

## In die Jahre gekommen.

Berit Bliesemann de Guevara und Tatjana Reiber erkunden die Geschichte des Charismas.

Berit Bliesemann de Guevara, Tatjana Reiber (Hg.): Charisma und Herrschaft. Führung und Verführung in der Politik, Frankfurt/Main, New York – Campus 2011.

Johannes von Müller

Vier Brustbilder prangen auf dem Umschlag. In ein Raster gefasst, durch unterschiedlich eingefärbte Hintergründe voneinander abgesetzt, erinnert ihre verwaschene Farbigkeit entfernt an die berühmten Siebdrucke Andy Warhols. Bekanntlich bediente sich der Künstler ebenso populärer Figuren wie Marilyn Monroe sowie politischer von dem Format Mao Tse-Tungs. Warhols Spiel mit der Reproduzierbarkeit der Wirkung schillernder Persönlichkeiten lässt die Nähe von Show-Geschäft und Politik erahnen. In jenen Dunstkreis rückt das Titelblatt der Publikation *Charisma und Herrschaft* also auch auch Willy Brandt, Fidel Castro, Ruhollah Khomeini und Barack Obama. Der Essay-Band beleuchtet die Bedeutung jener Erscheinung, die allgemein unter dem Begriff des »Charismas« firmiert, im Kontext unterschiedlicher Herrschaftsstrukturen. Hervorgegangen ist er aus einer Vorlesungsreihe an der Helmut-Schmidt-Universität Hamburg. Unter dem Titel *Politisches Charisma: Gabe? Inszenierung? Gefahr?* wurde zu erörtern versucht, wie ein »politischer Star« entsteht. Einige der Referenten, neben Politik- wie Medienwissenschaftlern auch Publizisten und Historiker, sind nun mit einem Beitrag vertreten.

Der Großteil der Aufsätze widmet sich ausgewiesenen »Charismatikern« wie Obama (Christoph von Marschall), Jörg Haider (Johannes Steyrer), Khomeini (Henner Fürtig), Sonia Ghandi (Dagmar Hellmann-Rajanayagam) und Castro (Susanne Grätius). In der Spezifik der jeweiligen Zusammenhänge gründet eine erste

Schwierigkeit. »Charisma ist nicht gleich Charisma«, schicken die beiden Herausgeberinnen, die Politikwissenschaftlerinnen Berit Bliesemann de Guevara und Tatjana Reiber, denn auch in der Einleitung voraus. Völlig zu Recht halten sie fest, »dass Charisma immer Ausdruck einer sozialen Beziehung zwischen charismatischem Führer und Anhängerschaft ist.« Folglich sei es ein »kontextgebundenes Phänomen« und müsse »jeweils in den konkreten historischen, politischen, kulturellen, sozioökonomischen und psychologischen Kontext eingeordnet werden«. Um dies zu erleichtern, unterbreiten sie den Vorschlag einer Typologie, mittels der besagte Formen in ihrer Diversität greifbar würden. Daniel Ursprung, der sich in seinem Aufsatz dem »Personenkult im Sozialismus« zuwendet, zieht aus der einleitenden Feststellung der Herausgeberinnen jedoch einen konsequenten Umkehrschluss: »Wenn Charisma also nicht die Eigenschaften einer Person, sondern die Reaktionen anderer auf diese Person bezeichnet, so lassen sich keine festen Kriterien dafür aufzählen, was Charisma ausmacht [...]«.«

Mit der wohl nicht zufälligen Verwendung des Begriffs des »Personenkultes«, den er dem des »Charismas« vorzieht, begegnet Ursprung bereits den Untiefen des letzteren. Untrennbar verbunden mit der Herrschaftstheorie Max Webers, ist er nur schwer aus ihrem zeitlichen und gesellschaftlichen Zusammenhang zu lösen. Eben darin besteht die zweite Schwierigkeit. Jürg Häusermann stellt sich die Frage »Wie inszeniert man Charisma?« und nennt im Zuge seiner anschließenden Überlegungen das eben angesprochene grundlegende Problem: »Für Max Weber war es nur ein kleiner Kreis von Personen, der unmittelbar Zugang zum Politiker hatte und seine Persönlichkeit aus nächster Nähe beurteilen konnte. Im 21. Jahrhundert kann sich die Gesamtheit der Wähler ihr Urteil auf Grund einer Vielzahl seiner persönlichen Mediendarstellungen bilden.« Ähnliches bemerkt auch von Marschall: »Auf die Wahrnehmung Barack Obamas als charismatische Führerfigur und Vorbild haben freilich auch Faktoren Einfluss, die in Webers Kriterienkatalog nicht vorkommen – entweder weil sie im Gesellschaftskontext seiner Zeit keine Rolle spielten oder weil die Technik, die ihnen eine massenwirksame politische Bedeutung verlieh, noch nicht erfunden war.« Wenn Hellmann-Rajanayagam ihren Überlegungen zu dem »Charisma der Sonia Gandhi« schließlich die Bemerkung voranstellt, es sei nicht ohne weiteres möglich, in den indischen Sprachen eine Entsprechung für

»Charisma« zu finden, darf dies als programmatisch verstanden werden. Denn in Inversion kann geltend gemacht werden, dass moderne Entsprechungen des Phänomens, das Weber als »Charisma« apostrophiert, existieren; sie sind jedoch veränderten oder gar vollständig neuen Faktoren ausgesetzt, beziehungsweise werden durch diese überhaupt erst erzeugt.

Dem versuchen die Autoren durchaus gerecht zu werden; beispielsweise durch die diversifizierende Aufsplitterung des zentralen Begriffs in »authentisches« und »inszeniertes Charisma«. Die Frage aber, ob die Auseinandersetzung mit so heterogenen wie gegenwärtigen Erscheinungen überhaupt einer ihrer Präfiguration verpflichtet bleiben sollte, wird nicht gestellt. Zwar findet die dem Begriff eigene Geschichte in dem vorliegenden Band immer wieder Erwähnung: Häusermann betont, der *Spiegel* habe ihn 1963 gerade zweimal verwendet, 2010 hingegen 136 Mal; in jenem Jahr, das, wie Bliesemann de Guevara und Reiber zu berichten wissen, *DIE ZEIT* gar zu dem »Jahr der Charismatiker« erklärt habe. Doch wird weder erwogen, welche Aussagen auf Grundlage derartiger Beobachtungen getroffen werden könnten, noch diskutiert, ob sich die Wissenschaft zwingend eines Begriffs bedienen muss, weil dieser etwa in den Medien eine Renaissance erlebt. Hier ist er Indikator für gesellschaftliche Tendenzen, die es völlig zu Recht zu untersuchen gilt. Selbst Gegenstand der Betrachtung, ist seine Verwendung als methodisches Werkzeug aber sicherlich nicht unproblematisch. Der Begriff ist längst Teil jenes »Rätsels des Charismas«, das zu lösen der vorliegende Band zugegebenermaßen nicht vorgibt, dem er aber hofft, in »einer theoretischen und empirischen Einordnung unterschiedlicher Charismaphänomene näher gekommen« zu sein.

In der Summe der Beiträge gelingt dies sicher; obgleich zu beanstanden ist, dass, ungeachtet der wiederholten Feststellung, »[c]harismatisch ist heute nur eine medienwirksame Persönlichkeit« (Häusermann), eine allgemeine Analyse jener Medien, kraft derer die hier thematisierte Wirkung erzeugt wird, ausbleibt. In Hinblick auf das ikonophile Wesen heutiger Gesellschaften, wäre dies allen voran das Bild. Eine Analyse der angewandten Bildsprache sowie der verwendeten Motive ließe sich auch auf breiterer Ebene durchführen. Weiterführende Untersuchungen werden

darauf wohl kaum verzichten können. Ihnen weist die Aufsatz-Sammlung in ihrer Interdisziplinarität einen Weg, auf dem allein eine umfassende Annäherung an die oft nur atmosphärischen Zusammenhänge möglich ist. Der Anspruch, trotz angedeuteter Schwierigkeiten, die Vielfalt der Erscheinungen abzubilden, ist als besonders verdienstvoll hervorzuheben. Darin den eingangs erwähnten Bildern Warhols von Mao und Monroe nicht unähnlich, wird ein Zusammenhang auch noch ihrer unterschiedlichsten Ausformungen wahrnehmbar. Die Überraschung etwa Brandt und Khomeini in so unmittelbarer Nachbarschaft zu begegnen, gerät somit zu einer Aufforderung zu Reflexionen, die in den demokratischen Gesellschaften der Glaube an die eigene Aufgeklärtheit lange überflüssig hat erscheinen lassen.

Johannes von Müller M.A. ist Kunstwissenschaftler, als freier Autor tätig und promoviert derzeit über den Wandel politischer Repräsentation im 20. Jahrhundert.