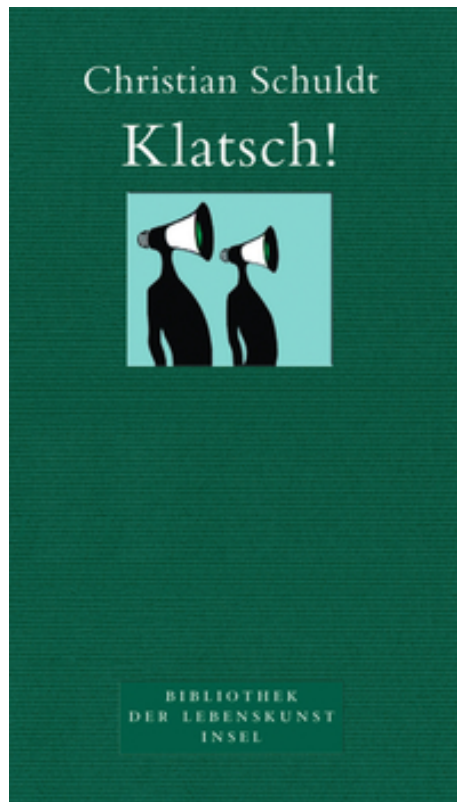


Insel Verlag

Leseprobe



Schuldt, Christian  
**Klatsch!**

Bibliothek der Lebenskunst  
Vom Geschwätz im Dorf zum Gezwitscher im Netz

© Insel Verlag  
978-3-458-17457-8





Christian Schuldt

# Klatsch!

*Vom Geschwätz im Dorf  
zum Gezwitscher im Netz*

Insel Verlag

Einbandabbildung: © megafon – studentisches Theaterfestival

© Insel Verlag

Frankfurt am Main und Leipzig 2009

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das  
der Übersetzung, des öffentlichen Vortrags sowie der  
Übertragung durch Rundfunk und Fernsehen,  
auch einzelner Teile.

Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form  
(durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)  
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert  
oder unter Verwendung elektronischer Systeme  
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Satz: TypoForum GmbH, Seelbach

Druck: Memminger MedienCentrum AG

Printed in Germany

Erste Auflage 2009

ISBN 978-3-458-17457-8

1 2 3 4 5 6 – 14 13 12 11 10 09

Klatsch!



## Inhalt

Vorwort . . . . .	9
Von der Kraulkultur zur Klatschkonjunktur . . . . .	15
<i>Als die Affen gesprächig wurden</i> . . . . .	17
<i>Mythen, Märchen und die Vertreibung aus dem Paradies</i> . . . . .	27
<i>Vom Waschplatz zum Kaffeeklatsch</i> . . . . .	37
Gefährliches Geschwätz: Die Macht des Klatsches . . . . .	53
<i>Das öffentliche Geheimnis: Vorsicht, ansteckend!</i> . . . . .	55
<i>Von Komplizen und Konformisten</i> . . . . .	65
Stars & Skandale: Das Storytelling der Massenmedien . . . . .	73
<i>Real ist, was medial ist</i> . . . . .	75
<i>Das Kalkül der Klatschpresse</i> . . . . .	81
<i>Starkult(ur): Promis und Projektionen</i> . . . . .	97
Global Gossip in der virtuellen Welt . . . . .	111
<i>Blogs, Wikis &amp; Co.: Die Emanzipation des Klatsches     im Internet</i> . . . . .	113
<i>Netz-Communitys: Schwatzende Schwärme</i> . . . . .	127
Heute: Die Welt als Klatsch und Tratsch . . . . .	137
<i>Politainment an der Macht</i> . . . . .	139
<i>Aus Gerüchten werden Gewinne</i> . . . . .	151
<i>Klatsch, Wissen und Wahrheit</i> . . . . .	163
<i>Die Kunst des Klatsches</i> . . . . .	172
<i>Mediale Mythen: Klatsch als Quasi-Religion</i> . . . . .	180
Ausblick: Klatsch too much? . . . . .	187
Ausgewählte Literatur . . . . .	195
Namenregister . . . . .	198





## Vorwort

Der ganze menschliche Verkehr ruht darauf, dass jeder vom andren etwas mehr weiß, als dieser ihm willentlich offenbart, und vielfach solches, dessen Erkenntwerden durch den anderen, wenn jener es wüsste, ihm unerwünscht wäre. (Georg Simmel)

There is only one thing in the world worse than being talked about, and that is not being talked about. (Oscar Wilde)

Die Klatschkultur hat Hochkonjunktur. Klatschblätter sind als »People-Magazine« salonfähig geworden, im Fernsehen wimmelt es von Promi- und Infotainment-Formaten, die »Leute«-Teile wachsen auch in seriösen Zeitungen stetig an. In der Mediengesellschaft boomt der Boulevard, und das Internet hat die Klatschkultur globalisiert und auf eine qualitativ völlig neue Ebene gehoben. Es besteht kein Zweifel: Wir sind klatschsüchtig. Warum aber ist Klatsch gerade für den modernen Menschen so wichtig? Wie hat sich die Klatschkultur im Laufe der Jahrhunderte entwickelt? Und was unterscheidet den Klatschboom im 21. Jahrhundert vom »klassischen« Klatsch? Diese Fragen haben mich seit einigen Jahren beschäftigt, spätestens seit ich für die Online-Redaktion der »Bunte« zu arbeiten begann. Die Reaktionen von Freunden und Familie auf meinen damaligen Job waren eigenartig gespalten. Einerseits ungläubig-abwertend nach dem Motto »Warum gibst du dich mit so einem oberflächlichen Quatsch ab?«, andererseits immer auch deutlich interessiert an einem Blick durchs Schlüsselloch in das Betriebszentrum eines mächtigen Klatschmediums – und meistens gepaart mit expliziten Nachfragen zum neuesten Klatsch und Tratsch über Britney Spears, Angelina Jolie & Co.

Für mich bedeutete der Wechsel vom News-Journalismus ins Promi-Metier damals eine echte Bereicherung. Statt des drögen Umschreibens von Agenturmeldungen galt es, ergreifende und abenteuerliche Geschichten zu erzählen. Als studierter Literaturwissenschaftler und Soziologe fand ich das ebenso unterhaltsam wie faszinierend. Denn ich entdeckte viele Parallelen zwischen dem »Klatschjournalismus« und dem vermeintlich »seriösen« Journalismus, die letztlich beide mit den gleichen dramaturgischen Mitteln um Aufmerksamkeit kämpfen. Und weil ich von Niklas Luhmann gelernt hatte, wie die Massenmedien die Wirklichkeit formen, erkannte ich, dass unsere Welt zum Großteil aus Klatsch besteht. Ob im Büro, an der Börse, in der Werbung, in Politik oder Wissenschaft, in den Klatschgazetten oder im Internet: Klatsch ist ein Gleitmittel der Gesellschaft. Klatsch weckt Neugierde, entfacht Sensationslust und Schadenfreude, bestätigt Ängste, Misstrauen, Ressentiments und Wunschdenken, dient der Staturerhöhung, macht Machtlose mächtig und schweißt Klatschende zu Komplizen zusammen. Mit all dem stiftet Klatsch Gemeinschaft und übt soziale Kontrolle aus. Dieses schillernde soziale Phänomen wollte ich näher erkunden.

Hilfreich bei dieser Expedition in das Reich des Klatsches waren auch jene Klatschgeschichten, die selbst Klatschgeschichte schrieben und in unserem kollektiven Gedächtnis verwurzelt sind. Sie zeigen, dass geklatscht wird, seit es Menschen gibt. Schon die alten Ägypter beispielsweise hinterließen hieroglyphische Klatschinschriften. Die Antike überliefert uns den Mythos der Klatschgöttin Fama – eine gefiederte Bestie mit zahlreichen Augen, Zungen und Ohren. Und auch in der Bibel war am Anfang der Klatsch: Die geschwätzige Schlange verführte Adam und Eva, sich am Baum der Erkenntnis zu versündigen. Seit jeher ist die Spezies Mensch dem Klatsch verfallen, von den mittelalterli-

chen Waschplätzen, an denen die Frauen die schmutzige Wäsche »klatschten«, bis zu den autobiografischen Selbstentblößungen eines Dieter Bohlen, von den skandalösen Tagebüchern der Brüder Goncourt bis zu den großen Klatscherzählungen der Moderne wie dem Tod Lady Dianas oder der Lewinsky-Affäre. Im Zeitalter des Internet hat Klatsch jedoch eine völlig neue Qualität gewonnen. Im Netz lassen sich beliebige Themen beliebig verbreiten, nie zuvor konnten so viele Menschen so viele andere Menschen erreichen, Gemeinschaften bilden, Geschichten streuen, kurz: miteinander klatschen. Paparazzifotos werden im Sekundentakt online gestellt, verwackelte Videoclips sind zuerst auf YouTube zu sehen, bevor sie im Fernsehen laufen. Das Internet hat die Verbreitung von Klatsch radikal beflügelt und beschleunigt. Dieser Medienumbruch prägt sämtliche Bereiche unserer Gesellschaft. In der Wirtschaft etwa ist der offene Austausch, das Geschwätz mit den Konsumenten, erfolgsentscheidend geworden. In der Wissenschaft wird die klatschgerechte Inszenierung von Wissen wichtiger als das Wissen selbst. Unser gesamter »digitaler Lifestyle«, der auch das Flatrate-Phänomen der permanenten Internet- und Handybereitschaft umfasst, wird bestimmt von der Kraft des Klatsches.

Diese neuartigen Klatschverhältnisse sowie die zentrale Rolle, die der Klatsch für unsere Gesellschaft spielt, möchte ich in diesem Buch beschreiben. Dafür gilt es auch die Wandlungen nachzuzeichnen, die diese archaische Kulturpraxis auf ihrem Weg ins 21. Jahrhundert erlebt hat. Wie entstand die menschliche Klatschlust, wie hat sie sich weiterentwickelt, wie ist der Klatsch »erwachsen« geworden?

Im ersten Kapitel geht es daher zunächst um die biologischen und kulturellen Grundlagen des Klatsches, also um die Frage: Warum klatschen wir überhaupt? Dabei hilft ein

Blick auf die Klatschhistorie, vom Geschwätz der Waschfrauen bis zum Kaffeehaus-Klatsch der Businessmen im 18. Jahrhundert, und auf die Frage: Warum wird Klatsch eigentlich traditionellerweise mit dem weiblichen Geschlecht verbunden?

Anschließend wird die Macht des Klatsches ins Visier genommen. Klatsch übt eine Art Sozialkontrolle aus, etwa in Form von Geheimwissen, das Statusgewinne verspricht. Klatsch dient der Bestechung oder kann als sanfter Zwang zum Konformismus eingesetzt werden, der im schlimmsten Fall zur Sündenbockjagd mutiert.

Das dritte Kapitel ist der Klatsch-Wirklichkeit der Massenmedien gewidmet: Mit welchen Tricks operiert die Klatschpresse im globalen Geschäft des Promi-Klatsches? Welche Bedeutung hat Prominenz heute, welche neuartigen Formen der Starkultur haben sich entwickelt? Anschließend surfen wir durch die Online-Klatschgesellschaft. Die neuen Medien bauen auf die Klatschkraft der kollektiven Intelligenz und öffnen völlig neue Klatsch-Dimensionen – ein idealer, grenzenloser Nährboden für Klatsch und Gerücht.

Von dieser Warte aus kann dann die Klatschgesellschaft im 21. Jahrhundert unter die Lupe genommen werden: von der politischen Klatsch-PR bis zu den Klatsch-Netzwerken der modernen Wirtschaft, vom »Impression management« der Wissenschaft bis zum Kult um Kunst und Künstler. Auch die Religion darf hierbei nicht fehlen, schließlich bildet sie das Paradebeispiel eines Gerüchts und wird heute vom Klatsch und seinen Quasigöttern beerbt. Am Ende des Buches steht dann die Frage, ob uns die moderne Klatsch-Inflation ins Verderben des Kuschel-Politainments und Talkshow-Geschwätzes führt und ob sich der Klatsch mit seiner inflationären Ausbreitung nicht selbst schadet.

An dieser Stelle möchte ich noch jenen Klatschkundlern danken, in deren Fußstapfen ich getreten bin, um neue Pfade durch das Dickicht der heutigen Klatschgesellschaft schlagen zu können. Besonders hervorgehoben seien dabei die Werke von Robin Dunbar, Jean-Noël Kapferer und Jörg R. Bergmann.

Hamburg, im April 2009



Von der Kraulkultur  
zur Klatschkonjunktur





## *Als die Affen gesprächig wurden*

### *Vom Kraulen zum Quatschen*

Um den wild wuchernden Klatsch-Urwald zu durchforsten, empfiehlt sich zunächst ein Blick auf die Wurzeln der ersten Klatsch-Pflänzchen. Und das heißt vor allem auf das, woraus der Klatsch gemacht ist: die Sprache. Die Sprache macht den Menschen einzigartig. Andere Säugetiere bellen, schreien oder grunzen, aber sie sprechen nicht. Ein Menschenbaby hingegen kann mit etwa 18 Monaten die ersten Wörter sprechen, mit 18 Jahren umfasst unser aktiver Wortschatz rund 60000 Wörter. Kein Wunder, dass wir von allen Arten, die es je auf der Erde gab, das größte Gehirn haben, ungefähr neunmal größer, als man es bei einem Säugetier von unseren Körpermaßen erwarten würde.

Die Sprache zeigt, dass wir von Natur aus Gesellschaftswesen sind, Herdentiere, deren Gehirne auf gute soziale Beziehungen geeicht sind. Das belegt nicht zuletzt die Tatsache, dass soziale Isolation zu Depressionen und sogar zum Tod führen kann. Oder dass bei Menschen, die sozial ausgegrenzt sind, etwa in Isolationshaft, die Schmerzzentren im Gehirn aktiviert werden. Dank der Sprache können wir uns mit anderen verständigen, und zwar besonders gern *über* andere, seien es Freunde, Kollegen oder Prominente. Aber wie und warum ist die einzigartige Sprachfähigkeit entstanden?

Hier hat der britische Anthropologe Robin Dunbar eine spannende Theorie entworfen. Sie beginnt bei unseren Vorfahren, den Affen. Primaten leben in Gruppen, um sich gemeinsam verständigen und damit besser schützen zu können, zum Beispiel vor Raubtieren. Diese Geselligkeit ist eine wichtige Evolutionsstrategie, und im Fall der Affen zeigt sich dabei etwas, das sie von allen anderen Tierarten

unterscheidet. Affen haben ein Sozialverhalten entwickelt, das auf engen Bindungen zwischen den Gruppenmitgliedern beruht und nach dem Motto »Eine Hand wäscht die andere« funktioniert.

In Affengruppen werden Bündnisse geknüpft und gefestigt durch Kraulen. Manche Arten verbringen bis zu zwanzig Prozent des Tages damit. Das Kraulen dient zwar auch der Fellreinigung, doch die außergewöhnliche Länge der Kraulsitzungen zeigt noch etwas anderes: Kraulen ist ein Kitt, der Bündnisse zusammenschweißt. Kraulpartner sind etwas Besonderes, erhalten mehr Aufmerksamkeit und werden in Notsituationen unterstützt.

Damit kommt dem Sprichwort »Mich laust der Affe« eine ganz neue Bedeutung zu. Dunbar vermutet nämlich, dass die menschliche Sprache nichts anderes ist als eine Art akustisches Kraulen. Der Mensch hat die Sprache erfunden, um auch in größeren Gruppen, in denen nicht mehr jeder jeden kraulen kann, für Zusammenhalt zu sorgen. Je mehr wir uns nämlich von der Existenz als Jäger und Sammler in kleinen Horden entfernten, umso wichtiger wurde es, auch in größeren Gruppen Kontakte pflegen und mit mehreren Personen gleichzeitig sprechen zu können. So wie das Kraulen der Affen vor allem dazu dient, Vertrauen aufzubauen und Verbündete zu finden, verrät man auch mit der Sprache viel über seine Zuverlässigkeit als Verbündeter und Freund.

Für Dunbars These spricht zum einen, dass menschliche Gesprächsgruppen proportional größer sind als die Kraulgruppen der Affen. Die durchschnittliche Größe heutiger Menschengruppen, also die Personen, zu denen wir eine echte zwischenmenschliche Beziehung haben, umfasst durchschnittlich rund 150 Personen – und ist damit fast dreimal so groß wie die einer durchschnittlichen Affengruppe. Das ist deshalb so interessant, weil es in Menschengrup-

pen bis zu einer Teilnehmerzahl von vier Personen möglich ist, dass jeweils einer spricht und der Rest zuhört; ab einer Gruppengröße von fünf Personen bilden sich schnell Untergruppen und Parallelgespräche. Durch die Sprache können Menschen also mit dem gleichen Aufwand dreimal so viele Sozialkontakte unterhalten wie die Affen mit dem Kraulen.

Ein weiterer Beleg für die Kraultheorie ist die Tatsache, dass Gespräche in erster Linie dem Austausch sozialer Informationen dienen. Unterhaltungen drehen sich zu etwa zwei Dritteln um private Beziehungen, persönliche Vorlieben und Abneigungen sowie um das Verhalten anderer. Insofern ist Klatsch vor allem eine Beziehungsarbeit, die Abhängigkeitsverhältnisse entstehen lässt und die Bindung in sozialen Gruppen vereinfacht. Eine wichtige Rolle spielt dabei der Unterhaltungseffekt, denn Lächeln und Lachen regen die körpereigene Opiatausschüttung an, so wie das Kraulen bei den Affen. Helge Schneider ist also eine Art Profi-Krauler für Sprechende.

Dass die Sprache vor allem unsere Klatschbedürfnisse befriedigt, erklärt sich vor allem dadurch, dass Klatsch den Kampf ums Überleben sichert, indem er Betrüger unter Kontrolle hält. Das gemeinsame Tratschen über andere dient als Frühwarnsystem vor sozialen Schwindlern und als Abschreckungsmechanismus durch Beschämung. Es ist statistisch nachgewiesen, dass »Nassauer« in einer Gemeinschaft klatschender, kooperierender Individuen kaum Erfolgchancen haben.

Aus all dem lässt sich folgern, dass die Sprache, die vor etwa 500 000 Jahren zum Kommunikationsmittel Nr. 1 der Urmenschen wurde, nicht etwa zum Austausch kluger Gedanken entstand, sondern aus einem Sozialverhalten unserer äffischen Vorfahren, das wir noch heute in jedem Zoo beobachten können: dem Kraulen. Anders gesagt: Wir ha-

ben die Sprache erfunden, um Klatsch und Tratsch zu verbreiten.

### *Kluge Klatschkollektive*

Tests an Primaten, Raben, Papageien und Delfinen haben gezeigt, dass Gruppentiere intelligenter sind als Einzelgänger. Wissenschaftler sprechen von der »Machiavellistischen Intelligenz-Hypothese«, denn kognitive Fähigkeiten werden innerhalb wachsender Gruppengrößen immer wichtiger. Man muss lernen, sich zurechtzufinden. Klatsch motiviert also zu einer Art »Lernen am Objekt«, indem er kulturelle Werte vermittelt. Wir zapfen die Lebenserfahrungen anderer an, um das eigene Leben besser zu meistern.

In einer Studie gaben zwei Drittel der Befragten an, dass sie durch Klatsch wichtige Lektionen fürs Leben erhalten haben. Ein gutes Beispiel dafür ist der Flurfunk in Unternehmen, der einem Jobanfänger zum Beispiel verrät, vor welchen Kollegen er sich lieber in Acht nehmen sollte. Die Gerüchteküche ist auch wichtig im Wettbewerb um gute Positionen innerhalb einer Gruppe. Das gilt natürlich vor allem für Informationen, die am Image von Rivalen oder ranghohen Personen kratzen, oder solche, die das eigene Ansehen oder das der Freunde und Verbündeten schützen.

Weil Klatsch so wichtig ist, um sich im sozialen Umfeld zurechtzufinden und andere richtig einzuschätzen, liebt das menschliche Gehirn Tratsch und Gerüchte. Klatschgeschichten über Bekannte und Freunde werden sehr viel präziser abgespeichert als sachliche Informationen. In einem Test sollten die Teilnehmer zum Beispiel einige kurze Texte lesen und anschließend aufschreiben, woran sie sich erinnerten. Diese Texte wurden an die nächste Gruppe weitergegeben, die wiederum ihre Erinnerungen aufschrieb, und so weiter. Nach vier Runden wurde das Resultat mit