

Veit Sprenger: Despoten auf der Bühne. Die Inszenierung von Macht und ihre Abstürze

Bielefeld: transcript 2005, 355 S., ISBN 3-89942-355-0, € 28,80

Der Titel dieses Buches könnte in die Irre führen. Es geht nicht um Richard III. oder den spanischen Philipp, sondern um den ‚bösen Showmaster‘, einen Typus, den der Autor seit den 90er Jahren ausmacht, der aber seine Vorläufer hat und selbstverständlich aus den USA stammt. Amerikanische Beispiele nehmen folgerichtig auch einen breiten Raum in Darstellung und Analyse ein, werden aber danach durch deutsche – genauer: durch deutschsprachige – Exempla ergänzt. Dabei ist der Begriff „Showmaster“ großzügig zu verstehen: Er umfasst Stand-up Comedians, Talkmaster, Late Night-Entertainer und andere solistisch (aber nicht unbedingt allein) auftretende Performer der Bühne und des Fernsehens.

Despoten auf der Bühne verweist auf dem Umweg über ein scheinbar marginales Thema auf eine ganze Reihe zentraler medienspezifischer, kulturgeschichtlicher und sozialpsychologischer Gesichtspunkte. Das Buch zeichnet sich durch Gründlichkeit und durch eine zwar nicht immer leicht zu lesende, aber doch plastische und präzise Sprache aus. Man kann es auch lesen als eine zeitgenössische Anknüpfung an die Manipulationstheorien der 60er Jahre. Der Begriff des Des-

potismus, den Sprenger insistierend ins Zentrum rückt, wie der gemeinhin gerne unterdrückte Begriff der Macht legen solch einen Zusammenhang nahe. Auch das Literaturverzeichnis stellt eine Verbindung zu kritischen Positionen der vergangenen Jahrzehnte her.

Ziemlich genau die erste Hälfte des Buchs ist den USA, die zweite Hälfte Europa gewidmet, wobei allerdings auch im zweiten Teil wiederholt auf amerikanische Vorbilder zurückverwiesen wird. Veit Sprenger schildert ausführlich den manifesten und verborgenen Rassismus im amerikanischen Showbusiness. Er beschreibt die diversen Typen von Bühnen- und Fernsehshows sowie die ihnen zugrunde liegenden Konzeptionen und skizziert die Besonderheiten einzelner Stars des Genres. Der Autor stellt überzeugende Bezüge her zu literarischen Werken, zu Spielfilmen, zum Jazz und zur Populärmusik und geht dabei, wenn es hilfreich ist, bis ins 19. Jahrhundert zurück. Auch der Boxer Muhammad Ali ist ihm ein willkommener Zeuge für gesellschaftliche Entwicklungen, die sich im Showbusiness spiegeln. Sprenger diskutiert die ökonomischen Aspekte der Show, die nicht umsonst meist mit dem Wort „Business“ verknüpft ist. Er schließt an eine materialistische Betrachtung kultureller Phänomene an, die zu Unrecht aus der Mode geraten ist. In einer Zeit, da sich der Journalismus fast ausschließlich zum Erfüllungsgehilfen der wirtschaftlichen Interessen gemacht hat, da eine fundierte Kritik der kaum noch verhüllten PR gewichen ist und jüngere Arbeitskräfte nur die Schulter zucken, wenn man dagegen Bedenken äußert, nähert Sprenger sich seinem Gegenstand mit analytischem Blick, der eine grundsätzliche Zuneigung zu diesem Gegenstand nicht ausschließt.

Seine Untersuchung vermischt historische und systematische Argumente mit Fallstudien. Im Verlauf der Darlegung aber konturiert sich das Bild vom Performer – das ist im Verlauf der Argumentation zunehmend der Moderator der Late Night Show à la David Letterman, Jay Leno, Harald Schmidt oder Hermes Phettberg – als das eines „Despoten“, der mit seinen Gästen und dem Publikum „Gesten der Opferung“ (S.209ff.) vollzieht, wobei „Opfer und Täter [...] nicht in einfachem Gegensatz zueinander“ stehen (S.158). Im gewagtesten Abschnitt seines Buchs setzt Sprenger die Show in eine allerdings komplexe Relation zum Faschismus. Wer ihm so weit nicht folgen will, wird aus den vorausgegangenen Kapiteln dennoch genügend Anregungen für weitere Reflexionen gewonnen haben. Denn im Gegensatz zu vielen Publikationen der Medienwissenschaft beschreitet dieses Buch neue Wege, statt nur wiederzukäuen, was in anderer Terminologie längst gesagt wurde.

Thomas Rothschild (Stuttgart)

Hinweise

Amelina, Anna: Propaganda oder Autonomie? Das russische Fernsehen von 1970 bis heute. Bielefeld 2006, 270 S., ISBN 3-89942-483-2

Brock, Alexander: Blackadder, Monty Python und Red Dwarf. Eine linguistische Untersuchung britischer Fernsehkomödien. ZAA Studies, Bd.19, Tübingen 204, 454 S., ISBN 3-86057-748-4