

Schwerpunkt: Der neue Proletkult

Alle reden von der Wissensgesellschaft – aber die Unterhaltungsindustrie und ihr Publikum feiern Helden der geistigen Beschränktheit wie Mario Barth, Atze Schröder und Cindy aus Marzahn. Worauf beruht ihr Erfolg? Wer amüsiert sich bei Cindys Auftritten auf wessen Kosten? Ein Porträt der Komikerin (Seite 49). Auch die Werbung hat längst den Charme der Unterschicht entdeckt. Ein Beispiel ist die Hamburger Biermarke Astra (Seite 48)

Im Fernsehen, in der Mode und der Werbung ist der Prolet zum Star geworden. Was sagt das über unsere Gesellschaft? VON JENS JESSEN



Jede Gesellschaft hat ihre Heldenbilder. Wer nach dem Inbegriff des Hollywoodstars der Nachkriegszeit fahndet, wird unweigerlich auf Cary Grant stoßen – einen Gentleman im Maßanzug, der manchmal als Halodri, aber immer mit vollendeten Manieren und vollendet gebundener Krawatte auftrat. Dreißig Jahre später hat sich das Bild vollkommen gewandelt. Der Inbegriff des Stars heißt Bruce Willis, trägt Kapuzenpulli oder T-Shirt, flucht und fläzt sich breitbeinig durch die Szene als Held der Unterschicht. Niemand denke, dass hier der Individualität eines Schauspielers gehuldigt wurde – Bruce Willis hat auch Anzugträger mit der Überzeugungskraft eines Cary Grant darstellen können. Aber was ihn berühmt machte und wofür das Kino ihn haben wollte, war die Rolle des unraisierten Randalierers.

Das Muster wiederholt sich, wenn man durch die Geschichte des deutschen Fernsehkrims blättert. Von den soignierten Herren in Trench, die Horst Tappert oder Erik Ode spielten, geht es geradewegs zu den verwehrten Junggesellen vom Schläge Schimanskis und seiner Nachfolger, die das Strickmützchen tragen, das man schon von Bruce Willis kennt und das sie fast ununterscheidbar von Schrothändlern oder Kneipenschläglern macht. Sollte doch noch ein Anzugträger auftauchen, wie ihn Jan Josef Liefers in den Münsteraner *Tatort*-Folgen verkörpert, dann ist es ein Zyniker von zweifelhafter Moral. Eindeutig das Herz auf dem rechten Fleck trägt nur der ermittelnde Axel Prah an seiner Seite – der mit dem Schlägermützchen.

Eleganz ist verdächtig geworden. Das bürgerliche Erscheinungsbild wurde im deutschen Fernsehkrimi zum Erkennungszeichen der Täter, zumindest ihrer Strippenzieher im großindustriellen Hintergrund. Der Klassenkampf, könnte man folgern, ist zumindest in den Medien zugunsten der Unterschicht entschieden worden: Siegreich ist der Held des Proletariats, immer aufs Neue entlarvt er die Schlechtigkeit der Bourgeoisie.

Vulgariät entsteht erst, wenn der Proletarier zum Proleten wird

Der Triumph vervollständigt sich, wenn man die Stand-up-Comedians und Unterschichtsdarsteller der Fernsehshows mit ins Bild nimmt. Hier zeigt sich: Der Proll muss das Herz gar nicht mehr auf dem rechten Fleck haben. Sein historischer Sieg hat ihn schon der Verpflichtung zu höherer Moral entbunden. Die Flut von Unrat und menschenverachtenden Obszönitäten, die eine Cindy aus Marzahn, ein Atze Schröder oder Mario Barth von sich geben, die schrille Geschmacklosigkeit, die eine Daniela Katzenberger oder das brutal-primitive Ehepaar Geiss ausstellen, zeigen ein Selbstbewusstsein – oder sollen es zeigen –, das sich über alle bürgerlichen Anstandsregeln hinwegsetzt. Der Prolet, der in diesen Gestalten konstruiert wird, sonnt sich in einer Freude am Niedrigen, die bis zur Selbstverachtung geht.

Und damit beginnt das Vulgäre. Nach einer Definition des kolumbianischen Philosophen Nicolás Gómez Dávila, die nur auf den ersten Blick blass wirkt, ist das Vulgäre das, was nicht bleiben darf, was es ist. Armut ist nicht vulgär – sie ist, was sie ist. Vulgär ist auch der klassische Proletarier

nicht, dessen Lebensgewohnheiten den Produktionsverhältnissen abgerungen wurden. Vulgarität entsteht erst, wenn sich der Proletarier zum Proleten wandelt – wenn der Lebensstil von der ehemals zugrunde liegenden Lebensform gelöst und zum koketten Zeichen wird. Vulgär ist, wenn die Beschränktheit zur Lust an der Beschränktheit wird.

Vulgär ist der Bürger, der zu Zwecken der Anbiederung oder Steigerung seines Machotums als Proletarier auftritt. Vulgär ist der verbeamtete Kriminalkommissar, der zum Underdog stilisiert wird. Vulgär sind die Atzes und Marios und Cindys und Danielas, die vom Fernsehen dafür bezahlt werden, dass sie sich als Gefangene einer Herkunft zeigen, der sie finanziell längst entkommen sind – oder die niemals ihre Herkunft war. Cindy aus Marzahn stammt in Wahrheit aus Luckenwalde, was durchaus ein Unterschied ist: der Unterschied zwischen ländlicher Kleinstadt und großstädtischer Problemsiedlung. Vulgär ist immer die Lüge, die in der Inszenierung des Proleten steckt.

Es wäre aber falsch, darin nur ein Medienphänomen zu sehen. Die Mode hat schon vor Jahrzehnten begonnen, Elemente des Proletariats in die Alltagskleidung für jedermann zu überführen – vom Netzhemd über Ballonseide bis zu den Slackerhosen der hiphoppenden Kleinkriminellen, von Netzstrümpfen, Leopardenjäckchen bis zu den Schlangenlederstiefeln des Rotlichtmilieus. Was anfangs als Spiel und Zitat amüsieren sollte, wurde allmählich zur Norm. Aber der Ursprung der neuen Kleiderordnung ist noch immer in der Übertypisierung der Geschlechter zu greifen: Die Frau geht zur Party hochgeschminkt und aufgemacht, der Mann in Freizeit- oder Arbeitsklamotten, als käme er direkt vom Fußball oder Arbeits-

platz. Offenbar ist er erst so richtig Mann, wenn er roh und unbehauen, kulturfern und motorölverbunden auftritt – darin hat die bolschewistische Propaganda überlebt, die den Proletarier nicht nur als Sieger der Geschichte, sondern als überlegen zeugungsfähig feierte.

Aber was soll der Mummenschanz heute? Es ist ja nicht der Bandarbeiter, es ist der IT-Experte, dem die Gegenwart gehört, er hat die Hände nicht in der Ölwanne und genauso wenig ein Bein im Knast. Und erst recht ist die Frau heute nicht das dekorative Mäuschen, das sich dem potenten Malocher unterwirft. Warum verkleidet sich der Bürger als Underdog? Warum huldigen die Feuilletons bürgerlicher Zeitungen Trivialromanen wie *Shades of Grey* und Dan Browns *Sakrileg*, die sie gegen jedes intellektuelle Gewissen zum Ereignis hochschreiben? Warum begeistern sich Studenten für die vulgäre, nämlich künstlich verlängerte Proleten-Aura, die eine Werbeagentur dem Hamburger Astra-Bier verpasst hat?

Geistige Beschränktheit ist keine Frage des Geldes

Vielleicht wäre es zu viel des Vertrauens in die Geistesgeschichte, darin noch das Ideal des edlen Wilden am Werk zu sehen, das Rousseau einst entwarf – des Naturmenschen, den die Zivilisation nicht verdorben hat. Trotzdem kann es natürlich sein, dass er im Gewand des Proletariats überlebt hat, der von der bürgerlichen Kultur ausgeschlossen blieb – ungebildet und also unverbildet. Ein beachtliches Maß an Intellektuellennass, wenn nicht Kulturverachtung steckt in der populären Feier des Vulgären und verbindet sie noch immer

ungemütlich mit der Geistesfeindlichkeit, in der sich einst Bolschewisten und Faschisten trafen.

Ist das die dunkle Unterseite der Wissensgesellschaft, ein Aufstand gegen die Zumutung des lebenslangen Lernens, des Erfolgs- und Bildungsterrors? Die alte Utopie der Arbeiterbewegung, den Proletarier nicht nur aus seiner materiellen Beschränktheit, sondern auch aus der Beschränktheit seiner geistigen Verhältnisse herauszuführen, hat sich jedenfalls bei den Proletenhelden des Fernsehens in ihr Gegenteil verkehrt. Beschränktheit wird mit Genuss ausgestellt – und vom Publikum mit Genuss aufgenommen. Es ist ein einziges großes gemeinsames Hohngelächter auf die kulturelle Höherentwicklung des Menschen.

Und vielleicht geht es auch genau darum – um den letzten Punkt, an dem sich Gemeinsamkeit noch herstellen und soziale Gegensätze ausblenden lassen. Geistige Beschränktheit hat sich ja tatsächlich von ihren materiellen Ursachen emanzipiert. Unbildung ist keine Frage des Geldes mehr. Das beweist die RTL-2-Dokusoap mit den Geissen mühelos: Die rheinischen Unterschichtsmillionäre, fröhlich, unbeschwert, ordinär, zeigen Reichtum, der keinerlei kulturellen Ehrgeiz freisetzt, sondern nur die Möglichkeit, Geschmacklosigkeit noch knalliger in Szene zu setzen.

In der Liebe zum Vulgären lässt sich ein Maximum an sozialer Inklusion mit einem Minimum an Exklusion verbinden. Man muss nur die Randgruppe der Intellektuellen und Gebildeten ausschließen – alle Übrigen, die neuen Aufsteiger und ewigen Verlierer der Gesellschaft, können sich in der Selbstgenügsamkeit finden. Es hat sogar einen

Fortsetzung auf S. 48

PIPER. BÜCHER, ÜBER DIE MAN SPRICHT.

Mehr
Familienglück?
[www.zeit.de/
familienglueck](http://www.zeit.de/familienglueck)

Die besten Geschichten
der beliebten ZEIT ONLINE-
Kolumne »Familienglück«.



Piper Taschenbuch
176 Seiten, € 8,99 (D)

Erhältlich als
E-Book

PIPER