

Mythos Mattscheibe

Wie das Kino das Fernsehen sieht

Werner C. Barg

In den 1950er-Jahren erwuchs dem Kino durch das Fernsehen eine scharfe Konkurrenz. Die Filmproduzenten damals reagierten mit neuen Formaten wie dem analogen 3D und neuen Breitwandbildtechniken, um das Kinoerlebnis zu steigern. Seit den 1970er-Jahren setzten sich Kinoerzählungen aber auch immer wieder kritisch mit dem Fernsehen, seinen Organisationsstrukturen, Machern, Inhalten und Wirkungen auseinander. Der folgende Beitrag zeichnet einige Tendenzen dieses medienkritischen Diskurses, vornehmlich in US-amerikanischen Kinofilmen nach.

Die Authentifizierung der filmischen Illusion

Das typische Szenario eines Hollywood-Katastrophenfilms: Ein Erdbeben erschüttert San Francisco; der Asphalt der Autobahnen bricht auf; Autos rasen massenhaft in gigantische Krater, aus denen glutrote Lava hervorzischt. Aliens greifen New York an; Hochhäuser stürzen in sich zusammen; Menschen fliehen in Panik. Eine riesige Flutwelle ergießt sich über die Strände an der Ostküste der USA, ausgelöst durch den Einschlag eines Megameteoriten usw.

Neben der Entwicklung des Dramas um einzelne Protagonistinnen und Protagonisten nutzen fast alle diese filmischen Disaster-Dystopien ein zentrales erzählerisches Mittel: „Breaking News“ mit Katastrophenbildern und kurzen Statements von Reportern, die mehrfach in die Handlung eingebildet werden. Sie erfüllen in erster Linie die Funktion eines dramaturgischen Knotenpunktes. In der Form fiktiver „Breaking News“ können parallel verlaufende Ereignisse schnell zusammengefasst und kommentiert werden. So erhalten sowohl die Protagonistinnen und Protagonisten als auch das Publikum Orientierung inmitten der chaotischen Zustände. Die „News“-Einsprengsel erfüllen in Action- und Science-Fiction-Blockbustern wie Mimi Leders *Deep Impact* (1998), Roland Emmerichs *Independence Day* (1996) oder *2012* (2009) somit genau jene Funktion, die sie auch bei einer echten Katastrophe erfüllen würden: Sie suggerieren Sicherheit durch vermeintlich seriöse Informationsvermittlung und geben den Zuschauern das Gefühl von Orientierung durch glaubhafte Erklärungen und Kommentierungen des unglaublichen Geschehens.

Da es sich bei den genannten Beispielen aber um erfundene „Breaking News“ in einem gänzlich fiktiv erzählten Katastrophen-, Action- und Science-Fiction-Szenario handelt, dient dieser „klassische“ Einsatz der Fernsehberichterstattung im Blockbusterkino zudem der Au-

thentifizierung der dargestellten Kinoerzählung. Die eingestreuten Nachrichtenbeiträge und TV-Kommentare, die die echten „Breaking News“ stets verblüffend genau imitieren, unterstreichen damit den Möglichkeitscharakter der erzählten Kinovision bevorstehender Desaster oder die Authentizität bereits stattgefundener Ereignisse, wie etwa in Oliver Stones sehr subjektiven, aber „objektiv“ wirkenden filmischen Rekonstruktion des Attentats auf John F. Kennedy in Dallas am 22. November 1963 in [JFK – Tatort Dallas](#) (1991).

Das Fernsehsystem als „Geldmaschine“

Im Zuge der Entwicklung des sozialkritischen Films der 1970er-Jahre in der Filmströmung des „New Hollywood“ (Grob 2017) rückt das Fernsehsystem selbst in den Blickpunkt von Kinoproduktionen. Sydney Lumet, ein wichtiger Vertreter dieser um Sozialrealismus bemühten Stilrichtung des US-Kinos stößt gleich in zwei seiner Filme einen medienkritischen Diskurs zur Funktion des Fernsehens in der Gesellschaft an: In [Hundstage](#) (1975) erzählt er den authentischen Fall eines Banküberfalls nach, der 1972 zum Medienereignis wurde. John Wojtowicz (27) überfällt zusammen mit seinem Komplizen Salvatore Naturale (18) eine Filiale der *Chase Manhattan Bank* in New York. Der Raub misslingt. Die Bankräuber nehmen Geiseln, fordern Lösegeld und freie Fahrt zum Flughafen. In Lumets Film stilisiert die Liveberichterstattung des Fernsehens, sozusagen als frühe Form des „Reality-TV“, Sonny, den Anführer der Bankräuber, zum Volkshelden, auch und gerade weil der Kriminelle die unhaltbaren Zustände in einem Staatsgefängnis anprangert, die er kurz zuvor noch am eigenen Leib erfahren hatte. Als sich jedoch herausstellt, dass Sonny, beeindruckend verkörpert von Al Pacino, mit einem transsexuellen Partner liiert ist, kippt die Stimmung. Das Fernsehen, das ihn um der Quoten willen zum Medienstar hochgejubelt hatte, lässt ihn fallen. Überfall und Flucht der Bankräuber gehen gänzlich schief.

Skrupellose Machenschaften im TV-Sender

Noch deutlicher formuliert Lumet seine Medienkritik am kommerziellen Fernsehsystem im Film [Network](#), der ein Jahr später, 1976, in die Kinos kommt. Gezeigt wird der Umbau der einstmals seriösen Nachrichtenabteilung eines landesweiten TV-Senders in ein skandalheisches und sensationsgieriges Infotainment-Department. Treibende Kraft hinter den „Restrukturierungsmaßnahmen“ ist der skrupellose TV-Manager Frank Hackett (Robert Duvall). Sein „ausführender Arm“ ist die junge ehrgeizige Fernsehjournalistin Diana Christensen (Faye Dunaway). Sie drängt den um Qualitätsjournalismus bemühten Chefredakteur Max Schumacher (William Holden) aus dem Job und übernimmt selbst die Newsabteilung. Schumacher wiederum ist eng befreundet mit dem langjährigen Nachrichtenmoderator Howard Beale (Peter Finch). Als dieser entlassen werden soll, kündigt er vor laufenden Kameras an, sich während seiner letzten Sendung erschießen zu wollen. Während Hackett und der Vorstand des Senders entsetzt sind, sieht Christensen das Sensationspotenzial, das in Beales Ankündigung steckt. Sie gibt ihm eine eigene Show, in der er als „Wutbürger“ seiner Frust-

ration über die Gesellschaft, den Kapitalismus etc. freien Lauf lassen kann. Die Einschaltquoten steigen und die Werbeerträge des Senders auch. Während Schumacher, der mit Christensen eine Affäre beginnt, ihr Verhalten gegenüber Beale zunehmend kritisiert, baut Christensen auch noch eine Reality-TV-Show mit einer Terroristengruppe auf, deren Aktionen jetzt vor den Kameras des Senders stattfinden.

Als Beale das Publikum auffordert, gegen die Übernahme des Senders durch ausländische Investoren zu protestieren, wollen Hackett und der Vorstand die Beale-Show aus dem Programm nehmen, weil der Moderator offen gegen ihre Wirtschaftsinteressen auftritt. Doch Arthur Jensen (Ned Beatty), der Mehrheitseigner des Senders, lädt Beale ein und verkündet ihm in einer gespenstischen Szene seine Vision des globalisierten Kapitalismus. Beale, den Schumacher für gemütskrank hält, glaubt, in Jensen einer Gottesgestalt begegnet zu sein, und predigt fortan Jensens Thesen, was einen dauerhaften Abfall der Quoten zur Folge hat. Um Beale loszuwerden, lassen Hackett und Christensen Beale schließlich während seiner Show von Mitgliedern der Terrorgruppe, die sie unter Vertrag haben, erschießen.

Trotz manch klischeehafter Stereotypisierungen der Figurendarstellung ist Lumets *Network* eine gelungene Satire auf die Kommerzialisierung des Fernsehens, besonders des TV-Journalismus, aber auch auf die Massenwirksamkeit des Mediums, etwa, wenn Firmenlenker Jensen Beales Fernsehshow zur Vermittlung seiner globalkapitalistischen Philosophie nutzen will, damit scheitert und so den kommerziellen Interessen Hacketts und seiner Investoren in die Quere kommt.

Furcht und Faszination der Massenwirkung des Fernsehens

Lumets *Network* ist aber auch insofern ein Schlüsselfilm für den Erzählmythos „Fernsehen im Kino“, als er durch seine Hauptfigur Howard Beale die Faszination an der Massenwirksamkeit des Mediums Fernsehen spiegelt. Besonders markant wird dies in der Szene, in der Beale zum ersten Mal sein Publikum nach einer wütenden populistischen Tirade auf die miesen Lebensverhältnisse, die wirtschaftliche Depression, die Angst um den Arbeitsplatz und die wachsende Kriminalität in den Straßen zu einer konkreten Aktion aufruft. Überall in den USA, so zeigt es Lumets Film, folgen die Menschen Beales Aufforderung:

„Ich will, dass ihr sofort aufsteht, zum Fenster geht, es aufmacht, den Kopf rausstreckt und schreit: ‚Ihr könnt mich alle am Arsch lecken. Ich lass mir das nicht länger gefallen!‘“

Ob der Moderator einer Fernsehshow solch eine Massenwirkung beim Publikum wirklich entfalten könnte, bleibt fraglich, doch für das mythologische Bild, das das Kino vom Fernsehen zeichnet, ist dieser Aspekt wesentlich.

Dies zeigt auch die Mediensatire [Wag the Dog – Wenn der Schwanz mit dem Hund wedelt](#) von Regisseur Barry Levinson aus dem Jahr 1997. Die Story: Ein Politberater, gespielt von Robert de Niro, schafft es, die Öffentlichkeit von einem Sexskandal des US-Präsidenten abzulenken, indem er mit allerlei Tricks und Medienmanipulationen einen US-Krieg auf dem Balkan erfindet, den es gar nicht gibt.

Regisseur Levinson und Autor Larry Beinhart, auf dessen Roman *American Hero* die Filmsatire basiert, fügen dem Mythos von der medialen Massenbeeinflussung durch das Fernsehsystem das Unbehagen hinzu, die Furcht vor einer Manipulierbarkeit der Massen durch das Fernsehen.

Medienbehaviorismus als Kennzeichen der Mediengesellschaft

Dass das Fernsehen Weltbilder massiv prägen kann, betont auch *Hal Ashby* in seiner leider weitgehend in Vergessenheit geratenen Filmkomödie [Willkommen, Mr. Chance](#) (1979). Im Mittelpunkt steht Chance (Peter Sellers), der seit seiner Kindheit im Haus eines reichen Mannes als Gärtner arbeitet. Als der Mann stirbt, muss Chance das Haus verlassen. Doch alles, was er von der Welt da draußen weiß, hat er bislang nur im Fernsehen gesehen.

Ashbys Film beginnt wie eine moderne Variante von Platons Höhlengleichnis (2009): Wie dessen Gestalten aus der Höhle heraus die Schatten außerhalb beobachten und diese für Wesen aus der „realen Welt“ halten, so übernimmt auch Chance die Attitüden der Gestalten, die er auf der Mattscheibe sieht, und führt sie in der Welt draußen vor. Als er durch Zufall in höchste Washingtoner Politikkreise aufsteigt, wird er aufgrund seiner Verhaltensweise, seiner Sprache und seines korrekten Auftretens von deren Mitgliedern aus Wirtschaft, Regierung und Diplomatie sofort als einer von ihnen anerkannt. Mit seinen infantilen Gartenweisheiten imponiert er dem US-Präsidenten (Jack Warden) und fasziniert die Anchorleute in den wichtigsten Late-Night-Shows des Fernsehens. Am Ende von Ashbys Mediensatire wird Chancey Gardener sogar als neuer US-Präsident „gehandelt“.

Was beim Hauptmann von Köpenick in der preußischen Offiziersgesellschaft des deutschen Kaiserreichs das richtige Auftreten in der richtigen Uniform war, ist bei Hal Ashby am Ende der 1970er-Jahre das vor der Mattscheibe erlernte Fernsehverhalten, eine Art Medienbehaviorismus: spezifische Attitüden, Gesten, Sprechweisen, die seine Hauptfigur beherrscht und ihn, den einfältigen Gärtner, unbesehen als Mitglied der die Mediengesellschaft prägenden Gruppen aus Politik und Wirtschaft auszuweisen scheint. Bissiger wurde der oberflächliche Schein im Politik- und Medienbetrieb selten demaskiert als in dieser Komödie, die zudem verblüffend aktuell ist, denn schließlich wird die USA derzeit tatsächlich von einem Mann geführt, der sein präsidentiales Handeln nicht nur von den Maximen aus seiner Zeit als Immobilien-Mogul ableitet, sondern sein Verhalten vor den Kameras der Welt als langjähriger Fernsehstar „gelernt“ hat.¹

Die aufklärerische Kraft des Fernsehens

Nach der Jahrtausendwende wandelt sich in Kinofilmen die Haltung gegenüber dem Fernsehsystem. Was da über die Bildschirme flimmert, wird nicht mehr allein gesellschaftskritisch als Produkt eines kommerzialisierten Massenbeeinflussungsmittels gesehen, das zudem die Weltbilder der Herrschenden vermittelt und Menschen in ihrem Verhalten bestimmt. Verstärkt wird auch die Funktion des Fernsehens gewürdigt, im demokratischen Diskurs als Aufklärungs- und Kontrollinstanz politischer und gesellschaftlicher Institutionen und Entwicklungen zu fungieren.

Ein wichtiger „Brückenfilm“ für diesen neuen Erzählmythos des Fernsehens ist Ron Howards Kinoproduktion [Frost/Nixon](#) (2008). Der Film rollt die Umstände auf, unter denen US-Präsident Richard Nixon bereit war, dem britischen Talkmaster David Frost 1977 – drei Jahre nach seinem Rücktritt wegen der Watergate-Affäre – ein ausführliches Fernsehinterview zu gewähren. Zu Beginn des Films verkörpert Frost den sattsam bekannten Typus des TV-Managers, der mit starrem Blick auf die Quote durch das Interview kommerziellen Erfolg wittert. Frost trifft auf einen Politiker, der sich klug in Szene zu setzen versteht und so hofft, den politisch unbedarften Frost nutzen zu können, um sich von jedem Verdacht der Vertuschung oder gar der Beteiligung am Watergate-Einbruch befreien zu können. Anfangs geht Nixons Strategie auf. Doch je mehr Frost sich durch Nixon instrumentalisiert und ausgenutzt sieht, desto stärker wächst sein journalistischer Instinkt, Nixon doch noch Äußerungen zu entlocken, die dessen wirkliche Rolle im Watergate-Skandal aufdecken. Am Ende erreicht Frost sein Ziel. Er hat sich vom kommerziell orientierten TV-Macher zum politischen Aufklärer gewandelt.

Eine ähnliche Entwicklung durchlebt auch George Clooney als Lee Gates, Moderator einer Sendung für Börsentipps, in Jodie Fosters Thriller [Money Monster](#) (2016). Das Schicksal eines Geiselnahmens gibt Gates und Patty Fenn (Julia Roberts), der Regisseurin der Sendung, den Anlass, hinter die Kulissen der Finanzbranche zu schauen und deren dunkle Geschäfte aufzudecken.

Mag der Plot von Fosters Film auch etwas einfach gestrickt und simpel aufgelöst sein, so zeigt er doch, wie sich das Bild auf das Massenmedium Fernsehen im aktuellen Kino gewandelt und ausdifferenziert hat.

Als Beleg für diese These mag schließlich der aktuelle Film von Jonathan Dayton und Valerie Faris gelten: [Battle of the Sexes – Gegen jede Regel](#) lief im Herbst 2017 in den deutschen Kinos und erscheint Ende März 2018 auf DVD. Der Film thematisiert ein TV-Event, das mit 90 Millionen Zuschauern zur meistgesehenen Sportübertragung in der Fernsehgeschichte wurde: Das Tennismatch zwischen Billie Jean King (Emma Stone), der damaligen Welt-ranglistenersten, und dem Ex-Champion Bobby Riggs (Steve Carell) im Jahr 1973. Riggs hatte damals vollmundig verkündet, dass Frauen niemals besser Tennis spielen könnten als

Männer und er in der Lage sei, jede Nr. 1 des Frauentennis auf dem Centercourt zu schlagen. King nahm die Herausforderung an und – gewann. Die Frau entschied den „Kampf der Geschlechter“ für sich und verwies den Machismo von Riggs und des hinter ihm stehenden US-Tennisverbands in die Schranken. Ein Sieg der Emanzipation, den das Fernsehen als Live-Event über den ganzen Globus verbreitete und so nicht nur zu einer Stärkung der Stellung von Frauen im Tennis und im Sport allgemein, sondern insgesamt zu einer Einstellungsveränderung gegenüber der Rolle der Frau in der Gesellschaft beitrug.

Fazit

Im Zuge des sozialkritischen Kinos der 1970er-Jahre war die Darstellung des Fernsehsystems im Film vom Generalverdacht geprägt, bloß Geldmaschine und Verbreitungsinstanz herrschender Meinung und konformen Verhaltens in der Mediengesellschaft zu sein.

In den 2000er-Jahren wurde die Charakterzeichnung der Fernsehmacherinnen und -macher zudem weniger stereotypisiert und war durch stärker differenzierte Figurenentwicklungen geprägt wie etwa in Howards *Frost/Nixon*. Die aufklärerische Funktion des Fernsehens rückte stärker in den Mittelpunkt der Darstellung.

Wohl auch, weil in Zeiten zunehmender Skandale in Politik und Wirtschaft die Kontrollfunktion der Medien, etwa durch den investigativen Journalismus, in demokratischen Gesellschaften wichtiger geworden ist, hat sich der Erzählmythos des Fernsehens im Kino nachhaltig gewandelt.

Literatur

Grob, Norbert/Kiefer, Bernd (Hrsg.): *Stilepochen des Films: New Hollywood*. Stuttgart 2017

Platon: *Das Höhlengleichnis*. Frankfurt a.M. 2009

Anmerkung

1 Donald Trump trat jahrelang in der TV-Reality-Show [The Apprentice](#), die u.a. gemeinsam mit Arnold Schwarzenegger produzierte, als Moderator auf und bewertete die Unternehmenskonzepte der Spielkandidatinnen und -kandidaten in einer Art „Vorstellungsgespräch“.

*Dr. Werner C. Barg ist Produzent, Regisseur, Autor und Dramaturg für Kino und Fernsehen. An der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg vertritt er im Institut für Musik, Medien- und Sprechwissenschaften die Professur „Audiovisuelle Medien“. Der zuletzt von ihm produzierte Kinofilm *Einsamkeit und Sex und Mitleid lief 2017 erfolgreich im Kino.**



Erstellt: 28.02.2018

URL: <http://tvdiskurs.de/beitrag/mythos-mattscheibe>

Kontakt: [tvdiskurs\(at\)fsf.de](mailto:tvdiskurs(at)fsf.de)

© tv diskurs. Verantwortung in audiovisuellen Medien