Unsere Klatschspalte : vom Publikum zum Claqueur

Autor(en): **Weise, Manfred**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **136 (2010)**

Heft 1

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-596605

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Orientierung

Navi über alles

Der Mensch macht sich immer mehr von der Technik abhängig. Noch vor kurzem konnte jeder einige Telefonnummern auswendig, heute genügt die Repeat-Taste oder der Anfangsbuchstabe der gesuchten Person. Beim Autofahren sind die geheimen Orientierungszeichen wie Kirchtürme, Schornsteine, Coop-Filialen und Bergspitzen nicht mehr nötig – heute schaut der moderne Mensch auf sein Navi. Er vertraut sich ihm voll und ganz an. Es hat sogar recht, wenn im Gotthardtunnel das Kommando «Bitte wenden» ertönt. Es wird gewendet, auch wenn jeder nachvollziehen könnte, dass nun kein GPS-Signal möglich sein kann und das Gerät wie ein Küken seine Mutter sucht.

Findige Japaner haben nun das Nonplusultra der technischen Steuerung des Menschen erfunden: das Home-Navi. Das Gerät wird am Handgelenk getragen und auch nachts nicht abgelegt. Hier einige Beispiele aus der Werbung. Der Wecker schrillt. Das Navi: «25 cm nach links greifen und die weisse Stopptaste drücken.» ■ Sie müssen aufs WC: «2. Tür links, 3,45 m geradeaus, dann links. Vorsicht! Deckel ist noch geschlossen.» ■ Sie wollen frühstücken: «Kaffeemaschine 1. Tür rechts, seit gestern nicht entleert, also entleeren und ausspülen, dann Kapsel auswählen und vorne rechts einschieben, Einschalter seitlich links.» ■ Sie suchen den Autoschlüssel: «Zurück in den Flur, an der Garderobe 3. Kleidungsstück von rechts, linke Tasche.» ■ Sie wissen nicht, wann Sie im Betrieb sein müssen: «Sie sind jetzt schon 7 Minuten zu spät, das Meeting endet in 23 Minuten. Schreiben Sie eine Entschuldigungs-Mail, dass Sie den Autoschlüssel noch nicht gefunden haben. Laptop auf der Couch im Wohnzimmer, Achtung Batteriezustand zu schwach, muss zwingend ans Stromnetz, Steckdose 1,20 m links, hinter den leeren Bierflaschen.»

Nicht nur der räumliche Bedarf ist abgedeckt, auch Zwischenmenschliches wird geleistet: Sie müssen weinen, weil Ihr Fussballclub verloren hat: «Nastücher befinden sich neben Ihnen unter dem TV-Programm. Achtung! Es sind nur noch drei Stück vorhanden. So, wie Ihr Club spielt, wird das nicht reichen. Soll ich sie in die Einkaufsliste schreiben?» Am Einfühlungsvermögen wird noch gearbeitet, das Prinzip aber ist schon perfekt.

WOLF BUCHINGER

Unsere Klatschspalte

Vom Publikum zum Claqueur

MANFRED WEISE

«Das Publikum beklatscht ein Feuerwerk, aber keinen Sonnenaufgang», stellte einst der Dichter Friedrich Hebbel (1813 – 1863) fest. 150 Jahre später beklatscht das Publikum immer noch keinen Sonnenaufgang. In Feuerwerken aber spielt es mittlerweile die Rolle des Claqueurs vorzüglich.

Beispiele gefällig? In den Fussballstadien wurden die Fankurven längst vom Medienregiment und Fussballbusiness zur Claqueur-Staffage reduziert. Ein gefühltes Viertel von Sportsendungen wie ‹Aktuelles Sportstudio› und ‹Sportpanorama› besteht aus Klatschen: Beim Erscheinen des Moderators, des Studiogastes, ja fast bei jedem Bericht klatscht das Publikum. Bei Sendeformaten wie ‹RTL-Chartshow›, ‹grösste Schweizer Hits› und ‹Musikantenstadl› sind Klatschende längst dramaturgisches Element: Das Studiopublikum befindet sich im Dauerklatschen – auch wenn jede Pose, Geste und jeder Gag der Bühnendarsteller bis ins Detail einstudiert ist.

Selbst wenn sich Akteure gegenseitig anpreisen und für sich selber werben, ist sich das Publikum fürs Klatschen nicht zu schade. Ein Erfolgs-Prominenter setzt spasseshalber eine dämliche Brille auf, alle klatschen. Noch der verlogenste Superlativ (Kultsong, Kracher, vom Feinsten) erhält tosenden Applaus. Und auch das Hinauszögern von Entscheidungen («Wer gewinnt, erfahren Sie nach der Werbung») wird frenetisch bejubelt.

Je nach Perspektive wird das Klatschen als Partizipation (Eventveranstalter) oder als Inszenierung und Konstruktion eines Ereignisses (Kommunikationstheorie) oder als Leistungsbeurteilung (Publikumskritik) gesehen. Oder ist das Klatschen eine angeborene Geste, um Ranghöheren zu schmeicheln? Wohl eher ist Klatschen heute Teil des Erlebniskonsums, Klatschen ist ganz einfach der zwingende Klangteppich der inszenierten guten Stimmung, guten Laune. Unentwirrbar werden Personen und Werbung beklatscht – längst nicht mehr Leistung. Man applaudiert dem eigenen Nichtzuhören und dem Untergang als Publikum.

Längst ist auch anderswo das klatsch-konditionierte Publikum eingekehrt. Auf Tagungen und Veranstaltungen klatscht das Publikum häufig, ohne zu wissen, um was es geht. Ja, selbst wenn der Vortrag eine reine Werbe- oder Beweihräucherungsrede war, wird geklatscht. Und wenn der Professor seinen Vortrag für die drei im Publikum anwesenden Professorenkollegen hält, spendet das gesamte Publikum Beifall. In der Elternsitzung nennt die Lehrerin drei Termine – und wird für diese Leistung zum Schluss beklatscht. Das Klatschen als Bühnenelement des Alltags.

Sind wir ehrlich, das Publikum ist heute für Sendungen, Tagungen und Fussballspiele da, weil diese ein Publikum brauchen – nicht aber die Sendungen, Tagungen, Fussballspiele für das Publikum. Das Publikum ist nirgendwo kritisches Publikum mehr, das Leistungen nuancenreich beklatscht oder gar schweigt. Das Publikum ist Untertan und es weiss, was in Eventzeiten von ihm als Staffage-Akteur verlangt wird.

Dagegen waren die Claqueure von früher schlaue Leute: Sie nahmen Geld. Im Jahre 1820 gründete M. Sauton mit der «Assurance des succes dramatiques» erstmals eine Beifalls-Agentur gegen Bezahlung. Fein abgestuft mussten die Kunden, meist Theaterschauspieler, Sänger oder Stückeschreiber für die unterschiedlichsten Beifallsarten feste Gebührensätze entrichten.