

Inhalt

Vorwort	9
Missbrauchte Einsamkeit	13
Virtuelle Familien.....	16
Simulation von Arbeitswelt.....	25
Klüfte der Kommunikationskulturen.....	41
Regression im Profisport.....	48
Knast der Kuschtetiere.....	81
Ungelebtes Leben	89
Die Sorge um das Phantom.....	90
Der vergeigte Abend.....	98
Zur Unkenntlichkeit verwirklicht.....	107
Auf Sendezeit verkuppelt.....	133
Verleugnete Zerstörung	139
Umweltschäden und Autokult.....	139
Der Tod fährt in den Urlaub.....	154
Zementierung der Klassengesellschaft.....	165
Clownesker Überwachungsstaat.....	221
Medienverbund der Krankmacher.....	228
Denunzierung des eigenen Mediums	239
Rhetorik des Betrugs.....	242
Der Raum, der nicht existiert.....	249
Todesverfallenheit.....	257
Falsches Lachen	295
Establishment des Klamauks.....	296
Die unerkannte Selbstparodie.....	323
Organisierter Zeittotschlag	341
Nutzen und Nachteil der Medienarchive.....	342
Zeitliche Expansion.....	344
Nachwort	359
Andere Bücher zum Thema.....	373
Filmografie.....	377
Register.....	385
Anmerkungen.....	391

Vorwort

Professor Houghland ist tot. Ermordet von seiner eigenen Erfindung – einer neuen Art des Fernsehens. In einem Lichtgewitter hauchte er sein Leben aus.

So erzählt es 1935 der amerikanische Spielfilm „Murder by Television“, der in Deutschland nie zu sehen war.¹ Die Erklärung für den Tod des Professors ist spieltypische Pseudowissenschaft: Das technische Equipment wurde von einem Widersacher durch ein zweites Gerät mit Strahlung manipuliert. Die Frequenzen beider Apparaturen bildeten den „Todesstrahl“.²

Wie TV-Unterhaltung Leben zerstört, ist im Folgenden Thema. Sie tut es jedoch nicht durch die Technik selbst, also die künstlichen Lichtstrahlen aus der Kathodenstrahlröhre oder Ähnliches. Auch hierfür ist die beschriebene Szene symptomatisch: Moderne industrialisierte Kultur ist sehr darauf fixiert, für alles eine mechanische Erklärung zu geben. Bei den historisch noch jungen Erfindungen von Film und Fernsehen kommt es aber ganz entscheidend auf etwas anderes an: den Inhalt, die Zeichen, das „Geistige“, jedenfalls etwas, das z. T. nur in unseren Gedanken, unseren Gehirnaktivitäten existiert.

Hierum kümmert sich das Fernsehen selbst wiederum äußerst selten: Seine Macher wollen möglichst viel verkaufen, nicht die eigenen Inhalte kritisch hinterfragen oder Bildungsaufträge erfüllen. Politiker sind entweder ahnungslos oder verbünden sich mit den Interessen der Medienindustrie – auch deshalb, weil ihr eigenes „Image“ in höchstem Maße vom Wohlwollen der Massenmedien abhängig ist. Für viele Menschen ist Fernsehen „reine Unterhaltung“ – was Marketing-Agenten als „lean back“-Haltung bezeichnen.

Fast alle schauen fern und Filme – in Deutschland durchschnittlich dreieinhalb Stunden am Tag (zuletzt leicht abnehmend zugunsten des Internets),³ in den USA 2008 mit einem Rekord von fünf Stunden⁴ –, während Bücher zur Medienkritik oder Filmgeschichte sich meist schlecht verkaufen. Nie erreichen sie auch nur entfernt so viele Rezipienten wie etwa das Fernsehen selbst.

Aktuelle Medienkritik in der Print-Presse geht meist von Startterminen aus. Das Meiste, was in einer Sendereihe auf die Premiere folgt, ereignete sich in der Vergangenheit deshalb unkommentiert. Internetseiten wie Watchblogs – in Deutschland institutionalisiert etwa von „faz.net“⁵ – können immerhin die Beobachtung verstetigen. Abseits der Gratisangebote etablierter Medien stellt sich hier jedoch die Frage nach der ökonomischen Tragfähigkeit für den Kritiker.

Das folgende Buch ist also ein neuer Versuch. Unter den existierenden medienkritischen Veröffentlichungen kann man sicher Vergleiche zu Argumenten von

Georg Seeblen, Peter Winterhoff-Spurk, Jürgen Bertram, Walter van Rossum, Hektor Haarkötter, Thomas Wieczorek, Michael Jürgs oder Alexander Kissler anstellen.⁶ Hier und da wird im Text auf sie verwiesen, um ihre Behandlung einzelner Aspekte zur weiterführenden Lektüre zu empfehlen. (Siehe zu diesen Autoren gebündelt die Anmerkungen in „Andere Bücher zum Thema“.)

Der Grund, es nicht bei diesen existierenden Kritiken bewenden zu lassen, ist neben anderen Ausgangsthesen der Anspruch, realweltliche Fakten und deren Zusammenhänge mit Feinstrukturen der Fernsehästhetik aufzuzeigen. Deshalb wird jedes der Unterkapitel an einem oder mehreren Beispielen von Sendeformaten konkretisiert, zu denen ich wiederum einzelne Reihen- oder Serienfolgen diskutiere. Hierdurch soll stärker wahrnehmbar werden, mit welcher Intensität sich Massenmedien zu einer Parallelwelt entwickelt haben, in der auch der behauptete Wirklichkeitsbezug in immer stärkerem Maße fraglich wird. Gerade für audiovisuelle Medien ist dies keine nebensächliche oder verzärtelte Frage.

In letzter Konsequenz läuft ein Weltbezug, der massenhaft über die Zeichen – immer noch: vor allem – des Fernsehens organisiert wird, Gefahr, zu einem schleichenden Wahnzustand zu werden, in dem das Verhältnis von Menschen zu sich selbst, zu anderen und zur Umwelt in oft bizarre willkürliche Künstlichkeit abdriftet. Offensichtliches wird unsichtbar, notwendig Wahrzunehmendes wird weg erklärt, dringlich zu Klärendes wird nachhaltig der gründlichen Debatte vorenthalten, vollkommen Irrelevantes wird allgegenwärtig und beherrschend.

An dieser Stelle ist anzumerken, dass mein eigenes Buch auf eine Auseinandersetzung mit Kinderfernsehen verzichtet, da es spezielle psychologische und pädagogische Kriterien erfordert, die den Rahmen der Argumentation sprengen würden. Diese – zuletzt ausführlich von Bernard Stiegler in Buchform angesprochenen⁷ – Problematiken setzen sich allerdings auf vielfältige Weise in anderen Programmsegmenten fort.

Außerdem beschäftigt sich mein Text v. a. mit dem in Deutschland produzierten TV-Angebot. Ein Sender wie MTV ist für jüngere Zuschauer ebenfalls prägend, doch hätten die meisten weiteren denkbaren Beispiele den Text aufgebläht, ohne substanziell neue Argumente zu ergeben. Allzu offensichtliche Ausbeutung von Zuschauern wie hochpreisige Angebote auf Verkaufssendern oder kostenintensive Gewinnspiele und astrologische Scheindiagnosen anderer Spartenkanäle erfahren ebenfalls keine oder nur geringe Berücksichtigung.

Im Folgenden wird für informationell besonders inflationäre, perfide und sinnentleerte inhaltliche Konzeptionen des Fernsehens näher bestimmt, was Neil Postman 1991 in „Das Technopol“ konstatiert als „das, was einer Gesellschaft zustößt, wenn die Abwehrmechanismen gegen die Informationsschwemme zusammengebrochen sind.“⁸ Die herrschende Medienkultur rächt sich an einem Autor wie Postman dergestalt, dass „Das Technopol“ in Deutschland zu den vergriffenen (aber antiquarisch bestellbaren) Büchern zählt.

In manchem ist die mediale Inszenierung noch bestürzender, als zusammenfassende Beschreibungen von Psychologen und Soziologen es vermitteln. Und sie ist deshalb nicht so eindimensional, wie es die verbalen Attacken etwa Bertrams, Haarkötters, Jürgs', Kisslers oder Winterhoff-Spurks zuweilen vermuten lassen, weil die Macher und Performer in Redaktionen, Produktionsfirmen und Agenturen oder vor den Kameras nicht alle so blöd sind, wie man ihnen oft pauschalisierend nachsagt. Bösigkeit oder zumindest eine fundamental korrumpierte Ethik sind damit freilich nicht ausgeschlossen.

Über persönliche Gründe hierfür will ich nicht richten. Eine weitere Erklärung für ein solches Verhalten, soviel sei vorweggenommen, mag schlicht lauten: Die Ausübenden können unter den gegebenen Umständen und bestimmten Ansprüchen folgend nicht anders. Innerhalb der am Markt erfolgreichen Angebotspalette ist ihr Verhalten so gefordert. Alles, was in der Beschreibung dieses Verhaltens über Marketing hinausgeht, ist komplizierter, als der Markt selbst es weitgehend zu erläutern erlaubt – auch wenn er selbst unter seiner Oberfläche u. a. nach diesen Gesetzen funktioniert.

Und um derart Kompliziertes geht es mir speziell. Vielleicht handelt es sich dabei um noch ernstere Ansagen, die für den Zustand und die Zukunft der Bilderindustrie zu machen sind: Sie ist von innen heraus ausgehöhlt, ihre eigenen Verantwortlichen glauben – so kann man an zahlreichen Einzelheiten, Anspielungen, Merkwürdigkeiten und Metaphern zeigen – selbst nicht an das, was sie tun, und artikulieren dies auf meist indirektem Wege.

Einmal in komfortablen Anstellungs- und Einkommensverhältnissen angekommen, scheint für viele Autoren und Moderatoren der einzige Weg, sich mit der eigenen begründeten Aversion gegen das, was am Markt funktioniert, zu arrangieren, der versteckte Affront, die heimliche Kritik, der kalkulierte Tropfen Bitterstoff in der überzuckerten Süßspeise zu sein. „So hilft die coole Affirmation: Laß doch, der Kasten ist ja in Wahrheit durchaus geil, man muß ihn ja nur als den Witz verstehen, den er über sich selber macht!“⁶⁹ (Georg Seeblen)

Deshalb beruhen viele meiner Aussagen auf einer bestimmten *Interpretation* des Materials – Aufzeichnungen von TV-Sendungen aller Art aus den letzten Jahren, v. a. aber neueren Datums. Diese Interpretation geht von realweltlichen Gegebenheiten – repräsentiert durch allgemein zugängliche Statistiken und Berichte – aus und zeigt auf, welche Korrelationen und Widersprüche sich zwischen Wirklichkeit und televisuellen Zeichen auf tun. Was eine lebensfreundliche Integration von Fantasieprodukten in die Vollzüge einer ausdifferenzierten Gesellschaft betrifft – dies sei vorweggenommen – stellen sich in der Betrachtung aktueller Medienproduktion mehrheitlich Erkenntnisse ein, denen zufolge man von *toxischem Content* sprechen muss, der auf ästhetisch-ideologischem Treibsand lagert.

Diese Ergebnisse rechtfertigen in der Summe das Fazit der „Zerstörung“. Pierre Bourdieu hat in diesem Sinn von Entwicklungen des Leitmediums geschrieben,

„die dazu führen, daß das Fernsehen eine besonders schädliche Form von symbolischer Gewalt darstellt. Die symbolische Gewalt ist eine Gewalt, die sich der stillschweigenden Komplizität derer bedient, die sie erleiden, und oft auch derjenigen, die sie ausüben [...]“¹⁰

Eine Reihe von Krisentendenzen in Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft ist mit den Interessen und Inhalten der Massenmedien eng verzahnt. „Interessen“ sind hier keineswegs ein umweltverträgliches und am Gemeinwohl orientiertes Dasein, sondern v. a. sehr einseitige Vorteilnahmen, die Wohlstand für wenige erstreben. Der Kern der mehrheitlichen Tendenzen und Implikationen von Fernsehprogrammen ist Missbrauch von Sehnsüchten und Schwächen der ZuschauerInnen, Ignoranz gegenüber Integrationsproblemen freien Wirtschaftens in soziale Gefüge und das globale Ökosystem bis hin zu frivolem Hohnlachen darüber, wie dumm das eigene Publikum doch sei.

Es ist des Weiteren nicht länger hinnehmbar, dass sich Wissenschaft und Mainstream-Medien selbst zeitweilig sensationsheischend in den angedeuteten Apokalypsen und Pessimismen der (vermeintlichen) Medienkritik suhlen, dabei jedoch meist nicht einmal konkrete Beispiele geben und diese differenziert diskutieren – und damit sogar selbst von der Misere profitieren, ohne ihr substanziell Paroli zu bieten. Allzu oft herrscht in diesem Genre der Medien(selbst)kritik das Feigenblatt-Prinzip, nach dem der hegemoniale Nackedei sich ein paar kaum gehörte Alibi-Freigeister hält, während die vorherrschende allgemeine Praxis bestehen bleibt und Fehlentwicklungen sich eher noch verstärken.