

Bastian Timm: Die Macht der Stars. Celebrities in der Weltpolitik

Opladen: Farmington Hills: Barbara Budrich 2009. 194 S., ISBN: 978-3866492783, 16,90 €

In einer Folge der BBC-Satire *Extras* tritt in einer Gastrolle Coldplay-Sänger Chris Martin auf, der humanitäres Engagement beweisen will – und sich erkundigt, ob die Verhungerten im Bild vielleicht sein aktuelles Album bewerben könnten. Dass der Missbrauch der *bully pulpit* – jenes sprichwörtlich gewordenen öffentlichen Forums, das schon manche Berühmtheit die Stimme des Volkes in sich entdecken ließ, sofern ein Mikrofon in der Nähe war – mittlerweile auch in der Populärkultur kritisch diskutiert wird, macht den Gedanken, das Engagement Prominenter in der Weltpolitik in einer wissenschaftlichen Untersuchung zu thematisieren, sehr nachvollziehbar. Dennoch muss angezweifelt werden, ob die Arbeit von Bastian Timm, der laut Vorwort beim Schreiben vor allem von dem Wunsch getrieben war, „so schnell wie möglich ein Buch zu diesem Phänomen [zu verfassen]“ (S.9), wirklich die adäquate Umsetzung liefert. Nicht nur scheint das Tempo beim Schreiben zu Lasten der Akkuratess ge gangen zu sein (auf beinahe jeder Seite finden sich Grammatik- oder Interpunktionsfehler), im Lektorat hätten auch Stilblüten auffallen müssen (von Bono heißt es etwa, der Musiker engagiere sich in der „Bekämpfung von Armut, Krankheiten wie AIDS, sauberem Wasser“, S.67).

Leider verrät das methodische Vorgehen zudem einige Naivität im Umgang mit dem Quellenmaterial. Zur Theorie von ‚Starkult‘ und ‚Celebrity‘ werden neben einer einschlägigen Untersuchung vor allem Definitionen aus Wörterbüchern zugrundegelegt (S.21f.); die vom Verfasser vorgelegten Kategorien des politischen Engagements (wie Entrepreneure oder Wirtschafts-Celebrities) sind vielversprechend, lassen allerdings den in der Einleitung versprochenen „differenzierten, ja wissenschaftlichen Blick“ (S.10) vermissen. Timms These, das zunehmende Engagement von Unterhaltungsgrößen wie George Clooney habe vor dem Hintergrund einer immer mehr in Richtung ‚Politainment‘ deutenden politischen Kultur mittlerweile einen eigenen ‚Celebrity-Faktor‘ ausgeprägt, der die Stars in die Lage versetze, Druck auf Regierungen auszuüben, scheint angesichts der Fülle der Belege stimmig, wird allerdings durch methodische Ungereimtheiten geschwächt. Der Autor konstruiert ein beinahe uneingeschränkt affirmatives Bild engagierter Prominenter wie Bono oder Bill Gates, und geht – bei allem Respekt

für das von den Celebrities gezeigte humanitäre Engagement – in erster Linie ihren Selbstvermarktungsstrategien auf den Leim. Als Quellenmaterial werden zumeist Statements von offiziellen Websites der Stars und ihrer Stiftungen sowie Porträts und Interviews aus der Regenbogen-Presse genutzt, und selbst ‚Räuberpistolen‘ wie die Tom-Cruise-Biographie des berühmten Skandal-Autors Andrew Morton werden unkritisch referiert, was durchaus auf die Diktion des Buchs abfährt: Diverse Künstler wie Mia Farrow oder Matt Damon erhalten grundsätzlich das Attribut ‚Hollywood-Schauspieler‘, Bruce Springsteen muss den boulevardesken ‚Alt-Rocker‘ geben. Ferner scheint es fragwürdig, die doppelte Präsidentschaftskandidatur (für Republikaner *und* Demokraten) des Satirikers Stephen Colbert ernstlich als Beleg für die zunehmende Bereitschaft Prominenter zu deuten, „die Linie von Show-Geschäft und Glamour-Welt in Richtung politische Welt zu überschreiten.“ (S.101)

Im Bemühen, einerseits der Systematik seiner zum Thema vorgelegten Master-Arbeit, andererseits dem Ziel eines „informativen Sachbuch[s]“ (S.10) mit unterhaltendem Anspruch gerecht zu werden, entwickelt Timm kein schlüssiges Analysewerkzeug. Der Recherche-Ansatz wird z.B. über die Betrachtung eines im Internet gefundenen Videos erläutert, das Bono im Umgang mit führenden Politikern wie Tony Blair zeigt; aus den Gesichtsausdrücken der Beteiligten will der Verfasser geschlussfolgert haben, „ob ein Akteur wie Bono von Staats- und Regierungschefs akzeptiert und ernst genommen wird.“ (S.10) Noch drastischer fallen einige Absätze ins Gewicht, die fast wörtlich aus einem Online-Artikel der *Zeit* bzw. von der Website des Auswärtigen Amtes übernommen werden, ohne dass sie als Zitate kenntlich gemacht würden.

Folglich überrascht auch nicht, dass sich die exemplarische Fallstudie zum Weltwirtschaftsgipfel in Davos (vgl. S.102-120) in der Aneinanderreihung von Fotos erschöpft und Ansätze zu einer kritischen Diskussion lediglich auf den letzten drei Seiten des Fließtexts geliefert werden (vgl. S.152-154). Ähnlich seltsam muten die auf die Kategorie des unterhaltsamen Sachbuchs abzielenden Anhänge wie das „TOP 50 Celebrity-ABC“ (S.155-167) oder die aus zweifelhaften Websites zusammengestellten Celebrity-Statements „zum Schmunzeln und Nachdenken“ (S.152) an. Wäre der wissenschaftliche Wert der Arbeit signifikanter, ließen sich solche bizarren Ausflüge ins Populärwissenschaftliche wie auch die inhaltlichen ‚Schönheitsfehler‘ verschmerzen – in der vorliegenden Form wird das Buch den selbstgestellten Ansprüchen allerdings kaum gerecht.

Wieland Schwanebeck (Dresden)