

### **Ulrich F. Schneider: Der Januskopf der Prominenz. Zum ambivalenten Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit**

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2004, 473 S., ISBN 3-531-14238-0, € 39,90

Paradoxerweise werden Stars und Prominente in der deutschsprachigen Kommunikations- und Medienwissenschaft immer noch unzureichend analysiert, bilden sie doch den wesentlichen Anteil an Medienfiguren und sind somit ein zentrales Element im massenmedialen Vermittlungsprozess zwischen Produktion und Rezeption. Neben einschlägigen Untersuchungen von Forschern wie Werner Faulstich, Peter Ludes oder Knut Hickethier lassen sich in den letzten Jahren vor allem immer häufiger wissenschaftliche Abschlussarbeiten zu einzelnen Starkarrieren beobachten. Ulrich F. Schneider, Kommunikationswissenschaftler und Berater für Medien und Öffentlichkeitsarbeit, hat dieses eklatante Forschungsdesiderat erkannt und legt als zweiter Sozialwissenschaftler neben Birgit Peters (1996) mit seiner umfangreichen Dissertation eine Grundlagenarbeit zum Wechselspiel zwischen Prominenz, Medien und Gesellschaft vor. Dabei geht Schneider von mannigfaltigen Beobachtungen aus seiner eigenen Berufspraxis als Berater, Öffentlichkeitsarbeiter und vorrangig Journalist (u.a. *Rheinischer Merkur* und *Frankfurter Rundschau*) aus. In seiner fünfstufigen „Methodenanwendung“ (S.43) evaluiert Schneider das Problem der Janusköpfigkeit der Prominenz auf Basis dieser Erfahrungen sowie eines Experteninterviews. Er operationalisiert die zentralen Begrifflichkeiten um Prominente und Stars anhand einer qualitativen Inhaltsanalyse von Konversationslexika, sammelt und bewertet die vorhandenen Erkenntnisse in Form einer Synopse von Fachliteratur und journalistischer Veröffentlichungen und beobachtet parallel dazu zahlreiche Praxisbeispiele per kurzer Einzelfallanalysen von in den Medien publizierten Ereignissen und juristischen Auseinandersetzungen. Darauf begründet, liefert Schneider schließlich mit einer vorläufigen Theorie der Prominenz seinen Beitrag für die (medien- und kommunikations-)wissenschaftliche Diskussion.

Der Vorteil seines umfassenden Forschungsverfahrens ist sicherlich – und hier spricht Schneider mit dem französischen Kulturosoziologen Pierre Bourdieu – sowohl der „Überblick eines Feldherrn auf dem Hügel als auch die Perspektive eines Soldaten im Tumult am Ort des Geschehens.“ (S.411) Insbesondere im Zusammenhang mit Untersuchungen zur Popkultur, wie zu deren Stars und Prominenz, stehen die Wissenschaftler immer wieder vor dem Problem, entweder als Außenstehende, vermeintlich neutrale Beobachter oder als emotional zu sehr involvierte Fans zu operieren. Diese Hürde umschifft Schneider versiert. Allerdings flaggt er seine Analyse etwas übertrieben als eigenes Verfahren sowie spezifische Methodenanwendung aus (S.38-40), beschreiten doch zahlreiche anglo-amerikanische sowie zunehmend auch deutschsprachige Untersuchungen in den Cultural Studies eben genau diesen Weg. Ferner erscheinen seine eher unsys-

tematischen, wenn auch einleuchtenden Analysen und Aufzählungen einzelner Phänomene aus verschiedenen Printmedien-Angeboten keinesfalls sattelfest als qualitative oder quantitative Inhaltsanalyse im methodisch strengen Sinn. Dass eine umfassende, kontextualisierende – Schneider nennt sie sogar ganzheitliche – Betrachtung notwendig ist, um der gesellschaftlichen Funktion von Prominenz gerecht zu werden, erscheint angebracht und als interessante Startoption für Schneiders „Herangehensweise unter der vielfältigen Bezugnahme auf aktuelle Ereignisse und Entwicklungen aus der Medienpraxis.“ (S.34)

Schneider fördert an derselben Stelle das Verständnis einer integrierenden Medienkulturwissenschaft im Sinne des Kommunikations- und Kulturwissenschaftlers Siegfried J. Schmidt, benutzt aber dessen Strukturierungs- und Problematisierungsvorschläge im Weiteren leider nicht. Dabei hätte Schmidts Systematik sicherlich geholfen, viele Schwammigkeiten und Unschärfen, die Schneider unterlaufen, zu vermeiden. So schreibt Schneider über die Zusammenhänge von Medien, Kultur und Prominenz, liefert aber keine trennscharfen Definitionen der Konzepte von Medien und Kultur. Diese Schwäche führt z.B. zu unterschiedlich verwendeten Medienbegriffen, die mal Medientechnologien, mal Medienangebote, dann wieder Prominente selbst als Medien bezeichnen. Dem Begriff der Prominenz und insbesondere dessen innerer Paradoxie aus Privatheit und Öffentlichkeit widmet Schneider hingegen erfreulich viel Platz und präzise Reflexion. Wobei innerhalb seiner ausführlichen Beschreibungen von Prominenten und Stars (insbesondere in den ersten drei Hauptkapiteln) ebenfalls einige Unschärfen auftauchen, so etwa, wenn Schneider so genannte ‚Trash-Prominente‘ aufzählt und u.a. die Beispiele des Adels-Titelhändlers und Konsuls Hans-Hermann Weyer, des Regisseurs und Künstlers Christoph Schlingensiefel, des Sängers Guildo Horn, des Moderators Stefan Raab sowie des Big Brother-Bewohners Alex liefert. (Vgl. S.103-104) Ebenso unpassend erscheint die Erwähnung Theodor Wiesengrund Adornos als Beispiel für die Annahme eines Künstlernamens im Vergleich mit Bob Dylan (Robert Zimmermann) oder Marlene Dietrich (Maria Magdalena von Losch), war doch Adorno aus sicherlich imagefernen Gründen von seiner Mutter dazu bewogen worden, deren Mädchennamen zu übernehmen. Inwiefern diese Prominenten weiter unterteilt werden können (Ernst Corinth sprach in der Netzzeitschrift *Telepolis* etwa von Wegwerf-Stars), inwieweit sich der Prominenzbereich weiter unterklassifizieren lässt, bleibt leider weitgehend dahingestellt, wenn auch Schneider Kriterien für Prominente und Stars liefert.

Die entscheidenden Aspekte von Schneiders umfangreicher Studie bilden die im Titel angekündigte Janusköpfigkeit der Prominenz in ihrem öffentlichen Spiel mit Privatheit. Den „Strukturwandel der Prominenz“ (S.415) legt Schneider ausgiebig und gut belegt offen und bekennt sich zu der Unmöglichkeit einer universellen Prominenzformel.

Es bleibt also festzuhalten, dass Schneiders Studie äußerst ausführlich recherchiert und begründet ist und als großer Fundus für weitere Forschungen zum sich ständig im Wandel befindlichen Feld der Prominenz- und Starforschung dienen kann. Der Frankfurter Kulturwissenschaftler kritisiert nicht plump – wie so oft in diesem Bereich geschehen, sondern bietet eigene theoretische und gleichzeitig praxisgesättigte Überlegungen an. Getrübt wird der durchaus gute Eindruck leider von unverhältnismäßig vielen Fehlern in Interpunktion, Rechtschreibung und bei Namensnennungen.

Christoph Jacke (Münster)

### Hinweise

Altmeppen, Klaus-Dieter, Ulrike Rötger, Günter Bentele (Hg.): Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und PR. Wiesbaden 2004, 237 S., ISBN 3-531-14048-5

Beyer, Christof: Der Erfurter Amoklauf in der Presse. Unerklärlichkeit und die Macht der Erklärung: Eine Diskursanalyse anhand zweier ausgewählter Beispiele. Schrif-

tenreihe zur Medienwissenschaft, Bd. 5, Hamburg 2004, 89 S., ISBN 3-8300-1588-7

Klötzer, Sylvia: Satire und Macht. Film, Zeitung, Kabarett in der DDR. Zeithistorische Studien, Bd. 30, Köln 2005, 270 S., ISBN 3-412-15005-3