

ÖFFENTLICH-RECHTLICHE SENDER

Vom Volk bezahlte Verblödung

Warum der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht leistet, wofür er die Gebühren bekommt.

VON Jens Jessen | 29. Juli 2010 - 08:00 Uhr

Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland scheint es gut zu gehen. Er expandiert gegen alle Widerstände ins Internet. Er hat ein Gesetz ertrötet, das es erlaubt, die Rundfunkgebühr in jedem Haushalt zu erheben, unabhängig davon, ob dort Empfangsgeräte existieren. Die politischen und juristischen Siege verschärfen indes auch die Legitimationskrise eines Systems, das in Wahrheit nur noch wenig von dem liefert, was seine Finanzierung durch Zwangsgebühren rechtfertigen könnte.

Diese Legitimationskrise ist nicht heute und nicht gestern entstanden – und erst recht nicht durch das Internet. Wenn es eine Ursache gibt, dann liegt sie in der Konkurrenz der privaten Sender, die den Quotendruck hergestellt hat, der als Mutter aller Missstände gelten kann. Wann immer eine gute Sendung aus dem Programm genommen wird, heißt es: Die Quote war schlecht, und wann immer eine schlechte Sendung im Programm gehalten wird: Die Quote war gut. Über Qualität und Angebot von Sendungen nach der Zuschauerquote zu urteilen bedeutet aber für die öffentlich-rechtlichen Sender, dass sie sich wie reine Wirtschaftsunternehmen verhalten, das heißt nach Maßgabe der Produktverkäuflichkeit, ohne Blick auf eine weitergehende Verantwortlichkeit. Warum sollen Sender, die sich wie Privatakteure auf dem Markt verhalten, eine Gebühr bekommen, die sie von der Rücksicht auf den Markt befreit? Dies ist die Legitimationskrise des öffentlich-rechtlichen Rundfunks: Er wird für eine Freiheit bezahlt, die er nicht nutzt.

Das ist im Übrigen bekannt. Von dem ursprünglichen Volksbildungs- und Aufklärungsauftrag, der staatsbürgerlichen und kulturellen Verantwortung der Sender wird nur noch ironisch gesprochen oder um Absurditäten wie den Theaterkanal zu begründen. Gelegentlich wird sogar behauptet, dass die Tendenz zu Verflachung und Verdummung in der Eigenlogik der elektronischen Massenmedien angelegt sei: Sie könnten gar nicht anders sein, als sie sind – beziehungsweise kämen erst in der absoluten Trivialisierung ganz zu sich selbst. Dagegen spricht die Qualität der Sendungen, die sich auch das Fernsehen immer wieder gleichwohl leistet – bis sie auf hintere Sendeplätze oder gänzlich verschwinden. Dagegen spricht vor allem die staunenswerte Qualität von Deutschlandradio und Deutschlandfunk, die täglich beweisen, dass Radio kein Dudelfunk sein muss.

Warum also duldet der Staat die Gebührenfinanzierung eines Systems, das sich diese Qualität nur am Rande und nur in Ausnahmen leistet? Eine zynische Antwort könnte lauten: Die Parteien und Politiker wollen den öffentlich-rechtlichen Sendern einen Konkurrenzvorteil gegenüber den Privaten verschaffen, weil sie damit über ein Instrument zur Beeinflussung der Wähler verfügen, das sie ihrerseits beeinflussen können. Ohne

Zynismus ist indes eine Rundfunkgebühr nur zu rechtfertigen, wenn sie Qualität nicht allein in Nischenprogrammen, sondern überall von dem schielenden Blick auf den Markt befreit, mit anderen Worten: Unabhängigkeit herstellt, die zu einem idealistischen Handeln befähigt. Idealismus meint hier nichts Wolkiges, sondern etwas ganz Präzises: die Orientierung an moralischen, kognitiven und ästhetischen Normen, kurz gesagt, an dem Guten, dem Wahren und dem Schönen. Die Programmacher werden sich wahrscheinlich dagegen verwahren, dass solche ehrwürdigen, die Philosophiegeschichte von 2500 Jahren mit sich schleppenden Kategorien an ihr abgebrühtes Medium herangetragen werden. Indes sind die Kategorien weder weltfremd noch unverbindlich, wie ihre Anwendung zeigt.

Beginnen wir mit dem Guten – der Moral, um deren Geltung es nicht ganz so schlecht bestellt ist. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist kein böses Medium. Rechnet man zur Moral indes auch die Abwesenheit von Korruption, von versteckter Manipulation, also allem, was sich unter Betrug subsumieren lässt, sieht es nicht mehr ganz so gut aus. Man kann sich die Fälle sparen, in denen Wissensmagazine ganze Sendungen von Pharmafirmen eingekauft haben, die dort im Mantel von medizinischer Aufklärung oder Kinderpflgetipps Werbung machen konnten. Das waren Einzelfälle, hoffentlich ebenso wie die undurchsichtigen Absprachen mit Sponsoren in der Sportberichterstattung.

Ein empörendes Dauerbeispiel ist allerdings die versteckte Werbung, das Unwesen des Product-Placements, das es allen Beteuerungen zum Trotz auch in selbst produzierten Sendungen gibt, man denke nur an den Fuhrpark, den die Automobilhersteller manchen Fernsehserien zur Verfügung stellen. Wie absurd es ist, wenn Polizisten neueste und teuerste Automobile zur Verfügung haben, wird schon gar nicht mehr zur Kenntnis genommen. Auch hierin liegt übrigens ein Widerspruch zur Gebührenfinanzierung, die ja streng genommen von Werbung unabhängig machen müsste – aber wenn sie es schon nicht tut, weil der Geldhunger der Anstalten unermesslich ist, dann sollten sie wenigstens auf deklarerter Werbung bestehen.

Und was ist mit dem Schönen, das heißt mit Kultur und Niveau der Sendungen? Zunächst und vor allem ist eine groteske Entbürgerlichung zu beobachten. Es lässt sich zwar zweifeln, ob von einer neuen Bürgerlichkeit als gesellschaftlicher Tendenz gesprochen werden kann, aber wenn es diese Tendenz gibt, dann jedenfalls nicht im Fernsehen. Das Fernsehen, weit davon entfernt, die Zuschauer auf die Höhen der bürgerlichen Bildung zu heben (wie eine berühmte Formulierung der deutschen Arbeiterbewegung lautete) oder ihnen auch nur die Chance auf Teilhabe zu eröffnen, konkurriert mit den billigsten Boulevardmedien um die niedrigsten Instinkte der dümmsten Bevölkerungsteile.

Roger Willemsen hat einmal mit dem Gedanken gespielt, dass sich das Fernsehen absichtsvoll aus dem gebildeten und bürgerlichen Milieu zurückgezogen habe, weil sein Zuschaueranteil marginal sei, weil er auch nicht wachsen werde, weil es sich, brutal gesagt, um eine sterbende Klasse handle, wie das die Bolschewisten nannten. Aber selbst gesetzt den Fall, es wäre so, dann dürfte doch gerade das öffentlich-rechtliche System davor nicht

resignieren. Es müsste in der Pflege, gegebenenfalls Wiederaufzucht eines gebildeten Publikums seinen großen und vornehmsten Auftrag für eine Wissensgesellschaft sehen.

Diesen Auftrag auszuschlagen erzeugt weiteren Schaden. Die Bildungsverachtung erzeugt eine bewusste oder unbewusste Vulgarisierung, das heißt eine schleichende Entwertung von allem und jedem. Denn was ist das Vulgäre? Das Vulgäre ist – nach einer bestechenden Definition des kolumbianischen Philosophen Nicolás Gómez Dávila – alles das, was nicht bleiben darf, was es ist. Das Vulgäre entsteht, wenn den Dingen ihr ursprünglicher Eigenwert entzogen wird.

Vulgär ist eine Wissensshow, in der Wissen nur insofern interessiert, als es einen Geldgewinn verspricht, der sich im Übrigen oft auch dem Gebildeten nur durch Raten einstellt. Wissen wird Raten: Das ist vulgär.

Vulgär ist eine Volksmusikshow, in der die Volksmusik nicht Volksmusik bleiben darf, sondern zu Schlagern werden muss, mit Sängern, die zu Stars werden, also gerade nicht mehr Volk sind.

Vulgär ist eine Nachrichtensendung, die alle Probleme, auch solche, die strukturelle oder systemische Ursachen haben, personalisiert. Ein Sachproblem darf nicht Sachproblem bleiben, sondern muss Personalproblem werden: Das ist vulgär.

Dem Publikum etwas vorzusetzen, was nicht ist, was es ist, sondern nur das, von dem erwartet wird, dass es gerne konsumiert wird, bedeutet eine Zuschauerverachtung, die sich ein System nicht leisten kann, das von den Zuschauern finanziert wird. Die Verachtung versteckt sich selbstverständlich in einem augenzwinkernden Einverständnis mit den Ressentiments des Ungebildeten – also mit den Ressentiments dessen, der ja eigentlich an seiner Unbildung leidet, dieses Leiden aber im Ressentiment verbirgt.

Diese Verachtung zeigt das Fernsehen auch in dezidierten Kultursendungen, in denen manche Moderatoren, unvergesslich Elke Heidenreich, sich über verkopfte Geistesmenschen lustig machen. Zur Verachtung der Kultur gehört ebenso ihr Abschieben in Spartensender (als sei Kultur eine Abseitigkeit, die man einem gesunden Normalpublikum nicht zumuten dürfe). Der Verweis auf Arte oder 3sat ist gerade kein Gegenargument – denn die Entfernung der Kultur aus der Mitte der Gesellschaft ist ja das Problem. Das Niveau eines Senders hängt überhaupt nicht von Kultursendungen ab, sondern vom allgemeinen Niveau des allgemeinen Programms.

Zur Vulgarität gehört auch das Prominentenunwesen – das heißt die Erzeugung und Pflege von Scheinprominenten, also Menschen, denen kein anderes Verdienst zukommt als das, häufig im Fernsehen aufzutreten oder genannt zu werden. Wie weit dieser Unfug gediehen ist, zeigt sich darin, dass schon die normalen Funktionsträger des Fernsehens, Nachrichtensprecher, Talkmaster, Moderatoren, wie Prominente behandelt werden, über die das Fernsehen dann seinerseits wieder berichtet.

Mit dem Prominentenunwesen ist schon die Frage nach dem Umgang mit der Wahrheit erreicht – insofern das Unwesen sich auf die Politik erstreckt und auch hier die verdummende Personalisierung befördert. Die allermeisten Probleme in unserer modernen Welt sind Sachprobleme, sie als Personalprobleme zu behandeln macht sie dem Publikum unverständlich – und das heißt in einer Demokratie: unlösbar. Besonders kuriose Auswüchse des Personalisierungswahns sind die rituellen Interviews mit Experten, die fest mit bestimmten Problemen verknüpft werden und dann unablässig auftreten, komische Figuren auf den Arme-Sünder-Bänkchen der Talkshows.

Die politischen Talkshows, die Nachrichtensendungen und -magazine sind nicht die rühmliche Ausnahme im Unterhaltungsprogramm, als die sie gepriesen werden. Mag sein, dass ihre Quote oft schlecht ist, aber warum? Weil ihre Sprache abstrakt und undeutlich ist, und das ist sie, weil hier tausend Rücksichten genommen werden auf die Empfindlichkeiten der Politiker und Parteien, die in den Gremien präsent sind und ständig, auch aus nichtigem Anlass, auf Ausgewogenheit pochen können. Wenn die Senderleute sich einmal nicht vor der Quote fürchten, dann fürchten sie sich vor der Politik.

Im Übrigen verhält sich der öffentlich-rechtliche Journalismus nicht neutral zu seiner Unterhaltungsumgebung, Personalisierung und Starkult um Moderatoren sind nur zwei Stichwörter. Eine groteske Unsitte ist auch die Neigung des Fernsehens zu Eigenankündigungen, zum Beispiel von neuen Serien oder neuen Schauspielern in alten Serien. Noch absurder wird es, wenn Talkshows mit Schauspielern des Senders bestückt werden oder das Programm des Senders zum Gegenstand haben. Zur Infektion durch die Unterhaltungslogik gehört aber schon die Auswahl der Nachrichtensprecher oder Moderatoren. Wieso müssen Sprecher eigentlich sympathisch oder Sprecherinnen gut aussehend sein?

Es ist absurd genug, dass überhaupt die Quote von Nachrichtensendungen gemessen wird. Auf welche Entscheidung hinaus? Will man Zuschauer zwischen beliebten und weniger beliebten Nachrichten auswählen lassen? Über die Wichtigkeit von Nachrichten kann der Zuschauer ja nicht befinden – dazu müsste er wissen, was ihm gegebenenfalls vorenthalten würde, also einen Nachrichtenüberblick haben, den naheliegenderweise nur die Redaktion hat. Wenn sich die Nachrichtenredaktion einer Quote beugen würde, dann beugte sie sich also nur einer gedachten Zuschauermeinung. Und doch geschieht es – und hat beispielsweise beim ZDF schon zu einer neuen Liebe zu Unglücksmeldungen geführt.

Glücklicherweise betrifft die Quotenrücksicht in den Nachrichtenredaktionen bisher nur Themen. Aber was, wenn dereinst auch die vermutete Meinungstendenz von Zuschauern berücksichtigt würde? Wenn also beispielsweise, um Zuschauer nicht zu vergrätzen – oder, wie die berühmt dumme Formel lautet: dort abzuholen, wo sie stehen –, deutlich abfälliger über Ausländer berichtet würde? Eine Marketingstudie könnte beispielsweise zutage fördern, dass Antisemiten sich bei der ARD schlecht aufgehoben fühlen. Bei einem geschätzten Bevölkerungsanteil von 18 bis 20 Prozent wären das 15 Millionen

Zuschauer, die die Quote deutlich verbessern könnten, wenn man ihnen nur ein bisserl entgegenkäme. Nicht dass dies denkbar wäre – es zeigt aber, worin die letzte Konsequenz der Quotenmessung bestünde.

Manches spricht indes für den Verdacht, dass in den Sendern die Quotenherrschaft für Demokratie gehalten wird. Deswegen ist es vielleicht nicht überflüssig, zu betonen, dass die Demokratie eine Staatsform ist, die sich nicht als beliebige Analogie auf andere Felder der Gesellschaft übertragen lässt – erst recht nicht auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, über dessen Gebühren ja auch nicht durch ein Plebiszit abgestimmt wird – mit gutem Grund, weil damit die Unabhängigkeit dahin wäre.

Über das Wahre, das Schöne und das Gute lässt sich nicht abstimmen. Über das Wahre, also über Erkenntnisse und Nachrichten nicht, weil eine Aussage nun einmal entweder wahr oder falsch ist, unabhängig davon, was eine Mehrheit als Wahrheit gerne hätte. Über das Schöne, also das kulturell Bedeutsame, lässt sich nicht abstimmen, weil es prinzipiell inkommensurabel ist (nach einem Wort Goethes) und weil es im Gewand des Unbekannten, des Neuen ebenso wie des Vergessenen, immer befremdet. Wenn also ein Beitrag über den Maler Giotto eine schlechte Quote hätte, bedeutete das nicht, dass er nicht hätte gesendet werden dürfen – sondern nur, dass die Allgemeinbildung der Zuschauer eine kleine Nachhilfe verdient hätte. Über das Gute, also über Normen und Moral, kann man erst recht nicht abstimmen – von 100 Menschen erkennen in einer gegebenen Situation vielleicht nur zwei das moralisch Gebotene, während die anderen 98 den durch die Stadt gehetzten Ausländer in der Schaufensterscheibe verbluten sehen wollen.

Die Quote einer Sendung ist auch keine Qualitätsaussage. Die Sendung könnte glänzend, aber der Mehrheit unwillkommen sein. Doch selbst wenn sie nicht glänzend wäre, wüsste man immer noch nicht, was den Zuschauer gestört oder gelangweilt haben könnte. Die Analyse der Quote kann immer nur nach Maßgabe der senderinternen Vorurteile vollzogen werden, und dass dies wirklich so ist, beweist der stereotype Mechanismus, jede durchgefallene Sendung als zu anspruchsvoll zu diagnostizieren. Auf eine schlechte Quote folgt immer eine Niveausenkung, als wäre es ausgeschlossen, dass vielleicht im Gegenteil ein Niveaumangel vorgelegen habe.

Natürlich lässt sich die Frage stellen, ob ein Sender überhaupt als selbstständiger Akteur auftritt und nicht tatsächlich nur ein Medium ist, in dem sich die Tendenzen unserer Gesellschaft niederschlagen. Kann ein Programm besser sein als die Gesellschaft, von der es umgeben ist? Wenn es das nicht könnte, stellte sich allerdings in verschärfter Form die Frage, wozu man es über eine Gebühr finanziert. Um einen niederschmetternden, ja nahezu karikierenden Spiegel vorgehalten zu bekommen, reicht das normale Angebot der Unterhaltungsindustrie vollkommen aus. Man könnte sogar sagen: Just dazu ist der private Rundfunk da. Ein Abbild des Marktes kann der Markt selbst mühelos herstellen.

Tatsächlich spricht aber nichts dafür, dass sich in den Programmen die Gesellschaft spiegelt. Der Zustrom zu Universitäten und höheren Schulen, neuerdings sogar zu

altsprachlichen Gymnasien beweist einen enormen Bildungsehrgeiz. Warum will das Fernsehen davon so wenig wissen? Oder, anders gefragt, warum kapriziert es sich ausgerechnet auf jene Bevölkerungsteile, die daran keinen Anteil haben? Und wenn es hier, in diesen Schichten seine Aufgabe sieht – warum tut es nichts, deren geistige Lage zu bessern?

Das sind die Fragen, die seit zwanzig Jahren gestellt werden, ohne dass aus den Sendern eine Antwort käme – außer jener, dass die Quote nun einmal beweise, dass die Zuschauer ihre geistige Lage nicht gebessert sehen wollten. Man könnte sogar den satanischen Gedanken fassen, dass die Programmacher inzwischen selbst schön finden, was sie tun, also ehrliche Fans von Hansi Hinterseer sind, von Traumschiff-Serien und minderwertigem Dudelfunk. Man will es nicht glauben. Die Alternative ist jedoch charakterlich nicht erfreulicher: Dann wären es Zyniker, die den Massen verachtungsvoll vorwerfen, was sie selber niemals konsumieren würden.

Aber natürlich gibt es noch eine blasse dritte Möglichkeit, und das ist die Feigheit im Schatten übermächtiger Politikeinflüsse. Da wäre dann tatsächlich, weil Idealismus im Schatten der Macht nicht gedeiht, die Quote das einzige Argument für den Bestand der öffentlich-rechtlichen Sender: Die Leute wollen das so. Indes ist die Quote keine Rechtfertigung. Die Quote ist der Widerspruch schlechthin zur Gebührenfinanzierung. Die Quote heißt Markt, die Gebühr heißt Unabhängigkeit vom Markt. Mit anderen Worten: Wenn das öffentlich-rechtliche System seine Legitimationskrise lösen will, dann muss es sich zwischen Quote und Gebühr entscheiden.

Diesen Artikel finden Sie als Audiodatei im Premiumbereich unter www.zeit.de/audio

COPYRIGHT: DIE ZEIT, 29.07.2010 Nr. 31
ADRESSE: <http://www.zeit.de/2010/31/Oeffentliche-Anstalten>