Peter Gross

DAS KLEINE PROMINENTEN-WELTTHEATER



Prof. Dr. Peter Gross studierte in Zürich und Bern Soziologie, Nationalökonomie und Betriebswirtschaftslehre. Seit 1989 lehrt er an der Universität St. Gallen (HSG) Soziologie. 1994 wurde sein Buch »Die Multioptionsgesellschaft« veröffentlicht, im letzten Jahr erschien »Ich-Jagd. Im Unabhängigkeitsjahrhundert« (beide Suhrkamp).

Heute will man nicht mehr in den Himmel, sondern ins Fernsehen. Wer häufig dort ist, wird prominent. Die Prominenz muss sich in der Folge in den Medien abarbeiten, um die Prominenz zu erhalten. Warum jemand prominent wird, ist eine andere Frage. Es mögen besondere Leistungen oder besondere Schicksale sein, die jemanden weithin bekannt machen, wie im Fremdwörterbuch prominent definiert wird. Dass nur jene im Fernsehen etwas werden, die von den Bedingungen jung, hübsch, dumm und ungebildet mindestens drei erfüllen, wie Johannes Gross es einmal spöttisch formuliert hat, ist wohl übertrieben.

Der Vorstoss in die elektronischen Medien ist indessen heute, wo nicht mehr jeder und jede jeden und jede kennt, ein Schlüsselparameter für die Prominentwerdung. Die Münze Aufmerksamkeit ist wichtiger als Geld, Macht, Bildung. So muss man leider davon ausgehen, dass die Sprecher der Tagesschau, vielleicht sogar die Wetterfrösche gute Chancen haben, in den National- oder Ständerat gewählt zu werden, sofern sie sich auf eine Liste setzen liessen. Es ist merkwürdig, wie gerade die Schweizer davon überzeugt zu sein scheinen, dass, wer gut Nachrichten verlese oder gestenreich Niederschlag ansage, auch die Schweiz regieren könne.

Varianten der Prominenz

Es gibt zwar unterschiedliche Arten der Prominenz. Am einfachsten haben es die Sprecherinnen und Sprecher der Tagesschau und die Moderatoren von Sendungen mit festen Gefässen. Ihre Stellung wird nicht stärker durch ihre Leistung, sondern sie wächst mit der Zahl der Auftritte. Etwas schwieriger hat es schon die Bratwurstprominenz. Während diese die proletarisch-neureiche Variante der Prominenz darstellt, der es gelungen ist, durch schöne Körper, schöne Autos oder schön viel zur Schau gestelltes Geld die Aufmerksamkeit von Paparazzis zu erregen und auf die Bildschirme vorzudringen, um dann als jubilierende Grossfamilie bei Velorennen und Schmuckmessen aufzutreten, ist die Show- und Schlagerprominenz eine doch im wesentlichen noch durch Präsenz und Leistung gekennzeichnete, eigentlich unternehmerische Variante.

Man kann nicht sagen, dass sie mich je besonders interessiert hätte. Obwohl, gerade nach den Wahlen beobachtbar, die Politprominenz, zumal die ausgemusterte, häufig in Showprominenz mutiert und in Talkshows versucht, durch kühne Statements nicht in Vergessenheit zu geraten! In Vergessenheit gerät, wessen Echo nicht mehr in den Medien gefragt, und wessen Augen uns nicht mehr gut gelaunt aus der Boulevardpresse entgegenstrahlen. Denn für Prominente ist es nicht schlimm, auf der Strasse erkannt zu werden; schlimm ist es, nicht erkannt zu werden. Die Prominenz entwickelt mit zunehmendem Alter eine Art paradoxe Paranoia: sie fühlt sich elend, wenn sie nicht verfolgt wird. In besonderem Masse betrifft und trifft dies die alternde und welke Prominenz. Verzweifelt versucht sie, sich dort zu halten, wo in einer Gesellschaft, in der Marktfrische wichtig ist, immer neue milchgesichtige Köpfe nachstossen. Aber der Medientod ist vorprogrammiert. Er steht nun häufig in einer sonderbaren Beziehung zum Tod überhaupt.

Von Dalida zu Rex Gildo zu ....

Der Selbstmordversuch und anschliessende Tod von Rex Gildo gibt Anlass, darüber nachzudenken. Das Internet überquoll von Beileidsbezeugungen. Rex Gildo und andere Vertreter des deutschen Schlagers der siebziger Jahre waren unserer Generation nicht besonders viel wert. Man kann sogar sagen, dass mir ein nachsichtiges Lächeln über Stars dieses Genres, ob sie nun Drafi Deutscher, Michael Holm, Conny Francis oder Dalida hiessen, nicht fremd war. Sie verkörperten Seichtigkeit, Banalität, Massenpublikum. Sie schwebten oder stöckelten eine von Showgirls gesäumte Treppe herab. Nichtsdestotrotz haben wir uns, meine Frau und ich, als Liebhaber von ARTE-Themenabenden, vor vielleicht einem halben Jahr einen eindrucksvollen Film über »Dalida« zu Gemüte geführt. Ich muss sagen »zu Gemüte«. Das hat in diesem Fall vollauf gestimmt. Denn das Leben und Sterben der Sängerin und Schauspielerin Dalida, deren Lied »Am Tag als der Regen kam« (»Il pleure dans mon coeur, comme il pleut sur la ville«, hat Paul Verlaine in einem Gedicht geschrieben) ich noch gut in Erinnerung hatte, und die als Yolande Christina Gigliotti in Kairo 1933 zur Welt kam und später Schallplatten in dreistelligen Millionenzahlen verkaufte, war in einem Masse anrührend, dass wir den ganzen Abend auf diesem Sender blieben. Am 3. Mai 1987 beging Dalida in Paris

Selbstmord. Sie schloss die Läden ihrer Villa, öffnete sie vierzehn Tage nicht mehr, und schrieb im Abschiedsbrief: »Das Leben ist mir unerträglich geworden«.

Die Unerträglichkeit des Prominent-Seins

Unerträglich geworden? Merkwürdig genug und eigentlich schwer verständlich, dass man auf dem Höhepunkt des Ruhmes und in den Herzen von Millionen lebend aus dem Leben scheiden oder gar, wie Rex Gildo, aus dem Fenster springen kann! Wieviele in unserer Gesellschaft leben hart, aber mit ungebrochenem Lebenswillen am Rande des Existenzminimums! Obwohl sie nicht eine einzige Schallplatte produziert haben. Und ihr Bild nie woanders als in ihrem eigenen Fotoalbum prangte. Wenn überhaupt. Es wäre nicht weiter des Nachdenkens wert, wenn sich die Fälle nicht häuften, in denen sich die Schlagerprominenz zu Tode bringt: Dalida, Roy Black, Rex Gildo. Bevor wir uns mit einem unguten Gefühl fragen, wer als nächste oder nächster folgt, ist es vielleicht möglich, um vor neuerlichen Anflügen der Irritation zu schützen, eine Erklärung beizubringen.

Ganz absehen wollen wir von Allerweltstheorien wie, die Betreffenden hätten das Altwerden nicht verkraftet. Nicht auszudenken, wieviele diesem Beispiel folgen würden, wenn das ein Grund wäre, freiwillig aus dem Leben zu scheiden. Dass, wer hoch steigt tief fällt, ist, obwohl gerade wieder für Alt-Bundeskanzler Kohl bemüht, ebenfalls zu trivial. Angesichts der Bundesratswahlen wird einem freilich klar, dass man auch hinauffallen kann. Und solche Fälle sind, um Peter Hille zu paraphrasieren, die tiefsten. Näher an der Realität liegt wohl die häufig gemachte Beobachtung, dass das, was man die Einsamkeit der Mächtigen nennt, auch auf die Prominenz zutrifft. Während allerdings Staats- und Konzernchefs ihre Einsamkeit wie einen Mantel zum Selbstschutz tragen müssen, wohl wissend, dass Freunde potentielle Verräter sind, und nur an periodisch wiederkehrenden Anlässen, an denen man inkognito oder verkleidet auftreten kann, unbeschwert auftrumpfen können, liegt die Einsamkeit der Show-Prominenz in etwas anderem begründet. Aus Angst die Öffentlichkeit zu verpassen, finden sie nie Zeit, ein kontinuierliches Netz von Beziehungen aufzubauen und zu pflegen. Und aus Angst zu verpassen, was ein Bildchen in einer Illustrierten oder eine Erwähnung in der Boulevardpresse verspricht, was ja auch notwendig ist, um im Geschäft zu bleiben, können sie keine Zeit investieren, ihr Bild im Herzen von anderen zu deponieren.

Mit diesen Überlegungen kommen wir möglicherweise einer adäquaten Deutung einen deutlichen Schritt näher. Könnte es sein, dass die Prominenz der oben genannten Art, nehmen wir wiederum Rex Gildo, sich selbst, das eigene Ich in der unablässigen Anstrengung, öffentlich zu sein, verloren hat? Sich selber nur mehr inne wird im Blick in den Spiegel der Öffentlichkeit? Genauer: Sind die Selbstfestigungspraktiken, die der nicht-öffentliche und bescheiden mit seinen verwandtschaftlichen, freundschaftlichen und lokalen Kontexten und Kontakten sich zufrieden gebende Mensch von innen heraus entwickeln muss, ohne andauernd auf die Bestätigung von aussen zu warten, bei der öffentlichkeitssüchtigen Prominenz vernachlässigt oder ganz abgestorben? Wollten Dalida und Rex Gildo und wollen all jene, die ihnen noch folgen, mit ihrem Selbstmord dem Mediantod entgehen? Der nämlich einen langen, einsamen Tod in Raten zur Folge hätte?

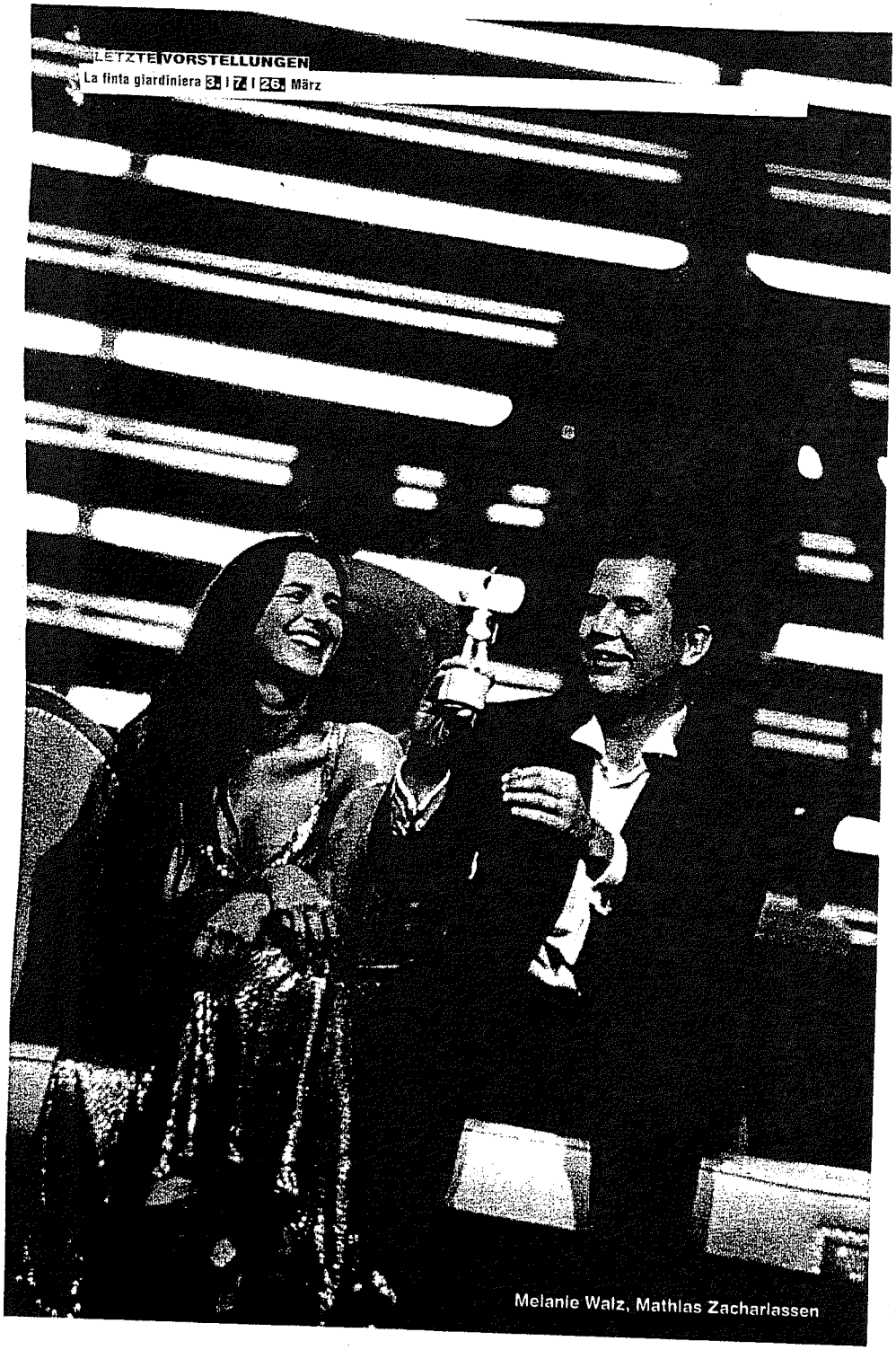
Her- und Hinrichtung

Noch etwas anderes ist zu bedenken. Der Moderator der ZDF-Hitparade, Uwe Hübner, hat nach Rex Gildos Tod gemeint, dass der unfreiwillige Abstieg von Künstlern der Unterhaltungsbranche in Events von Einkaufszentren, Möbelhäusern und Sparkassen, schwer verkraftet werde. Wer die Pöbeleien des Publikums nicht ertrage, werde psychisch krank und fertiggemacht. Man könnte etwas überspitzt sagen, dass die ehemaligen Stars, wenn sie welken, ihren eigenen Tod im Glauben, das Publikum geniesse diese Art der Selbststigmatisierung, öffentlich vorführen. Wenn das »Hossa! Hossa!« freilich im Stampfen und Gröhlen der Zuhörer untergeht und das dick aufgetragene Make-up im Gesicht erkennbar wegschmilzt, dann schmilzt auch der, zumindest auf den Heiligenbildchen der Boulevardpresse und im Fernsehen ewig junge, sonnengebräunte und - so jedenfalls mein Eindruck vom zufällig gesehenen Nachruf über Rex Gildo - eigentlich noch erstaunlich elegante »Sexy Rexy«, wie er in den siebziger Jahren genannt wurde, auf ein Nichts zusammen. Und genau das will das Publikum. Die Herrichtung soll herunter, der Putz weg! Das Publikum erwartet nicht eine Art Hinrichtung, sondern nimmt sie selber vor. Etwas muss zum Vorschein kommen, die kleine und armselige Person nämlich, die man selber angesichts der Prominenz leider ist.

Das kleine Welttheater

Es erfüllt mit einem gewissen Schauder, daran zu denken, wer von den hiesigen Showgrössen, gejagt und gezeichnet von einer erbarmungslosen Meute von Schaulustigen, sich demnächst zu Tode trinken oder essen oder lieben, aus dem Fenster stürzen oder sonstwie aus dem Leben nehmen wird. Einige, wie beispielsweise Harald Juhnke, bringen es in bewundernswerter Weise fertig, ihre Stigmata in Zeichen der Auserwähltheit zu verwandeln und ihren Ruhm nach einem kleinen Ausraster kurzfristig zu steigern. Eine gewisse Bewunderung vor diesen Menschen lässt sich nicht verhehlen. Die sich, und es wären an dieser Stelle viele andere zu nennen, selber in die Gefahr bringen, dass sie gerichtet werden von einer Öffentlichkeit, die ihrerseits vielleicht auch ein bisschen Rache an Mitmenschen nimmt, deren einzige Sorge es offenbar war, öffentlich zu sein.

In Calderons Fronleichnamspiel vom »Grossen Welttheater« (1641) entscheidet das Verhalten gegenüber den Ärmsten, die Caritas, ob jemand in den Himmel, ins Fegefeuer oder in die Hölle kommt. Es ist einer letzten Überlegung wert, ob die Prominenz, insbesondere die zweitklassige, in Calderons Theater in den Himmel gekommen wäre. Denn sie betreibt eine selbstmörderische Caritas. Die Prominenz ist das Manna der Armen, das vom Himmel fällt und, wenn es in Reichweite gerät, mit Genuss verspiesen wird. Die Prominenz will konsumiert werden. Die Menschen wollen heute nicht mehr in den Himmel, sondern ins Fernsehen. Die Prominenz ist prominent, solange sie in diesem Himmel erscheint. Mit ihrem Tod, besonders wenn es ein Freitod ist, erscheint sie dort, auch wenn sie tot ist, nochmals.



Melanie Walz, Mathias Zacharlassen

INHALT

Premiere Andreas Homoki inszeniert Sophokles
ANTIGONE 4

Premiere Ruedi Häusermann bichselt
FRÜHER WAR ICH SEHR RUHIG... 8

Premiere Fremdgehen mit Kleist
OUTLANDER 12

HAMLET/20TH CENTURY BLUES 18

DIE RÄUBER 26

TÄTER 30

STAULAGE NORDFÖHN 34

SUSANNAS GEHEIMNIS 38

K!UB-STÜCK 43

THEATERTEXT: PETER GROSS 52

BÜRGERKOLUMNE 62

Vermischtes

K!UB 42
Nachtcafé 45
Literarisches Forum, Saison française, Beyeler 59
Abschied von Leo Lehmann 37

www.theater-basel.ch

Billettkasse: ++41 (0) 61 295 11 33

Impressum
Theater Basel, Saison 1999/2000
Herausgeber: Theater Basel, Postfach, 4010 Basel
Redaktion: Direktion/Öffentlichkeitsarbeit/Dramaturgie
Beiträge: Kathrin Gartmann, Judith Gerstenberg, Prof. Dr. Peter Gross, Matthias Günther, Ute Haferburg, Sibille Hüholt, Thomas Jonigk, Julia Lochte, Annemarie Pieper, Albrecht Puhlmann, Lars Ole Walburg, Eva Watson, Xavier Zuber
Gestaltung: Steffie Salvisberg
Fotos: Sebastian Hoppe, Peter Schnetz (S. 20), Rafael Sanchez (S.9), Ruth Walz (S. 27), Armin Pongs (S.52)
Inserate: Ruweba, 4125 Riehen
Herstellung: Birkhäuser+GBC AG, Reinach
Auflage: 32.500