 angemahnt hat, ließ lange auf sich warten;⁸ eine Version dieser Geschichte erzählt Tobias Beckers Studie *Yesterday: A New History of Nostalgia* (2023). Ohne Zweifel haben Studien wie Dominik Schreys *Analoge Nostalgie in der digitalen Medienkultur* (2017) einen wichtigen Beitrag zu dieser Historiografie geleistet. Doch hat auch die Geschichte des Begriffs Nostalgie in dem breiten Forschungsfeld bislang noch keine klaren Konturen entwickelt. Scheint diese Geschichte bisweilen sogar aufgearbeitet, so bezieht sich die Forschung – z.B. Michael D. Dwyers Studie *Back to the Fifties: Nostalgia, Hollywood Film, and Popular Music*

8 Sennett, Richard: *The Fall of Public Man*, New York: Knopf 1977, S. 168. André Bolzingers *Histoire de la nostalgie. Entre médecine et psychanalyse* (Paris: Evergreen 2007) fokussiert die Psychoanalyse; im gleichen Jahr legt Linda Marilyn Austin mit *Nostalgia in Transition, 1780–1917* (Virginia: UVA Press 2007) eine Monografie vor, die historische Wandlungen des Phänomens verfolgt, jedoch auf Phasen britischer Kultur beschränkt ist.

of the Seventies and Eighties (2015) – oftmals lediglich auf die historische Entwicklung des Konzepts in der Psychologie.⁹ Bis ins späte 18. Jahrhundert als tödliche Krankheit beschrieben, wurde Nostalgie lange pathologisiert und avancierte erst in den letzten Jahrzehnten zu einer »psychologischen Ressource«. »Nostalgia weakens the desire for money¹⁰, »drives donations¹¹, befördert »empathy¹² und wirkt als »antidote to boredom¹³ – so einige der rezenten Forschungsergebnisse.¹⁴ Und Daniel Rettig erklärt, »warum Nostalgie uns glücklich macht«.¹⁵

Für nicht wenige Autor:innen bedarf der Begriff keiner gesonderten Erläuterung. Mike Chopra-Gant beispielweise stellt seiner Studie *The Waltons: Nostalgia and Myth in Seventies America* (2013) eine Einleitung mit dem Titel »Anodyne« voran, die Nostalgie schlicht als Schmerzmittel oder Beruhigungspille definiert und auf weitere konzeptuelle Überlegungen gänzlich verzichtet. Nicht zuletzt, weil viele Untersuchungen unter dem Stichwort Nostalgie vornehmlich aktuelle Retrophänomene ins Visier nehmen, ohne sauber zwischen Retro und Nostalgie zu trennen, verwischen die Konturen des Konzepts zunehmend. Gleichzeitig häufen sich »Genrebezeichnungen«: Sie reichen von »designer nostalgia« und »culinary nostalgia« über »campaign nostalgia« bis zu »social nostalgia«, »imperialist« und »anti-imperialist nostalgia«.¹⁶ Unser Verständnis von Nostalgiephänomenen schärfen sie nicht; viel-

9 Bereits 1966 veröffentlicht, bleibt Jean Starobinskis *Le concept de nostalgie* (in: Diogène 54 (1966), S. 92–115) bis heute relevant, denn es umreißt einerseits den historischen Rahmen und mögliche Forschungsfelder, zeigt andererseits die Grenzen einer primär psychologisch-psychoanalytischen Ausdeutung von Nostalgie auf.

10 Lasaleta, Jannine D./Sedikides, Constantine/Vohs, Kathleen D.: »Nostalgia Weakens the Desire for Money«, in: *Journal of Consumer Research* 41 (2014), S. 713–729.

11 Merchant, Altaf/Ford, John B.: »Nostalgia Drives Donations«, in: *Journal of Advertising Research* 50 (2010), S. 450–459.

12 Zhou, Xinyue, et al.: »Nostalgia. The Gift That Keeps on Giving«, in: *Journal of Consumer Research* 39 (2012), S. 39–50.

13 Van Tilburg, Wijnand A. P./Igou, Eric R./Sedikides, Constantine: »In Search of Meaningfulness. Nostalgia as an Antidote to Boredom«, in: *Emotion* 13 (2013), S. 450–461.

14 Vgl. auch Baldwin, Matthew/Biernat, Monica/Landau, Mark J.: »Remembering the Real Me. Nostalgia Offers a Window to the Intrinsic Self«, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 108 (2015), S. 128–147; Baldwin, Matthew/Landau, Mark J.: »Exploring Nostalgia's Influence on Psychological Growth«, in: *Self and Identity* 13 (2014), S. 162–177; Sedikides, Constantine/Wildschut, Tim/Arndt, Jamie/Routledge, Clay: »Nostalgia. Past, Present, Future«, in: *Current Directions in Psychological Science* 17 (2008), S. 304–307.

15 Rettig, Daniel: *Die guten alten Zeiten. Warum Nostalgie uns glücklich macht*, München: DTV 2013.

16 Siehe Huppertz, Daniel J.: »Designer Nostalgia in Hong Kong«, in: *Design Issues* 25 (2009), S. 14–28; Mannur, Anita: »Culinary Nostalgia. Authenticity, Nationalism, and Diaspora«, in: *MELUS* 32 (2007), S. 11–31; O'Brien, Kevin J./Li, Lianjiang: »Campaign Nostalgia in the Chinese Countryside«, in: *Asian Survey* 39 (1999), S. 375–393; Abeyta, Andrew A., et al.: »Attachment-Related Avoidance and the Social and Agentic Content of Nostalgic Memories«, in: *Journal*

mehr wird ihre Wirkmacht durch eine solche ›Ausweitung der Kampfzone‹ weiter verunklärt.

Schließlich ist Nostalgie weitgehend geblieben, was Dieter Baacke schon vor vierzig Jahren monierte: ein »Phänomen ohne Theorie«¹⁷. Selbst da, wo Theorie draufsteht, z.B. in Josué Hararis Essay *Nostalgia and Critical Theory* (1989), ist sie nicht notwendigerweise drin. In Hararis 25-seitigem Aufsatz fällt der Begriff »nostalgia« lediglich im Titel und am Ende seiner Argumentation: »[O]ur entire literary and theoretical modernity«, ist dort zu lesen, »is predicated on a nostalgia for the real«.¹⁸ Hararis Aufsatz ist dennoch erwähnenswert, denn er umreißt den Kontext, in dem das Konzept der Nostalgie seine bislang deutlichste Theoretisierung erfahren hat: die Moderne/Postmoderne-Diskussion.¹⁹ »When the real no longer is what it used to be«, so schreibt Jean Baudrillard in seinem Essay *The Precession of Simulacra* (1984), »nostalgia assumes its full meaning. There is a proliferation of myths of origin and signs of reality: of secondhand truth, objectivity, and authenticity«.²⁰ Im Jahr 2000 bekräftigt und erweitert Linda Hutcheon in ihrem Essay *Irony, Nostalgia, and the Postmodern* diese Argumentation: »[D]enying or at least degrading the present as it is lived, nostalgia makes the idealized (and therefore always absent) past into the site of immediacy, presence, and authenticity«.²¹ In der Tat scheinen Nostalgie und Retro stets Hochform zu entwickeln, wenn unser Zeitempfinden Akzeleration und Transformation meldet und nach Stillstand, sprich »immediacy, presence, and authenticity«, verlangt.

Doch muss betont werden, dass der Wunsch nach unvermittelten ›Realität‹ und ›Authentizität‹, der Nostalgiephänomenen anhaftet, ein Effekt globaler Medienkulturen ist, Kulturen, die uns heterogene Wirklichkeiten hypermedial aufbereiten und scheinbar synchron über homogene Bildoberflächen vermitteln. Nostalgiephänomene sind somit maßgeblich bedingt durch die Emergenz neuer und neuester Medientechnologien und -ästhetiken, die – wie insbesondere Fotografie, Film und digitale Formate – Zeit (und damit auch Raum) in neuer Form affektiv erfahr- und form-

of Social and Personal Relationships 32 (2015), S. 406–413; Rosaldo, Renato: »Imperialist Nostalgia«, in: Representations 26 (1989), S. 107–122; Wenzel, Jennifer: »Remembering the Past's Future. Anti-Imperialist Nostalgia and Some Versions of the Third World«, in: Cultural Critique 62 (2006), S. 1–32.

17 Baacke, Dieter: »Nostalgie. Ein Phänomen ohne Theorie«, in: Merkur 30 (1976), S. 442–452.

18 Harari, Josué: *The Limits of Theory*, Stanford: Stanford U.P. 1989, S. 168–193, hier S. 191.

19 Vgl. auch Frow, John: *Time and Commodity Culture. Essays on Cultural Theory and Postmodernity*, Oxford: Clarendon Press 1997.

20 Baudrillard, Jean: »The Precession of Simulacra«, in: Brian Wallis (Hg.), *Art after Modernism. Rethinking Representation*, New York: New Museum of Contemporary Art 1984, S. 253–281, hier S. 257.

21 Hutcheon, Linda: »Irony, Nostalgia, and the Postmodern«, in: *Studies in Comparative Literature* 30 (2000), S. 189–207, hier S. 197.

bar gemacht haben. Nostalgie ist ein komplexer Prozess, der unsere Wahrnehmung von Zeit-Raum-Verhältnissen in sich beständig wandelnden Medienökologien immer wieder neu modelliert und affektiv auflädt. Zentral für Nostalgieeffekte sind ästhetische Erfahrungen – Erfahrungen also, die über Medien der Reproduktion und Simulation, vom Buchdruck bis zu digitalen Formaten, aber auch über die Materialität und Haptik von Dingen, Objekten und Oberflächen vermittelt werden. Diese Erfahrungen binden Nostalgie wiederum eng an unsere Waren- und Konsumkulturen und an Prozesse der Kommodifizierung. Gleichzeitig leistet Nostalgie der zunehmenden Mediatisierung unserer Weltwahrnehmung und damit auch Prozessen der Modernisierung und Globalisierung Widerstand, nicht zuletzt durch eine virulente Wiederkehr und Vermarktung der Konzepte von Heimat und Heimweh. Ob eine derart konsumaffine Resilienz politisch wirksam sein kann, bleibt fraglich.

Grundsätzlich gilt das Begehr der Nostalgie jedoch weniger einer idealisierten Vergangenheit als einer anderen Gegenwart und einer ‚besseren‘ Zukunft. »Die Nostalgie richtet sich auf einen Anfang«, heißt es bei Michael Rutschky,

»einen Ursprung, als noch nicht ausgemacht war, wie die Geschichte weitergeht. Als das Wünschen noch geholfen hat – als man sich für die Zukunft noch einen Idealzustand ausdenken durfte. Die Nostalgie richtet sich auf eine Zeit, in der alles noch Hoffnung und Erwartung ist; die retrograde Sehnsucht imaginiert eine entgegengesetzte, die sich restlos auf die Zukunft richtet.«²²

Nostalgie ist somit eine Form des fälschlichen Erinnerns, des Vergessens, und ein kreativer Akt, der Zeit-Räume entstehen lässt, die vorher nicht existent waren und die dennoch eine zentrale Bedeutung sowohl für individuelles Begehr als auch für ein jeweils spezifisches kulturelles Imaginäres entwickeln. Nostalgie inspiriert unsere Vorstellungen alternativer Gegenwart und Zukunft, indem sie imaginiert, verbildlicht, materialisiert, was sein könnte. So erinnert sie eher nach vorn denn zurück.²³

Eine solche Dynamik kennzeichnet auch das Selbstverständnis der US-amerikanischen Kultur: Als eine der ersten modernen Demokratien beruft sie sich beständig auf ihre ‚Gründerväter‘ und räumt die Nachhaltigkeit ihrer fundamentalen Widersprüche – die Dezimierung der *Native Americans* und die Institution der Sklaverei

22 Rutschky, Michael: »Die Himmelsmacht der Nostalgie«, in: *Merkur* 679 (2005), S. 1050–1059, hier S. 1057.

23 Vgl. auch Koselleck, Reinhart: *Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten*, Frankfurt: Suhrkamp 1979. Guffey (2006) spricht vom »lure of yesterday's tomorrows« (S. 133–134). Nawas und Platt legten bereits 1965 eine psychoanalytisch geprägte »future-oriented theory of nostalgia« vor, die Nostalgie als »expression of concern over, or dread of, the future« interpretiert (Nawas, M. Mike/Platt, Jerome J.: »A Future-Oriented Theory of Nostalgia«, in: *Journal of Individual Psychology* 21 (1965), S. 51–57, hier S. 55).

und ihre Folgen – lediglich ein, um die ausstehende Verwirklichung ihrer Ideale immerfort in die Zukunft denken, sich somit rekursiv und seriell immer wieder aufs Neue legitimieren und beständig als Utopie in die Zukunft projizieren zu können. Dabei scheint die These, die US-amerikanische Kultur sei zutiefst nostalgisch, in direktem Widerspruch zu stehen zum Gestus des Neuen und der Innovation, den diese Kultur permanent in Szene setzt. Wie also sind Nostalgie und Novität vereinbar?

3. *Nostalgia for the New* und andere Paradoxien US-amerikanischer Kultur

Wenn auch mitnichten eine amerikanische Erfindung, so ist »Neuheit« ohne Zweifel ein Fundament amerikanischen Selbstverständnisses. Anibal Quijano und Immanuel Wallerstein sprechen gar von einer »deification and reification of newness«.²⁴ Mehr noch: Das Mindset des *American way* macht mit seiner Nostalgie für das Neue das vermeintlich Unvereinbare bestens vereinbar und erinnert an Rutschkys oben zitierte Worte: »Die Nostalgie richtet sich auf einen Anfang, einen Ursprung, als noch nicht ausgemacht war, wie die Geschichte weitergeht. Als das Wünschen noch geholfen hat – als man sich für die Zukunft noch einen Idealzustand ausdenken durfte«.

Wenngleich sich Menschen wohl schon immer über Neuheiten ausgetauscht haben, wie der Kulturwissenschaftler Frank Kelleter mutmaßt, entwickelt sich Anfang des 17. Jahrhunderts ein neues Verständnis von »newness«. Interessanterweise fällt das Aufkommen der ersten englischsprachigen Zeitung – Nathaniel Butters *Weekly News*, die erstmals 1622 erschien – mit der Veröffentlichung von Francis Bacons *Novum Organum Scientiarum* (»new instrument of science«) im Jahr 1620 zusammen, das »die Überlegenheit rezenter über traditionelle Formen des Lernens« favorisiert.²⁵ Und auch die Migration der Puritaner, die mit der Mayflower in Cape Cod anlanden, ist auf November 1620 datiert: Die neue Welt, das neue Canaan, das sie besiedeln, ist nicht zuletzt ein imaginärer Ort, der in den Köpfen der Europäer bereits existierte, als keiner von ihnen auch nur einen Fuß auf das Territorium gesetzt und Orte wie »New Amsterdam« begründet hatte. Ende des 18. Jahrhunderts projizierte der Autor Hector St. John de Crèvecoeur den generischen Amerikaner als »new man«:

24 Quijano, Aníbal/Wallerstein, Immanuel Maurice: »Americanity as a Concept; or, The Americas in the Modern World-System«, in: International Social Science Journal 44 (1992), S. 549–557, hier S. 551.

25 Zit. n. Kelleter, Frank: »Four Theses on the News«, in: Christian Kloeckner/Simone Knewitz/Sabine Sielke (Hg.), *Knowledge Landscapes North America*, Heidelberg: Winter 2016, S. 211–230, hier S. 213; meine Übersetzung.

*He is an American who, leaving behind him all his ancient prejudices and manners, receives new ones from the new mode of life he has embraced, the new government he obeys, and the new rank he holds. He becomes an American by being received in the broad lap of our great *Alma Mater*. Here individuals of all nations are melted into a new race of men, whose labours and posterity will one day cause great changes in the world. [...] The American is a new man, who acts upon new principles; he must therefore entertain new ideas, and form new opinions.*²⁶

Ähnlich beschreibt der Philosoph Ralph Waldo Emerson den amerikanischen Dichter Mitte des 19. Jahrhunderts als »the only teller of news« whose gift

»adorns nature with a new thing. [...] The poet has a new thought: he has a whole new experience to unfold [...]. For, the experience of each new age requires a new confession, and the world seems always waiting for its poet«.²⁷

Emersons Dichter war ein »neuer Adam«, der eine neue Wahrnehmung mit neuen Begriffen belegte. Und bekanntermaßen forderten auch Lyriker der Moderne wie Ezra Pound und William Carlos Williams mit ihrem Schlachtruf »make it new!« die Transformation unserer Wahrnehmung durch eine neue Poetik, »that sense of sudden liberation, that sense of freedom from time limits and space limits«.²⁸ Schließlich verortete sich John F. Kennedy in seiner Nomination Acceptance Address im Juli 1960

»at the edge of a New Frontier—the frontier of the 1960s, the frontier of unknown opportunities and perils, the frontier of unfulfilled hopes and unfulfilled threats. [...] Beyond that frontier are uncharted areas of science and space, unsolved problems of peace and war, unconquered problems of ignorance and prejudice, unanswered questions of poverty and surplus«.²⁹

Und von dort war es nicht weit zur neuen Frontier virtueller Räume und digitaler Kommunikation.

26 de Crevecoeur, J. Hector St. John: »Letter III. What Is an American?«, in: Letters from an American Farmer, London: Davies & Davis 1782, https://avalon.law.yale.edu/subject_menus/letters.asp.

27 Emerson, Ralph Waldo: »The Poet«, in: The Collected Works of Ralph Waldo Emerson, Volume III. Essays. Second Series, Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard U.P. 1983, S. 1–24, hier S. 6–7.

28 Zit. n. Levenson, Michael H.: A Genealogy of Modernism. A Study of English Literary Doctrine, 1908–1922, Cambridge: Cambridge U.P. 1984, S. 665.

29 Kennedy, John Fitzgerald: Acceptance of Democratic Nomination for President, 15.07.1960, <https://www.jfklibrary.org/learn/about-jfk/historic-speeches/acceptance-of-democratic-nomination-for-president, o.S.>

Offensichtlich fungiert »newness« als eine zentrale Figur des Selbstverständnisses einer US-amerikanischen Kultur der Innovation, die sich die Momente ihrer Emergenz beständig in Erinnerung ruft und damit ihre »Originalität« seriell autorisiert – eine Haltung, die der Dichter Charles Bernstein 2009 beherzt durch den Kakao zieht: »I love originality so much I keep copying it«.³⁰ Nur so kann Amerika seine Unschuld immer wieder aufs Neue verlieren und sich im Rückbezug auf die immer gleichen alten Texte wiederholt neu aufstellen – ganz gleichgültig, ob diese Texte, z.B. der zweite Verfassungszusatz, der das Recht auf Selbstverteidigung zementiert, noch zeitgemäß sind oder nicht. »Nostalgia for the new« macht's möglich.

Auch New York – vormals New Amsterdam – hat sich, in geradezu paradigmatischer Art und Weise, immer wieder neu erfunden, und die Episode aus der PBS-Dokumentation, die ich einleitend zitiert habe, erinnert uns an ein New York, das mittlerweile als vergessen gilt. Was also hatte Mayor Koch versucht, um New York wieder zu dem zu machen, was es in der Vorstellung vieler Menschen einmal gewesen war oder genauer: gewesen sein sollte? (Wir erinnern uns: »Mayor, Mayor, make it like it was« war sein Auftrag; »Madam, it never was the way you think it was, but I'll try« seine Antwort.) Koch trat sein Amt 1978 an, als die Stadt – »deindustrialisiert«, »dreckig, gefährlich und fast bankrott«, wie sein Biograph Jonathan Soffer es formuliert – an ein »Kriegsgebiet« erinnerte.³¹ Angesichts dieser Ausgangslage waren Kochs Bemühungen als Bürgermeister – im Rahmen einer neoliberalen Strategie, die Soffer als »corporate welfare« beschreibt³² – in gewisser Weise und kurzzeitig durchaus erfolgreich. Gleichzeitig hat Koch New Yorks »precarious revival«, einen signifikanten Anstieg innerstädtischer Armut und eine *law-and-order*-Politik im Umgang mit Obdachlosen wie Kriminellen zu verantworten³³, für die ihm der Applaus von Martin Scorseses *Travis Bickle* sicher gewesen wäre: Der Vietnam-Veteran und Antiheld aus *Taxi Driver*³⁴ hätte sich seine eigenen brutalen »Aufräumarbeiten« sparen können, wäre Koch zu seiner Zeit schon im Amt gewesen. Vor allem jedoch ist Koch berühmt und berüchtigt für »procorporate policies«, die Reiche noch reicher machten, wenngleich sie versuchten, diese Entwicklung nicht auf Kosten der Armen voranzutreiben.³⁵ Seine Formel für den Aufschwung New Yorks – »Vergünstigungen für bestimmte ethnische Gruppen, Vertrauen in Business, Markt und Gen-

³⁰ Bernstein, Charles: »Manifest Aversions, Conceptual Conundrums, & Implausibly Deniable Links. Third in a series of eight manifestos«, in: Poetry 2 (2009), <https://www.poetryfoundation.org/poetrymagazine/articles/69198/manifest-aversions-conceptual-conundrums-implausibly-deniable-links-, o.S.>

³¹ Soffer, Jonathan: *Ed Koch and the Rebuilding of New York City*, New York: Columbia U.P. 2010, S. 7, 1.

³² Ebd., S. 10.

³³ Ebd., S. 3.

³⁴ *TAXI DRIVER* (USA 1976, R: Martin Scorsese)

³⁵ J. Soffer: *Ed Koch*, S. 4.

trifizierung³⁶ – erwies sich als äußerst nachhaltig und funktioniert in Teilen noch heute. Dennoch hinterließ Koch 1989, am Ende seiner von Korruptionsskandalen überschatteten dritten Amtszeit, eine Stadt am Rande des Bürgerkriegs, die heimgesucht war von den Folgen einer langjährigen verfehlten Politik und mit Crack und AIDS, Obdachlosigkeit und Rassenskonflikten, Gewalt und Kriminalität zu kämpfen hatte.³⁷

Wenn Koch die Erinnerung der eingangs geschilderten Episode eine Gänsehaut verursacht, so mag dies zum einen durch eine leidenschaftliche Verbundenheit mit New York bedingt sein, die von vielen geteilt wird. Dennoch erwächst der wohlige Schauer nicht zuletzt wohl aus dem Wissen, dass die bunte Vielfalt New Yorks seine Heimatstadt schon immer als ein umstrittenes Territorium kennzeichnete, das mal zum »promised land« oder zur »city upon a hill« erhoben³⁸ und dann wieder als modernes Sodom und Gomorra verdammt wurde. So symbolisiert New York zugleich das Land unbegrenzter Möglichkeiten – »if I can make it there, I'll make it anywhere« (Frank Sinatra) – und jenen »Dschungel«, den Grandmaster Flash and the Furious Five 1982 in »The Message« durchstreiften: »It's like a jungle sometimes, it makes me wonder how I keep from going under«.³⁹ Genau diese Doppelbödigkeit, die gleichsam das Fundament der ganzen Nation darstellt und zu unterschiedlichen Momenten der amerikanischen Geschichte unterschiedliche Formen annimmt, wurde nicht selten als »Motor« verstanden, der die Stadt in Gang hält und ihren Status als globaler Sehnsuchtsort, als »imaginary community«, aber auch, so meine Argumentation, als *paris pro toto* für das nationale Selbstbild sichert. Anders formuliert: Die Widersprüchlichkeit New Yorks kann als paradigmatisches, wenngleich historisch variables Grundprinzip US-Amerikas gelten.

So lässt sich New York gewissermaßen neu kartieren, was ich an anderer Stelle bereits gezeigt habe.⁴⁰ Hier will ich mit unserer kurzen Zeitreise nach NYC vielmehr verdeutlichen, dass diese kulturell sowohl »überbelichtet« als auch zutiefst ambivalent kodierte Stadt nach wie vor eine Projektionsfläche für jene Ideale bietet, die die USA als »new world utopia« begründet hat und weiterhin zu verkörpern sucht. Diese Utopie hat, wie Berndt Ostendorf herausstellt, »zahlreiche Triebfedern aus ureigenem amerikanischen Design«, die seit Jahrhunderten in Gang sind, während Ame-

36 Ebd., S. 8.

37 Ebd., S. 2, 11.

38 Dallmann, Antje: *ConspiraCity New York. Großstadtbeobachtung zwischen Paranoia und Selbstermächtigung*, Heidelberg: Winter 2009, S. 133.

39 Grandmaster Flash and the Furious Five: »The Message«. The Message, Sugar Hill Records, 1982.

40 Sielke, Sabine: »Nostalgia for New York«, in: Sabine Sielke (Hg.), *Nostalgie. Imaginierte Zeiträume in globalen Medienkulturen/Nostalgia. Imagined Time-Spaces in Global Media Cultures*, Frankfurt a.M.: Lang 2017, S. 265–281.

rika sich selbst beständig verändert.⁴¹ Ihre treibende Kraft sind eine Reihe grundlegender Glaubenssätze und Werte, zu denen Rechtsstaatlichkeit, die Hochschätzung des Gemeinwesens, Dissens als moralische Inspiration, ein enger Verbund zwischen Vorstellungen von Individualität, einer liberalen Wirtschaftsordnung und Prozessen der Kommodifizierung sowie die beständige Integration von Immigranten und die Formation einer multiethnischen Kultur gehören.⁴² Galten diese »Glaubenssätze« bislang als zentral für die US-amerikanische Kultur, deutet die Art und Weise, wie sie derzeit infrage gestellt werden, die Prozesse eines möglicherweise fundamentalen Wandels an – ein Wandel, den die paradoxe Offenheit des US-amerikanischen Selbstbilds aber immer schon mitgedacht und möglich gemacht hat.

Die Sehnsucht der älteren Dame, von der Mayor Koch uns berichtet, ist die Sehnsucht nach einem Ort, den es de facto nie gegeben hat, den es aber geben könnte – eine Sehnsucht, die korrespondiert mit dem Selbstverständnis der Vereinigten Staaten als einer Multikultur, die inklusiv ist, gerade weil sie Ausschlussprinzipien kennt. Während Kochs »corporate welfare«-Politik der 1980er Jahre das Leben in vielen Teilen von New York City selbst für »Besserverdiener« unerschwinglich gemacht hat, präsentiert sich die Stadt mittlerweile vielerorts als ein höchst nostalgischer Ort, scheint als ihr eigenes Museum zu fungieren und hat sich zudem in ein Touristenmekka und sicheres Reiseziel verwandelt. Eine Hip-Hop-Tour durch die Bronx gehört schon lange zum touristischen Standardprogramm. Selbst »showman at heart«, hatte Koch das Budget für die Vermarktung der Stadt als »tourist and business destination« deutlich angehoben; der Erfolg der »I Love New York«-Kampagne, am Valentinstag 1978 ins Leben gerufen und weltweit nachgeahmt, ging nicht zuletzt auf seine engagierte Unterstützung zurück.⁴³ Heute formt die Retroästhetik ein hippe Nachbild der 1980er Jahre, das Kochs »neue neoliberale Ordnung«⁴⁴ ausblendet. Somit gelingt der New-York-Nostalgie eine Art der (Selbst-)Vergewisserung, mit der wir uns über Kreativität, Multikulturalität und Gemeinschaftssinn einer Stadt verständigen, die stets durch ökonomische und ethnische Konflikte gekennzeichnet und zerrissen war. Doch ist diese Sehnsucht nicht auf das geopolitische Koordinatensystem New York Citys begrenzt; vielmehr ist sie der affektive Modus des gesamten, hochgradig nostalgischen »Projekts« Amerika. Denn das US-amerikanische Selbstverständnis per se baut auf ein grundlegendes Paradox: Weil es bereits vor seiner »Entdeckung« ein imaginärer Ort, eine Projektion jener Sehnsucht war, bleibt »Amerika« zwangsläufig ein offenes, kontinuierlich emergentes *work in*

41 Ostendorf, Berndt: »Why Is American Popular Culture so Popular? A View from Europe«, in: Amerikastudien/American Studies 46 (2001), S. 339–366, hier S. 339.

42 Ebd., *passim*.

43 Soffer: Ed Koch, S. 11.

44 Ebd., S. 6.

progress, das wiederholt und beharrlich seine Vollendung in nicht allzu ferner Zukunft in Aussicht stellt. So auch lässt sich verstehen, warum sich amerikanische politische Institutionen – sei es Präsident oder Supreme Court – permanent auf Gründertexte wie die Unabhängigkeitserklärung aus dem Jahr 1776 und die amerikanische Verfassung von 1787 berufen. Barack Obamas *A More Perfect Union* beispielsweise zitierte die Präambel der *Constitution* – »We the People, in order to form a more perfect union« – und erinnerte uns im März 2008

»[that] with these simple words [...] a group of men [...] launched America's improbable experiment in democracy. The document they produced was eventually signed but ultimately unfinished. It was stained by this nation's original sin of slavery, a question that divided the colonies and brought the convention to a stalemate until the founders chose to allow the slave trade to continue for at least twenty more years, and to leave any final resolution to future generations.«⁴⁵

Als ein Prozess, der oszilliert zwischen einer diskursiven, vergangenheitsbezogenen Selbstvergewisserung und der Sehnsucht nach einer Zeit, in der die amerikanischen Ideale verwirklicht sein werden, erscheint Amerikas Selbstverständnis als Effekt einer zukunftsorientierten Nostalgie. Oder wie es der afroamerikanische Dichter Langston Hughes 1934 in seinem Gedicht *Let America Be America Again* formulierte: »America will be«.⁴⁶ Dieses Projekt wiederum lässt sich bestens vermarkten und dient nicht selten selbst als Werbeträger für Produkte, die – wie Autos und Jeans – den Duft von Freiheit und Selbstbestimmung verbreiten.

4. Making America Great Again? Nostalgie, Retro, Politik

Wiederholt hat die Forschung die Frage gestellt, ob Nostalgie- und Retrowellen mit (Diskursen von) Wirtschaftskrisen und sozialen oder politischen Umbrüchen korrelieren⁴⁷ und z.B. über Waren mit affektivem Erinnerungswert einen Beitrag zur Überwindung solcher Krisen zu leisten suchen, wobei sie auch überkommenen Autoritäten und Hierarchien neue Wege bereiten können.⁴⁸ Überzeugender scheint

45 Obama, Barack: »A More Perfect Union«, Rede, Philadelphia, 18.3.2008, <https://www.obama.org>.

46 Hughes, Langston: »Let America Be America Again«, in: Joseph McLaren (Hg.), *The Collected Works of Langston Hughes*. Vol. 1. The Poems: 1921–1940, Columbia: University of Missouri Press 2001, S. 131–133, hier S. 133.

47 Vgl. Rossfeld, Roman/Köhler, Ingo (Hg.): Wirtschaftskrisen und Krisendiskurse, Themenheft v. Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 57 (2016).

48 Vgl. Chang, Yu-tzung/Zhu, Yunhan/Pak, Chong-min: »Authoritarian Nostalgia in Asia«, in: *Journal of Democracy* 18 (2007), S. 66–80.

mir jedoch, dass Ängste, die Krisen und Krisendiskurse schüren, medienästhetische Nachbilder formen, die sich ökonomisch für eine Beschwichtigung instrumentalisieren lassen. Anders formuliert: Krisen haben nicht Nostalgie, sondern wachsende Unsicherheit zur Folge, gegen die Nostalgiephänomene als Resilienz zum Einsatz kommen⁴⁹ – gleichzeitig können sie Destabilisierungsprozesse jedoch auch befördern (wie z.B. die Rhetorik der AfD); sie markieren Formen der Anpassung und wirken zugleich als »Figuren der Kritik«, ja der »Globalisierungskritik«.⁵⁰ Unter den verzeitlichten Konzepten der Moderne nimmt Nostalgie insofern eine Sonderstellung ein, als sie der Dynamisierung aller gesellschaftlichen Bereiche, inklusive der Arbeitswelt und Tendenzen sozialer Prekarisierung⁵¹, Widerstand entgegenzusetzen sucht. Grundsätzlich verdeutlicht sich hier einmal mehr das politische Potential von Nostalgie und Retro – ein Potential, das sich nicht per se als konservativ oder progressiv, sondern, mit Linda Hutcheon, als »transideologisch« beschreiben und für unterschiedliche politische Zielsetzungen und Argumentationen vereinnahmen lässt⁵².

All dies erklärt, warum eine ›Politik der Nostalgie‹ für einen Donald Trump ebenso nützlich ist wie für einen Friedrich Merz und seine Legende von der ›deutschen Leitkultur‹; warum Firmen wie Manufactum mit Retrodesign leichterdings kaufkräftige Kunden gewinnen; warum Urban Gardening als entschleunigender Zeitvertreib boomt; und warum sich das analoge Medium Buch ebenso wie *Knick-knacks* aus dem Museumsshop besser zu verkaufen scheinen, wenn sie im Retrodesign gestaltet sind. Denn Retro braucht keine Nostalgie und verkauft sich bestens ohne sie. Die Politik der Nostalgie dagegen baut auf die Sehnsucht nach einer Zeit, die nie war, und liebäugelt, wie das Selbstverständnis der US-amerikanischen Kultur, beständig mit der Utopie.

49 Vgl. Chopra-Gant, Mike: *The Waltons. Nostalgia and Myth in Seventies America*, London: Tauris 2013, S. 1–3.

50 Vgl. Wetzel, Michael: »Die Sichtbarkeit des Maschinenraums. Steampunk als Nostalgie«, in: Sabine Sielke (Hg.), *Nostalgie: Imaginierte Zeit-Räume in globalen Medienkulturen/ Nostalgia: Imagined Time-Spaces in Global Media Cultures*, Frankfurt a.M.: Lang 2017, S. 107–125; Karner, Christian/Weicht, Bernhard (Hg.): *The Commonalities of Global Crises. Markets, Communities and Nostalgia*, London: Palgrave Macmillan 2016.

51 Vgl. Sutter, Ove: *Erzählte Prekarität. Autobiographische Verhandlungen von Arbeit und Leben im Postfordismus*, Frankfurt a.M.: Campus 2013.

52 Hutcheon: *Irony, Nostalgia, and the Postmodern*, S. 5.