media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

Knut Hickethier

# Trashfernsehen und gesellschaftliche Modernisierung

2000

https://doi.org/10.25969/mediarep/14165

Veröffentlichungsversion / published version
Sammelbandbeitrag / collection article

**Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**
Hickethier, Knut: Trashfernsehen und gesellschaftliche Modernisierung. In: Ulrike Bergermann, Hartmut Winkler (Hg.): *TV-Trash. The TV-show I love to hate.* Schüren 2000 (Schriftenreihe der Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft (GFF) 9), S. 23–37. DOI: https://doi.org/10.25969/mediarep/14165.

**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.

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

Knut Hickethier

# Trashfernsehen und gesellschaftliche Modernisierung

## Funktionsbezogenheit der Medienangebote

Eine Funktionsbestimmung von „TV-Trash“ zielt weder auf eine kulturkritische Verurteilung dieses Programmphänomens als Kultur- und Geschmacksverfall noch auf dessen Verklärung als ‚Spasskultur‘. Funktionsbezogene Medientheorie ist strukturorientiert. Nicht die individuellen Vorlieben für einzelne Entertainer und deren Eigenheiten, seien es die von Guildo Horn oder Stefan Raab, von Harald Schmidt oder Bastian Pastewka (Briskos Jahrhundert-Show) sind von Belang, sondern der Zusammenhang von Medienangebot und gesellschaftlichem Gebrauch.

Funktionsbezogene Medientheorie fragt danach, was den Mediengebrauch der Menschen bestimmt. Einerseits wird davon ausgegangen, dass die Nutzer eigenständig mit den Medienangeboten umgehen, diese oft auch gegen die Intention der Programmanbieter gebrauchen, und dass dieser Gebrauch sowohl individuell als auch kollektiv Funktionen erfüllt. Andererseits erzeugt der Mediengebrauch auch Effekte bei den Nutzern, die ungeplant sind und bei diesen auch nicht immer bewusst entstehen, weil der Mediengebrauch oft unaufgedeckten Beweggründen folgt. Funktionsbezogene Medientheorie neigt dazu, alle Phänomene einer Medienentwicklung einer Funktion zuzuordnen bzw. mit einer Funktion zu verbinden und damit letztlich für strukturell sinnvoll zu erklären. Dabei wird nicht verkannt, dass Entwicklungen immer von handelnden Subjekten vorangetrieben werden.

Fernsehen im funktionalen Zusammenhang mit der gesellschaftlichen Entwicklung zu sehen – die insgesamt als ein Prozess der Modernisierung beschrieben werden kann, also als ein Prozess der Herausbildung einer neuen Welt und einer veränderten Gesellschaft – weist dem Fernsehen eine spezifische Rolle zu: einerseits Produkt dieser gesellschaftlichen Modernisierungen und andererseits Transmissionsriemen für die Durchsetzung dieser Modernisierung zu sein, indem das Medium für die Modernisierung notwendige Verhaltensanpassungen propagiert, neue Vorstellungswelten etabliert, Denkstrukturen und Weltbilder vermittelt.[1]

1 Vgl. Hickethier, Knut: Geschichte des deutschen Fernsehens. Stuttgart, Weimar 1998.

Fernsehen liefert über die Welt Orientierungswissen im weitesten Sinne, es vermittelt Verhaltensmodelle für das Zusammenleben und stiftet nicht zuletzt umfassend Sinn. Mit diesen drei Aufgaben steht das Fernsehen funktional zur Gesellschaft, was auch impliziert, dass sich hier auch solche Phänomene des Fernsehens als funktional erweisen, die auf den ersten Blick mit Orientierungswissen wenig zu tun zu haben scheinen, die keine plausiblen und gesellschaftlich akzeptablen Verhaltensmuster darstellen und die letztlich als un-sinnig im Sinne einer tradierten, emphatisch verstandenen Sinn-Vorstellung erscheinen.

Die folgenden Überlegungen gehen dahin, dass sich die funktionale Betrachtung von Fernsehen und Gesellschaft gerade auch am Beispiel des „Trash"-Fernsehens beweisen muss, dass also auch diesen Erscheinungsweisen des Fernsehen Funktionen zukommen, und dass sich nur die Art der Funktionen bzw. die inhaltliche Ausfüllung der Funktionen und die Maßstäbe ihrer Bewertung verändert haben.

## Trash: Gattung, Genre, Eigenschaft des Programms?

„Trash" ist eine *Bewertungskategorie*. „Trash" meint, das Gezeigte sei trivial, eben Schema, Verbrauchtes, „abgesunkenes Kulturgut"[2], um eine Definition Helmut Kreuzers zu verwenden. Darin steckt ein kulturkritisches Verdikt und meint: „Trash" kann kein Beitrag des „Qualitätsfernsehens" sein, sondern ist dessen Gegenpol, bedeutet Abfall, Resteverwertung, ist eher zufällig oder notgedrungen (weil nichts Besseres zur Hand war) ins Programm geraten, ist vielleicht sogar von der Konkurrenz ins Programm lanciert worden, um den guten Ruf des Programms zu untergraben.

Natürlich ist eine solche Definition im *Hochleistungssystem Fernsehen* nicht wirklich haltbar, weil jede Minute Fernsehen in irgendeiner Weise, meist sogar längerfristig, geplant, budgetiert, organisiert und durch die hierarchischen Strukturen eines Senders, die es selbstverständlich auch in den privatrechtlichen Fernsehunternehmen gibt, geschleust werden muss. Sendungen, die als „Trash" bezeichnet werden, bedürfen also auf unterschiedlichen Ebenen der Programmorganisation einer legitimierenden Argumentation, sie müssen im innerbetrieblichen Konkurrenzkampf der Mitarbeiter eines Anbieterunternehmens gegen andere Sendungen durchgesetzt werden – und sei es nur durch das Argument der Quote.

Trashfernsehen ist also absichtsvoll produziertes Fernsehen – und wenn dies so ist, wird es so produziert, wie es ist, weil es genau so sein soll, wie es dann ist, und dies deshalb, weil es nur so Erfolg hat, d. h. bei einem anvisierten oder auch nur zufällig und ungeplant erreichten Publikum ankommt.

2 Kreuzer, Helmut: Veränderungen des Literaturbegriffs. Göttingen 1975.

Dabei kann eine solche Produktion durchaus eine völlig *unkalkulierte Eigendynamik* entwickeln, wenn sich im innermedialen Konkurrenzkampf ein Trash-Motiv verselbständigt, dabei zu einem ganz eigenen Symbol erhöht und durch eine fortdauernde mediale Bedeutungsproduktion aufgeladen wird. Wenn z. B. – wie geschehen – ein eher alltäglicher Konflikt zwischen Nachbarn zunächst zum Gegenstand einer Gerichtsserie und aus dieser Sendung dann von Stefan Raab in TV Total ein Ausschnitt gebracht, dieser Konflikt mithin also aufgespießt und der Lächerlichkeit preisgegeben wird, bewegen sich diese ersten beiden Stufen der medialen Sujetbildung und Sujetwanderung noch im Rahmen des Üblichen. Wenn sich dann RTL und SAT.1 in fast täglichen Sendungen überbieten, dieses Sujet durch Berichte vor Ort zu verlängern (etwa darüber, was aus den Nachbarn in ihrem banalen Konflikt um einen Maschendrahtzaun, der durch einen zu nahe am Zaun gepflanzten Strauch möglicherweise rostet, wird), ist dies bereits Ausdruck einer medialen Eigendynamik. Sie lässt Anschlussproduktionen entstehen, z. B. einen Song über den Maschendrahtzaun, den Raab wiederum in seiner Show präsentiert und der seine Karriere als Popsänger begründet, so dass Raab mit einem weiteren Lied („Wadde hadde dudde da") sogar für den Grand Prix nominiert wird, eine Veranstaltung, die unter den Produkten des Trashfernsehens selbst wiederum ein eigenständiges Markenzeichen darstellt. Und sie erreicht schließlich auch die Presse, die diese Sujetentwicklung wiederum zum Indiz des Zustands deutscher Fernsehkultur nimmt und den Maschendrahtzaun zur Metapher und zum Diskurselement werden lässt, auf den sich wiederum andere beziehen. Entscheidend ist offenbar bei einer solchen im Zeitablauf rasanten Herausbildung eines neuen Trashmotivs innerhalb der Medien, dass die mediale Thematisierung einerseits eine gewisse Dauer erreicht, andererseits das Publikum mittelfristig mitspielt und in dieser erst durch das Fernsehen hochgespielten und zu einem medialen Ereignis geformten Nichtigkeit etwas für diese Gesellschaft Typisches erkennt und sich daran immer wieder ergötzt. Nur ist ein solches Phänomen letztlich nicht planbar, sondern wird eben durch eine Eigendynamik im Zusammenspiel von Medienangeboten und Publikum erzeugt.

Trashfernsehen ist keine besondere *Gattung*, die sich verorten liesse in einem System von Programmformen oder Formaten. Trash ist kein *Genre*, keine spezifische Form der Fernsehunterhaltung, die sich neben andere stellen ließe.

Trash ist in vielen Programmformen zu finden, in der selbstreferentiellen Medienunterhaltung, etwa in TV Total, in der Musikunterhaltung, etwa bei Guildo Horn, in Nachrichtensendungen und Ratgebersendungen, in der Fiktion. In den Spielformen des Fernsehens sind wohl die ältesten Formen des Trash zu finden, wenn man z. B. an den ZDF-Mehrteiler Hei-Wi-Tip-Top (mit Heidi Kabel und Willy Millowitsch) denkt, der in den siebziger Jahren wegen seiner Minderwertigkeit soviel Empörung auslöste, dass er aus dem Programm genommen werden musste. Allerdings wurde er später – in einzelne Teile zerlegt und unter

neuem Namen – wieder ins Programm geschmuggelt, ohne das sich jemand beschwerte. Trash hat immer auch etwas mit Gewöhnung zu tun.

„Trash" stellt keine substantielle Eigenschaft von Produkten dar, sondern ist eine *Haltung* zu den zu vermittelnden Inhalten, Motiven, Sujets, kennzeichnet eine Haltung zum Medium und vor allem eine Haltung zum Publikum. Trash wird häufig – von einer zuschauerethischen Position aus zugespitzt formuliert – als der Gestalt gewordene Zynismus der Fernsehmacher verstanden. Doch eine solche Auffassung greift zu kurz, weil sie die andauernde Akzeptanz von Trash beim Publikum nicht fassen kann. Zudem ist die Kennzeichnung „Trash" durchaus für unterschiedliche Programmphänomene zu verwenden.

In dem hier vertretenen Verständnis meint Trashfernsehen eine Form von Fernsehen, die für einzelne Publikumsschichten nicht akzeptabel ist und trotzdem gesehen wird. Trash ist etwas Minderwertiges aus der Sicht einzelner gesellschaftlicher Milieus, wie sie Gerhard Schulze in seiner *Erlebnisgesellschaft*[3] formuliert hat. Der Begriff ist erst in den achtziger Jahren aufgekommen und wird seither vor allem von der Medienpublizistik angewendet, um Formen im Fernsehen zu kennzeichnen, die sich erklärtermaßen in Opposition zu den herrschenden allgemeinen kulturellen Normen und Werten stellen, die sich im weitesten Sinne der Popkultur zurechnen und durch eine Ausweitung des eigenen Angebots in Richtung des Dilettantischen, Grellen, Überspitzten, aber auch Banalen und Ekligen Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen versuchen.

Der Begriff steht für eine Entwicklung, die sich aus einem Gefühl des Überdrusses an der Menge des immer gleichen Guten und Wohlgemeinten speist und damit letztlich eine ästhetische Widerspruchshaltung verkörpert. Diese entwickelt sich aber nicht zu einer intellektuellen Avantgardeposition, sondern sucht die Verankerung im Populären, vor allem in der Jugendkultur der Zeit. War der Begriff des „Trash" zunächst abwertend gemeint, wird er heute von den jugendlichen Nischenkulturen positiv verwendet, weil sich mit ihm und vor allem mit Hilfe der privatrechtlichen Fernseh-Unterhaltung (von Tutti Frutti über RTL Samstag Nacht bis zu Stefan Raabs TV Total) das eigene popkulturelle ästhetische Selbstverständnis formulieren lässt. Trash bietet Material, sich selbst in Abgrenzung zu den vorhandenen Standards der Mainstream-Kultur zu definieren.

Trash setzt – und dies ist bei allen Varianten und Unterschieden sein Kern – auf *Abgrenzung* und *Ausgrenzung*, setzt auf die Differenz, und dies vor allem auf eine spielerische und letztlich unernste Weise. Wo in einer Gesellschaft der Konsens, das konfliktfreie Austragen von unterschiedlichen Interessen, der breite Verzicht auf Aggression im alltäglichen Verhalten zur Norm geworden ist, bekommen mediale Foren, auf denen spielerisch und an gesellschaftlich nichtigen

3 Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Frankfurt a. M. u.a. 1992.

Themen Abgrenzung vollzogen werden kann, eine besondere Bedeutung. Trash ist die grobe Form der ‚feinen Unterschiede'[4] und kultiviert geradezu dieses Grobe, weil sich in ihm auch eine Ansprache an spezifische Publika verbirgt.

Sein Aufkommen und sein Erfolg im Fernsehen ist damit auch Ausdruck einer veränderten Gesellschaft und einer veränderten Mediensituation, in der nicht mehr die eine, homogene Gesellschaft mit einer universellen Öffentlichkeit besteht, sondern sich eine Pluralität vieler gesellschaftlicher Gruppen herausgebildet hat, eine Pluralität unterschiedlicher medialer Öffentlichkeiten, auch innerhalb des sich noch immer universell gebenden Fernsehens, die sich gegenseitig überlagern und teilweise durchdringen. Trash übernimmt über die Herstellung von Ablehnungen und Abgrenzungen Funktionen für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Herstellung von *gesellschaftlichem Selbstverständnis* – nicht für *alle* Gruppen, aber für jeweils einzelne Teilgruppen.

## Zum Trash des angeblich Volkstümlichen

Volksmusiksendungen sind die wohl auffälligste Gattung des immer noch auf Integration bedachten Fernsehens sowohl öffentlich-rechtlicher wie privatrechtlicher Art. In ihnen lassen sich besonders häufig Angebote finden, die ästhetischen Widerspruch provozieren und die Kennzeichnung als Fernsehtrash auf sich ziehen. Wenn in der Volksmusiksendung des NDR (26.9.99) z. B. eine Interpretin wie Dagmar Frederik auftritt und „Wenn die Sonne hinter den Dächern versinkt" zum Besten gibt, ist die Höchststufe einer Trash-Gattung erreicht, die man als Integrationstrash bezeichnen könnte. Denn diese Darbietung sucht ein Publikum über Harmonie und Versöhnung und schreckt dabei vor nichts zurück.

Dagmar Frederik singt ein Lied, das Marlene Dietrich und Hildegard Knef gesungen haben und das städtische Melancholie verkörpert, ein Lied einer urbanen, depressiven Stimmung, Verkörperung eines Lebensgefühls, wie es sich in den vierziger und fünfziger Jahren formulierte. Das Lied ist ohne diesen Kontext nicht zu verstehen. Es ist eher dunkel; hier wird es dargeboten vor einem Fachwerkhaus, auf einer grünen Wiese und von einer Sängerin wie Dagmar Frederik im hellgrauen Hosenanzug, langsam bis zur Erstarrung gespreizt, maskenhaft im Gesicht, nur durch die mediale Aufbereitungsmaschine am Leben erhalten. Die Diskrepanz von Inhalt und Inszenierung ist offenkundig, aber eben selbst bereits wiederum selbstverständliches Element dieses Fernsehgenres.

Das Lied, das in die Chansontradition gehört, wird hier in die industrielle Volksmusik integriert und als Folklore ausgegeben, die jedoch als plastikartige Naturidylle inszeniert ist und an die Produkthintergründe der Versandhauskataloge erinnert. Mediale Dekontextualisierung ist das hier zu beobachtende Ver-

4 Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Frankfurt a. M. 1982.

fahren, das das so Herausgelöste in unterschiedlichen Produktensembles verwertbar macht, aber gleichzeitig auch eine pompös herausgestellte Attitüde des scheinbar Individuell-Vereinsamten mit dem medienindustriellen Billigdekor verbindet. Zur kulturellen Tradition des Lieds verhält sich ein solches Produkt *zynisch*, leugnet sie und spricht sie auch den Zuschauern ab, denen egal zu sein hat, was ihnen geboten wird. Früher nannte man dies ‚Kitsch' – und das ist es wohl auch heute noch. Zum Trash wird es dadurch, dass man sich dessen nicht geniert, sondern den Kitsch auch noch ungehemmt ausstellt.

Das Lied wird nicht als Parodie vorgetragen, erzeugt also keine ironische Wendung in der eigenen Haltung zum Gegenstand, ist auch nicht als Pastiche zu erkennen, wie es Frederic Jameson als Möglichkeit einer modernen Wiederaufnahme einer Form beschrieben hat, sondern nimmt sich selbst in dem Sinne ernst und gewichtig, dass es etwas ‚Echtes' vorzugeben scheint.[5] Das erzeugt Heiterkeit, vielleicht auch höhnische Distanz, die eben zur Bewertung solcher Angebote als ‚Trash' dazugehört. Als Trash ist es, und darum geht es hier, nur innerhalb einer perspektivischen Haltung zum Medium und seinem Angebot zu verstehen.

Sieht man sich daraufhin andere Nummern derartiger Volksmusiksendungen an, stellt man fest, dass das Eigentümliche an ihnen nicht primär in der Verballhornung der Volkslieder bzw. der romantischen Kunstlieder liegt, die in den Potpourris, Madleys oder Nummernabfolgen zu einer Art schmiedeeisernem Rankenwerk zusammengeschweisst werden, sondern in der Künstlichkeit, die sich hier etabliert. Wenn z. B. ein Trompeter im rüstigen Alter weit jenseits der fünfzig in einer gelben, über den wohlgenährten Bauch gespannten Jacke im synthetischen Grün der Fernsehwiese steht und in einer Grossaufnahme die etwas dicken Finger gar zierlich zu einem kleinen Trompetentriller setzt, erzeugt dies eine bizarre Irrealität, die man nur als eine Art popularisierten *Camp* bezeichnen kann.

Es ist ja nicht so, dass *Camp-Ästhetik* nur eine Ästhetik allein der speziellen Nischenkulturen ist und etwa nur von Pierre et Gilles oder Cecil Beaton inszeniert wird, sondern sie hat als eine subversive Strategie inzwischen weite Teile der Fernsehangebote, insbesondere die Volksmusiksendungen der deutschen Sender, durchdrungen. Stephen Calloway hat in die Campdebatte den Begriff des Barock eingeführt.[6] Auch in solchen Volksmusiksendungen, wie sie sich in den letzten Jahren in fast allen Programmen etabliert haben, geht es um eine mentale Barockisierung bei gleichzeitiger produktionsökonomischer Reduktion der ästhetischen Mittel.

In ihrem ungebrochenen *Willen zur Künstlichkeit* setzt eine solche einerseits reduktionistische, andererseits barocke Unterhaltung ganze Zuschauergemein-

5 Jameson, Frederic: Postmoderne – Zur Logik der Kultur im Spätkapitalismus. In: Huyssen, Andreas; Scherpe, Klaus R. (Hg.): Postmoderne. Zeichen eines kulturellen Wandels. Reinbek bei Hamburg 1986.

6 Calloway, Stephen: Barock – Baroque. Die neue Lust am Exzentrischen. München 1997.

den in plötzliche Begeisterung, die sich an den synthetisch hergestellten Zitaten einer medialisierten und trotzdem scheinbar heilen Welt berauschen, nicht weil sie in den Bildern und Tönen wirklich Natur sehen oder Natur sehen wollen, sondern weil sie darin das unendliche Ritual des Fernsehens genießen. Und weil das, was geboten wird, gerade das Gegenteil von Natur ist und alle Fans dieser Volksmusiksendungen dies auch wissen, aber es sich nicht anmerken lassen, sondern so tun, als würden sie es als Natur feiern. Es geht also um eine mehrfache Überlagerung ästhetischer Haltungen und Rollenannahmen.

Für ein ganz anderes Fernsehpublikum, das einem anderen kulturellen Milieu als dem auf Volksmusik ausgerichteten Harmoniemilieu angehört, ist dies nun *Trash pur* und damit Unterhaltung von der feinsten Art, eben weil man sich darüber so wunderbar aufregen kann, sich darüber ereifern kann, wie schlimm dies ist, wie abstoßend in seiner ästhetischen Erscheinung usf. Das gleiche Ausgangsmaterial bietet also für unterschiedliche Publikumsgruppen Stoff dafür, die eigene Identität zu definieren, zum einen durch ‚wohlige' und gefühlvolle Akzeptanz, zum anderen durch Abgrenzung, Negation und prinzipielle Ablehnung.[7]

Die Differenz dieser Form des Trashfernsehens gegenüber anderen TV-Formen (insbesondere den Shows) besteht darin, dass die mediale Angebotsform hier keine offensiven interaktiven bzw. appellativen Angebote in Richtung auf den Fernsehzuschauer macht, sondern eine relativ hermetische Fiktionalität aufweist und die Rezeption solcher Musiksendungen bereits ein entfaltetes Trashbewusstsein beim Zuschauer voraussetzt. Um Volksmusiksendungen als Trash wahrzunehmen, muss beim Publikum bereits eine Haltung oder Voreinstellung vorhanden sein, die das, was im Fernsehen angeboten wird, entsprechend (anders) sieht. Max Goldt bezeichnete bereits 1989 eine solche Haltung als „Kultisches Fernsehen" und beschrieb dies am Beispiel des Grand Prix folgendermaßen:

> Seit Anfang des Jahrzehnts besteht vor allem unter älteren Großstadtjugendlichen ein Trend, den man als Kultisches Fernsehen bezeichnet. Der Unterschied zum normalen Fernsehkonsum besteht darin, dass zur Sendung seitens des Zuschauers teilweise erhebliche Vorbereitungen getroffen werden müssen. So müssen Gleichgesinnte eingeladen werden, was durchaus schriftlich erfolgen sollte, und der Fernseher wird an einen besonders schönen Platz

7 Um diese Eigenschaft von Trash als eine spezifische zuschauerbezogene Haltung gegenüber anders intendierten Fernsehangeboten zu illustrieren: Bei der Durchführung eines Einführungskurses über das Fernsehen an der Universität Hamburg im Sommer 1999 zeigte eine studentische Arbeitsgruppe zum Stichwort „Gewalt im Fernsehen" drei Sendeausschnitte zum Thema. Zwei davon waren in der üblichen Art: ein Ausschnitt aus einer Reality-TV-Sendung und einer aus einem Horrorfilm. Das dritte Beispiel zeigte einen Ausschnitt aus einer Musiksendung mit Heino: Das wurde von den jugendlichen Mediennutzern als „*Gewalt der dritten Art*" empfunden. Was zu einer solchen Einschätzung führte, war Ergebnis einer Differenz in der ästhetischen Haltung bei den Zuschauenden – aus Lust an Abgrenzung.

> im Zimmer gestellt, mit einem nagelneuen Vileda-Tuch abgewischt und mit blühenden Topfpfanzen umgeben. Es ist auch üblich geworden, anläßlich des jährlichen Hauptereignisses, des Grand Prix de la Chanson, vorher durch die Delikatessengeschäfte zu tigern, um Bier- und Käsesorten aus möglichst allen teilnehmenden Staaten zu besorgen. Die Käse werden dann mit Miniaturflaggen der jeweiligen Herkunftsländer dekoriert.[8]

Immer dann, wenn ein Wettbewerbsbeitrag vorgetragen wird, wird von den Zuschauern der Käse des betreffenden Herkunftslandes verzehrt. Aus der Rezeption wird also – im Wissen um die Struktur des Angebots – ein Ritual. Die Haltung zum Angebot setzt auf dem Vorwissen und einer vorhandenen ästhetischen Einstimmung auf. Am Trash bestätigt sich ein Publikum in seiner kulturellen Eigenheit, indem es das Angebot auf eine von den Machern nicht intendierte Weise in die eigene ästhetische Praxis integriert.

### Trash als Instrument identifikatorischer Abgrenzung

Diese Art des Fernsehens dient also als *Instrument bewusster Abgrenzung* gegenüber den als allgemein angenommenen und für allgegenwärtig gehaltenen ästhetischen Werten. Ein Teilpublikum kann sich bewusst quer zu den Intentionen der Programmmacher etwa in Hassliebe zum Angebotenen verhalten und sich gerade über die negierende und destruierende Nutzung des Angebots definieren.

Eine solche Haltung wird spätestens seit den achtziger Jahren auch öffentlich als Modell propagiert, wenn man etwa an einzelne Vertreter der Fernsehkritik denkt: von Kupferdach, Wiglaf Droste, Max Goldt bis zu Peter Stolle und Michael Rutschky. Es ist eine Haltung, die das Fernsehen als eine *Schule der Aggressionssteigerung, eines ästhetischen Auslebens von Hass, Neid und Empörung* versteht, aber eben auch als einen Initiator für das eigene Rollenspiel und die eigene Selbstbestätigung benutzt.

In der *tageszeitung* beschrieb schon 1985 der Fernsehkritiker Kupferdach das „Beispiel von zwei ewig vorm Fernseher hockenden Omas“, die „ganz scharf auf die Schwarzwaldklinik seien“.

> Normal, okay! Aber zur Begründung führten sie an: Das sei ja *nun die entsetzlichste und bescheuertste Serie*, die je produziert worden sei, deswegen ... Jetzt nur mal als Hypothese: Was, wenn dieses doch im Grund auch perverse Motiv für alle 28 Mio. Schwarzwaldklinik-Fans gilt? Da sitzen sie alle abends selig vorm Fernseher, denkt man, es werden freudig oder entsetzt die höchsten

8 zit. n. Hickethier, Knut: Geschichte der deutschen Fernsehkritik. Berlin 1994, S. 239.

> Einschaltquoten registriert, aber in Wahrheit ist diese Nation von Spießern wie eine Bande von Verschwörern damit beschäftigt, giftig und voller Bosheit volles Rohr zurückzustrahlen – und das genau passiert nämlich: Ein SCHWARZWALDKLINIK-Darsteller nach dem anderen stirbt unter entsetzlichen Qualen.[9]

Zuschauen als begeisterte und immer wieder gesuchte Abgrenzung gegenüber dem kulturell Verordneten, in ständiger Suche nach neuem Material für die gewollte Ablehnung ist inzwischen (neben anderen) eine weit verbreitete Rezeptionshaltung dem Fernsehen gegenüber. Und sie wird heute im Fernsehen selbst als Haltung Sachverhalten gegenüber inszeniert, mit jeweils unterschiedlichen mitspielenden Publika.

Dazu sollen im folgenden Beispiele aus demjenigen Bereich angesprochen werden, der üblicherweise in den Medien selbst als „Trash" bezeichnet wird. Die Illustrierte *Der Stern* bezeichnete 1999 die Paderborner Familie Lewandowski als „Stars des Trash-TV", weil diese – einzeln oder zusammen – inzwischen regelmässig in den Nachmittags-Talkshows auftritt und diese Shows, wie es dort heisst, „mittlerweile zur beherrschenden innerfamiliären Kommunikationsform geworden"[10] sind. Zu „Stars" wurden die Lewandowskis, weil sie sich für die einzelnen Shows jeweils adäquat zu inszenieren wissen und dadurch – scheinbar – ihr familiäres Privatleben nach außen in die Öffentlichkeit des Programms stülpen können. Genau besehen professionalisieren sie sich damit in einem Unterhaltungs-Marktsegment als spezialisierte Entertainer, die die an sie gestellten Rollenerwartungen durch Negation, Abgrenzung und Aggressionsweckung optimal erfüllen.

### Talk-Trash: Selbstliebe als Inszenierungsprodukt

Ein älteres Beispiel aus der Talkshowreihe JOHANNES B. KERNER vom 3.2.1997 soll hier als Beispiel dienen und damit auch zeigen, dass es sich mit derartigen Abgrenzungsangeboten nicht um punktuelle Programmereignisse handelt, sondern um eine längerfristig in Gang gesetzte Programmproduktion. Das Beispiel kann zudem geradezu paradigmatisch für die These der Kultivierung der Abgrenzung durch Trash stehen.

Thema der Folge ist „Ich liebe nur mich selbst" und es geht – wie in vielen anderen dieser Daily Talks – darum, über scheinbar selbstverständliches oder auch abweichendes Verhalten Reaktionen des Publikums zu provozieren. Eingeladen wurden junge Männer, die sich als radikale Egoisten verstehen. Damit steht ein Verhaltensmuster zur Debatte, das in dieser „Ellenbogengesellschaft" angeblich

9 taz, 25.11.1985, zit. n. Hickethier: Geschichte der deutschen Fernsehkritik, S. 224.

10 Hunfeld, Frauke: Kanonenfutter für Bärbel, Vera & Co. Auch Trash-TV hat seine Stars. Sie sehen nur nicht so aus. In: Stern, 38 (1999), S. 54–59.

gefordert wird: Rücksichtslosigkeit, Durchsetzungsvermögen, Abgrenzungsverhalten. In dieser Sendung wird das Erfolgsverhalten in der Leistungsgesellschaft von Anfang an negativ konnotiert.

Eingeladener Gast ist Thomas. Er beschreibt sich selbst als jemanden, der nur an sich selbst denkt: Weil auch im Elternhaus jeder nur an sich selbst gedacht und weil er in seinem Leben viele „Nackenschläge" erhalten habe. Freunde wolle er nicht haben, Beziehungen reichten ihm für zwei, drei Tage, er wolle wegen einer Beziehung auf nichts verzichten. Zwischenmenschliche Kontakte suche er nicht, er sei froh, wenn er in Ruhe gelassen werde. Auf Kerners Frage lehnt er es ab, jemandem, der hilflos auf der Strasse liegt, zu helfen. Er würde zu diesem nur sagen: ‚Pech gehabt' und weitergehen. Daraufhin erregt sich das Studiopublikum. Ein junger Mann im Publikum greift ihn direkt an, es kommt zu einem heftigen Wortwechsel, denn Thomas beharrt auf seiner Position. Er wird auch im weiteren immer wieder vom Studiopublikum angegriffen, doch bleibt bei allen Angriffen cool und lässt sich nicht aus der Balance bringen.

Dass dies nun Trash ist, liegt nicht daran, dass es zu einem Schlagabtausch kommt, sondern daran, dass dies alles *inszeniert* ist: Zum einen geschieht dies durch den Showmaster und den Produktionsapparat Fernsehen unter Mithilfe des Studiopublikums, das von Kerner instrumentalisiert wird. Gelegentlich wird dies auch direkt sichtbar: Der junge Mann, der sich im Publikum über Thomas ereifert hat, wurde von Kerner vorher bereits in Stimmung gebracht, und man könnte auch vermuten, dass es sich hier um eine Verabredung handelt, die bereits vor der Aufzeichnung getroffen wurde.

Zum anderen wird das Geschehen aber auch von den eingeladenen Gästen inszeniert. Es ist nicht so, dass sie nur willfährige Opfer des Studiopublikums sind und die Aggressionen, denen sie ausgesetzt sind, leidend erfahren. Sie wissen um den Inszenierungscharakter dieser Sendung und haben sich ihre eigene Auftrittsstrategie zurechtgelegt. Thomas und „sein Kumpel" Dieter z. B. haben sich auf diesen Auftritt vorbereitet: Sie wissen, womit man das Publikum so richtig lockt. Als sie die Aggressionen des Studiopublikums ‚hochgekocht' haben und Dieter klatscht, als das Publikum Thomas endlich deutlich gesagt hat, was er für ein „Arsch" sei, zwinkern sich beide kurz einverständig zu: Es hat alles geklappt, der Auftritt war perfekt, die Show ist gelungen.

Auch die eingeladenen Gäste inszenieren also ihre Darstellung; was sich als authentisch geriert, ist Ergebnis eines Kalküls, das im Idealfall mit dem der Sendung übereinstimmt. Und weil es Leute gibt, die den Redaktionen solcher Talkshows alles an Material liefern, was diese sich nur wünschen, werden sie zu Stars dieser Shows und durch die verschiedenen Shows herumgereicht. Zwar lassen es sich seit einiger Zeit die Redaktionen von ihren eingeladenen Gästen schriftlich geben, dass sie die Wahrheit sagen und auf keinen Fall lügen. Doch es wird unterschrieben – und weiter gelogen.

Im Januar 2000 ereiferten sich die Medien darüber, dass bei der Talkshow Bärbel Schäfer ein junger Mann („Frührentner") auftreten sollte, der seine Frau für eine Million DM an einen potentiellen Freier verkuppeln wollte. Die Ausstrahlung der Sendung wurde um drei Tage verschoben, weil die Presse sogar die aufsichtführenden Landesmedienanstalten auf den Plan rief. Doch am Ende stellte sich heraus, dass dies alles nur inszeniert war, um die Aufmerksamkeit wieder einmal auf Bärbel Schäfer zu lenken, und dass auch die Empörung (u. a. in *Bild*) selbst wiederum ‚bestellt' war. Trash also als Inszenierung der Inszenierung der Inszenierung, auf wechselnden Ebenen und immer wieder mit neuem Spiel, so dass am Ende niemand mehr weiss, ob er selbst Subjekt oder Objekt der Inszenierung ist.

Trash ist es aber auch, wenn Inszenierungen nicht vollständig durchgeplant sind, sondern in ihnen noch etwas von Widerspruch und Überraschung durchscheint. Dazu wird wieder das Beispiel der Sendung von Johannes B. Kerner vom 3.2.1997 zurückgegriffen. Der zweite Gast in dieser Folge ist Andreas. Auch er gibt sich ganz cool darin, dass er egoistisch sei und nur an sich selbst denke. Die Redaktion hat seinen besten Freund Otto, den es dann doch noch gibt, ebenfalls eingeladen und lässt ihn nach der Selbstdarstellung von Andreas auftreten.

Otto bestätigt, dass Andreas, nachdem ihn seine Freundin verlassen habe, vor allem an sich selbst denke. Darunter leide auch die Freundschaft zwischen Andreas und ihm. So habe Andreas ihn einmal im Auto mit zu einer Party genommen, sei dann aber allein weggefahren, ohne ihm Bescheid zu sagen. Oder er habe ihn bei seinem Geburtstag nicht besucht, obwohl er im gleichen Studentenheim wohne. Es geht also bei derartigen Selbstdarstellungen immer um Nichtigkeiten des Zusammenlebens und um Randprobleme des Alltags.

Andreas zeigt sich über das, was Otto von ihm erzählt, völlig überrascht. Er wirft nun wiederum Otto vor, dieser sei mit seinem Geburtstagsgefasel nur auf Geschenke aus und sei selbst wiederum knickerig. So habe er zu seinem (Andreas') Geburtstag nur ein „billiges" Geschenk mitgebracht, ein Computerspiel, das er sich auch noch vorher auf seine eigene Festplatte kopiert habe. Es kommt zu heftigem Gejohle des Publikums, was Andreas nicht verstehen kann. Er gibt Otto für das Computerspiel demonstrativ zwanzig Mark, um sich von ihm nichts vorwerfen zu lassen, und betrachtet die Freundschaft zu Otto als „gegessen". Er besteht sogar darauf, dass Otto, der neben ihm sitzt, mit dem Stuhl ein Stück weit von ihm abrückt, um so „symbolisch" das Ende der Freundschaft zu markieren. Andreas fühlt sich blossgestellt und von Otto verraten – das Publikum jauchzt vor Vergnügen.

Andreas, der sich anfangs so souverän in seiner Entscheidung für den Egoismus zeigte, bekommt von seinem Freund gesagt, er sei ein Egoist – und ist darüber fassungslos. Das ist für das Publikum überraschend, weil es damit nicht gerechnet hat und nun miterlebt, wie leicht eine solche Attitüde des Egoismus in sich zusammenfällt.

Man könnte dies ebenfalls als eine vorgeplante Inszenierung verstehen, doch ein derart guter Schauspieler scheint Andreas nicht zu sein. Der Unterhaltungswert besteht jetzt darin, dass Andreas offenbar wirklich empört ist, deshalb überrascht reagiert und sich dabei voll daneben benimmt. Er erweist sich als kleinlicher Spießbürger und liefert damit dem Saalpublikum genau das, worauf es die ganze Zeit aus ist, nämlich offensichtliche Widersprüche im Verhalten und moralische Selbstentblößungen. Damit hat sich Andreas dann doch den Erwartungen dieser Show entsprechend verhalten, hat diese sogar noch übertroffen, weil sein Verhalten als nicht gespielt und inszeniert erscheint, sondern seine Verunsicherung und Empörung 'echt' wirken. Das Publikum im Studio und vor dem Bildschirm glaubt, hier sei es einmal wirklich gelungen, jemanden bloßzustellen.

Dieser Eindruck entsteht vor allem dadurch, dass Andreas nicht klein beigibt, sondern immer wieder erneut auffährt und sich erregt. So denunziert er Otto, dass dieser aus der Minibar im Hotelzimmer von Andreas die Erdnüsse gegessen habe, natürlich ohne dafür zu bezahlen. Andreas zeigt sich fortgesetzt nicht als der abgebrühte Egoist, der zu sein er vorgegeben hat, sondern als Geizhals und recht unreifer Junge. Als er merkt, dass seine Darstellung beim Publikum nicht „ankommt", schiebt er auch noch nach, dass Otto „seine Finger" an der ehemaligen Freundin von Andreas gehabt habe, später sagt er sogar, er habe bei der Freundin sogar die Finger „drin" gehabt, sehr zu Belustigung des Studiopublikums, das sich bei dieser sexuellen Eindeutigkeit brüllend auf die Schenkel klopft und Tränen lacht.

Diese Shows haben in ihrer Trashproduktion eine deutlich offensivere Struktur als die Musiksendungen, die eher als eine in sich geschlossene Fiktion erscheinen. In den Daily Talks wird durch unterschiedliche appellative Momente immer wieder zur Stellungnahme, zur Positionsfindung herausgefordert: bei den eingeladenen Gästen, dem Studiopublikum und dem Fernsehpublikum an den Bildschirmen zu Hause. Man kann diese Show deshalb auch unter dem Aspekt der *parasozialen Interaktion* diskutieren, wie es Hans Jürgen Wulff, Klemens Hippel und Eggo Müller vorgeführt haben.[11] Damit ließen sich die Interaktionsstrukturen noch genauer beschreiben. Mir geht es hier nur um Folgendes:

1. Obwohl wir hier die jungen Männer in der Rolle „Ich liebe nur mich selbst" sehen und uns über ihr Verhalten ereifern können, sind nicht sie die Hauptfiguren der Sendung, sondern das Studiopublikum ist es. Gäste wie Thomas und Andreas sind nur *Katalysatoren* für die Reaktionen des Studiopublikums. Die eingeladenen Gäste bieten Verhaltensmaterial an, reagieren auf unterschiedliche Weise auf die Herausforderungen und geben damit dem Publikum Verhaltens-

11 Hippel, Klemens: Parasoziale Interaktion. In: montage/av, 1.Jg. (1992), H.1, S. 135-150. Müller, Eggo: Paarungsspiele. Beziehungsshows in der Wirklichkeit des neuen Fernsehens. Reinbek bei Hamburg 1986. Wulff, Hans Jürgen: Fernsehkommunikation als parasoziale Interaktion: Notizen zu einer interaktionistischen Fernsehtheorie. In: Semiotische Berichte, 3. Jg. (1992), H.4, S. 279–295.

muster vor – jedoch nicht im Sinne der Imitation und Identifikation, sondern der Abgrenzung und Negation.

2. Die ‚Egoisten' provozieren beim Studiopublikum häufig ein ihrem eigenen Verhalten entgegengesetztes *Verhaltensmuster*: „Man muss miteinander reden", „Freundschaft zeigt sich darin, dass man sich auf den anderen verlassen kann", „Leuten, denen es schlechter geht, muss man helfen", „in einer Beziehung muss man Zuwendungen geben und nicht nur welche erwarten", usf..

Das Publikum am Bildschirm kann sich wiederum gegenüber den vom Studiopublikum eingenommenen Verhaltensweisen abgrenzend verhalten und sich entweder für die egoistischen Verhaltensweisen der Gäste begeistern oder noch ganz andere, eben eigene Verhaltensmuster entwickeln.

3. In den vorgeführten Verhaltensmustern bedienen sich die Shows letztlich tradierter Muster aus Literatur und anderen Medien, sie reproduzieren eine *vorgeprägte Typage*. Die jungen ‚Egoisten' folgen dem Muster des Heranwachsenden, der erst noch zum verantwortungsvollen Mann reifen muss, sie sind die sogenannten *„unnützen Jungen"*, die andere nur ausnutzen, selbst wenn sie glauben, dass es angeblich nicht so sei. Das Studiopublikum verkörpert in seinen einzelnen Vertretern ebenfalls eingeführte Stereotypen. Eine Frau z. B. baut sich als die *energische Mutter* auf, die die unreifen Jungen zurechtweist, sie ist die energische Concierge, die es dank ihrer Erfahrung besser als die jungen Bürschchen weiss, ohne auf ihre Erfahrung gesondert anzuspielen usf.. Dies macht eine andere Frau, der man dann jedoch diese behauptete eigene Erfahrung nicht abnimmt, weil sie als verkappte *Mondäne* auftritt.

Die Menschen des Studiopublikums sind in ihren Interaktionsformen immer dann besonders erfolgreich, wenn sie rasch und entschieden einem Typus besonders nahe kommen, ihn aber nicht als angenommene Rolle und damit als Konstrukt erscheinen lassen, sondern als Natur vorführen.

Auf der visuellen Ebene werden solche Typenbildungen unterstützt, indem die Kameras immer wieder per Groß- und Nahaufnahme einzelne Figuren aus der Menge herauslösen und zu Ikonen stilisieren.

4. Letztlich dienen solche Sendungen mit ihrer Thematisierung des angeblich modernen Verhaltens auch der *Bestätigung alter Muster*, weil z. B. die Gäste Thomas und Andreas am Ende ziemlich schlecht dastehen und sich die „gesunde Volksmeinung" mit den alten Werten wieder einmal bestätigt sieht: So einfach sei es mit dem Egoismus eben doch nicht, und im Grunde sei ein solches Verhalten nur abzulehnen. Doch ist eine solche Bestätigung nicht grundsätzlich das Ziel derartiger Sendungen. Ihre Eigenart besteht darin, dass sie unterschiedliche Verhaltensweisen zur Disposition stellen und sie auf niederer Ebene diskursfähig machen. Verhaltensweisen können hier – wenn auch auf oberflächliche Weise – erörtert, und es kann vor allem immer wieder eine Position der Negation und der Abgrenzung bezogen werden.

Damit dienen gerade solche Shows der *Flexibilisierung* von bestimmten mit der Gegenwart assoziierten Verhaltensweisen. Im Sinne der These vom Fernsehen als Begleitinstrument der Modernisierung müsste das Medium eher Durchsetzungswillen, Leistungsbereitschaft, Abgrenzungsverhalten positiv bewerten und propagieren. Dies wird hier jedoch zumindest auf expliziter Ebene gerade nicht getan. Die Show bestätigt eher die alten Werte, an denen eine breite Mehrheit festhält, und das Personal besteht – wie das Studiopublikum in dieser Folge von Johannes B. Kerner deutlich zeigt – eher aus *ausgegrenzten gesellschaftlichen Gruppen*, den zu kurz Gekommenen, auf jeden Fall den ‚kleinen Leuten'.

Damit kommt einer solchen Sendung eine *Trostfunktion* zu, weil sie nicht offensiv Anpassungsleistungen propagiert, die in den ökonomischen Modernisierungsprozessen benötigt werden, sondern eben auch alte Werte, an denen viele festhalten und die das Zusammenleben erträglich machen.

Trashig erscheint vielen Zuschauern, die sich darüber eher befremdet oder belustigt zeigen, vor allem der *derbe, oft aggressive und zugleich unernste Unterton.* Doch dieser öffnet gerade den Menschen im Saal den Mund, provoziert zum Mitreden und Mittun, weil sie in diesem öffentlichen Forum, so scheint es, ‚kein Blatt' vor den Mund nehmen müssen. Hier scheint keine der üblichen Verhaltenskonventionen mehr zu gelten, stattdessen gelten andere Regeln, die *Konventionen der Fernsehpräsenz*. Diese sind den meisten im Studio Anwesenden auch bewusst. Einmal wird von den Gästen bei Johannes B. Kerner eher unbeabsichtigt im Nebensatz erwähnt, dass man sich *so* im Fernsehen nicht zu verhalten habe, oder gerade weil man die Sendung kenne, dieses und jenes zu machen habe. Darin ist man Kenner, dass man weiß, wie es im Fernsehen – und damit in dem, was die Gesellschaft bestimmt, zugeht.

Man kann das, was sich hier in dieser Beispielsendung abspielt, in einem größeren Zusammenhang sehen. Gerade in dem, was als Trash erscheint, in dem künstlich Herausgestellten, in dem Gespielten und Inszenierten, liegt die eigentliche Leistung dieser Sendung: Rollen anzunehmen, sich selbst zu inszenieren und Verhaltensweisen auszuprobieren.

Die Provokation gezielt zu suchen und auszuhalten, ist eine Verhaltensleistung, die einem strukturellen Erwartungsmuster der neunziger Jahre entspricht. Es ist letztlich eine spielerische Erprobung einer mentalen Flexibilisierung, wie sie als reales Verhaltensmuster Richard Sennett für den „flexiblen Menschen" der Gegenwart für notwendig erachtet hat.[12]

## Funktionen des Fernseh-Trash

Was in der allgemeinen Medienpublizistik als „Trash" klassifiziert wird, hat also gesellschaftliche Funktionen, insbesondere für *spezielle Publikumsgruppen*.

12 Sennett, Richard: Der flexible Mensch. Die Kultur des Kapitalismus. Berlin 1998.

Diese Funktionen lassen sich sicherlich auf unterschiedliche Weise beschreiben, nicht zuletzt auch weil sie relativ neu und wenig verfestigt sind.

Die Daily Talks zielen auf ein Publikum, das tagsüber viel Zeit hat, auf Hausfrauen natürlich, Rentner, aber auch Jugendliche und eben vor allem auf Arbeitslose. Der Anstieg der durchschnittlichen Fernseh-Sehzeit von 1985 auf 1995 um etwa eine Stunde – nachdem zuvor jahrzehntelang eine weitgehende Konstanz bestand – ist ein Indiz dafür, dass für das Fernsehen in dieser Zeit neue Funktionen bei der Mediennutzung hinzugekommen sind.

Die konstant hohen Einschaltquoten der Daily Talks zwischen 2 und 4 Mio. Zuschauer tagsüber werden dadurch erreicht, dass das Fernsehen hier offenbar ‚überflüssige Lebenszeit' absorbiert und dabei die gesellschaftlich häufig Ausgegrenzten scheinbar wieder mit der Welt verkoppelt. Dabei stehen die zwischenmenschlichen Verhaltensweisen und die Formen des privaten und halbprivaten Umgangs miteinander im Vordergrund. Darin liegt eine nicht ganz unwesentliche *gesellschaftliche Befriedungsfunktion*.

Sendungen wie Johannes B. Kerner, aber auch wie Bärbel Schäfer, Hans Meiser und andere üben ein, dass man sich selbst zu inszenieren hat, bieten die spielerische Übernahme verschiedener Rollenbilder und Verhaltensmuster an und bewerten die Streit- und Konfliktfähigkeit neu. Sie thematisieren – gerade über die Funktion der Abgrenzung und Distanzierung – neue und alte Werte des Zusammenlebens und bieten damit Material für die Selbstfindung und Selbstpositionierung des Publikums. Sie geben nicht zuletzt auch denen ein Forum, die gesellschaftlich kaum noch über andere Formen der Selbstvergewisserung verfügen.

Das Trashhafte im Tonfall, in der Themenwahl und im Ausstellen von Verhaltensweisen dient dazu, dass sich diese Sendungen auch gesellschaftlichen Randgruppen öffnen. Es liegt aber auch darin, dass alles, was als Norm daherkommt, was als erhaben herausgestellt und pathetisch formuliert wird, schnell dem Spott und Hohn ausgesetzt ist. Talktrash erscheint deshalb gerade auch für ein jüngeres Publikum als eine angemessene Form, sich von gesellschaftlichen Leistungsanforderungen und Zwängen zu distanzieren bzw. zu diesen eine eigene Haltung zu finden.

Dass in solchen Formen der gegenseitigen Abgrenzung und Distanzierung selbst wiederum eine *integrative Kraft* liegt, weil sie die gesellschaftlichen Gruppen auf das einigende Medium Fernsehen verpflichtet, liegt auf der Hand. Der Frankfurter Soziologe Karl-Otto Hondrich hat vor einiger Zeit noch einmal darauf hingewiesen, dass *gesellschaftliche Integration heute vor allem durch Abgrenzung* erfolgt. In diesem Sinne kommt gerade auch dem Trash-Fernsehen eine wesentliche Funktion in den gesellschaftlichen Veränderungsprozessen zu.