

Meier mault über das Fernsehen

Von Bernd Meier



Bremen. Vor 50 Jahren, als das Erste noch das Einzige war, saßen die Deutschen am Samstagabend vor dem Fernsehgerät und erfreuten sich am Ohnsorg-Theater. Wenn dort zwischen zwei Akten Pause gemacht wurde, dann war auch zu Hause Pause. Dann sahen die Zuschauer auf ihrem Fernsehschirm nichts anderes als den Bühnenvorhang des Theaters und darauf ein Schild, das ihnen zeigte, wie lange es bis zum folgenden Akt dauerte: noch 8 Minuten, noch 7

Minuten, noch 6 Minuten...

Es ist heute nur schwer vorstellbar, aber damals gab es, am Samstag zur besten Sendezeit, zweimal acht Minuten (vielleicht waren es auch neun oder zehn), in denen nichts geschah. Wirklich nichts. Ohnsorg – das stand damals für eine Theaterübertragung in Echtzeit und dazu gehören Pausen. Für solche Minuten, die dem Zuschauer einen Moment der Besinnung gewährten - für diesen im doppelten Sinn des Wortes kostbaren Bestandteil des Programms ist heute kein Platz mehr.

Die netten Worte der Fernsehansagerinnen waren die letzten Ruheinseln im Programm. Seitdem die Damen eingespart wurden, gut zehn Jahre ist es her, wird keine Sekunde mehr verschenkt. Auch die kleinsten Lücken werden vollgepropft, je nach Art und Finanzierung des Senders – mit deutlicher Werbung für ein Produkt, mit verdeckter Werbung für den Sponsor oder mit Werbung in eigener Sache, den Programmhinweisen. Es ist, als hätten die Fernsehmacher Angst, die Zuschauer könnten den Kanal wechseln, wenn man sie auch nur einen Moment sich selbst und ihren Gedanken überließe – eine Angst, die seit der Erfindung der Fernbedienung allerdings nicht unberechtigt ist.

Und so wird denn der Abspann nach einem Film, einer Show, nach Sport oder Spiel als Band unter die noch laufenden Bilder gelegt. Die Namen der an der Sendung beteiligten Menschen jagen in Windeseile am Auge des Zuschauers vorbei, während er schon akustisch auf die folgende Sendung „eingestimmt“ wird. Selbst im Kulturkanal Arte wird keine Zeit verloren. Man hört und sieht Rafal Blechacz noch Chopin spielen, da knallt schon der Hinweis auf die Klassiksendung des kommenden Sonntags herein.

Das mag der Grund dafür sein, dass die Menschen so gern im Kino sitzen bleiben, wenn der Abspann läuft. Sie wollen nicht wissen, wer das Kostüm von Meryl Streep geschneidert oder wer George Clooney die Haare geschnitten hat. Sie wollen einfach nur das, was ihnen das Fernsehen nicht mehr bietet: ein paar ruhige Momente danach. Momente, in denen die Bilder sacken können, in denen das Gesehene nachklingt und sich zu den Eindrücken verfestigt, die den Film im Hirn fest verankern.



Natürlich könnte man zu Hause einfach den Apparat ausschalten. Aber das ist keine echte Alternative. Irgendwas läuft immer im Fernsehen – ob fragwürdige Sendeformate wie „Ich bin ein Star – Holt mich hier raus“ und „Deutschland sucht den Superstar“ auf RTL oder „Big Brother“ auf RTL 2 zur besten Sendezeit oder anspruchsvolle Filme um zwei Uhr nachts.

Ein hübsches Sinnbild für den Wandel ist die veränderte Bedeutung des Testbildes: „Wir machen Pause, schalt' ab!“ war früher dessen Botschaft. Heute kommt das Testbild, wenn der Empfang gestört ist, und sagt uns: „Nicht ungeduldig werden, wir sind gleich wieder für Sie da!“

Das Fernsehen ist allzeit und fast überall präsent. Rund um die Uhr, auf mindestens 30 Kanälen. Auf dem Flughafen, dem Bahnhof, aber auch in manchen Restaurants, in dem die Bilder von CNN oder RAI oder n-tv laufen, glücklicherweise meistens ohne Ton. In vielen Familien ist das Fernsehgerät ein Teil des Mobiliars geworden und permanent eingeschaltet. Was gerade läuft, ist nicht von Bedeutung, wichtig ist nur, dass etwas läuft. Hauptsache, die Kiste flimmert.

„Wenn in Deutschlands guten Stuben der Fernseher läuft, schauen immer weniger hin. Für zwei Drittel der Bevölkerung ist das Fernsehen zur Nebensache geworden“, hat der Freizeitforscher Horst Opaschowski schon 1992 festgestellt. Es sei zu einer „Mischung aus Geräuschkulisse und Bügelbackground“ geworden. So ist es nur konsequent, wenn Teile des Programms, in dem Wissen produziert und gesendet wird, dass die Menschen ihnen nicht ihre volle Aufmerksamkeit zuwenden, sondern sich das herauspicken, was sie interessiert.

Ein Beispiel sind die drei Stunden des gemeinsamen Morgenmagazins von ARD und ZDF. Es könnte ebenso gut im Radio laufen, und nur weil es ein Magazin mit Bildern ist, schaut man zwischen Zähneputzen und Milchkafee auch gern mal hin.

Die Grenze zwischen dem bewussten Fernsehen einerseits und der kaum noch wahrgenommenen Geräusch- und Bilderkulisse andererseits ist heute fließend. Aber es gibt natürlich auch noch die jungen Zuschauer, für die das Fernsehen immer noch das ist, was es früher auch für viele Erwachsene war: ein faszinierendes Medium, von dem man sich nur schwer losreißen kann.

Die Firma Media Control ermittelte im vergangenen Frühjahr, dass die Kinder zwischen 3 und 13 Jahren jeden Tag durchschnittlich 102 Minuten vor dem Fernseher sitzen. Ein Jahr zuvor waren es noch 95 Minuten, und es spricht nichts für die Vermutung, dass es künftig weniger werden. Am beliebtesten bei den Kindern sind Super RTL mit 20,4 und der Kinderkanal Kika mit 16,1 Prozent. Es folgen RTL (10,1), Nick (9,4) und Pro 7 (9,1 Prozent).

Der Kindersender Nick hat am 28. Mai, dem sogenannten Weltspieltag, den Bildschirm schwarz gelassen und die Kinder aufgefordert, lieber spielen zu gehen. Eine nette Geste, aber so viel ist gewiss: Am Fernsehverhalten der Kinder wird ein solcher Appell nichts ändern.