

Georg Christoph Tholen

Talkshow als Selbstbekenntnis.

Zur Diskursanalyse der ‚Affekt-Talks‘ im Fernsehen¹

(Auszug, vollständiger Text erscheint in: Graduiertenkolleg ‚Intermedialität‘ der Universität GH Siegen (Hg.) [C. Filk, B. Laser u.a.], ‚Die dunkle Seite der Medien‘ [voraussichtlich Herbst 2000])

Seit einigen Jahren grässt eine schier endlose Lust am Sprechen um des Sprechens willen: *Getalkt* wird im Fernsehen allenthalben und ohne Unterlass; und über alltägliche Themen, deren Banalität und Beliebigkeit keine Grenzen kennen. Zu beobachten ist ein rapides Anwachsen animierter Chat-Räume, die zuerst in Quiz-, Rate-, und Spielshows erprobt wurden, bevor sie in den Talkshows ihren eigenen fernsehgerechten Rahmen fanden. Und dieser Rahmen ist strenggenommen kein Rahmen: Denn das Gebot der Zerstreuungslust, das dem Massenmedium Fernsehen zukommt, entrahmt beständig, um sich zu erhalten, die Vorgaben und Grenzen dessen, was als darstellungswürdig gilt. Talkshows wuchern beinahe inflationär, vornehmlich im Privatfernsehen, aber nicht nur dort. Dies zeigt sich auch daran, dass die täglichen Talkshows Thema und Rohstoff weiterer Talkshows werden, Talkmaster Talkmaster einladen, um deren Talks wiederum zu bewerben oder auch zu ironisieren. Wobei die ironisch oder satirisch gemeinten Verdopplungen der Talkshows – wie etwa *T.V. Kaiser* oder *TV total* – in Sprache und Form sich vom Original nur minimal unterscheiden. Die imaginäre Sogkraft der televisionären Selbstdarstellung scheint so nachhaltig zu sein, dass statt mimetischer Distanz nur doppelgängerische Mimikry zu gelingen scheint.

Daily Talks sind also, neben den Familienserien und vergleichbaren *Soaps*, zu Kultserien avanciert. Meistens sind sie mit den Vor- und Nachnamen ihrer Moderatoren und Moderatorinnen betitelt: *Hans Meiser, Ilona Christen, Bärbel Schäfer, Arabella Kiesbauer, Andreas Türck, Jörg Pilawa, Peter Imhof*. Oder sie heißen, schlichter und zugleich emblematischer: *Sonja, Fliege, Nicole*. Man kann sie schon in der Mittagszeit konsumieren: *Vera am Mittag* beispielsweise. Um ihre Aussagemuster, d.h. die Regeln des im Talk erlaubten Sprechens, zu studieren, ist es freilich besser, ihre nächtlich ausgestrahlten Wiederholungen Revue passieren zu lassen. Denn in diesen weniger lärmgestörten Stunden zeigt sich dem Betrachter im gleichschwebend-aufmerksamen Zapping zwischen verschiedenen Talkshows seren gemeinsames Dispositiv (im Sine Foucaults): Fast jeder Seelenschmerz und jede sexuelle Vorliebe wird

¹ Veränderte und erweiterte Fassung eines Beitrages, dessen erste Version unter dem Titel *Selbstbekenntnisse im Fernsehen. Panoptische Varianten im therapeutischen Diskurs* in dem von Sabine Flach und Michael Grisko herausgegebenen Band *Fernsehperspektiven. Aspekte zeitgenössischer Medienkultur* [Schriftenreihe der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk], München 2000, erscheinen wird.

exponiert, beraten und therapiert. Banale wie schwerwiegende Beziehungskonflikte zwischen Partnern, Generationen, aber auch zwischen Mensch, Haustier und Pflanze, werden ostentativ getestet und zwischen den am Konflikt Beteiligten im Fernsehstudio wiederholt und freimütig bekannt – *vor* einer in dieser dauerhaften Selbstthematisierung sich spiegelnden Fernsehgemeinschaft. Diese wiederum, zu der die Studiogäste ebenso zählen wie die Fernsehzuschauer zuhause, haben fast jede Äußerung oder Geste der Probanden oder Patienten mit Beifall zu verstärken, gleichviel, wie sinnvoll, blödsinnig oder gar beleidigend deren jeweilige Statements gewesen sein mögen. Und der Rhythmus dieser szenischen Abfolgen überschreitet selten das behaviouristische Maß kurzfristiger Belohnung und Bestrafung. Die Zuschauer – Voyeure gleichermaßen wie die inspizierten Opfer – inszenieren im Verein mit dem Moderator, der zumeist eine Mischfigur aus Therapeut, Priester, Sozialpädagoge und bisweilen Sensationsjournalist verkörpert, den Senderaum der Talkshows als Ereignisraum einer momentanen, stets prekären Sinnstiftung.

Das Serielle der Serien, deren Spektrum die Talkshows erweitert haben, ist nun die erste Stütze der Talk-Gemeinde, die darin ihre Gemeinschaftlichkeit findet: Es ist also gerade ihre rituelle oder gar liturgische Wiederholbarkeit (vgl. Soeffner *Die Ordnung der Rituale* 20-75, Reichertz *Wem Meiser die Sünden vergibt* 38-42, Tietze/Schneider *Fernsehshows*), die zum Kult wird, wie banal oder ‚traschig‘ auch immer der auf den Bildschirm geholte Alltag sein mag. Die empirisch orientierte Mediensoziologie spricht in ihren (mittlerweile kaum noch überschaubaren) Begleitforschungen von einer *Verdopplung des Alltags* und einer *Veralltäglichung des Talks* (vgl. zusammenfassend Plake *Talkshows*). Die sozialethisch orientierte Forschung entdeckt, nicht ohne Sorge, in der ‚medialisierten Lebensführung‘ eine disparate Vielfalt von keineswegs mythenfreien Erlebnisentwürfen, in denen neue ‚symbolische Formen‘ sich ankündigen (Bohrmann *Ethik-Werbung Gewalt*). In der kulturkritischen Tradition der Fernsehkritik, die von Günter Anders über Neil Postman bis Hans Magnus Enzensberger im seichten Amusement des Fernsehens die inhaltsleere Selbstanzeige eines *Null-Mediums* vergegenständlicht sah, wird die Talkshow als *Ersatz für die Wirklichkeit* beschrieben. Gleichwohl lässt sich wegen ihrer Wirkmächtigkeit die Zunahme einer „*Pseudo-Vergemeinschaftung*“ (*Strang Gemischte Verhältnisse*) in Gestalt öffentlich inszenierter Selbstdarstellungen nicht bestreiten. Also wird dem Talk ein *real-fiktionaler* Status bescheinigt. Der vorderhand plausible medienwissenschaftliche Befund sieht sich also mit einem Dilemma konfrontiert, das nicht zuletzt ein kategoriales ist: Wie ist das Verhältnis von Wirklichkeit und ihrem Ersatz, von Realität und Fiktion, zu bestimmen? Die begrifflich unsichere Definition des ‚Real-Fiktiven‘, die etwa dem Begriff der *Pseudo-Vergemeinschaftung* inhäriert, verbirgt, wie mir scheint, in ihrer bipolaren Oszillation die eigene Unsicherheit gegenüber dem, woraus die Talkshows bestehen: Diese sind, wie zu zeigen sein wird, phantasmatisch eingerahmte Appelle an einen diffus bleibenden ‚Anderen‘, an den sich offenbarungssüchtige Testpersonen wenden, wenn sie ihre Nöte und Probleme mitteilen, ohne

von ihnen zu sprechen. Denn bezeugt und gebeichtet wird vor den Zuschauern ein prekäres Selbst oder Wir, das sich in den Appellen an den Moderator und seine Fernsehgemeinde *als solches* seiner selbst erst vergewissern möchte.² Inhalt und Form der Bekenntnisshows sind also Selbstbilder und deren Brüchigkeit. Ihr in Szene gesetztes Ausagieren entfaltet ein kollektives Imaginäres, das weder bloß real noch bloß fiktiv ist. Eben weil wir – so die triftige Metapher von Monika Elsner und Thomas Müller – vom *angewachsenen* Fernseher in der TV-Kultur sprechen können, reicht die krude Unterscheidung von Wirklichkeit und Fiktion zur Analyse der Medien nicht aus (Tholen *Die Zäsur der Medien*). Hält man an ihr fest, so lässt sich die Aporie, der fiktiven Fernsehwelt eine ‚wirklichere Wirklichkeit‘ bescheinigen zu müssen, nicht vermeiden: „Das Medium Fernsehen hatte sich [im Laufe der 50er und 60er Jahre] im Bewusstsein eingenistet und veränderte das soziale Wissen radikal [...] Es wuchs die Bereitschaft, den Realitätsakzent weiter zu verschieben, d.h. der Fernsehwirklichkeit einen höheren Grad an Realität zuzuschreiben als dem Selbsterleben. Der Prozess scheint irreversibel zu sein. Der *angewachsene* Fernseher lässt sich kollektiv nicht mehr abschalten, ohne dass wir fürchten müssen, halbblind zu werden. Denn: heute gibt es Segmente von Wirklichkeit, die *nur* deshalb wirklich (und wahr) sind, weil sie auf dem Bildschirm des Fernsehens erscheinen. Die wirkliche Wirklichkeit findet im Fernsehen statt.“ (Elsner/Müller *Der angewachsene Fernseher* 413)

Doch wie lässt sich jenseits der letztlich hilflosen, weil moralisch in sich kreisenden Alternative zwischen der *Agonie des Realen* und der *Hyperrealität der Fiktion*, für die exemplarisch Baudrillards These von der vollständigen Simulation oder Viriliots These vom Verschwinden der Wirklichkeit (Tholen *Geschwindigkeit* 135-162) genannt werden kann, die zunehmende Vorliebe für die Talkshows und deren schier unbegrenzte Lust an der *Prostitution des Privaten* angemessen beschreiben? Worin besteht und

² Roger Willemsen, einer der seriöseren Talkmaster, der angesichts der inflationären Talkshows von der Abschaffung des Gesprächs innerhalb der Form des Gesprächs sprach (Süddeutsche Zeitung v. 6.6. 1998), insofern der ‚Talk‘ nichts mehr be- oder verantwortet, sondern in Gestalt einer über-raschen Abfolge Zuschauerreaktionen belohnt oder bestraft, sieht in den inszenierten Ja-Nein-Impulsen der Talk-Gemeinde schon die Zukunft eines digitalen Sprechens vorweggenommen. Richtig an dieser Beobachtung ist, dass die Medialität des Fernsehens gerade auch darin besteht, vormalige und sich bereits ankündigende Formen der Gesprächskultur (z.B. Internet-Chat) zu imitieren und zu antizipieren: „Erst im Unterhaltungsmedium, das seine Vorgänger abbildet und zugleich zerstörerisch absorbiert, erfährt der Zuschauer von sich selbst. Und erst in diesem Spiegel wird er durch ein Medium darauf trainiert, dass seine Rolle auch ein Teil der Aufführung und seiner Abbildung ist.“ (Lorenz *Bombenstimmung* 29)

weshalb funktioniert der libidinöse Kitt der Talkshows, gerade insofern sie als *Affekt-Talks*³ das emotionale Spektrum intimer Bekenntnisse und säkularisierter Beichten reproduzieren und vermehren? Es ist – so meine These – ein Amalgam aus therapeutischen, pädagogischen und religiösen Diskursfragmenten, dessen mediale Verdichtung in den Talkshows eine Blick-Ordnung arrangiert, die ich im Anschluss an Foucault und Deleuze das *innengewendete Panopticon* der Kontrollgesellschaft nennen möchte. Die medienspezifische Verschiebung, die das panoptische Dispositiv, nämlich *Sehen, ohne gesehen zu werden*, in den Talkshows erfährt, besteht darin, dass dieser – seit den protestantischen Bekenntniszwängen nach innen gewendete – Kontrollblick (Schneider *Die erkaltete Herzensschrift* 7-48) nunmehr von den dem schamlosen Blick der Zuschauer ausgesetzten Testpersonen nicht mehr nur imaginiert sondern vielmehr unmittelbar angeschaut werden soll, um dadurch erst seine normative ‚Gestalt‘ zu gewinnen. Der in einem mitleidsvolle wie richterliche Blick des Moderators und der Studiogäste bedarf stets seiner Authentifizierung, die sich erst im Studiogeschehen zu vollziehen hat: in Form einer psychodramatischen bzw. gesprächstherapeutischen Performanz. Der Rhythmus dieser Performanz basiert auf dem, was am Beispiel der Werbespots Rolf Kloepfer und Hanne Landbeck den Mechanismus der ‚kommunikativen Persuasion‘ genannt haben, also die Überredungskunst, die auf die „gesteigerte Teilnahme der Adressaten“ (Kloepfer/Landbeck *Ästhetik der Werbung* 99) angewiesen ist. Es ist diese Plötzlichkeit oder Instantaneität des im Präsenzmedium Fernsehen bebilderten Bekenntniszwangs, der in den Talkshows neue Sichtbarkeitsfelder (Tholen *Der blinde Fleck des Sehens* 191-214) gebiert. [...]

³ Als ‚Affekt-Talks‘ werden – so das Ergebnis einer Forschungsstudie von 1996 – Talkshows bezeichnet, bei denen unbekannte Personen mit ihren intimen Erlebnissen im Mittelpunkt stehen. Sie berichten authentische Begebenheiten, die sie in der Vergangenheit erlebt haben.(vgl. Forschungsprojekt der Landesanstalt für Rundfunk NRW, *Affektfernsehen* 7, hier zitiert nach: Erz *Brot und Spiele?* 49)