

Die vollkommene Leere

Das Nullmedium Oder Warum alle Klagen über das Fernsehen gegenstandslos sind / Von Hans Magnus Enzensberger



Autor Enzensberger: „Der Fernseher ist die buddhistische Maschine“

Fernsehen verblödet: Auf diese schlichte These laufen so gut wie alle landläufigen Medientheorien hinaus, gleichgültig, wie fein gesponnen oder grob gewirkt sie daherkommen. Der Befund wird in der Regel mit einem gramvollen Unterton vorgetragen. Vier hauptsächliche Varianten lassen sich unterscheiden.

Die Manipulationsthese zielt auf die ideologische Dimension, die den Medien zugeschrieben wird. Sie sieht in ihnen vor allem Instrumente politischer Herrschaft und ist von ehrwürdigem Alter. Ursprünglich tief in den Traditionen der Linken verwurzelt, aber bei Bedarf auch von der Rechten genießerisch adoptiert, hat sie es ganz auf die Inhalte abgesehen, die vermeintlich das Programm der großen Medien bestimmen.

Ihrer Kritik liegen Vorstellungen von Propaganda und Agitation zugrunde, wie sie aus früheren Zeiten überliefert sind. Das Medium wird als ein indifferentes Gefäß verstanden, das über ein passiv gedachtes Publikum Meinungen ausgießt. Je nach dem Standpunkt des Kritikers gelten diese Meinungen als falsch; sie müssen nach einem derartigen Wirkungsmodell notwendig falsches Bewußtsein erzeugen.

Verfeinerte Methoden der Ideologiekritik erweitern diesen „Verblendungszusammenhang“, indem sie den Gegner mit immer subtileren und heimtückischeren Absichten ausstatten. An die Stelle der direkten Agitation tritt dann die schwer durchschaubare Verführung; der ahnungslose Konsument

wird von den Drahtziehern überredet, ohne daß er wüßte, wie ihm geschieht.

Die Nachahmungsthese argumentiert dagegen moralisch. In ihren Augen bringt der Medienkonsum vor allem sittliche Gefahren mit sich. Wer sich ihm aussetzt, wird an Libertinage, Verantwortungslosigkeit, Verbrechen und Gewalt gewöhnt. Die subjektiven Folgen sind abgestumpfte, verhärtete und verstockte Individuen, die objektiven der Verlust sozialer Tugenden und der allgemeine Sittenverfall.

Diese Form der Medienkritik speist sich, auf den ersten Blick erkennbar, aus bürgerlichen Quellen. Die Motive, die in ihr wiederkehren, lassen sich schon im 18. Jahrhundert nachweisen, in den vergeblichen Warnungen, welche die frühe Kulturkritik vor den Gefahren der Romanlektüre erschallen ließ.

Neueren Datums ist die Simulationsthese, die von einem erkenntnistheoretischen Verdacht beseelt ist. Sie ist auch insofern moderner, als sie auf die technische Entfaltung der Medien eingeht, also auch die Existenz des Fernsehens ernst nimmt, was man von ihren Vorgängern nicht behaupten kann. Ihr zufolge wird der Zuschauer durch das Medium außerstande gesetzt, zwischen Wirklichkeit und Fiktion zu unterscheiden. Die erste Realität werde also durch eine zweite, phantomhafte unkenntlich gemacht oder ersetzt.

Eine weitergehende Version der These, die gelegentlich sogar affirmativ auftritt, kehrt dieses Verhältnis um und behauptet

tet, die Unterscheidung zwischen Wirklichkeit und Simulation sei unter den gegebenen gesellschaftlichen Verhältnissen sinnlos geworden.

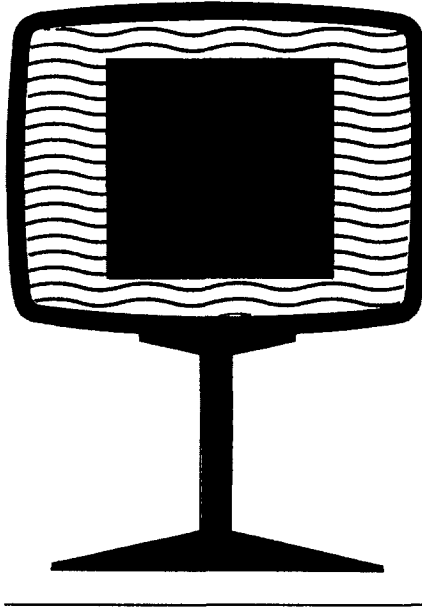
Alle bisherigen konvergieren in der vierten, der Verblödungsthese, die sich zu einer anthropologischen Aussage verdichtet. Die Medien greifen, wenn man ihr folgt, nicht nur das Kritik- und Unterscheidungsvermögen, nicht nur die moralische und politische Substanz ihrer Nutzer an, sondern auch ihr Wahrnehmungsvermögen, ja, ihre psychische Identität. Sie produzieren somit, wenn man sie gewähren läßt, einen Neuen Menschen, den man sich, je nach Belieben, als Zombie oder Mutanten vorstellen kann.

Alle diese Theorien sind schwach auf der Brust. Beweise halten ihre Urheber für entbehrlich. Selbst das Minimalkriterium der Plausibilität macht ihnen keinerlei Kopfzerbrechen. So ist es, um nur ein Beispiel zu nennen, bisher niemandem gelungen, uns außerhalb der psychiatrischen Klinik auch nur einen „Fernsehteilnehmer“ vorzuführen, der außerstande wäre, zwischen einem Ehekrach in der laufenden Serie und an seinem Frühstückstisch zu unterscheiden. Die Verfechter der Simulationsthese scheint das nicht zu stören.

Ebenso kurios, aber vielleicht noch folgenschwerer ist eine andere Gemeinsamkeit der genannten Theorien. Der Nutzer der Medien erscheint in ihnen grundsätzlich als wehrloses Opfer, der Veranstalter dagegen als durchtriebener Täter. Diese Opposition wird mit tiefem Ernst und beachtlicher Gründlichkeit durchgehalten: Manipulatoren und Manipulierte, Vorahmer und Nachahmer, Simulanten und Simulierte, Verblöcker und Verblödete stehen einander in schöner Symmetrie gegenüber.

Offen muß dabei die Frage bleiben, auf welcher Seite der jeweilige Theoretiker zu suchen ist. Entweder er macht von den Medien keinerlei Gebrauch, dann weiß er nicht, wovon er spricht; oder aber er setzt sich ihnen aus, dann stellt sich die Frage, durch welches Wunder er ihrer Wirkung entgangen ist; denn im Gegensatz zu allen andern ist er moralisch völlig intakt geblieben, kann souverän zwischen Blendwerk und Realität unterscheiden und erfreut sich völliger Immunität gegenüber der Idiotie, die er bei jenen kummervoll konstatiert. Oder sollten – fataler Ausweg aus dem Dilemma – seine Theorien ihrerseits Symptome einer universellen Verblödung sein?

Wie dem auch sei, daß sie ihre Wirkung verfehlt hätten, kann man nicht behaupten. Zwar hält sich ihr Einfluß auf das, was gesendet wird, in Grenzen, was man je nach Laune betrüblich finden oder dankbar vermerken, aber kaum bestreiten kann. Hingegen haben sie in der sogenannten Medienpolitik offene Ohren gefunden. Das ist auch nicht verwunderlich; denn die Überzeugung, daß er es „draußen im Lande“ mit Millionen von Idioten zu tun hat, gehört zur psychischen Grundausstattung des Berufspolitikers.



Der umgekehrte Eindruck festigt sich, wenn man verfolgt, wie die Veteranen des Faches untereinander und mit den Funktionären der Medien um jede Minute kämpfen, wenn es darum geht, ihre Limousine, ihren historischen Auftritt vor der Ehrenkompanie, ihre Frisur hinter dem Blumentopf und vor allem ihre Sprechwerkzeuge vorzuzeigen.

Rührender Eifer, mit dem die Zahl der Sendeminuten, der Kamerawinkel, der Grad von Devotion auf seiten des Reporters, der Pegel des rauschenden Beifalls registriert werden! Die gute alte Manipulationsthese hat es ihnen ganz besonders angetan. Das erklärt den zähen Hader um die „Gremien“, die nie erlahmende Ämterpatronage und den heißen

Wunsch, sich ein für alle Male die Kontrolle über den ganzen Laden zu verschaffen.

Die Industrie teilt weder dieses leidenschaftliche Verlangen noch jene dünnen Theorien. Ihre Überlegungen sind von asketischer Nüchternheit. Sie kreisen einerseits um Frequenzen, Kanäle, Normen, Kabel, Keulen, Parabolantennen; andererseits um Investitionen, Beteiligungen, Verteilungsschlüssel, Kosten, Quoten, Werbeaufkommen. Aus dieser Perspektive erscheint als das eigentlich Neue an den Neuen Medien die Tatsache, daß keiner ihrer Veranstalter jemals auch nur einen Gedanken an irgendwelche Inhalte verschwendet hat.

Jeder wirtschaftliche, technische, rechtliche und administrative Aspekt ihres Vorgehens wird eingehend analysiert und erbittert umkämpft. Nur ein Faktor spielt im Sinnen und Trachten der Industrie keine Rolle: das Programm. Zur Debatte steht, wer zahlt und wer kassiert, wann, wo, wie, von wem, aber nie und nimmer, was gesendet wird. Eine solche Haltung wäre bei keinem früheren Medium denkbar gewesen.

Sie könnte sonderbar, ja verwegen scheinen. Es werden Milliarden aufgewendet, um Satelliten in den Weltraum zu schießen und ganz Mitteleuropa mit einem Kabelnetz zu durchziehen; eine beispiellose Aufrüstung von „Kommunikationsmitteln“ findet statt, ohne daß irgend jemand die Frage aufwürfe, was da eigentlich mitgeteilt werden soll.

Die Lösung dieses Rätsels liegt jedoch auf der Hand. Die Industrie nämlich weiß sich mit der entscheidenden gesellschaftlichen Figur in ihrem Spiel einverstanden: mit der des „Fernsehteilnehmers“. Dieser, keineswegs willenlos, steuert energisch einen Zustand an, den man als Programmlosigkeit bezeichnen kann. Um diesem Ziel näherzukommen, benutzt er virtuos alle verfügbaren Knöpfe seiner Fernbedienung.

Gegen diese innige Allianz von Kunden und Lieferanten ist kein Kraut gewachsen. Die verbitterte Minderheit der Kritiker tut sich schwer, ein so massives Einverständnis zu erklären, weil es ihrem Selbstverständnis widerspricht.

Wie wäre es, wenn die Majorität ihre Gründe hätte, Gründe, die sich womöglich aus der Blödigkeit, die man ihr zuschreibt, nicht ohne weiteres ableiten ließen? Wie wäre es, wenn Programme in der Tat entbehrlich wären und wenn sich der Begriff des Mediums selbst als untauglich, als bloße Mystifikation erwiese? Vielleicht lohnt es sich, solchen Vermutungen ein Stück weit nachzugehen. Der Begriff des Mediums ist alt;

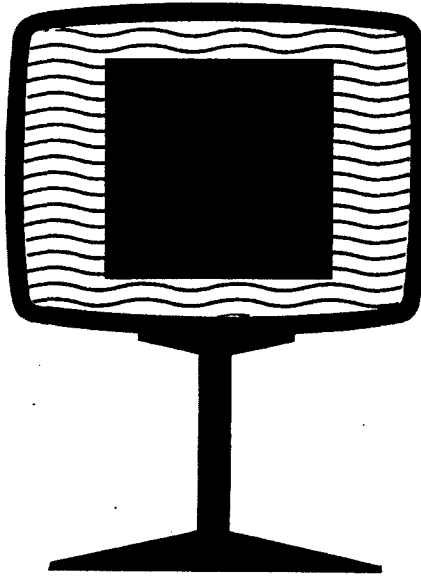
gemeint ist zunächst einfach etwas Mittleres, Vermittelndes; ein Mittel; in der griechischen Grammatik ein eigenes Genus des Verbums, das sich dazu eignet, „das Interesse des tätigen Subjekts oder sein Betroffensein durch eine Handlung“ hervorzuheben; ferner „in der spiritistischen Weltanschauung jemand, der den Verkehr mit der Geisterwelt vermittelt“ (!); schließlich im physikalischen Sinn ein Träger wie die Luft, in dem sich Licht- und Schallwellen fortpflanzen können; von daher, auf die gesellschaftliche Kommunikation übertragen, deren technische Mittel, beispielsweise der Buchdruck.

Auch der Begriff des Programms orientiert sich an der Schrift. Das Wort bezeichnet ja laut Meyers Lexikon ursprünglich nichts anderes als das Vorgeschiebene oder vorher Geschriebene; „eigentlich öffentliche schriftliche Bekanntmachung, öffentlicher Anschlag, jetzt (1985) besonders eine Ankündigungs- oder Einladungsschrift, die von Universitäten und anderen höheren Bildungsanstalten erlassen wird. Im öffentlichen Leben spricht man vom Programm einer Partei, einer Zeitung, einer zu bestimmten Zwecken gegründeten Gesellschaft, auch einer Regierung, wenn in mehr oder weniger bindender Gestalt die Grundsätze des beabsichtigten Handelns im voraus verkündet werden“.

Was dagegen die führenden Fernsehveranstalter im voraus verkünden, liest sich so: „Budenzauber. Mini-ZiB. Ei elei, Kuck elei. Du schon wieder (8.). Wenn abends die Heide träumt. Almerisch g'sunga und g'schpuit. Weltcup-Super G der Herren. Helmi. X-Large. Die Goldene Eins. Betthupferl. Bis die Falle zuschnappt. Einfach tierisch. Wetten, daß ...? Es lebe die Liebe. Ohne Krimi geht die Mimi nie ins Bett. Just another pretty face. Tintifax und Max. Ich will, daß du mich liebst. Also äääährlich. Hulk (31.) Musi mit Metty. Heute mit uns. Hart wie Diamant. Am, dam, des. Barapapa. Texas Jack (12.). Schau hin und gewinn. Superflip. Sie – er – es. Liebe international. Hart aber herzlich. 1-2-X. Wer bietet mehr?“

Daß man derartige Erscheinungen mit anachronistischen Begriffen wie „Medium“ oder „Programm“ nicht mehr fassen kann, bedarf wohl keiner weiteren Erläuterung. Neu an den Neuen Medien ist die Tatsache, daß sie auf Programme nicht mehr angewiesen sind. Zu ihrer wahren Bestimmung kommen sie in dem Maß, in dem sie sich dem Zustand des Nullmediums nähern.

Diese Neigung war, wie sich im Rückblick zeigt, schon den alten Medien nicht fremd. Auch der Buchdruck hat es nicht an Versuchen fehlen lassen, sich der immer lästiger werdenden Inhalte zu entledigen. Die ersten Pionierleistungen auf diesem mühevollen Weg wurden im Trivialroman erzielt. Weitere Marksteine haben Boulevard-Presse, „Heftchenliteratur“ und Illustrierte gesetzt. Einen triumphalen Rekord, der in der Druckindustrie bis heute unübertroffen blieb, hat, bis an die Traumgrenze des Analphabetentums gehend, die „Bild-Zeitung“ aufgestellt.



Den entscheidenden Fortschritt haben jedoch erst die elektronischen Medien gebracht. Es hat sich nämlich herausgestellt, daß dem Versuch, ein gedrucktes Nullmedium zu schaffen, unüberwindliche Hindernisse im Wege stehen. Wer die Schrift von jeder Bedeutung befreien will, muß zu extremen Lösungen greifen. Die heroischen Vorschläge der Avantgarde (Dada, Lettrismus, visuelle Poesie) haben bei der Industrie kein Gehör gefunden. Das liegt vermutlich daran, daß die Idee der Null-Lektüre selbstwidersprüchlich ist. Der Leser, jeder Leser, hat nämlich den fatalen Hang, Zusammenhänge herzustellen und noch in der trübsten Buchstabensuppe nach so etwas wie einem Sinn herumzustochern. Von

einem jüngeren Medium wie dem Radio durfte man sich da schon weniger, und das heißt in diesem Zusammenhang: mehr, versprechen. Die Emanzipation von der Schrift eröffnete zumindest neue Perspektiven. In der Praxis zeigte sich allerdings, daß im Rundfunk ziemlich viel vorgelesen wurde. Doch auch dort, wo die freie Rede sich Bahn brach, in Ansprachen und Diskussionen, ja sogar im schieren Gequassel, stifteten die Wörter immer wieder so etwas wie Bedeutung.

Es ist bekanntlich recht schwierig und erfordert Übung und Konzentration, über längere Strecken hinweg absolute Nonsense-Sätze zu produzieren, denen keine wie auch immer gedeutete Deutung unterlegt werden kann. Es ist die Sprache selbst, die hier so etwas wie ein Minimalprogramm produziert. Um diesen Störfaktor loszuwerden, haben die Neuerer, die seit geraumer Zeit im Rundfunk am Werk sind, die Wortsendungen konsequent reduziert. Ein gewisser Brabbelrest ist jedoch geblieben; zumindest die Namen von Idolen und anderen Markenartikeln müssen, aus ökonomischen Gründen, in regelmäßigen Abständen hervorgestoßen werden.

Erst die visuellen Techniken, allen voran das Fernsehen, sind in der Lage, die Last der Sprache wirklich abzuwerfen und alles, was einst Programm, Bedeutung, „Inhalt“ hieß, zu liquidieren. Den Beweis für die ungeahnten Möglichkeiten des Nullmediums erbringt ein einfaches Experiment. Man setze ein sechs Monate altes Kind vor ein laufendes Videogerät. Der Säugling ist schon aus hirnpfysiologischen Gründen unfähig, die Bilder aufzulösen und zu decodieren, so daß sich die Frage, ob sie irgend etwas „bedeuten“, gar nicht erst stellen kann.

Dennoch rufen, ganz unabhängig davon, was auf dem Schirm erscheint, die bunten, flackernden, leuchtenden Flecke unfehlbar und dauerhaft ein inniges, man möchte sagen, ein wollüstiges Interesse aus. Der Wahrnehmungsapparat des Kindes ist wunderbar beschäftigt. Die Wirkung ist hypnotisch. Unmöglich zu sagen, was in ihm vorgeht; doch die Augen des Säuglings, in denen sich das Fernsehbild spiegelt, nehmen einen derart hingerissenen, selbstvergessenen Ausdruck an, daß wir versucht sind, ihn glücklich zu preisen.

Es wird den Menschenfreund wenig Überwindung kosten, eine solche Versuchsanordnung als barbarischen Frevel zu verurteilen. Bevor er dieser Versuchung nachgibt, sollte er nicht nur bedenken, daß das Experiment zur millionenfachen

Alltagsroutine gehört; er täte gut daran, sich zu fragen, inwiefern sein Urteil eine Kultur mitbetrifft, die er vielleicht zu schätzen weiß. Denn ohne die heroischen Pionierleistungen der modernen Kunst wären die Nullmedien unvorstellbar.

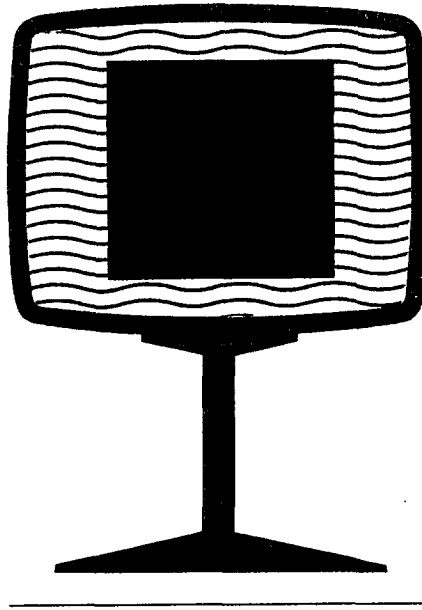
Die farbigen Flecken und Konfigurationen, an denen sich unsere sechs Monate alte Versuchsperson ergötzt, erinnern nicht von ungefähr an die abstrakte Malerei. Von Kandinsky bis zum Action-Painting, vom Konstruktivismus bis zu den Niederungen der Op Art und der Computergraphik haben die Künstler getan, was sie konnten, um ihre Werke von jeder „Bedeutung“ zu reinigen. Soweit ihnen diese Minimalisierung gelungen ist, können sie durchaus als Wegbereiter der Nullmedien gelten. Unmittelbar faßbar wird diese Rolle in der Videokunst, auf deren avancierteren Produktionen so gut wie nichts mehr zu erkennen ist.

Natürlich sind die Urheber und die Apologeten dieser Künste weit davon entfernt, sich als Zuarbeiter der Industrie zu sehen. Um ihren Status und vermutlich auch um ihre Preise zu behaupten, haben sie eine eigene „Philosophie“ entwickelt, die sich allerdings eher auf schamanenhafte Beschwörungen als auf Argumente stützt und an die sie vermutlich selber glauben. Diese verspätete Avantgarde wähnt sich hartnäckig in der Minderheit und will nicht wahrhaben, daß sie, in Gestalt des Nullmediums, längst ein Massenpublikum erobert hat. Allerdings ist die Annäherung an das Vollkommene stets ein mühsamer, langwieriger Prozeß. Das gilt auch für das Fernsehen. Erschwerend kommt hinzu, daß sich das Nullmedium gegen kleine, aber einflußreiche Minderheiten durchsetzen muß, die darauf bedacht sind, entweder historische Restbestände oder liebgewordene Zukunftshoffnungen zu verteidigen.

Auf der einen Seite halten parteipolitische Interessenten und Medienfunktionäre zäh an dem Glauben fest, das Fernsehen ließe sich zur Stabilisierung ihrer Machtpositionen einspannen; auf der anderen Seite fehlt es nicht an Pädagogen und an kritischen Theoretikern, die in den elektronischen Medien nach wie vor Produktivkräfte wittern, die es nur zu entfesseln gelte, um ungeahnte gesellschaftliche Lernprozesse in Gang zu setzen (eine frohe Botschaft, die man sich aus manchem alten Medien-Baukasten zusammenklauben kann).

Um solche Vorstellungen herum hat sich im Lauf der Zeit eine höchst eigentümliche Koalition von feindlichen Brüdern gebildet, denen nur eines gemeinsam ist, nämlich das, was man die Programm-Illusion nennen könnte. In der Bundesrepublik hat diese Illusion sogar Gesetzeskraft; sie ist in Staatsverträgen, Abkommen, Rundfunkgesetzen, Statuten und Richtlinien verankert und wird, dem Augenschein zum Hohn, von allen Verantwortlichen gehätschelt.

Die Sendungen, so liest man da, „müssen von demokratischer Gesinnung und Treue zum Grundgesetz . . . von kulturellem Verantwortungsbewußtsein und vom Willen zur Sachlichkeit getragen sein. Sie sollen für Freiheit, Gerechtigkeit und Wahrheit wirken“, „zum Frieden und zur sozialen Ge-



rechtigkeit mahnen“, „der Wiedervereinigung Deutschlands in Frieden und Freiheit und der Verständigung unter den Völkern dienen“.

Man greift sich an den Kopf. Die Hersteller von Shows und Schockern, Clips und Spots sollen nicht nur „Bildung, Unterrichtung und Unterhaltung“ liefern, sondern auch „Menschlichkeit“ und „Objektivität“, „Informationsvielfalt“, „umfassende und unparteiische Berichterstattung“ und natürlich immer wieder ein breites „kulturelles Angebot“.

Diese phantastischen Auflagen des Gesetzgebers hängen mit der Gründungsgeschichte der Anstalten zusammen. Sie stammen aus einer Zeit, zu der noch nicht abzusehen war, wozu ein voll entwickeltes Nullmedium fähig ist. Die „Programmgestalter“, die, ebenso ohnmächtig wie verbissen, an dem „Auftrag“ festhalten, den sie von ihren Vätern ererbt haben, bieten einen melancholischen Anblick. Die Planstelle ist ihr verlorener Posten, von dem aus sie um das Fernsehen als pädagogische Provinz, als moralische Anstalt ringen.

Die Programm-Illusion verdankt sich nicht nur juristischen und institutionellen Gründen; sie geht direkt aus der Phylogenese der Medien hervor. In deren Evolution gilt der Satz, daß jedes neue Medium sich zunächst an einem älteren orientiert, bevor es seine eigenen Möglichkeiten entdeckt und gewissermaßen zu sich selber kommt.

Diese Fremdbestimmung ist auch beim Fernsehen zu beobachten. Die Vorstellung, es sei dazu bestimmt, Formen und Inhalte, also „Programme“ zu transportieren, wie frühere Medien sie hervorgebracht haben, ist deshalb nur schwer auszurotten. Technisch ist das keineswegs ausgeschlossen. Es ist ja kein Ding der Unmöglichkeit, mit einem Teelöffel eine Baugrube auszuheben oder die Bibel per Telex zu übertragen; nur daß die Bestimmung von Teelöffeln oder Fernschreibern nicht in solchen Unternehmungen liegt.

Die evolutionären Eierschalen, die das Fernsehen mit sich schleppt, fallen besonders an gewissen Gattungen auf, die sich wie Fossilien in seinem Sendeschema behauptet haben. So geistern zweckentfremdete Formen wie die Predigt, die Oper, das Kammerkonzert, die Gesellschaftskomödie und der Leitartikel durch das Nullmedium, wo sie nichts zu suchen haben. Konserviert werden auch Radioformen wie das Nachrichtenbulletin, die Diskussion und das Hörspiel, bei denen die Anwesenheit der Kamera als überflüssiger Luxus erscheint.

Manche Fernsehveteranen, die die Zeichen der Zeit nicht erkannt haben, leiden auch unter der Vorstellung, es könnte ihnen der Stoff ausgehen. Die fixe Idee, es müsse etwas und nicht vielmehr nichts gesendet werden, verleitet sie zur Kannibalisierung der Alten Medien. Das führt vor allem zur Ausschachtung eines Mediums, von dem man glauben mochte, es sei dem Fernsehen verwandt, nämlich des Films.

Natürlich hat sich bald herausgestellt, daß hier eine Verwechslung vorliegt. Die ästhetische Faszination des Kinos ist

auf dem Bildschirm nicht wiederholbar; sie wird durch das lächerliche Format, die Unterbrechung durch Werbespots und das indifferente, endlose Abspielen zerstört; die Geheimwaffe des Zuschauers, das gefürchtete Flipping, gibt dem Film den Rest.

Überhaupt der Zuschauer! Er weiß genau, womit er es zu tun hat. Vor jeder Programm-Illusion ist er gefeit. Die Richtlinien des Gesetzgebers zerplatzen vor seiner Praxis wie Seifenblasen. Weit davon entfernt, sich manipulieren (erziehen, informieren, bilden, aufklären, mahnen) zu lassen, manipuliert er das Medium, um seine Wünsche durchzusetzen. Wer sich ihnen nicht fügt, wird per Tastendruck mit Liebesentzug bestraft, wer sie erfüllt, durch herrliche Quoten belohnt.

Der Zuschauer ist sich völlig darüber im klaren, daß er es nicht mit einem Kommunikationsmittel zu tun hat, sondern mit einem Mittel zur Verweigerung von Kommunikation, und in dieser Überzeugung läßt er sich nicht erschüttern. Gerade das, was ihm vorgeworfen wird, macht in seinen Augen den Charme des Nullmediums aus.

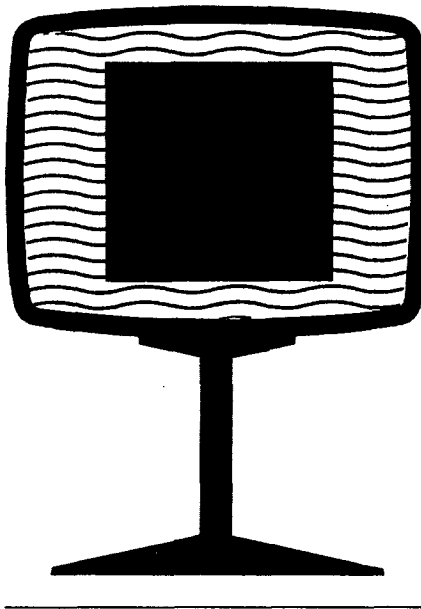
So erklärt sich auch eine Eigenschaft des Fernsehens, die unter jeder anderen Prämisse rätselhaft wäre: seine transkulturelle Reichweite. Ein und dieselbe Serie, ein und derselbe Video-Clip, ein und dieselbe Show entfaltet, unabhängig von allen gesellschaftlichen Voraussetzungen, die gleiche Anziehungskraft in Lüdenscheid, Hongkong und Mogadischu. So unabhängig von jedem Kontext, so unwiderstehlich, so universell kann kein Inhalt sein.

In der Nullstellung liegt also nicht die Schwäche, sondern die Stärke des Fernsehens. Sie macht seinen Gebrauchswert aus. Man schaltet das Gerät ein, um abzuschalten. (Aus diesem Grund ist übrigens das, was Politiker für Politik halten, absolut fernsehtauglich. Während der bedauernde Minister sich einbildet, die Ansichten und Handlungen des Zuschauers zu beeinflussen, befriedigt die seimige Leere seiner Äußerungen nur das Bedürfnis des Publikums, von Bedeutungen verschont zu bleiben.)

Dagegen ereignet sich so etwas wie eine Bildstörung, sobald im Sendefluß ein Inhalt auftaucht, eine echte Nachricht oder gar ein Argument, das an die Außenwelt erinnert. Man stutzt, reibt sich die Augen, ist verstimmt und greift zur Fernbedienung.

Diese äußerst zielbewußte Nutzung verdient endlich ernst genommen zu werden. Das Fernsehen wird primär als eine wohldefinierte Methode zur genußreichen Gehirnwäsche eingesetzt; es dient der individuellen Hygiene, der Selbstmeditation. Das Nullmedium ist die einzige universelle und massenhaft verbreitete Form der Psychotherapie.

Insofern wäre es absurd, seine gesellschaftliche Notwendigkeit in Frage zu stellen. Wer es abschaffen möchte, sollte die Alternativen ins Auge fassen, die zur Verfügung stehen. Hier ist in erster Linie an den Drogenkonsum zu denken, von der



Schlaftablette bis zum Koks, vom Alkohol bis zum Betablocker, vom Tranquillizer bis zum Heroin.

Fernsehen statt Chemie ist sicherlich die elegantere Lösung. Wenn man an die sozialen Kosten und an die sogenannten Nebenwirkungen denkt, wird man einräumen müssen, daß der Nutzer des Nullmediums eine weise Wahl getroffen hat – ganz zu schweigen von anderen Lösungsmöglichkeiten wie die Flucht in den Autowahn, die Gewaltkriminalität, die Psychose, den Amoklauf und den Selbstmord.

Wem diese Argumentation *ex negativo* zu düster ist, dem kann geholfen werden. Er braucht seinen Blick nur von den unangenehmen Tatsachen fort in höhere

Sphären zu richten und die derzeit wieder einmal so beliebten ältesten Weisheitslehren der Menschheit zu Rate ziehen. Wenn nämlich unsere Konzentration ihr Maximum erreicht – das geht aus jedem esoterischen Taschenbuch einwandfrei hervor –, ist sie von Geistesabwesenheit nicht mehr zu unterscheiden, und umgekehrt: die extreme Zerstreuung schlägt in hypnotische Versenkung um.

Insofern kommt der Wattebausch vor den Augen der Transzendentalen Meditation recht nahe. So ließe sich auch die quasi-religiöse Verehrung, die das Nullmedium genießt, zwanglos erklären: Es stellt die technische Annäherung an das Nirwana dar. Der Fernseher ist die buddhistische Maschine.

Zugegeben: Es handelt sich hier um ein utopisches Projekt, das, wie alle Utopien, kaum ohne einen Erdenrest zu verwirklichen ist. Was dem Säugling vergönnt ist, der Zustand völliger Selbstvergessenheit, das wird der Erwachsene nur schwer erreichen. Er hat es verlernt, seinen Wahrnehmungsapparat zu beschäftigen, ohne das, was er sieht, zu interpretieren. Ob er will oder nicht, er neigt dazu, auch dort so etwas wie Sinn herzustellen, wo gar keiner zu finden ist.

Diese unwillkürliche Fokussierung wirkt sich beim Gebrauch des Nullmediums immer wieder störend aus. Ich kann im Zweifelsfall stets behaupten, ich sei schließlich kein Zombie und es gebe dort, wo ich hinblicke, doch immerhin *etwas* zu sehen, dieses oder jenes Bestimmte, so etwas wie den glimmenden Rest eines Inhalts. Deshalb ist es unvermeidlich, daß auch der geübte Fernseher hin und wieder einer solchen Mystifikation erliegt.

Der Idealfall ist also unerreichbar. Man kann sich der vollkommenen Leere, wie dem absoluten Nullpunkt, nur asymptotisch nähern. Diese Schwierigkeit ist jedem Mystiker vertraut: Die Meditation führt nicht ins Nirwana, die Versenkung gelingt allenfalls punktuell, aber nicht endgültig, der kleine Tod ist nicht der große. Immer moduliert ein minimales Signal, das Rauschen der Realität, die „Erfahrung der reinen Gegenstandslosigkeit“ (Kasimir Malewitsch).

Dennoch – die Errungenschaften der letzten Jahrzehnte sind und bleiben denkwürdig, auch wenn der Bildschirm sein großes Vorbild nie einholen wird, jenes *Schwarze Quadrat* aus dem Jahre 1915, das, strenggenommen, alle Sendungen des Nullmediums überflüssig macht. ♦