

André Hille

Über das Fernsehen - Ein Essay

2004

<https://doi.org/10.17192/ep2004.2.1803>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hille, André: Über das Fernsehen - Ein Essay. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 21 (2004), Nr. 2, S. 158–162. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2004.2.1803>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

André Hille

Über das Fernsehen

Ein Essay

Die Geschichte des Fernsehens ist auf den ersten Blick eine Geschichte der Erweiterung des Einzelnen ins Globale. In unserem Sessel werden wir visuelle Teilhaber der Welt, die wir sonst nie in dieser Fülle erleben würden. Das Fernsehen ist ein Mit-der-Welt-Verbundensein, das uns vorübergehend von unserer Isolierung befreit. Deswegen ist es so erfolgreich. Wir fühlen uns, solange wir in die bewegten Bilder des Apparates eintauchen, als Teil eines Weltkörpers, dem wir uns nach Belieben anschließen und entziehen können – das Medium ist geradezu sklavenhaft willig. Wir klinken uns ein in die Fiktionalität oder fiktionalisierte Dokumentation der Realität und haben Teil an etwas, das größer ist als wir selbst. Deshalb bleibt immer ein schales Gefühl des Alleinseins, wenn man das Gerät ausschaltet und man gleichsam mit dem Nachglühen des Bildes in sich zusammenfällt, zurückschrumpft auf normales Menschenmaß. Die Stille kehrt zurück, die eigene Beschränktheit, der Ekel vor dem Zeit- und Lebensverlust, über den der Mechanismus der Identifizierung eine Zeitlang hinweg trösten half. Daher der hohe Suchtcharakter des Mediums: Wir geben die aufgeblähte Größe unseres Egos nur ungern wieder her. Wir zappen immer weiter bis das, was wir sehen, noch kleiner ist als unser Alltag und wir angewidert von dieser Nichtigkeit endgültig den Power-Knopf drücken.

Die Fernsehkultur einer Nation ist dabei ein relativ hermetisch abgeschlossenes System der Selbstbezüglichkeit, an dem man entweder teilhat oder nicht (Die ‚Berühmtheiten‘ einiger Gesichter, die nur deswegen berühmt sind, weil sie immer wieder zu sehen sind, ist nur die tautologische Spitze des Eisberges.) Entweder man ist ‚drin‘ oder man ist ‚draußen‘, doch ist es verlockend, ‚drin‘ zu sein, da dieses System Sinn- und Identifikationsangebote stiftet und Anlass und Inhalt der Kommunikation nicht nur bietet, sondern oft gar vorschreibt. Wer draußen ist, ist es oft genug auch in den Diskussionen danach. Die Beweislast liegt hier noch immer bei demjenigen, der *nicht* schaut. Dieser muss sich rechtfertigen für seine ‚Verweigerung‘, die zugleich Verweigerung einer Kommunikation ist. Das meint nicht nur die direkte Rede über diese oder jene Sendung, sondern die subtile Prägung der Kanäle, in denen unsere Kommunikation verläuft, das

Vorgeben der Diskurse, des Wortschatzes, ja der Konnotation einzelner Wörter, die wir unbedacht übernehmen und die in ihrer „projektiven Beziehung zur Welt“ (Wittgenstein)¹ unsere Haltung gegenüber den Tatsachen der Welt festlegen. Eine Zurückweisung des Fernsehens ist also immer auch eine Zurückweisung der Strukturen der massenhaften Kommunikation, ein Aussteigen aus der hochgradigen Selbstbezogenheit des Systems Fernsehen.

Dieser Narzissmus des Mediums ist ein Auswuchs der drei Phänomene, aus denen sich heute nicht nur die Inhalte des Fernsehens, sondern die der gesamten Kulturindustrie speisen: Amusement, Spannungserzeugung und Ironie. Die Übergänge sind fließend, vielleicht meinen gar alle Begriffe ein und dasselbe, jedenfalls haken sie fest ineinander und liegen wie eine zweite Schicht über unserer Wirklichkeit, aus der sie sich zwar immer wieder speisen, speisen müssen (sonst würde das Medium irgendwann unglauwbüdig werden), jedoch nach Kriterien, die immer nach einer Ablenkung von dieser Wirklichkeit streben.

Amusement erreicht dies direkt und mit den anspruchlosesten Mitteln. Amusement heißt Nicht-Sinn, *Non-sens* im wahrsten Sinne oder auch „Zerstreuung“ (Benjamin)². ‚Wahre‘ oder ‚ernste‘ Kunst hingegen ist a priori intentional, sinnerzeugend und verlangt nach einer Verengung des Blicks durch die Linse des konzentrierten Geistes statt nach dessen Streuung. Amusement ist das kontrollierte Zulassen von Sinnlosigkeit innerhalb eines konstruierten Sinns. Im Amusement löst sich das Subjekt auf und aufersteht nach einem Bad der Selbstvergessenheit zur *alten* Identität. Amusement hat somit ausschließlich die Ablenkung vom eigenen Selbst zum Ziel, das Vergessenmachen des Vergehens der Zeit (Zeitvertreib‘), der eigenen Vergänglichkeit, der existentiellen Unruhe zum Tode hin.³

Dieses Vergessenmachen wird auch durch das zweite prägende Stilmittel des Fernsehens intendiert, das alles andere überstrahlt und ein Erfordernis sondergleichen geworden ist: Spannungserzeugung. *Spannend muss es sein*, um den Konsumenten an die Bilder zu binden, ihn an den Apparat zu fesseln.

Nun ist zu differenzieren. Spannungserzeugung ist zunächst einmal notwendige Kompression. Fiktion muss dichter sein als die Realität, nährstoffreicher als das Leben, sonst wäre sie keine Fiktion. Erst diese Komprimierung stellt die notwendige Differenz zum entleerten Leben des Zuschauers her (Zwar ist auch unser Leben ‚spannend‘, doch in nicht darstellbaren Zeiträumen.) Spannung ist genau jene Differenz zwischen Realität und Fiktion, der Mehrwert, den wir von jeder Art Geschichte (auch den ‚Nachrichtengeschichten‘) erwarten, eine stilisierte Konflikträchtigkeit der Welt, die diese in der Form nicht hat.

Diese Spannung kann gerichtet sein und als Vehikel zum Transport des mehr oder weniger humanistischen Sinns, der ‚Aussage‘ oder ‚Botschaft‘, benutzt werden: die Wirkmechanismen der Spannung als Trojanisches Pferd der Kommunikation. Von diesem menschlich-konstruktiven Zweck des Erzählens sind wir heute jedoch weit entfernt. Die Spannung hat sich von allen Inhalten gelöst und

verselbständigt. Allenfalls dient Spannungserzeugung noch dem Transport der ‚Werbepotschaft‘, meist ist sie jedoch reiner Selbstzweck. Letzteres gab es auch schon früher, da war die Spannung noch ein Genre und hieß *Suspense*: eine reine Spannung, die tickende Uhr, die aufgehaltene Rettung, die Bedrohung in der Einsamkeit, die gekappte Kommunikation zur Außenwelt, eben ein Wettlauf gegen Zeit und (oder) Raum, mit der Hoffnung, dem Tod zu entkommen.

Seit der Markt die Macht der Spannungserzeugung für sich entdeckt hat, nutzt er, profitabel gewendet, raffiniert ihre Mechanismen, um *seine* Botschaften in die Köpfe der Zuschauer einzuschleusen. Der Spannungsbogen muss über den Cliffhanger reichen, die Anspannung stärker sein als der nervöse Finger des Zuschauers. Spannung heute ist daher kurzatmig, interruptiv, brutal. Ihr Ziel ist Erregung, ihr höchstes Ziel eine bis an die Grenze der Unerträglichkeit gesteigerte Komprimierung, die den Konsumenten bis zum Zerreißen *gespannt* zurücklässt: Spannung bis an die Schmerzgrenze, bis es zur unausweichlichen Spannungsauflösung, auf die alles hinkomponiert ist, kommt, zum erlösenden Orgasmus. Die Höhepunktfixierung ist längst nicht mehr nur eine sexuelle, sie ist in unserer Erlebnisgesellschaft umfassend: das Leben als einzige Klimax. Wer diese Mechanismen nicht gewohnt, also noch nicht entsprechend desensibilisiert ist, reagiert mit körperlichen Angst-Reaktionen: Nervosität, Reiben der schwitzenden Hände. Hyperaktivität. Die durch Spannung zwischen zwei Polen (Gut-Böse) erzeugte Erregung geht ganz in den Körper über und irritiert diesen. Das Herz schlägt wie nach einem Hundertmeterlauf, doch der Körper bewegt sich nicht, sondern sitzt still im weichen Kino- oder Fernsehsessel.

Norbert Elias schreibt angesichts des erst Ende des 20. Jahrhunderts entstandenen und von Komponisten wie Beethoven oder Haydn nicht intendierten Verbots, auf klassischen Konzerten zwischen den einzelnen Sätzen zu klatschen: „Soweit wie möglich darf sich kein Muskel rühren. Man soll bewegt sein, ohne sich zu bewegen.“⁴ Genau das geschieht mit unserem Körper vor dem Fernseher und noch eher im Kino. Mittels der Mechanismen der Identifikation, also unserer Projektion auf die Figuren (höchstes Ziel eines Drehbuchs wird immer die Schaffung von Identifikationsfiguren sein) tauchen wir in die Polarität einer Geschichte ein, fürchten mit, lieben mit, leiden mit, als öffnete sich ein Kanal zwischen uns und dem zweidimensionalen Bild, der den ungehinderten Austausch von Emotionen und Hoffnungen zulässt. Wir weinen mit der Hauptfigur, hassen und jubeln mit ihr, wir fühlen mit ihr. Fühlen wir also noch selbst? Es ist ein Ersatz-Fühlen. Wir sitzen im dunklen Kino oder (weniger suggestiv) vor dem Fernseher und sind erregt, ohne uns zu regen: „Das Starre wird nicht aufgelöst, sondern verhärtet.“ (Adorno)⁵

Die Medien erzeugen dabei die Erregung, die sie zugleich ableiten, sie sind Gewitter und Blitzableiter in einem. So erschöpft sich der Konsument tagtäglich im Fernsehen und es fehlt ihm an Kraft, über das Eigentliche sich zu erregen:

die Entfremdung in der Starre. Dankbar nimmt er die ihm vorgesetzte Ersatz-Erregung auf, weil die Erregung über die wahrhaften Zustände *tatsächlich* schmerzhaft und nicht nur Beobachtung des Schmerzes fiktionaler Figuren, also Ersatz-Schmerz, wäre. Die Erregungsfähigkeit des Konsumenten nutzt sich tagtäglich ab an einem toten Apparat (einem Fetisch), der das Lebendige vorgaukelt. Ein Double-Bind zwischen Apparat und Mensch: Die Bilder werden erst dadurch zu solchen, dass wir sie sehen (sie ‚brauchen‘ also unser Auge), während wir die Starre des Dings übernehmen, das paradoxerweise zugleich Lieferant unserer Lebendigkeit ist.

Doch der Mechanismus der Spannungserzeugung stößt an seine Grenzen. Irgendwann lässt sich nicht mehr spannender erzählen. Nur brutaler. Doch auch Brutalität ist in ihrer Wirkung begrenzt. So verzweifelt zum Teil die Versuche des Mediums sind, immer weitere *shocking effects* zu erzielen, es ist kaum mehr ein Tabu übrig, dass sich brechen ließe. So wird jede Katastrophe dankbar angenommen oder schnüffeln die Produktionsfirmen nach neuen Mitteln der Erregungssteigerung, indem sie die Grenzen des Abbildbaren immer weiter hinausschieben. Der Konsument lässt sich das Spiel dieses Apparates gefallen. Er bekommt die Erregung geliefert, die, visuell injiziert, den aufgeblähten Zustand seiner *persona* regelmäßig aufrechterhält.

Kann es, drittens, noch ernste Bilder im Unernten geben? Ernsthaftigkeit wird da zwangsläufig zum Kitsch, wo Ironie das Regiment führt. Wo alle Ernsthaftigkeit sofort parodiert wird, wird sie zugleich ausgelöscht. Etwas wird gemeint und war doch nicht so gemeint, die Sprache der Medien trägt die Distanz zu sich selbst immer gleich mit. Sie ist in sich ironisch gewendet, verweist möbiusgleich sofort wieder auf das Gegenteil des Gemeinten und relativiert sich permanent: wir leben, wie es Foucault ausdrückt, im „tödlichen Raum, wo Sprache nur noch von sich selbst spricht.“⁴⁶

Ist Ironie die kleine Distanz zur Welt, so ist Zynismus die große. Ist Ironie noch Abwehr, ist Zynismus schon Verzweiflung. Die Dekadenz unserer Zeit besteht in der Verballhornung der Vergangenheit – auch der jüngsten. Alles taugt zum Versatzstück, zum Zitat ins Absurde. So ist das Medium gefangen in einem verzweiferten Narzissmus kurz vor dem Kollaps, dem nur wieder ein neuer Ernst folgen kann.

Die amüsanten, spannenden und ironischen Bilder des Apparates sind Codes, Projektionen und Zuschreibungen auf das Gewölbe der Zeit, Wunsch- und Alpträume zugleich, die innerhalb des Kreislaufs von Produktion und Rezeption entstehen. Diese Bilder sind keine Wirklichkeit, sie reichen *gerade so* in die Wirklichkeit hinein und haben doch die ganze Kraft des Visuellen. Im Konsumenten angehäuft, besetzen sie dessen Imaginationsräume und entfernen ihn so von sich selbst. Wie flach – im doppelten Wortsinn – sind die Bilder des Fernsehens im Gegensatz zu unseren eigenen Bildern! Sieht man etwa eine sogenannte Litera-

turverfilmung, nachdem man den dazugehörigen Text gelesen hat, sind in der Regel die eigenen Bilder unumstößlich verschwunden und durch die neuen ersetzt. Es gelingt nicht mehr, die Figuren und Situationen im ‚unberührten‘ Zustand der eigenen Phantasie zu denken. Offene Bilder werden ersetzt durch geschlossene, vorläufige durch endgültige. Die fremde Vorstellungswelt raubt die eigene. Die Zweidimensionalität ersetzt den reflexiven Blick auf uns selbst aus der erhöhten dritten Dimension durch einen stereotypen Blick auf die Welt. Das Fernsehen gibt uns keine Bilder, es nimmt sie uns. Und so bewirkt es genau das Gegenteil von dem, was es vorgibt zu tun: Die vermeintliche Erweiterung ist eine schleichende Reduktion. Die Welt des Fernsehens ist eine Scheibe.

Anmerkungen

¹ „Das Zeichen, durch welches wir den Gedanken ausdrücken, nenne ich das Satzzeichen. Und der Satz ist das Satzzeichen in seiner projektiven Beziehung zur Welt.“ Ludwig Wittgenstein. *Tractatus logico-philosophicus*. Logisch philosophische Abhandlung. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1994. S.20

² „Man sieht, es ist im Grunde die alte Klage, dass die Massen Zerstreuung suchen, die Kunst aber vom Betrachter Sammlung verlangt.“ Walter Benjamin. *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1963. S.45f.

³ „Das tägliche Sein *zum Tode* ist als verfallendes eine ständige *Flucht vor ihm*. Das Sein *zum Ende* hat den Modus des undeutenden, uneigentlich verstehenden und verhüllenden *Ausweichens vor ihm!*“ Martin Heidegger. *Sein und Zeit*. Tübingen: Max Niemeyer 2001. § 51. S.254.

⁴ „Im Lauf der Jahre hat die Tendenz, die Bewegungen der Zuschauer einzuschränken, sogar merklich zugenommen. Vielleicht ist hier ein sich selbst steigernder Zivilisierungsschub am Werk. Gegenwärtig beschränkt der Verhaltenscode für den Konzertbesucher den Applaus auf das Ende einer Sinfonie oder eines anderen mehrsätzigen Musikstückes. Der Applaus am Ende eines Satzes wird missbilligt, wenn nicht sogar getadelt. Zur Zeit Haydns oder Beethovens hingegen wurde Applaus nicht nur nach jedem Satz gespendet, sondern auch erwartet. Viele Sätze waren darauf angelegt, den Applaus als willkommene Befreiung von der durch die Musik erzeugten Spannung hervorzulocken. Heute aber bleiben die Zuhörer nach Sätzen, die geschrieben wurden, um Applaus zu erzeugen, und die nach Applaus verlangen, still [...] Die Zurückhaltung, die Konzertbesuchern auf diese Weise auferlegt wird, ist umso größer, als sie emotional aufgewühlt sind. Und doch: Soweit wie möglich, darf sich kein Muskel rühren. Man soll bewegt sein, ohne sich zu bewegen. Erst am Ende dürfen die Besucher durch die Stärke und Dauer ihrer Bewegungen, ihres Beifalls, anzeigen, wie stark sie in der Stille zuvor bewegt worden sind.“ Norbert Elias/ Eric Dunning. *Sport und Spannung im Prozess der Zivilisation*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2003. S.97f.

⁵ Theodor W. Adorno. *Kulturkritik und Gesellschaft II. Prolog zum Fernsehen*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2003. S.515.

⁶ Michel Foucault. *Schriften zur Literatur*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2003. S.94.