

Oliver Ruf

Medienästhetische Popularisierung

Zur Prozessualität von ›Harald Schmidt‹

»Meine Heimatstadt ist in Wirklichkeit eine Todeskrankheit.«

Thomas Bernhard, Die Ursache (1975)

»Es hat sich nicht allzu viel verändert.«

Harald Schmidt, Back to the roots (2022)

1 Das Vermächtnis der Heimat

»Das ist der Nürtinger Bahnhof. Und es gibt zwei ganz wichtige Dinge am Nürtinger Bahnhof. Das eine Wichtige –, das hier kann man vielleicht mal zeigen: Genau hier, meine Damen und Herren, genau hier begann mein Start ins Showgeschäft, an dieser Stelle, genau hier [...].«¹ Geständnis und Erbe. Der Klang der Herkunft, des Ursprungs, auf dem Weg des Kommenden, bleibt zwangsläufig zunächst unentschieden, im Weiten: Es ist ein offener Aufbruch; und ich werde hier darüber nachdenken, wie gewissermaßen alles, was dem folgen kann, wieder zu seinem Anfang zurückkehrt – und gleichzeitig von jenem weg verläuft. Ausstrahlt und heimkommt; ein Kreislauf unter zahlreichen möglichen: Heimatkunde.

1 Die Harald Schmidt Show, F 1018 v. 19.12.2001. Online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=LMaBedTkToI>, 06:30-06:45, zul. abgerufen am 17.09.2022.

Beim ersten Ansehen der Szene, die im deutschen Privatfernsehen am 19. Dezember 2001 ausgestrahlt wurde und in der diese Sätze fielen, die sich dabei von einer Art ethnographischen Witz leiten lassen,² der sich ganz in der Absicht minutiöser Beobachtung geriert (die schon eine ganze Geschichte erzählt!), beim ersten Ansehen klingen diese Sätze wie ein Rauschen. In der beiläufigen Pause, die Harald Schmidt an dieser Stelle macht, klingt gleichzeitig aber doch auch der tiefere Ernst des Gesagten an. Ein Atemholen, eine auf- und hinweisende Geste, unterstrichen im Übrigen buchstäblich durch die Verwendung eines Zeigestocks; hier spricht einer zu seinem Publikum, dem für einen Augenblick sein Ausgangspunkt gezeigt wird: »[...] an dieser Stelle, genau hier [...]«.»³

Bezeichnender Weise fallen diese Sätze nicht irgendwo; sie werden geäußert innerhalb eines erfolgreichen⁴ Fernsehformats und sind damit Teil einer Medienkultur, die gezielt auf Popularisierung basiert – dies wird nochmals näher zu thematisieren sein. Präsentiert, kommentiert und auch verballhornt wird dazu das, was mit Fug und Recht die »Heimat« des Show-Gastgebers, des Entertainers und Schauspielers Harald Schmidt, der jene Sätze spricht, genannt werden kann: eine Stätte (oder: eine Landschaft, eine Region bzw. ein Geburts- und/oder Wohnort), in der jener hineingeboren wurde, wo seine frühen Sozialisationserlebnisse stattfanden, die im Allgemeinen seine Identität, Charakter, Mentalität, Einstellungen und schließlich ebenfalls Weltauffassungen geprägt haben dürften.⁵ Dadurch fallen zwei Bewegungen in eins: (a) über die eigene subjektive Heimat (als prominenter Fernsehunterhalter,

2 Dahinter verbirgt sich die Teilhabe an sozialen Erfahrungswelten, die in der *Harald Schmidt Show* immer wieder Anlass für eigene Showeinlagen sind, beispielsweise die Simulation der Bahnreise eines älteren Ehepaars, die währenddessen Ein- und Mitgebrachtes verzehren. Vgl. *Die Harald Schmidt Show* F 1199 v. 05.02.2003. Online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=5-CbY83B468>, zul. abgerufen am 17.09.2022. Siehe dazu auch den Beitrag von Kyra Alena Mevert m.d.T. *Alltag als Spektakel. Der Charme von Studioaktionen wie Wochenendeinkauf, Kinderspielplatz oder Essen im Zug*, im vorliegenden Band (S. 125–138). Man könnte dies im Übrigen durchaus auch als »dichte Teilnahme« lesen. Siehe dazu grundsätzlich Gerd Spittler: »Teilnehmende Beobachtung als Dichte Teilnahme«. In: *Zeitschrift für Ethnologie* 126 (2001), S. 1–25.

3 *Die Harald Schmidt Show*, F 1018, 06:45.

4 Siehe dazu auch den Beitrag von Christoph H. Winter m.d.T. *Late Night Feuilleton. Kulturjournalistische Strategien bei Harald Schmidt* im vorliegenden Band (S. 21–66).

5 Vgl. Doris Rosenstein: »Heimat«. In: Hans-Otto Hügel (Hg.): *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Stuttgart u. Weimar: Metzler 2003, S. 226–232, hier S. 226.

mithin als Medien-Professioneller) zu sprechen sowie (b) dies *in den Medien* zu tun (an prominenter Stelle innerhalb einer damals überaus populären Late Night-Show).⁶ Dies geschieht jedoch im Rahmen des eigenen Unterhaltungs-Programms; es ist Teil dieser Show.⁷ Überhaupt zählt die »Entwicklung der Medien« zu den Faktoren, »die bei der Etablierung des Heimatbegriffs und dessen Bedeutungswandel einen erheblichen Einfluss« haben, denn es sind »die Medien«, »die die Bühne für die Popularisierung bestimmter Heimatvorstellungen zur Verfügung stellen.«⁸ Die eingangs zitierten Sätze wie auch die gesamte Folge, in der sie fallen, begleiten dabei folgendes Anliegen: Der Bahnhof der schwäbischen Kleinstadt Nürtingen, in der Harald Schmidt bekanntlich bis zu seinem Aufbruch zur Staatlichen Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Stuttgart in seinem Elternhaus lebte,⁹ wird anhand eines Modell-Nachbaus des Bahnhofsquartiers einschließlich funktionierendem Zugstellwerk und geschilderten Geschehen der potentiell An- und Abreisenden mittels des Zugfahrplans rekonstruiert, reenacted. Dieses Schilderungsverfahren führt im Übrigen verschiedene ältere Ästhetisierungen des »Herkunfts-Komplexes«¹⁰ einschließlich entsprechender Topoi fort, d.h. ein Genre-Spektrum, das den Heimatfilm (insbesondere der 1950-er Jahre) ebenso umfasst wie ggf. auch die Heimatkunst des 19./20. Jahrhunderts,¹¹ ferner Anklänge an die Mundartdichtung,¹² die so genannte Heimat-»Heftchen«-Literatur respektive Heimat-Romane oder auch Heimat-Musik als populäre Schlager. Heimat ist bei all dem das Motiv, an dem sich das jeweilige Medium – hauptsächlich inhaltlich – reibt, meist in Gestalt einer intakten, ländlich und/

6 Vgl. Philip Hartmann: *Was ist dran an Harald Schmidt? Eine qualitative Studie zu den Nutzungsmotiven der Zuschauer von Harald Schmidt*. Berlin: Lit, 2006, insbes. Kap. 2.1: *Das Konzept der Late Night Show* sowie Kap. 2.3: *Die Harald Schmidt Show (Sat. 1)*, S. 13–15, 17f.

7 Siehe dazu auch den Beitrag von Thomas Hecken m.d.T. *Die Late-Night-Show* im vorliegenden Band (S. 85–98).

8 Rosenstein: »Heimat«, S. 226.

9 Vgl. Karin Knop: *Comedy in Serie. Medienwissenschaftliche Perspektiven auf ein TV-Format*. Bielefeld: transcript, 2007, insbes. Kap. 6: *Harald Schmidt und seine Show*, S. 149–170.

10 Thomas Bernhard: *Auslöschung. Ein Zerfall*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1988, S. 201. Siehe dazu u.a. Katya Krylova: »Thomas Bernhards Auslöschung. Der Umgang mit dem Herkunftskomplex«. In: Johann Georg Lughofer (Hg.): *Thomas Bernhard. Gesellschaftliche und politische Bedeutung der Literatur*. Wien: Böhlau, 2012, S. 189–200.

11 Dazu ist einschlägig Karlheinz Rossbacher: *Heimatkunstabewegung und Heimatroman. Zu einer Literatursoziologie der Jahrhundertwende*. Stuttgart: Klett, 1975.

12 Dass Harald Schmidt derart häufig öffentlich ins Schwäbische verfällt, verstärkt die hier konstatierte Referenzierung.

oder kleinstädtisch geprägten Idylle sowie der dazu gehörenden Milieus: *Nürtingen* als Kosmos des Heimatlichen, aber auch als Substrat von dem, was hier als eine ›Prozessualität‹ bezeichnet wird: *das Entstehen* von ›Harald Schmidt‹.

Die nachfolgenden Überlegungen gehen auf kooperative Impulse zurück, die sich in einem übergeordneten Sinne damit auseinandersetzen, zu verstehen, was sich hinter einer Rede von ›Medienkultur‹ und deren Konstitution als ›Wissenschaft‹ verbirgt;¹³ ein solches Bemühen schließt ebenfalls die Überzeugung mit ein, dass eine Unterscheidung zwischen *High*- und *Low*-Kultur nicht zielführend ist,¹⁴ um Phänomene von ›Gegenwart‹ adäquat, d.h. epistemologisch, zu diskutieren. Dies impliziert aber auch, dass es nicht um eine Vollständigkeit des Untersuchungsfeldes gehen kann, sondern um beispielhafte Perspektiven auf eine hierfür signifikante Figuration. Ich versuche daher, die Verknüpfung zweier Blickwinkel zu erkennen, ohne ihre Differenzierung zu verabschieden: Ästhetische Theorie und ästhetische Praxis bestimmen dasjenige, was hier das ›Populäre‹ genannt wird und das sich am Fall von Harald Schmidts *gebrochener* Verhandlung dessen, woher er kommt und mit dem er bzw. durch das er wird, *was er ist*, (einmal mehr) erweist.

2 Die Ästhetisierung und das Populäre

Harald Schmidt nimmt mithin, so die These des Folgenden, all dies zunächst zum Anlass, um das Vermächtnis von Heimat, (i.) zu ästhetisieren: seriell, klišeehaft, auf der Ebene der Sprache und der Überlieferung (*im Dialekt*), als Rückbesinnung und Verklärung (*Nostalgie*), als Stilisierung (*heile Welt*) – und das stets bei gleichzeitiger Unterlaufung jeder dieser einzelnen Wege; der Ort, an dem dies geschieht, ist (ii.) ein solcher des Populären. Anders gesagt: Harald Schmidt produziert auf diese doppelte Weise – durchaus medienästhe-

13 Vgl. Oliver Ruf, Patrick-Rupert-Kruse u. Lars C. Grabbe: *Medienkulturwissenschaft. Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer VS, 2022.

14 Siehe dazu Thomas Wegmann u. Norbert Christian Wolf (Hg.): ›*High*‹ und ›*low*‹. Zur Interferenz von Hoch- und Populärkultur in der Gegenwartsliteratur. Berlin u. Boston: de Gruyter, 2012; sowie jüngst auch Niels Werber: ›*Hohe*‹ und ›*populäre*‹ Literatur. Transformation und Disruption einer Unterscheidung«. In: *Jahrbuch der Deutschen Schillergesellschaft* 65 (2021), S. 463–477.

tisch – eine Art Geographie dessen, zu dem man gehört sowie zu dem man kommt: von Herkunft.

(*ad i.*) ›Ästhetisierung‹¹⁵ heißt für den vorliegenden Kontext, im passenden Moment eine Mise en Scène umzusetzen, die bedeutungsgenerierend wirkt – optisch (ansehend) wie ausdrückend (aussagend); damit zählt das, was bei Harald Schmidt unterhaltend (unterhaltsam) geschieht, zu jenen Artikulationen, Interpretationen und Wahrnehmungen, die eine ästhetische Erfahrung verstärkend praktizieren,¹⁶ hier: vom Standpunkt des Eigenen aussprechend. Harald Schmidt generiert so einen (dann auch alltags-)ästhetischen Stil,¹⁷ der sich an einer derart verbalisierten Lebensform ausrichtet: »Genau hier, meine Damen und Herren, genau hier begann mein Start ins Showgeschäft [...].«¹⁸ Ästhetisierend ist das, was Harald Schmidt hier mit Bedeutung belegt, deshalb, weil das, was er darstellt, »durch Wahrnehmungen« konturiert ist, *aus denen er stammt*, und weil er damit zugleich auf »Erweiterungen der Wahrnehmungsfähigkeit und -relevanz« zielt.¹⁹ Intensiviert wird die eigene Abstammung durch das Zeigen von (bzw. das Zeigen auf) Gegenstände(n), stilisierte(n) Personen, wiederum deren Erfahrungen und Praktiken – *am Nürnberger Bahnhof*. Diese ästhetische Praxis à la Harald Schmidt baut mit am Projekt²⁰ einer zusammengefügt (geschichteten, gebastelten und dann verklebten) Populärkulturschreibung, die sich in der *Harald Schmidt Show* verdichtet, in sie hinein und wieder aus ihr herausdringt, andere spezifische Felder affiziert und vereinnahmt,²¹ hier: das bürgerliche (schwäbische) Milieu aufgreift

15 Vgl. Katharina Scherke: »Die These von der Ästhetisierung der Lebenswelt als eine Form der Analyse des Modernisierungsprozesses«. In: Sabine Haring u. Katharina Scherke (Hg.): *Analyse und Kritik der Modernisierung um 1900 und 2000*. Wien: Passagen, 2000, 109–131. Siehe zudem auch Corinna Dziudzia: *Ästhetisierung und Literatur. Begriff und Konzept von 1800 bis heute*. Heidelberg: Winter, 2015.

16 Siehe dazu einmal mehr John Dewey: *Kunst als Erfahrung* [1934]. Übers. v. Christa Velten, Gerhard vom Hofe u. Dieter Sulzer. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1987; Ilka Brombach, Dirk Setton u. Corbelia Temesvári (Hg.): »Ästhetisierung«. *Der Streit um das Ästhetische in Politik, Religion und Erkenntnis*. Zürich u. Berlin: Diaphanes, 2010.

17 Siehe dazu erneut Mevert: »Alltag als Spektakel«, im vorliegenden Band.

18 *Die Harald Schmidt Show*, F 1018, 06:37.

19 Wolfgang Welsch: *Ästhetisches Denken*. Stuttgart: Reclam, 1991, S. 77.

20 Siehe dazu auch Joachim Küpper u. Christoph Menke (Hg.): *Dimensionen ästhetischer Erfahrung*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 2003.

21 Siehe dazu auch Andreas Reckwitz: »Elemente einer Soziologie des Ästhetischen.« In: Ders.: *Unscharfe Grenzen. Perspektiven der Kultursoziologie*. 2., unveränd. Aufl. Bielefeld: transcript, 2010, insbes. S. 263.

und zugleich umstrukturiert, umwendet – qua Satire und in der Hervorbringung eines ästhetischen Prozesses.²²

(ad ii.) Das »Populäre« meint im vorliegenden Zusammenhang, auf einen Begriff zu bringen, wie Harald Schmidt im Allgemeinen sowie seine Show im Besonderen auf Pluralität, Heterogenität und Unterscheidung von Modalitäten der Popularität und von Diskursen des Populären bezogen ist.²³ Dies schließt eine Reihe von Darstellungs- und Manifestationsformen mit ein, die auch jene Unschärfe aufgreift, mit der Bestimmungen populärer Kulturen immer wieder konfrontiert worden sind.²⁴ Diese Unschärfe besagt, dass es nicht leicht ist, die betroffenen Gegenstandsbereiche zu erfassen und als ein monolithisches Bild zu zeichnen. Dabei lässt sich, so ein Konsens der Forschung, das Populäre spätestens seit dem Verlauf des 18. Jahrhunderts als enorm wandelbares Phänomen verfolgen,²⁵ das Rückkopplungseffekte zur jeweils umgebenden – gegenwärtigen – Zeitlichkeit evoziert. D.h. dass das Populäre für die in einem historischen Moment aktuelle Gegenwart eine Verdichtungsleistung verschiedener Zusammenhänge darstellt, die ich bereits für Harald Schmidt und seine Show identifiziert habe; das Populäre prägt einerseits Gegenwart und sagt andererseits etwas über Gegenwart aus. Mit einem Bonmot gesprochen: *Es schreibt seinerseits Gegenwart*.²⁶ So wie Kultur noch immer, im Sinne Max Webers und mit Clifford Geertz festgestellt, als »selbst gesponnenes Bedeutungsgewebe«²⁷ verstanden werden kann, etablieren populäre Kulturen daher bestimmte Bewegungsfiguren, die nicht zuletzt das Diskursnetzwerk von Moderne wie Postmoderne als eine solche Verflechtung begreifen.

22 Siehe dazu einmal mehr Gerhard Rupp (Hg.): *Ästhetik im Prozeß*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1997.

23 Vgl. Thomas Hecken: »Populäre Kultur, populäre Literatur und Literaturwissenschaft. Theorie als Begriffspolitik«. In: *Journal of Literary Theory* 4 (2010), S. 217–234.

24 Vgl. ders.: »Der deutsche Begriff »populäre Kultur««. In: *Archiv für Begriffsgeschichte* 49 (2007), S. 195–204. Siehe zudem ders. u. Marcus S. Kleiner (Hg.): *Handbuch Popkultur*. Stuttgart: Metzler, 2017.

25 Siehe dazu Niels Penke u. Matthias Schaffrick: *Populäre Kulturen zur Einführung*. Hamburg: Junius, 2018, S. 23–68.

26 Siehe dazu einmal mehr Eckhard Schumacher: *Gerade Eben Jetzt. Schreibweisen der Gegenwart*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 2003.

27 Clifford Geertz: »Dichte Beschreibung. Bemerkungen zu einer deutenden Theorie von Kultur«. In: Ders.: *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme* [1973]. Aus dem Amerikan. v. Brigitte Luchesi und Rolf Bindemann. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1987, S. 9.

Exemplarisch sind derartige Dynamiken hinsichtlich der ›Psychologie der Massen‹²⁸ (Gustave Le Bon) bzw. deren ›Aufstands‹²⁹ (Ortega y Gasset) aufgezeigt worden. Aber auch für Benjamins Kunstwerk-Aufsatz³⁰ oder der Hinführung zur Denkfigur der ›Kulturindustrie‹³¹ lässt sich konstatieren, wie Erscheinungen populärer Kulturen auf sowohl verflochtene konsolidierende Konstruktionen wie auch damit verwobene subversive Gegenentwürfe abzielen. Besonders deutlich wird dieser Befund im Angesicht ästhetischer Settings, die darauf angelegt sind, in diesem Populärkultur-Verständnis Übersetzungen und Überschreitungen (etwa von vermeintlichen Medien-Grenzen)³² gleichermaßen zu etablieren. Hierbei handelt es sich, nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Strahlkraft der sogenannten Popliteratur,³³ oftmals um solche Artikulationsformen, die innerhalb populärer Rahmungen und gleichsam auf deren Bühnen stattfinden bzw. jene schlechthin konstituieren. So ist Popliteratur, verkürzt gesagt, nicht ohne Popmusik denkbar, aber auch nicht ohne Stilisierungen und Moden sowie deren Verabschiedungen und Dekonstruktionen. Damit findet eine Ausweitung des engen *Pop*³⁴-Begriffs hin zu einem weiten *Populär*³⁵-Begriff statt, mit dem auf inhaltlicher Seite bestimmte populäre Konglomerate (oft als ›Erzählungen‹) Wechselbeziehungen und Übertragungen als Transformationen³⁶ ausbilden, die auf formaler Seite nicht nur genuin erzählte Zusammenhänge umfassen, sondern eine Vielzahl medialer (Ver-)Wandlungen einschließen – genau dafür ist Harald Schmidt und die von ihm medienästhetisch realisierte Prozessualität des Populären ein sehr treffendes Beispiel und es ist kein Zufall, dass er *mit seiner Show* auch Vertre-

28 Vgl. Penke/Schaffrick: *Populäre Kulturen zur Einführung*, S. 76–84.

29 Vgl. ebd., S. 85–87.

30 Vgl. ebd., S. 88–91.

31 Vgl. ebd., S. 92–103.

32 Siehe dazu jüngst Oliver Ruf u. Christoph H. Winter (Hg.): *Small Critics. Zum transmedialen Feuilleton der Gegenwart*. Würzburg: Königshausen & Neumann, 2022.

33 Siehe dazu u.a. Thomas Hecken u. Niels Werber: »Literatur«. In: Hecken/Kleiner (Hg.): *Handbuch Popkultur*, S. 178–188.

34 Siehe dazu u.a. Thomas Hecken: *Pop. Geschichte eines Konzepts 1955–2009*. Bielefeld: transcript, 2009.

35 Siehe dazu u.a. Torsten Hahn u. Niels Werber: »Das Populäre als Form«. In: *Soziale Systeme* 10.2 (2004), S. 347–354.

36 Siehe dazu aktuell Jörg Döring et al.: »Was bei vielen Beachtung findet: Zu den Transformationen des Populären«. In: *Kulturwissenschaftliche Zeitschrift* 6.2 (2021), S. 11–24.

ter-innen der deutschen Pöpliteratur immer wieder eine Bühne im deutschen Privatfernsehen geboten hat.³⁷

»Medien«, wie sie *mit Harald Schmidt* für das Populäre nochmals eigens ins Spiel kommen, betreffen vermittelnde Zeichen (»das Zeigen mittels Zeigestock«, »der erhobene Zeigefinger«) ebenso wie materielle Artefakte (»der Computer«,³⁸ »die Bühne«) und jene Institutionen, die für die Übermittlung populärer Inhalte verantwortlich sind (»der Fernsehsender«, »das Privatfernsehen«). D.h. aber auch, dass ebenfalls *für Harald Schmidt* das Populäre und »seine Medien« nur miteinander zu betrachten sind, wobei der Kollektivplural wiederum auf die Weite dieser Begriffe hinweist. Die Medienästhetisierung *von Harald Schmidt* produziert ihrerseits, so gesehen, einen Beitrag zur populären Kultur »ihrer« Gegenwart, die sich *als Medien* offenbart, und zwar auch in einer historischen Zentrierung, die eine »spezifische« Gegenwart beschreiben, erklären und verständlich machen kann, für die deren Voraussetzungen und Fortschreibungen zentral *bei Harald Schmidt* zu beachten wie zu beobachten sind. Das Populäre wird im Zuge dessen – als Popularisierung und wiederum Ästhetisierung gleichermaßen – in dieser Gesellschaftskultur zu etwas (auch) *durch Harald Schmidt* bekannt Gewordenem, vielleicht zu dem für einen Zeitpunkt Bekanntesten, Meistverbreitesten und Erfolgreichsten,³⁹ mindestens aber zu etwas, das jenseits von Höhenkamm und Kanon populär sowohl funktioniert wie funktioniert.

Insofern mündet der hier versuchte Ansatz, über *eine* Ästhetik und Praxis des Populären *anhand Harald Schmidt* zu reflektieren, in die Auffaltung von Untersuchungsfeldern, für die jenes »Werk« folgendermaßen zentriert werden könnte: So wäre die Kommunikationsform, die Harald Schmidt u.a. dadurch demonstriert, dass er Elemente seiner Herkunft in *sein* Medienformat hin-

37 Siehe dazu die Beiträge von Torsten Hoffmann (m.d.T. »*Fass mal drüber*«, *Schriftsteller-Gespräche in der »Harald Schmidt Show*«; S. 181–201), Christoph H. Winter (m.d.T. »[...] der bessere Claus Peymann!« *Harald Schmidt und Benjamin v. Stuckrad-Barre kaufen keine Hose, gehen aber mit essen*; S. 203–218) sowie Christoph Jürgensen (m.d.T. *Der Kälte- und Wärmetechniker. Zum Verhältnis von Welt und Werk bei Harald Schmidt und Benjamin von Stuckrad-Barre*; S. 219–235) im vorliegenden Band.

38 Siehe dazu auch folgende Passage aus dem Gespräch mit den beiden Herausgebern: »OR: [...] Computer gab es schon in der Show. Manuel Andrack saß doch immer vor einem? – HS: Ja, aber auf dem Niveau »Senioren lernen googlen.« (Oliver Ruf u. Christoph H. Winter: »Herr Schmidt, wie haben Sie das gemacht?« Ein Werkstattgespräch, im vorliegenden Band, S. 251–290, hier S. 260.)

39 Siehe dazu auch den Beitrag von Barbara Hornberger (m.d.T. *Der Uneigentliche. Harald Schmidt als Meister der Distanz*; S. 99–110), im vorliegenden Band.

ein holt (»genau hier begann [...]«),⁴⁰ nicht ohne die oben kurz angedeuteten und dann en miniature⁴¹ nachgestellten Praktiken zu verstehen, die an dieser Stelle immer schon stattfinden (*am Nürtinger Bahnhof*). Letztendlich ist es damit auch das so genannte ›Volkstümliche‹, das auch hier als Anzeichen für ›Heimat‹ mit dem ›Populären‹ vernäht ist.⁴² In diesem eng geführten Dualismus spiegeln sich dabei Routinen und Ähnlichkeiten, die als eine Art Fortleben jedoch auch stets ein Eigenleben aufweisen. Es geht somit bei der Variation und Variabilität populärer (›volkstümlicher‹) Kultur *nach Harald Schmidt* um ein ästhetisierendes wie ästhetisiertes Abarbeiten an den singulär und generell auftretenden, entstehenden und wahrgenommenen Bedeutungsgeweben, für die ›das Schwäbische‹ als Symbol bürgerlich-provinzieller Eigentümlichkeit stellvertretend steht. Populäre Kultur und ihre dann ästhetische Praxis, so die Grundannahme, kann nur so, wie es Harald Schmidt – bemerkenswert – vermag, inszeniert werden, wenn man sie als fortlaufende, transitorische Prozessverknüpfung begreift,⁴³ die verschiedene Stränge ausbildet und untereinander rückkoppelt bzw. verwebt sowie zur eigenen subjektiv-zentrierten Erfahrung rückführt:⁴⁴ »Das ist der Nürtinger Bahnhof. Und es gibt zwei ganz wichtige Dinge am Nürtinger Bahnhof. Das eine Wichtige –, das hier kann man vielleicht mal zeigen: Genau hier, meine Damen und Herren, genau hier begann mein Start ins Showgeschäft, an dieser Stelle, genau hier [...]«⁴⁵

Gleichzeitig hat diese weit aufgefasste Populär-Ästhetisierung nicht nur im Speziellen bei Harald Schmidt etwas *mit Medien* zu tun. Vielmehr geht es im Allgemeinen auch grundsätzlich um durch jene überhaupt erst möglich werdenden und zu verbreitenden *Ästhetiken*. Dann handelt es sich bei populären Kulturen hier denn auch immer um Ausdrucksgefüge (Signaturen) sowie Ansatzpunkte von *Medienästhetiken*.⁴⁶ Mit diesem Befund ließe

40 *Die Harald Schmidt Show*, F 1018, 06:37.

41 Siehe dazu u.a. auch Oliver Ruf u. Uta Schaffers (Hg.): *Kleine Medien. Kulturtheoretische Lektüren*. Würzburg: Königshausen & Neumann, 2019.

42 Vgl. Hermann Herlinghaus: »Populär/volkstümlich/Populärkultur«. In: Karlheinz Barck (Hg.): *Ästhetische Grundbegriffe. Historisches Wörterbuch in sieben Bänden*. Bd. 4: Medien – Populär. Stuttgart: Metzler, 2002, S. 832–884.

43 Vgl. Vittoria Borsò: »Transitorische Räume«. In: Jörg Dünne u. Andreas Mahler (Hg.): *Handbuch Literatur & Raum*. Berlin u. Boston: de Gruyter, 2015, S. 259–271.

44 Siehe dazu wiederum auch Winter: »[...] der bessere Claus Peymann!«, im vorliegenden Band, S. 203–218.

45 *Die Harald Schmidt Show*, F 1018 v. 19.12.2001, 06:30–06:45.

46 Auch für diesen Komplex gilt hier: »In dieser Hinsicht ist Medienästhetik auch eine Reflexion auf das Denkbare, eine Praxis des Vorstellbarmachens des Unerwarteten und

sich jene Herkunfts-Ethnographie, die Harald Schmidt etwa mit der nicht nur nachempfundenen, sondern sehr exakt nachgebauten Szenerie *am Nürtinger Bahnhof* gleichsam ins deutsche Privatfernsehen eingraviert, als durch die Möglichkeiten der Medien überhaupt erst zur Verfügung gestellte Formate auffassen, die in diesem ästhetisierten Rahmen gestaltet werden können. Über dessen Teilhabeoptionen (damals: durch ein Fernsehpublikum; heute eher: qua YouTube-Nutzung) entstehen auch hier solche populäre Kulturen, die medienästhetisch gelesen werden können und die sich stets im Wechselspiel mit Vergangenheiten (»[...] genau hier begann [...]«)⁴⁷ und Gegenwärtigkeiten (»hier«)⁴⁸ befinden. Hinzu kommt eine Produktionsperspektive, da beim Erstellen dieser Kanäle – als Fernsehproduktion *Die Harald Schmidt Show* – sowohl Wissen als auch Darstellungsweisen aufgenommen werden, die in die eigenen Produktionseffekte Einblick gewähren. Anders gesagt: Es fällt auf,

dass diese Spannung zwischen Bühnenraum und Studio eine Art Labor schafft, indem sehr intensiv experimentiert wird. So wird z. B. immer dann, wenn sich die Kamera hinter die Kulissen bewegt oder Suzanna mit den Q-Cards zu sehen ist, die Gemachtheit der Show ausgestellt. Auf diese Weise wird das Medium Bühne im Medium Fernsehen noch mal ganz anders interpretiert.⁴⁹

Harald Schmidt selbst wertet diese Beobachtung jedoch sogleich als »vergangen« ab, als »überholt« respektive »überlebt«, mithin als nicht mehr zeitgemäß, da der Effekt, der damit so zu sagen medieninnovativ erzeugt werden konnte,

des Fremden.« (Jens Schröter, Tilman Baumgärtel u. Christoph Ernst: »Zukünftige Medienästhetik. Ein Vorwort«. In: *Navigationen. Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften* 21.2, 2021, Schwerpunkt: *Zukünftige Medienästhetik*, S. 7–13, hier S. 10.) Siehe dazu außerdem einerseits auch Christoph Ernst u. Jens Schröter: *Zukünftige Medien*. Wiesbaden: Springer VS, 2020, sowie andererseits einmal mehr Ralf Schnell: *Medienästhetik. Zu Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen*. Stuttgart: Metzler, 2000: »Ästhetische Wahrnehmung ist nicht identisch mit dem, was gezeigt oder gesagt wird, sondern sie besitzt ihre Spezifik in der Art und Weise, wie sie ihre eigenen Möglichkeiten und Fähigkeiten, ihre Techniken, ihre Mittel [...] zur Verarbeitung einsetzt. Das Wie dieser Wahrnehmung steht im Mittelpunkt dieser Medienästhetik.« (Ebd., S. 22) Einen Überblick gibt zudem Ruf/Rupert-Kruse/Grabbe: *Medienkulturwissenschaft*, insbes. Kap. 5.2, S. 133–139.

47 *Die Harald Schmidt Show*, F 1018 v. 19.12.2001, 06:37.

48 Ebd., 06:45.

49 Ruf/Winter: »Herr Schmidt, wie haben Sie das gemacht?«, im vorliegenden Band, S. 267.

reproduzierbar geworden ist, der nachgeahmt wird, und zwar von solchen Medienformaten, die weniger subversiv-satirisch⁵⁰ als vielmehr nochmals *mas-sentauglich(er)* sind: ihrerseits populär. Schmidt antwortet wörtlich:

Ja, das ist richtig. Aber wissen Sie, es ist 25 Jahre her. Das macht man heute auch im *Fernsehgarten*. Es wird heute überall gemacht. Aber tatsächlich fing das schon bei *Schmidteinander* an. Früher haben sich die Moderatoren grün und blau geärgert, wenn sie sich auf der Bühne versprochen haben. Inzwischen ist die Offenlegung des Mechanismus ein Allgemeingut geworden.⁵¹

Aber auch die umgekehrte Wirkung findet statt, wenn, wie bereits angesprochen worden ist, Autoren wie Benjamin von Stuckrad-Barre, Christian Kracht oder Rainald Götz bzw. Autorinnen wie Alexa Hennig von Lange oder Hele- ne Hegemann dadurch einerseits populär(er) werden, indem sie zu Gästen der *Harald Schmidt Show* avancieren, und andererseits damit diese selbst eigens nobilitieren, jene gewissermaßen zum Bestandteil des von ihnen repräsentierten Populären machen, das sowohl paradoxer wie bezeichnender Weise hochkulturell konnotiert ist:

OLIVER RUF: *Die gehören oder gehörten [weitestgehend] zumindest damals alle der Strömung der sogenannten Popliteratur an. Wurden die eingeladen, weil sie im Literaturbetrieb erfolgreich waren oder waren das redaktionelle Gründe, die für deren Einladung gesprochen haben?*

HARALD SCHMIDT: Das Zweite. Denn das war damals die neue Form von Günther Grass. Die galten als seriös, hatten aber nen anderen Sound drauf.

CHRISTOPH H. WINTER: *Die genannten Autoren kommen ja fast allesamt aus dem Journalismus. Und in deren Texten – gerade bei Stuckrad-Barre und Goetz – kommen Sie sehr häufig vor. Fühlen Sie sich dadurch geschmeichelt?*

50 Siehe dazu auch Marcus S. Kleiner u. Holger Schultze (Hg.): *Sabotage! Pop als dys-funktionale Internationale*. Bielefeld: transcript, 2013.

51 Ruf/Winter: »Herr Schmidt, wie haben Sie das gemacht?«, im vorliegenden Band, S. 267.

HS: Naja gut, man gewöhnt sich da natürlich dran, ja. Am Anfang findet man es super, wenn man erwähnt wird, mit der Zeit wird das aber uninteressant. Inzwischen stelle ich fest, dass Leute mich erwähnen, um bei Google weiter nach vorn zu rutschen. Die testen Winterreifen und schreiben: »Die Winterreifen sind zwar schlecht, aber nicht so schlecht wie die *Harald Schmidt Show*.«⁵²

D.h. dass Popularisierung, hier verstanden als medienkultureller Mechanismus, der Zugehörigkeiten und Identifizierungen (»des Pop«) qua Rezeption und Beteiligung an solchen Medienangeboten generiert, mit derart prozessierten⁵³ Konfigurationen (»Harald Schmidt«) stattfindet bzw. stattfinden kann. Diese Auseinandersetzung hat einen genuin transmedialen Charakter: Er überschreitet medial, wiederholt gesagt, Diskurse, d.h. überschritten wird das Gesagte und das Nicht-Gesagte; und er übersetzt jenes, indem das enthalte, geäußerte, auch: das lächerlich gemachte, ebenfalls: das stilisierte und »hochgehaltene« Wissen verschaltet und medienästhetisch ausgeweitet wird: »[...] das hier kann man vielleicht mal zeigen [...].«⁵⁴ Es handelt sich damit um Wahrnehmungs-, Affizierungs- und Übernahmeprozesse von – erneut im allerweitesten Sinne – »Kultur, die mittels des Leitkonzepts des Populären erfasst werden können. Von Harald Schmidt eingesetzt werden dazu schließlich »Methoden«, die sich oftmals mit der Beobachtung/Beschreibung konkreter situativer Konstellationen befassen: »Das hier ist, original nachgebaut, der Bahnhof meiner Heimatstadt Nürtingen.«⁵⁵ Zugleich tritt Harald Schmidt aus der Beobachtung/Beschreibung heraus und erfasst das eigentliche Verfertigen, Produzieren bzw. die eigentliche Herstellung des Gezeigten (als real gebautes Mini-Modell),⁵⁶ ordnet und formt es, indem er es erfasst, regelrecht auswertet, wenigstens aber einschätzt, bewertet. Damit fokussiert Harald Schmidt das Populärkulturelle selbst und reflektiert dessen differente Kontaktbeziehungen und Generierungsprozesse; er richtet das

52 Ebd., S. 269.

53 Siehe dazu grundsätzlich einmal mehr Hartmut Winkler: *Prozessieren. Die dritte, vernachlässigte Medienfunktion*. Paderborn: Wilhelm Fink, 2015.

54 *Die Harald Schmidt Show*, F 1018 v. 19.12.2001, 06:36.

55 Ebd., 00:19–00:26.

56 Siehe dazu u.a. auch Gertrud Lehnert, Maria Weilandt u. Ursula Textor (Hg.): *Materielle Miniaturen. Zur Ästhetik der Verkleinerung*. Würzburg: Königshausen & Neumann, 2020.

Augenmerk auf die Vernetzung von Einzelercheinungen durch deren Beziehungsgeflecht in Gegenwartskulturen (*das schwäbische Nürtingen*). Bei diesen handelt es sich um besagte bewegliche Kontextualisierungen, deren Transformationen⁵⁷ durch die miteinander verschränkten Praktiken des Produzierens und Rezipierens bedingt sind. Der mit ›Harald Schmidt‹ evozierte Fragenhorizont richtet sich dann auch auf die damit verbundenen populärkulturellen Techniken: beobachten/beschreiben, ordnen/formen, erfassen/auswerten, einschätzen/bewerten.

Auf der Basis solcher Einsichten in die Bedeutung populärkultureller Darstellung *im Visier von Harald Schmidt* expandiert das Exempel ›Die Harald Schmidt Show‹ mittels Ästhetisierungsstrategien in die Lebenswelt⁵⁸ des Publikums (wie im Übrigen auch des Show-Personals), indem dessen/deren sinnlich wahrnehmbare Artikulation und Formierung sich durch materiale Konkretisierung und symbolische Aufladung ostinat fortschreibt. Dieser Befund erfordert die Aufmerksamkeit für die mediale, materiale und situative Konkretheit etwa der gezeigten Gegenstände, Situationen, Diskurse etc. – und ihrer Handlungsdimensionen; sie lenken die Aufmerksamkeit auch auf die Produktions- und Rezeptionsästhetik populärer Kulturen, innerhalb deren Fort- und Eigenleben Harald Schmidt einen so zu sagen angestammten Platz einnimmt. Denn mit diesem zeigen sich Manifestations-, Konstitutions- und Wirkweisen von Populärkultur-Gesten als Momente einer Populärkultur-ästhetik, die in ihrer historischen Vieldeutigkeit und Vielbestimmbarkeit erfahrbar gemacht, reflektiert und aber auch wiederum unterlaufen werden.⁵⁹

57 Vgl. erneut Jörg Döring et al.: »Was bei vielen Beachtung findet«.

58 Vgl. wiederum Scherke: »Die These von der Ästhetisierung der Lebenswelt als eine Form der Analyse des Modernisierungsprozesses«. Siehe zudem u.a. in gleicher Weise kritisch Peter Imort, Renate Müller u. Horst Niesyto: »Einleitung«. In: Dies. (Hg.): *Medienästhetik in Bildungskontexten*. München: kopaed, 2009, S. 7–13: »Medienästhetik liefert Konstruktions- und Sinnangebote für medial geprägte Lebenswelten und Weltsicht. ›Leben auf gigantischer Benutzeroberfläche‹, ›Verführung als Dienstleistung des Marktes‹ oder ›medial inszenierte Heilsversprechen‹ sind einige der Schlagwörter, die hier komplementär und kritisch zu nennen wären. Dennoch ist Medienästhetik mehr als ein ›Effekt der Unterhaltungsindustrie‹.« (Ebd., S. 7.)

59 Damit ggf. neu zu perspektiven wäre grundsätzlich auch die Forschung des Populären aus medienästhetischer Sicht, wie es etwa das Teilprojekt ›Pop-Ästhetiken‹ des SFB 1472 *Transformationen des Populären* der Universität Siegen bearbeitet. Dazu heißt es: »Mit dem Begriff ›Pop-Ästhetik‹ verbindet sich eine Abkehr von der gängigen Praxis, bei Artefakten der ›Populär- und ›Massenkultur‹ entweder nur deren einfache Machart oder deren Standardisierung herauszustellen. Die Transformation dieser Beschreibungs- und Be-

Von der Einsicht aus, dass Kultur schlechthin ihre Entstehung und Ausstrahlung weniger benennt als vielmehr ausdrückt, ergeben sich am so ausstrahlenden Beispiel ›Harald Schmidt‹ Bezüge zu einer vehement voranschreitenden Populärkulturgeschichte, die demonstriert, wie sich u.a. in fassbaren Verbalisierungen und Visualisierungen, Referenzierungen (Bezugnahmen), Andeutungen, Aussprachen usw. die Dimensionen des Populären in kulturelle Dispositive gleichsam einsenken. Für diese offenbaren sich populäre Kontexte, wie sie sich hier erkennen lassen, als sichtbar gemachte, dargestellte, ausgedrückte, erkannte, erlebte und bewertete Größe und als solche sind sie stets abhängig von und nur gültig in Wahrnehmungszusammenhängen, die kennzeichnend für das, was ›Zeitgenossenschaft‹ genannt werden kann, ist und die sich hier konstituieren: *in Medien*.⁶⁰ Mit der dann so zu sagen diskursiven Hilfe von ›Harald Schmidt‹ lässt sich folglich Phänomen zuwenden, die der Präsentation wie der Repräsentation bedürfen. Populäre Kulturen sind, so die Überzeugung, an die Darstellungs- und Durchsetzungskraft von ästhetischen Verfahrensweisen der jeweiligen Gegenwart gebunden.⁶¹ an das Zusammenspiel von sinnlich bedingten Techniken, Symbolen/Zeichen und Institutionen. Diesen Gegenstandsbereich muss eine kulturwissenschaftlich fundierte, medientheoretisch informierte und populärästhetisch ambitionierte Forschung zum Verständnis der gegenwärtigen Verhältnisse wesentlich präzisieren und modifizieren, um daraus Erkenntnisse abzuleiten. ›Harald Schmidt‹ könnte dafür ein Ausgangspunkt sein.

wertungskonventionen eröffnet neue Möglichkeiten der Sicht auf populäre Werke. Das Teilprojekt untersucht dabei, welche Klassifikationen und Urteilsgründe zum Einsatz kommen. Zum Korpus gehören: 1. Schriften, die Kriterien vorbringen, was zur populären und/oder Pop-Kunst und was nicht gehört. 2. Schriften, die ausführlicher angeben, weshalb populäre Kunstwerke gut oder schlecht seien. 3. Schriften, die Kriterien benennen, was zur angemessenen Wahrnehmung von Kunstwerken gehöre. Untersucht werden folglich Rezensionen und Aufsätze zum künstlerischen Status z.B. von Blockbustern, Bestseller-Romanen, Charts-Hits – aber auch von Werken, die zur Pop-Kunst gezählt werden (etwa im Falle der Pop-Art und der deutschen Popliteratur), obwohl oder gerade weil sie noch keine große Popularität erzielt haben.« (<https://sfb1472.uni-siegen.de/forschung/pop/pop-aesthetiken>, zul. abgerufen am 17.09.2022.) Eine Übersicht des Forschungs panoramas gibt – davon unabhängig – u.a. Kaspar Maase: *Populärkulturforschung. Eine Einführung*. Bielefeld: transcript, 2019.

60 Siehe dazu überblicksartig Andreas Käuser: »Moderne – Medien – Ästhetik«. In: *Navigationen. Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften* 7.2 (2007), S. 165–184.

61 Siehe dazu u.a. auch Moritz Baßler u. Heinz Drügh: *Gegenwartsästhetik*. Göttingen: Wallstein/Konstanz University Press, 2021.

3 Die Akkumulation des Populärästhetischen

81

Im Gespräch mit den beiden Herausgebern des vorliegenden Bandes gibt es eine weitere Stelle, die den Komplex des hier Festgestellten bestärkt und zum Start der vorliegenden Überlegungen zurückleitet:

OLIVER RUF: *Ich war vor Kurzem im Schwarzwald, in der Nähe Ihrer Heimat. Und dort habe ich diesen Sound kennengelernt, dieses Schwäbische, die schwäbische Kultur. Hat sich Ihre Herkunft auf die Entwicklung Ihres Humors ausgewirkt?*

HARALD SCHMIDT: Hundertprozentig. Das hat man ganz unbewusst aufgesaugt. Die Gespräche im Trinkstüble [auf Schwäbisch]: »Wir fahren zu jedem Europa Cup-Spiel von den Bayern. Da sind wir zu viert zu mein Kumpel, der hat n Fünfer BMW. Mir teile dann. Und dann sind wir gefahren, die ganze Zeit. Nur Links. Nur Links. Da geht plötzlich so a kloans Arschloch raus, weischt auf dem Eichelberg. Also hat der gebremst und dann sin die hinten wie in der Straßenbahn nach vorne.« Wenn das jemand erzählt, will er ja dabei nicht witzig sein, sondern cool. Da wird keine lustige Geschichte erzählt, sondern wie man sich den Sprit teilt, zum Spiel nach München rast und zurück, weil man am nächsten Morgen bei der Firma *Heller Werkzeugmaschinen* an der Maschine stehen muss, wo man sich zu dieser Zeit dumm und dämlich verdient hat.⁶²

Der ›Sound‹ der Herkunft, der einen Kreislauf schließt, aus dem heraus einerseits aufgebrochen werden muss (»mein Start«)⁶³ und dem andererseits nicht entkommen werden kann (»[auf Schwäbisch]«).⁶⁴ Bewegung weg, kreisend, diese Bewegung des Rondo und keine andere, nicht irgendwohin, sondern hinaus und wieder herein. Weit davon entfernt, eine bloße Unsicherheit oder

62 Ruf/Winter: »Herr Schmidt, wie haben Sie das gemacht?«, im vorliegenden Band, S. 276.

63 *Die Harald Schmidt Show*, F 1018, 06:37.

64 Ruf/Winter: »Herr Schmidt, wie haben Sie das gemacht?«, im vorliegenden Band, S. 276.

Unentschlossenheit selbst zu sein, ergibt es sich vielmehr, dass diese Anhäufung des Herkommenden, Wegführenden und Heimkommenden, dass diese Zirkulation in der Akkumulation des Populärästhetischen als Komposition mit dem Namen ›Harald Schmidt‹ beschreibbar ist; dessen Formabwandlungen sind wiederkehrende Abschnitte gemeinsam, die sich mit anderen Gestaltungen (der ›Unterhaltung‹, der ›Show‹, der ›Late Night‹, des ›Kabarett‹s, des ›Humors‹/der ›Komik‹ usw.) abwechseln: Nicht um die Herkunft zu negieren oder sich über sie gar allein lustig zu machen (sich über sie zu erheben), sondern in jedem Augenblick, da jener Prozess zur Aufführung drängt, den Harald Schmidt eben dort gegen die Beliebigkeit anstrengt, wo diese eine Gesellschaft vor den Medien (vor den Bildschirmen) oft stupide verharren lässt, sie aus- und vorzuleben. Das ist es, was dank ›Harald Schmidt‹ dann gedacht werden kann: die Form einer inneren Einstellung einzunehmen, indem man ihm zuschaut, ihm zuhört, ihn beobachtet, während er nach außen gerichtet zuschaut, zuhört und beobachtet hat und dies weithin an eigenen Erinnerungen festmacht und als Ergebnis gegenwärtiger Auseinandersetzung auslegt, deutet oder besser: erfasst.

Damit korreliert diese *praktische* Arbeit von Harald Schmidt nur scheinbar oberflächlich als vielmehr tiefer gehend verschleiert (*hinter dem Lachen verborgen*)⁶⁵ mit einer Auffassung von Ästhetisierung in, mit und über Medien, wie sie – als Kategorie – in einer überaus großen *Theorie*-Tradition steht – dies jedoch augenzwinkernd; denn sie klingt Nietzscheanisch, richtet sich (popkulturell gesprochen: als Spektakel/als *Theater*) gezielt (absichtsvoll) an eine Masse und ist schlichtweg als ›keck‹ zu apostrophieren:

Mit seiner Wagnerkritik hat Nietzsche das Modell aller folgenden Kritik der Massenkultur geliefert: Horkheimers und Adornos Analyse der Kulturindustrie und Heideggers Diagnose vom Ende der großen Kunst durch ihre Ästhetisierung schreiben Nietzsches Kritik ebenso fort wie Debords Reflexionen über die Gesellschaft des Spektakels. Aber diese Kritik ist offensichtlich selbst schon [...] die Reformulierung einer These, die so alt ist wie die Frage danach, warum Athen Sparta unterlag und zugrunde ging – nämlich, wie Rousseau wusste, wegen seiner ›Theatermanie‹. Es geht um eine These, die also genauso alt ist wie die politische Geschichtsschrei-

65 Siehe dazu auch Karin Knop: »Stefan Raab und Harald Schmidt – Institutionen der (komischen) Medienkritik?!«. In: Friedrich W. Block u. Rolf Lohse (Hg.): *Wandel und Institution des Komischen. Ergebnisse des Kasseler Komik-Kolloquiums*. Bielefeld: Aisthesis, 2013, S. 293–314.

bung (Thukydides) und die politische Philosophie (Platon), die ja aus dieser Frage nach den Gründen für die Niederlage Athens geboren wurden. »Theatrokratie« heißt seit diesem Beginn des politischen Denkens, so Platon in Schleiermachers Übersetzung, die »schlimme Massenherrschaft [theatrokratía] des Publikums« in den Künsten, die die frühere »Herrschaft der Besten« verdrängt hat. Ihr Kennzeichen ist die »Keckheit« des Publikums »im Urteil [...], gerade als ob [es] ein solches abzugeben fähig wäre.«⁶⁶

Nur ist hier nicht die »Keckheit des Publikums« installiert, sondern diejenige der Prozessualität, die für jene sorgt. Um keine Missverständnisse aufkommen zu lassen: Harald Schmidt ist nicht ganz ausdrücklich Nietzsche gefolgt, nicht einfach, nicht ganz unmittelbar, auch nicht implizit und ganz sicher nicht, um sich ihm bedingungslos anzuschließen. Gleichwohl gibt es diese Bezüge, die von Nietzsche sprechen, nicht ohne jenen zu dekonstruieren, etwa wenn Harald Schmidt einen Text des, wie er sagt, »großen sympathischen Gute-Laune-Entertainer[s]«⁶⁷ aus *Also sprach Zarathustra* im »original Gotische Kathedralen-Sound«⁶⁸ und in der »Sils Maria 11«⁶⁹-Lichteinstellung als Kalauer und Litanei gleichermaßen (re-)zitiert oder wenn – im gelben Vogelkostüm und mit *riesigem Schnurrbart* – das so genannte »Nietzscheentchen« anlässlich des 100. Todestags von Friedrich Nietzsche zu Gast in der *Harald Schmidt Show* ist.⁷⁰

Nietzsche schwingt mithin mit, vielleicht sogar immer, wenn Harald Schmidt auftritt, an welchem Ort, zu welcher Zeit, zu welchem Anlass und in welcher Funktion auch immer: vielleicht im Schatten, sicherlich aber jedes Mal, wenn (s)ein radikales Lachen erklingt.⁷¹ Dabei hat – selbstverständlich – der Eine um eine solche Nachkommenschaft nie gebeten, ohne mit derselben Geste, selbst von ihr zu entbinden, und der Andere hat nie einen Hehl

66 Christoph Menke: »Ästhetisierung«. Zur Einleitung«. In: Brombach/Setton/Temesvári (Hg.): »Ästhetisierung«, S. 17–22, hier S. 18.

67 <https://www.youtube.com/watch?v=v5iSiaJHP9o>, 06:26, zul. abgerufen am 17.09.2022.

68 Ebd., 01:14.

69 Ebd., 02:16.

70 Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=wJd1FuH6z5I>, zul. abgerufen am 17.09.2022.

71 Siehe dazu u.a. Silvia Stoller: »Nietzsches radikales Lachen. Spuren einer Philosophiekritik der ungewohnten Art«. In: Helmut Heit u. Sigrður Þorgeirsdóttir (Hg.): *Nietzsche als Kritiker und Denken der Transformation*. Berlin: de Gruyter, 2016, S. 275–296; Tarmo Kunnas: *Nietzsches Lachen. Eine Studie über das Komische bei Nietzsche*. 2. erw. u. durchges. Aufl. Rohrdorf: Brienna, 2017; Christiaan L. Hart-Nibbrig: »Nietzsches Lachen«. In: *Merkur. Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken* 37.415 (1983), S. 82–89.

daraus gemacht, dass er zwar intellektuell beflissen sein mag, jedoch eigentlich nichts *wirklich* ernst nimmt, gegebenenfalls auch Nietzsche nicht. So folgt Harald Schmidt auf Nietzsche, *so gut er eben kann*, um ihm zum gegebenen Zeitpunkt nicht länger zu folgen. Um auch denen keine eindeutigen Antworten zu geben, die jenem folgen oder auf jenen folgen, den Kindern Nietzsches, wenn man so will, auch solchen, die in fortlaufender Filiation ihn mit diesem ansatzweise (auch: absurder Weise) vergleichen bzw. zumindest in einem Satz zusammen nennen, respektive vielleicht auch die, die Rede und Antwort von ihm erbeten, indem sie ihn nach der Herkunft (Heimat) fragen. Um nicht aufzuhören, im Kreislauf des Herkommenden sich – behände wie leichtfüßig – zu bewegen, nicht anerkennend dabei, dass es ein Ende des Showgeschäfts geben könnte, zudem währenddessen populär seiend, ästhetisch erscheinend, weiterhin präsent, in Medien potentiell aller Art, bleibt Harald Schmidt anwesend.⁷² Vielleicht ist noch in dieser Analyse einer geradezu unsterblichen Prozesshaftigkeit, die zu keinem Ende kommen kann, der Abdruck eines Erbes hinterlassen, und der Erbe mehr als nur eines Erbes, was so wirksam ist, wie es dargestellt werden konnte. Harald Schmidt, darüber sollte gesprochen werden, ist eigentlich immer dabei, nach Hause zu kommen; er ist im Begriff, heimzukehren. Mag er – und mit ihm all das, was über ihn gesagt werden kann – als Ankommender auch nie ankommen, er ist dabei, anzukommen, er ist ein Ankommender, weil er kommen wird oder im Kommen ist: er wird angekommen sein.⁷³ *Er wird sein* heißt auch, dass mit ihm ›Harald Schmidt‹ jenes ist, was kommen wird, es repräsentiert, dafür steht, entsteht, denn dies ist eine (abschließende) These, die die »zuweilen vorhergesehene, zuweilen unausweichliche Gegenwärtigung der Zukunft«⁷⁴ ausspricht – das, was überdauert. Wir befinden uns damit ein allerletztes Mal wiederum in Folge 1018 der *Harald Schmidt Show* vom 19. Dezember 2001, deren Pointe hier mit Auslassungszeichen weitergeschrieben ist: »genau hier [...]«⁷⁵

72 Harald Schmidt ist denn auch nicht ausschließlich ein Fernsehunterhalter und Fernsehmoderator, sondern auch Publizist, Buchautor, Magazinkolumnist, Theater- und Fernschauspieler, Video-Blogger, Comedy-Coach für eine Streaming-Plattform usw. usf. Siehe dazu auch die Einleitung des vorliegenden Bandes.

73 Vgl. Jacques Derrida: *Politik der Freundschaft* [1994]. Aus dem Franz. v. Stefan Lorenzer. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 2002, S. 77.

74 Ebd.

75 *Die Harald Schmidt Show*, F 1018 v. 19.12.2001, 06:45, zul. abgerufen am 17.09.2022.