

SWR2 DIE BUCHKRITIK

Frédéric Martel: *Mainstream – Wie funktioniert, was allen gefällt*

aus dem Französischen Elsbeth Ranke und Ursel Schäfer

Knaus Verlag, München 2011

511 Seiten

24.99 Euro

Donnerstag, 19. Januar 2012 (14:55 – 15:00 Uhr)

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

SWR2 MANUSKRIFT

Von Johannes Kaiser

TAKE 1: franz. O-Ton Martel

kurz stehen lassen, dann Übers. drüberlegen, am Ende wieder hochziehen

Übers.: *„Es ist ein Kampf ganz klar, der andauert und zwar ein weltweiter Kulturkampf um Information, um Einfluss. Es ist ein Krieg, aber es geht einfach auch um wirtschaftliche Konkurrenz.“*

Spr.: Diesen Kulturkrieg zu erkunden hat sich der französische Soziologe Frédéric Martel jetzt mit seinem Buch ‚Mainstream‘ vorgenommen. Zahllose Interviews mit allen Beteiligten der Unterhaltungsindustrie haben ihn rund um die Welt geführt. Wie ein Reporter hat er versucht herauszufinden, wer den Publikumsgeschmack weltweit wie prägt. Sein Bericht aus dem Innenleben der globalen Unterhaltungsindustrie ist keine hochnäsige intellektuelle Abkanzelei, sondern präsentiert Fakten, zeigt wirtschaftliche Interessen, erkundet Inhalte. Sympathisch ist, dass Frédéric Martel weitgehend auf Wertungen verzichtet. Im französischen Web-Kanal AgoraVox erklärte er *Mainstream* so:

TAKE 2: franz. O-Ton Martel

kurz stehen lassen, dann Übers. drüberlegen, am Ende wieder hochziehen

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

SWR2 MANUSKRIFT

Übers.: *„Die Massenkultur, die dominante Kultur, die populäre Kultur, also das ist Batman, gleichzeitig Alice im Wunderland, Avatar und Toy Story. Der Mainstream, das ist nicht nur Unterhaltung, sondern auch Kunst, man nennt es jedenfalls Kunst, das ist ein Begriff, der positiv besetzt ist, es ist eine Kultur, die jedermann gefällt, sie ist für alle da. Es ist ein Begriff, der auch eine sehr negative Konnotation besitzt und zwar im Hinblick darauf, dass es eine hegemoniale Kultur ist, vorherrschend und offenkundig sind die USA da der Übeltäter.“*

Spr.. In der Tat hat sich Hollywood weltweit die Herzen des Publikums erobert. Überall findet man Raubkopien der großen Blockbuster, verstärken die neuen Medien und das Internet diesen Effekt sogar massiv. Die amerikanische Kulturindustrie trifft weltweit den Massengeschmack. Ihr Erfolgsrezept ist für Frédéric Martell:

TAKE 3: franz. O-Ton Martel
kurz stehen lassen, dann Übers. drüberlegen, am Ende wieder hochziehen

Übers.: *„Selbst bei Fortsetzungsfilmern ist die neue Folge jedes Mal ein Prototyp. Man muss ständig Phantasie zeigen, Neues kreieren, neue Entwicklungen aufnehmen, Experimente wagen. Der Schachzug des Mainstreams besteht darin, sich nicht zu wiederholen. Man sieht sich gezwungen, sich bei der Gegenkultur zu bedienen, zu experimentieren, Vielfalt zu etablieren. Deswegen ist der Mainstream so kreativ, obwohl er eine Industrie ist. Disney braucht Miramax, Pixar, Dreamworks, braucht dutzende Produktionsstudios, um etwas zu kreieren.“*

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

SWR2 MANUSKRIFT

Spr.: Gleichzeitig achtet man bewusst auf ethnische Ausgewogenheit, so dass sie alle Kulturen angesprochen fühlen. Für Frédéric Martel beruht der Erfolg der amerikanischen Kulturindustrie aber auch auf der Professionalität der Produktion. Das gilt übrigens auch für die Musikindustrie. In Florida werden die lateinamerikanischen Superstars geformt, nicht in Brasilien oder Mexiko.

Gut die Hälfte des Buches befasst sich mit der US- Unterhaltungsindustrie – angesichts ihrer weltweiten Übermacht sicherlich berechtigt. Doch Martel spürt auch den eher regionalen Erfolgen z.B. der Bollywood- oder Hongkong-Filme in Asien nach, erkundet die Meinungsmacht eines Senders wie Al Dschasira im arabischen Raum oder des brasilianischen Medienkonzerns TV Globo, beschreibt den weltweiten Siegeszug der japanischen Manga-Comics. Sie alle treffen offenkundig den Geschmack eines Massenpublikums und könnten durchaus zu global players heranwachsen. Die kulturelle Vielfalt wird also bei aller US-Dominanz zunehmen. Nur Europa hat seiner Einschätzung nach schlechte Karten: seine Kulturszene ist kulturell zu zersplittert, um international marktfähige Unterhaltungsmassenware zu produzieren. Sein Fazit:

TAKE 4: franz. O-Ton Martel

kurz stehen lassen, dann Übers. drüberlegen, am Ende wieder hochziehen

Übers.: *„Der Krieg der Kulturen ist ein weitaus komplexer Krieg, als man glaubt. Da stehen sich nicht einfach Kulturblöcke gegenüber, es gibt zwar eine Auseinandersetzung, aber zugleich auch einen Dialog. Man sieht also*

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

SWR2 MANUSKRIFT

Dialoge, Widersprüche, Spannungen. Es mag ein Krieg sein, aber er ist viel komplexer und kennt sehr unterschiedliche Akteure. Es ist ein Spiel der Akteure und ein Spiel internationaler Auseinandersetzungen. So würde ich es erklären.“

Spr.: Der französische Soziologe hat einen ausgesprochen kurzweiligen und aufschlussreichen Bericht über den Zustand der globalisierten Kulturszene vorgelegt. Frédéric Martel: *Mainstream – Wie funktioniert, was allen gefällt*, aus dem Französischen Elsbeth Ranke und Ursel Schäfer, Knaus Verlag, München 2011, 511 Seiten, 24.99 €

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.