merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Hans-Dieter Kübler: Begrenzt wahrhaftig: die Erweiterung der Medientheorie

Beitrag aus Heft »2000/04: Jugend und Medien«

Grenzbe- wie auch -überschreitungen gehören zum Geschäft des Journalismus: Interessen und Vorteilsnahmen müssen entlarvt, öffentliche Geheimnistuereien aufgedeckt werden, die Privatsphäre bleibt selten tabu, Anstand und Geschmack gehen vor vermarktbarer Sensation und voyeuristischer Präsentation in die Knie. Hin und wieder müssen Gesetze strapaziert werden, zumal wenn sie recht parteiisch sind oder so ausgelegt werden. Auch die vermeintlich sakrosankte Barriere zwischen Wahrheit und Täuschung, zwischen Fakten und Fiction wird nicht selten überschritten. Ganze Litaneien solch journalistischer Verfehlungen und Skandale lassen sich deklamieren.Nun also ein neuer Fall, der des Klatschjournalisten Tom Kummer, der Interviews mit Hollywood-Stars wie Brad Pitt, Kim Basinger oder Sharon Stone sich ausgedacht oder von Büchern abgeschrieben hat. Ausgerechnet der „Focus“, dem selbst schon etliche Inkorrektheiten und Nachlässigkeiten angekreidet wurden, ‘deckte’ Mitte Mai Kummers Machenschaften auf. Postwendend grämen sich wieder die bestellten Tugendwächter im Journalismus um Glaubwürdigkeit und Wahrheit in der Journaille, aber in etlichen Kommentaren mischt sich auch die übliche Häme drunter. Dabei hat Kummer nicht nur das angeprangerte „SZ-Magazin“, beliefert. Doch unisono fiel die Branche über die „Süddeutsche“ her – womöglich weil sie in den jüngsten politischen Skandalen hartnäckige und findige Spürnase war und damit Meinungsmacht gewann? Jedenfalls gaben sich „SZ“ und „SZ-Magazin“ sogleich schuldbewußt, schassten die beiden Chef-Redakteure und entschuldigten sich bei den Lesern, die angeblich betrogen worden seien.Freilich, noch kurz zuvor hatte einer der Chefredakteure des „SZ-Magazins“, Christian Kämmerling, - wie eine von der SZ-Medien-Redaktion eilends, über zwei Seiten der Wochenendausgabe publizierte Dokumentation über den “Casus Kummer” (27. Mai 2000) anführt - just das „Ausloten der Grenzen“ zum publizistischen Motto des Magazins erklärt.

Und alle, die Kummers Wirken in den 80er Jahren beim Lifestyle-Magazin „Tempo“ oder seit Anfang der 90er sein undurchsichtiges Treiben in L.A. kannten, wussten, dass bei ihm nicht alles koscher war. Selbst sein 1997 bei dtv erschienenes Buch „Good Morning, L.A.“, das der Verlag unumwunden als „Panoptikum des medialen Selbst- und Publikumsbetrugs, der Informationssucht in pathologischer Form und Abgründen“ anpreist, enthält sogar Regeln zur „Steigerung journalistischer Effektivität“.Unbeirrt steht daher Tom Kummer zu seinen Usancen: „Mir ging es immer darum“, räsoniert er im „Spiegel“ (21/2000), „die Definition, was Realität ist und was Fiktion, in Frage zu stellen. Wenn ich schreibe, beginnt eine Implosion des Realen. Das ‘SZ-Magazin’ hat mir die Möglichkeiten gegeben, diesen Borderline-Journalismus zu betreiben. Ich wollte die Medientheorie erweitern und dem Magazin Schillerndes abliefern.“ Soviel Selbstbewusstsein und Theoriemächtigkeit sind neu (sofern die Zitate stimmen, was man ja auch nicht genau weiß), wo sonst das mea culpa ansteht. Eine gewisse Klasse kann man Kummers Argumenten jedenfalls nicht absprechen, halten sie doch kongenial mit kuranten poststrukturalistischen Medien- und Realitätstheorien mit. Wahrheit und Wirklichkeit, so tönt es allenthalben: wer kann sie angesichts des medialen Dauerbombardements noch unterscheiden? Intern mokiert sich die Branche schon lange darüber und spielt damit, Marketing und Quoten fest im Blick.

Nur zugeben darf es keiner. Stattdessen wird die Fahne der journalistischen Glaubwürdigkeit hochgehalten.Und am nächsten Tag? Vergessen sind die Tugenden! Ständig werden vielmehr einschlägige Formate entwickelt: Reality-TV, Doku-Soaps, VIP-Porträts, Live-Reportagen und Katastrophen-Hunting bis hin zum Voyeur-Fernsehen à la Big

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Brother – sie alle manipulieren Wahrheit und Wirklichkeit.Und auch die Interviewten oder Prominenten mimen mit im dubiosen Spiel, nutzen es als wohlfeiles Vehikel für ihre Selbstinszenierung. Selbst vermeintlich seriöse Interviews wie die hoch geschätzten im „Spiegel“ werden nach langen, formlosen Gesprächen kollagiert und nachträglich mit den berühmt provokatorischen Fragen versehen, wie kürzlich ein renommierter Jurist aus eigener Erfahrung verriet. Dagegen angehen? Was helfen Gegenmaßnahmen, wenn die Sache längst publiziert ist?Sind wir Leser also von Kummer betrogen worden? Kaum mehr als sonst! Was wäre anders gewesen, wenn er die Stars hätte unmittelbar befragen dürfen: nach vorheriger Abklärung und anwaltlicher Überprüfung der Fragen, mit vorgestanzten Sätzen aus den VIP-Agenturen oder nachträglicher Redaktion durch die persönlichen Agenten?Nein, betrogen worden sind die Redaktionen, die glaubten absatzsteigernde Promi-Ware zu bekommen, und nun von Kummer reingelegt wurden. Deshalb die Aufschreie und die Entrüstung! Für 6000 Mark – und die über Jahre konstant – kriegt man nun mal nicht mehr, kontert Kummer lässig: „Üblicherweise wird für Interviews solchen Zuschnitts ein Vielfaches gezahlt.“ Wer Schnäppchen einkaufen will, muss mitunter mit unsauberer Ware vorliebnehmen.