

Daniela Wentz

Wozu senden? Sendevisionen im Ersten und Dritten Fernsehzeitalter

2015

<https://doi.org/10.25969/mediarep/18628>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Wentz, Daniela: Wozu senden? Sendevisionen im Ersten und Dritten Fernsehzeitalter. In: *ZMK Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung*. Sendung, Jg. 6 (2015), Nr. 2, S. 109–122. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/18628>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - Share Alike 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>

Wozu senden?

Sendevisionen im Ersten und Dritten Fernsehzeitalter

Daniela Wentz

1. Utopien

Einschlägige Darstellungen zur Geschichte des Fernsehens stellen dessen Entwicklung oft nicht nur als recht einseitige Technikgeschichte dar, sondern auch als telelogische Fortschrittserzählung.¹ Die Frage aber, warum zwischen den ersten Erfindungen zur elektrischen Bildübertragung und der Entwicklung des Fernsehens hin zum Leit- und Massenmedium in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts über 70 Jahre vergehen sollten, wengleich einige der wesentlichen Prinzipien des Fernsehens am Ende der 1870er Jahre ausformuliert waren und auch Paul Nipkows Patentanmeldung bereits 1884 erfolgte, wird dort entweder gar nicht gestellt oder aber mit dem Hinweis auf die Unterbrechung der Entwicklung durch die beiden Weltkriege beantwortet. Tatsächlich zeigt jedoch bereits ein kurzer Blick auf von Entwicklern verfasste Texte in dieser ersten Phase des Mediums große Ratlosigkeit über das Potential der zu diesem Zeitpunkt seit fast 15 Jahren in der Entwicklung begriffenen Fernsehtechnologie. Im Jahr 1891 erscheint mit Raphael Eduard Liesegangs *Das Phototel. Beiträge zum Problem des electrischen Fernsehens* das erste Buch, das ausschließlich dem Fernsehen gewidmet ist.² Der Autor trägt hier alle bisherigen Vorschläge und Entwicklungen der technischen Bildübertragung seit 1877 zusammen, muss aber schließlich am Ende des Buches eingestehen: »Über die Verwendung des Phototels lässt sich noch nicht viel sagen, bevor eine wirklich practische Modification hergestellt ist.«³ Einer Vermutung über die Zukunft des Mediums kann er sich dennoch nicht enthalten, wengleich seine Spekulation aus heutiger Sicht ein wenig blutleer erscheint: »Man wird es hauptsächlich neben dem Telephon benutzen.«⁴ Fast schon entschuldigend weist er darauf hin, dass auch

¹ Vgl. etwa Albert Abramson: *Die Geschichte des Fernsehens*, München 2002; David Fisher und Marshall Jon Fisher: *Tube. The Invention of Television*, San Diego u. a. 1997.

² Raphael Eduard Liesegang: *Probleme der Gegenwart*, Band 1: *Das Phototel. Beiträge zum Problem des electrischen Fernsehens*, Düsseldorf 1891.

³ Ebd., S 122.

⁴ Ebd.

schon drei Jahre vorher bereits Ignaz Wallentin den fernsehtechnischen Entwicklungen überwiegend verlegen gegenübersteht: Er, Wallentin, »verhehle sich nicht, dass manche der erwähnten Vorschläge der Telephotographie und der Teleskopie auf electricischem Wege zu phantasiereich sind, in vielleicht sanguinischer Weise gemacht wurden und dass auf diesem Wege nur Erfahrungen gesammelt wurden, welche an sich allerdings wertvoll sind, jedoch noch keineswegs die Probleme des betrachteten Problems in sich bergen.«⁵

Bei aller Eindeutigkeit der technischen Fragestellung muss tatsächlich eines der hauptsächlichen Probleme der schleppenden Entwicklung darin bestanden haben, dass über Sinn und Zweck der elektrischen Bildübertragung nahezu völlige Unklarheit herrschte.⁶ Anregungen über Potentiale und Verwendungszwecke des neuen Mediums hätten die Entwickler_innen des Fernsehens dabei durchaus finden können; etwa bei den diversen fantastischen oder humoristischen Medienutopien, die im ausgehenden 19. Jahrhundert vermehrt und in unterschiedlichen Publikationsorganen erscheinen und die eine große Imaginationskraft hinsichtlich neuer und visionärer Medien entfalten. Schon 1878 erscheint die erste Karikatur zum Thema, George du Mauriers *Edison's Telephonoscope (transmits light as well as sound)* in der Zeitschrift *Punch*.⁷ Die Karikatur schreibt Edison die Erfindung einer Apparatur zu, die sowohl Ton- wie Bildübertragung auf Distanz und live erlaubt. Das Bild und der ergänzende Text zeigen – noch in Einklang mit Liesegangs Vorschlag – ein Ehepaar in London, welches mit seiner Tochter in der britischen Kolonie Ceylon kommuniziert. Ermöglicht wird das Gespräch durch eine Telefonverbindung, die dazugehörige »electric camera-obscura« überträgt auf einer großen Leinwand das Bild der Familienmitglieder. Auch in nicht wenigen Erzählungen und Romanen wird auf die elektrische Bildübertragung spekuliert. So dient auch in Jules Vernes Erzählung *Au XXIX Siècle* der Bild und Ton übertragende »Téléphote« der Kommunikation mit den Liebsten und bringt räumlich getrennte Ehepaare per Bild einander näher. Die bekannteste dieser Medienvisionen ist sicherlich Albert Robidas 1883 erscheinender Science Fiction Roman *Le Vingtième Siècle. La Vie électrique*.⁸ In dieser reich und von ihm selbst bebilderten Schrift gibt Robida einen fiktiven Ausblick auf das 20. Jahrhundert, das hier tatsächlich ganz als Ära des Fernsehens entworfen ist. Unter den zahlreichen sozialen Veränderungen und

⁵ Ignaz Wallentin, 1888, zitiert in ebd.

⁶ Vgl. Dieter Daniels: *Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet*, München 2002, S. 78.

⁷ *Punch*. The London Charivari, 9. 12. 1878, S. 11. Siehe dazu ausführlich: Anne-Katrin Weber: *Audio-Visionen um 1880. Zum Beispiel George Du Mauriers Edison's Telephonoscope (transmits light as well as sound)*, in: Ingo Köster und Kai Schubert (Hg.): *Medien in Raum und Zeit. Maßverhältnisses des Medialen*, Bielefeld 2009, S. 293–312.

⁸ Albert Robida: *Le Vingtième Siècle. La Vie électrique*, Paris 1883.

technischen Errungenschaften, die Robida an manchen Stellen verblüffend zutreffend vorhersieht, ist die genau wie bei Du Maurier »Téléphonoscope« genannte Apparatur »une des plus merveilleuses«.⁹ Der entscheidende Unterschied zwischen den Überlegungen der Entwickler, du Mauriers und Vernes Entwürfen und Robidas Roman liegt darin, dass Robida das Fernsehen aber aus der Idee der Zwei-Wege-Kommunikation herauslöst. Stattdessen entwirft er das *Téléphonoscope* als Broadcast-Medium mit weltweiter Reichweite. Gesendet werden kulturelle, unterhaltende Inhalte, vor allem Theateraufführungen, die zudem simultan in unterschiedlichen Sprachen aufgeführt werden, und sowohl zu Hause, als »théâtre chez soi«, als auch in eigens dafür eingerichteten Theatern empfangen werden können. Vor allem aber erhält das Medium auch journalistischen Wert. Das *Téléphonoscope* bei Robida verändert grundlegend das Gesicht der Presse und des Journalismus im Allgemeinen. So stellt im Roman die Zeitung *L'Epoque* beinahe völlig auf elektrische Kommunikation um, eine Papierausgabe erschien hier nur noch zwei Mal wöchentlich. Stattdessen wird die Zeitung ein »journal téléphonique«, das mindestens vier mal täglich aktuelle Nachrichten sendet. Dazu kommen *Breaking News*, wenn immer es nötig sein sollte.¹⁰ Zu diesem Zweck entsendet *L'Epoque* Korrespondenten in alle Welt, die von Ereignissen und Konflikten berichten. Anders als die Überlegungen der Fernsehentwickler und auch die meisten der spekulativen Auseinandersetzungen mit imaginären Medien der Zukunft sieht Robidas Roman das Fernsehen also nicht einfach nur als eine Art Bildtelefon, sondern bereits als technische, ökonomische und kulturelle Dimensionen umfassendes System mit weitreichenden Konsequenzen.¹¹ Folgenlos bleiben seine Spekulationen bis auf Weiteres dennoch. Noch über vierzig Jahre nach Erscheinen seines Romans und 30 Jahre nach der Veröffentlichung von Liesegang war man in der Frage, wozu die *Phototel*, *Téléphote*, oder wahlweise auch *Téléctroscope*, *Téléphote*, *elektrisches Teleskop*, *Televisor* etc. genannte Technologie dienen sollte, nicht wirklich viel weiter gekommen. Zu diesem Zeitpunkt erscheint, das mag unter diesen Umständen nicht weiter verwundern, die erst zweite zusammenhängende Abhandlung über das Fernsehen. Auch dessen Autor, der ungarische Physiker und Techniker Dénes von Mihaly, versucht sich an einer Zusammenfassung der technischen Entwicklungen und Vorschläge seit den 1870er Jahren, ergänzt durch die Darstellung des von ihm selbst entwickelten »Telehors«.¹² Im Nachwort zu seinem Buch entwickelt er, etwas einfallsreicher als Liesegang, einige mögliche Anwendungsgebiete des

⁹ Ebd., S. 54.

¹⁰ Ebd., S. 201 f.

¹¹ Vgl. auch Daniels: *Kunst als Sendung* (wie Anm. 6), S. 83 f.

¹² Dénes von Mihaly: *Das elektrische Fernsehen und das Telehor* (1923). Zweite Ausgabe, Berlin 1926.

Telehors, die sich über völlig verschiedene Bereiche erstrecken: Neben der wie in allen anderen genannten Texten aufgerufenen Nutzung als Bildtelefon – eine Idee, die sich jedenfalls für das Fernsehen ja nie verwirklichen sollte –, sieht er die Potentiale seiner Technologie in seiner Verwendung als Kundschafterinstrument für die Armee, als Schnelltelegraph für ökonomische Zwecke oder auch zur Übertragung von Fahndungsfotografien für polizeiliche Dienste, bis hin zu seinem Einsatz als Hilfsmittel für die Wissenschaften, etwa Tiefseeforschung und Astronomie.

Relativ nah kommt Mihaly dem, was aus dem Fernsehen als Massenmedium einmal werden soll, dann aber doch, allerdings ohne den Visionen von Robida noch etwas Wesentliches hinzuzufügen:

»Abgesehen von den Vorzügen der Presse, indem sie interessante, mit wichtigen Ereignissen verknüpfte Bilder, sozusagen innerhalb weniger Sekunden zur Veröffentlichung der ganzen Welt zur Verfügung stellt, ermöglicht es [das Telehor, D. W.], dass an verschiedenen Stellen der Erde, nach dem Beispiel des Kinematographen, Theater aufgestellt werden, welche im Wege einer Zentralorganisation überall Berichterstatter unterhalten, welche ihre Apparate auf dem Schauplatz der einzelnen interessanten Vorkommnisse aufstellten, um dieselben an alle entsprechenden Orte sofort weiterzugeben. So könnte man die interessanten Begebenheiten, z.B. Feste, Wettrennen, Boxkämpfe usw. in den Theatern zu der gleichen Zeit sichtbar machen, wenn sie geschehen.«¹³

Da Mihalys Abhandlung über das Fernsehen zu einem Zeitpunkt verfasst wird, an dem sich das Radio als internationales Distributionsmedium schon zu etablieren beginnt, ist es einigermaßen erstaunlich, dass sein Buch schließlich doch mit einem ratlosen Achselzucken endet. Die Zukunft des *Telehors* genauer vorherzusagen, so der Autor, sei wegen dessen »Vielseitigkeit« »kaum möglich«.¹⁴

¹³ Ebd., S. 194.

¹⁴ Ebd.

2. Propheten und Broadcasting

In all den skizzierten disparaten Ansätzen zur Beschreibung der Potentiale des Fernsehens, seien sie noch so vorsichtig formuliert wie bei Liesegang oder so umfassend wie bei Robida, lässt sich doch eine Gemeinsamkeit erkennen. Zwischen den Zeilen zu lesen sind ganz konkrete Hoffnungen, die mit seiner Durchsetzung und seinen medialen Prinzipien verbunden werden. So soll die hauptsächlich durch die Globalisierung bedingte Zerstreung und räumliche Trennung von Familien durch die simultane, die Live-Übertragung von Bild und Ton abgefedert werden. Die Menschen sollen unmittelbar und weltweit an wichtigen Ereignissen teilhaben und nicht zuletzt soll das Fernsehen zur nationalen Einheit und auch zur Völkerverständigung beitragen. Dies wird auf europäischer Ebene bereits fiktiv bei Robida formuliert: »Depuis près d'un siècle, par suite de l'excessive facilité des communications, tous les peuples européens se sont pour ainsi dire fondus en une seule et unique nation.«¹⁵ Und im Vorwort zu Mihaly's Buch heißt es, wohl auch vor dem Hintergrund der Erfahrungen des Ersten Weltkriegs: »Es ist zu hoffen, dass es gelingen wird, den Fernseher restlos auszugestalten und in den Dienst menschlicher Kultur zu stellen, da er auch berufen erscheint, daran mitzuwirken, die Völker wieder einander näher zu bringen.«¹⁶

Gemeinsamkeit durch Gleichzeitigkeit und mediale Überwindung räumlicher Distanz, wie sie das Prinzip des *Broadcasting* verspricht, knüpfen das Senden des Fernsehens und auch des Radios nicht zuletzt eng an die zweite semantische, nämlich die religiöse Dimension des Begriffs der Sendung. Gewiss nicht zufällig fallen entscheidende Kerndaten in der Geschichte des Broadcastings ausgerechnet auf Weihnachten. Schon Nipkow soll – so die selbstgeschriebene Legende – seinen Patentantrag angeblich am Heiligen Abend verfasst haben, nachdem er allein zu Hause, getrennt von seiner Familie und seiner Verlobten, weil er sich das Geld für die Fahrkarte nicht leisten konnte, sich beim sinnierenden Anblick einer flackernden Weihnachtskerze die Frage stellte, wie die Distanz zwischen sich und seinen Liebsten per Bildübertragung zu überbrücken sein könnte. Lohnenswert erscheint in diesem Zusammenhang auch ein Seitenblick auf die Entwicklungsgeschichte des Radios. Als erste Broadcast-Sendung überhaupt gilt die Übertragung des Liedes *O, Holy Night*, auf der Geige dargeboten von einem gewissen Reginald Fessenden, seines Zeichens Sohn eines Pfarrers, am Heiligen Abend 1906, der er eine Lesung aus dem Lukas-Evangelium folgen lässt.

¹⁵ Robida: *Le Vingtième Siècle* (wie Anm. 8), S. 114 [»Seit fast einem Jahrhundert sind die europäischen Völker bedingt durch die exzessiven Kommunikationsmöglichkeiten quasi zu einer einzigen Nation verschmolzen«, Übers. Daniela Wentz].

¹⁶ Vorwort von Eugen Nesper, in Mihaly: *Das elektrische Fernsehen* (wie Anm. 12), S. 5.

Ein Pfarrerssohn genau wie Fessenden ist auch Lee de Forest, ebenfalls Radio-Pionier der ersten Stunde. De Forest ist nicht nur der Erfinder der ersten elektronischen Röhre der Radiotechnik, sondern auch der Erste, der den Begriff des *Broadcasting* für die Tonübertragung mittels elektronischer Wellen verwendet. Aus seiner Autobiographie ist dazu folgendes Zitat übermittelt:

»Da ist Musik, süßeste aller Seelenfreuden, freigiebig geschaffen, ausgestreut [broadcast] wie ein Gut, einer gestern noch unbekanntem, neuen Kunst zugehörig, und durch sie verteilt. Alle ihre Geheimnisse [...] beiseite lassend, eile ich voraus, um weiter zu schreiten in die radikale Zukunft, denn diese glorreichen Vibrationen des Klangs der neuen Elektrizität will ich übermitteln, ohne einen Träger, außer diesem unberührbaren, unsichtbaren, körperlosen Geheimnis aller Geheimnisse – den Äther.«¹⁷

De Forests Antrieb zur Entwicklung des Radios, das wird aus seinen nachgelassenen Tagebüchern ersichtlich, ist vor allem sein missionarischer Glaube.¹⁸ Wie Daniels herausgearbeitet hat, sind es vor allem Nikola Teslas Schriften, die in ihm den Wunsch wecken, »selbst in diese schmale Sphäre zu gelangen, welche die Verbindung zwischen Gott, dem menschlichen Geist und der niederen Materie schafft«.¹⁹ Auf seine Leistung zur Entwicklung des Radios zurückblickend, in dem er das ideale Mittel sieht, dieses Ziel zu erreichen, bringt er seinen Stolz darüber zum Ausdruck, »eine wichtige Rolle in diesem neuen Evangelium« gespielt zu haben.²⁰ 1908 gelingt De Forest die erste Sendung von Musik über große Distanz in Europa. Seine Sendestation ist der Eiffelturm, auf dem er gemeinsam mit seiner Frau die ganze Nacht Platten auflegt, deren Klang sich bis nach Marseille übertragen lässt. Dies geschieht 13 Jahre, bevor der Eiffelturm offizielle französische Radiostation wird. Sind diese ersten Übertragungen von Schallwellen mittels Funk durch Fessenden und De Forest also noch halb-private Angelegenheiten zweier religiös Motivierter, denen vor allem an der Verbreitung der frohen Botschaft gelegen war, beginnt man in Paris die ersten offiziellen Radio-Test-Sendungen ebenfalls pünktlich an Weihnachten im Jahr 1921. Kann es da ein Zufall sein, dass 68 Jahre nach Nipkows Patent, die ARD, damals noch NWDR, mit der ersten Ausstrahlung am 25. Dezember 1952 ihren regulären Sendebetrieb aufnimmt?

¹⁷ De Forest 1950, zitiert in Daniels: Kunst als Sendung (wie Anm. 6), S. 96.

¹⁸ Vgl. dazu die Biographie De Forests von James Hijiva, von ihm selbst als »a study in the history of the religion of technology« bezeichnet; James Hijiva: Lee de Forest and the Fatherhood of Radio, London/Toronto 1992, hier S. 16.

¹⁹ De Forest, zitiert in: Daniels: Kunst als Sendung (wie Anm. 6), S. 97.

²⁰ Ebd.

3. Fernsehsendung

Die skizzierten Versuche, die Möglichkeiten des neuen Mediums Fernsehen auszuloten, machen deutlich, wie auch Daniels unterstreicht, dass hier eine klare Trennung zwischen wissenschaftlichen und fantastischen Ansätzen, zwischen Science und Fiction, kaum zu ziehen ist.²¹ Ein Romanautor wie Albert Robida und ein Karikaturist wie George Du Maurier dürfen wohl ebenso legitim seine »Erfinder« genannt werden wie Paul Nipkow – zumal dieser selbst die von ihm erfundene Scheibe niemals baute und das Fernsehen als ein bloßes »Gedankenexperiment« bezeichnet hat.

Und es bedarf schließlich erst des Radios und dessen Entwicklung von der dualen hin zur radialen Signalübertragung, bis das Fernsehen zu seiner eigenen Bestimmung als Broadcastmedium findet. Die eingangs gestellte Frage »Wozu senden« verliert mit diesem Zeitpunkt jedoch nicht im Geringsten an Dringlichkeit. Aber der Ort, an dem sie gestellt wird, wird ein grundlegend anderer. Die Reflexionen über das Fernsehen, wie sie hier in Form der frühen und notwendigerweise dem Medium externen Utopien vorgestellt wurden, werden nun, da das Medium ein Programm erhält, abgelöst durch Reflexionen des Fernsehens über seine Bestimmung selbst. Auf welche Weise dies geschieht, mag ein frühes Beispiel zeigen. So ist etwa die oben angedeutete Idee der (nationalen) Einheit durch Gleichzeitigkeit, die das Medium verspricht, zugleich das erste Thema einer der bekanntesten Dokumentar- und Nachrichtensendungen der frühen amerikanischen Fernsehgeschichte, *SEE IT NOW* (USA, CBS, 1951–1958). Diese beginnt ihre Pilotsendung mit dem Bild zweier nebeneinander angeordneter Bildschirme im Studio der CBS, die jeweils eine der beiden Ozeanküsten zeigen, die die USA begrenzen. Auf der einen Seite sehen wir ein Bild aus New York, auf der anderen Seite aus San Francisco. Diese frühe News-Sendung sendete »from the actual control room of studio 41«, wo Edward Murrow, der *anchor* der Show, vor diesen beiden Bildschirmen sitzend den Zuschauer_innen zunächst nicht nur erklärte, was sie da sahen, sondern auch die Außergewöhnlichkeit dieses Anblicks: »We have here two monitors, which will serve in effect the purpose of loud speakers [...] We are as newcomers to this medium rather impressed by the whole thing, impressed for example that I can turn to Don here and say: »Don, can you push the button and bring in the Atlantic coast?«²² Nach einer mehrminütigen Sequenz, in der zunächst die Atlantik-Küste auf Monitor 1 und dann die Pazifik-Küste auf Monitor 2 in das Studio geschaltet werden und dann alternierend die Golden Gate

²¹ Daniels: Kunst als Sendung (wie Anm. 6), S. 89.

²² *SEE IT NOW* war die televisuelle Nachfolgesendung der bereits etablierten Radiosendung *HEAR IT NOW*, ebenfalls mit Murrow (CBS Radio, 1950–1951).

Bridge der Brooklyn Bridge, die beiden Skylines der Städte und schließlich der Blick auf die Weite der Ozeane hinaus einander gegenübergestellt werden, wendet sich Murrow, hinter ihm nun die beiden Monitore wieder an das Publikum: »We for our part, are considerably impressed. For the first time, man has been able to sit at home and look at two oceans at the same time.« Dieses selbstreflexive Moment des noch jungen Fernsehens verortet Mimi White in Anlehnung an Tom Gunning unter dem Begriff des »television of attraction«, wobei, so die Autorin, die Attraktion dieser Bilder weniger in ihrer Live-Temporalität, als vielmehr in der Tatsache ihrer Ermöglichung dieses eigentlich menschen-unmöglichen Blickwinkels liege, der zugleich die Visualisierung des gesamten Sendegebiets des Fernsehsenders darstelle:

»The temporality of these images in terms of when they were shown was far less pertinent than the presentation of two discrete and distant places being shown simultaneously. This particular pair of images also displays the national space of North American network television coverage at the time. Crucially, this image also calls attention to itself as a technologically enabled, mediated representation, by showing something that no person could ›really‹ see.«²³

Dieses durch SEE IT NOW zur Darstellung gebrachte Sendegebiet, so lässt sich hier hinzufügen, ist zugleich – und für das Fernsehen und sein Selbstverständnis ebenso wichtig – deckungsgleich mit dem Bild der Nation, an die es sich richtet.

Genau wie in der frühen Entwicklungsphase des Mediums die fiktiven Utopien die zugleich größte Imaginationskraft hinsichtlich seines Nutzens und seiner Möglichkeiten und die höchste Treffsicherheit hinsichtlich seiner tatsächlichen Zukunft für sich beanspruchen können, ist aber der maßgebliche Ort, an dem das Fernsehen nun selbst beginnt, über sich und seine Möglichkeiten nachzudenken, ebenfalls vor allem im fiktionalen Bereich zu suchen. Dasjenige Sendungsformat, dem hierbei eine besondere Rolle zukommt, ist die Fernsehserie. Die Serie ist das privilegierte Format der Reflexion des Fernsehens nicht nur wegen der Fiktionskraft des seriellen Erzählens, sondern auch, weil das Fernsehsenden, das Broadcasting, zutiefst mit der Serialität bzw. dem Seriellen als Prinzip verknüpft ist. Die Serie entsteht in genau jenem Moment, an dem das Fernsehen zum Massenmedium wird und sie ist für eben jene Entwicklung von unabdingbarer Bedeutung. So ist die Serie diejenige ästhetische Form, die in ihrer Temporalität der Medialität des Fernsehens zutiefst entgegenkommt, wenn nicht entspricht.

²³ Mimi White: *The Attractions of Television. Reconsidering Liveness*, in: Nick Couldry und Anna McCarthy (Hg): *Mediaspace. Place, Scale and Culture in a Media Age*. London/New York 2004, S. 75–91, hier S. 84.

Ohne Serialität ist auch eine Sendepplatzstrukturierung zudem schwerlich vorstellbar, eine Bedingung für die vollkommene Eingelassenheit in die Lebenswelt der Zuschauer_innen. Wie Andrew Crisell treffend bemerkt: »It is not simply that the great majority of television and radio programmes are part of a series: we could argue that the whole of broadcasting embodies the principle of seriality.«²⁴ Genau jene Eingelassenheit in die Lebenswelt, die Verschränkung mit dem Alltag der Nation, die, so das Selbstverständnis des Mediums, Fernsehnation sein soll, erreicht das junge Massenmedium Fernsehen auch durch die Verschränkung mit dem oben dargestellten und schon früh in seiner 1. Entwicklungsphase formulierten Ideal der Einheit der Familie. Es entdeckt dabei aber nicht nur seinen Nutzen für die Familie, wie sie Du Maurier und Verne imaginiert hatten, sondern umgekehrt vor allem den Nutzen der Familie für sich selbst, nämlich als ideale Zuschauer_innenkonstellation.²⁵ Das frühe deutsche Fernsehen beispielsweise führt dieses Ideal seinem Publikum erster Stunde bereits mit der ersten Familienserie eindrücklich vor Augen. In der *FAMILIE SCHÖLERMANN* (D, 1954–1960), Serienstart im Jahr 1954, entspricht die Zeit der Ausstrahlung, zwischen 20 und 21 Uhr abends, exakt der Zeit der Diegese. Das immer gleiche Setting des Wohnzimmers, in dem die Familie ihr Abendessen einnimmt, dient nicht nur als eine Gelegenheit, das Familienleben zu problematisieren und zu normalisieren, sondern auch dazu, sich mit den täglichen Routinen des Publikums zu verschränken. Die Zuschauer_innen sollten das Gefühl haben, ihren Nachbarn ins Wohnzimmer schauen zu können. Dementsprechend lautet der Untertitel der Serie: *FAMILIE SCHÖLERMANN. UNSERE NACHBARN HEUTE ABEND*. Durch die Entwicklung von Sendeschemata einerseits, die ganz und gar auf dem Prinzip der Serialität basieren und die den Tag, die Woche und das Jahr strukturieren, und durch die Adressierung des Publikum als Familie andererseits, indem es ihm vor allem seine eigenen Familienideale vor Augen führt, reflektiert das Fernsehen hier also auf sein eigenes Selbstverständnis, das in ganz wesentlichen Fragen die in es gesetzten Hoffnungen der Utopien seiner Früh- und Vorgeschichte fortführt.

²⁴ Andrew Crisell: *Liveness and Recording in the Media*, Basingstoke 2012, S. 26.

²⁵ Vgl. dazu Lynn Spiegel: *Make Room for TV. Television and the Family Ideal in Postwar America*, Chicago 1992.

4. Senden im Dritten Fernsehzeitalter: »A mission to civilize«

Bei allen Veränderungen technischer, ökonomischer und institutioneller Art, die das Fernsehen im Laufe seiner Entwicklung unterläuft, wird es von der Fernsehserie nicht nur begleitet, sondern diese Veränderungen werden von ihr zugleich reflektiert, mit gestaltet, sogar ausgelöst.²⁶ Für kein Fernsehzeitalter gilt das so sehr wie für die Gegenwart des Fernsehens, deren Umwälzungen sich mindestens so nachhaltig darstellen wie diejenigen der 1950er Jahre. Das bis dato gültige Selbstverständnis des Mediums steht hier ebenso zur Disposition – notorisch: »It's not TV, it's HBO« – wie die gängigen beschreibenden Modellierungen seiner Medialität. Begriffliche Neuerungen zur Beschreibung des Fernsehens machen dabei die Konsequenzen für das Fernsehen als Industrie, Technologie und ästhetische Form in aller Reichweite deutlich. Nicht zuletzt betrifft dies ganz maßgeblich das Fernsehen als Sendeform. So wird etwa der Begriff des *Broadcasting* durch den des *Narrowcasting* ersetzt, um die Multiplizierung und Ausdifferenzierung der Sendekanäle und die Proliferation von *Pay-TV*, *TV on Demand* und Streaming Portalen wie *Hulu* und *Netflix* zu fassen. Noch radikaler begreift auch der Begriff der *Post-Broadcast-Era* den massiven Wandel, den das Fernsehen als Sendemedium unterläuft.²⁷ Die Fernsehserie ist für diese Gegenwart des digitalen Fernsehens nicht nur eines der prägenden Formate, sondern Erstere spiegelt sich maßgeblich sowohl in den ästhetischen Ausprägungen, als auch in den sendestrukturellen Besonderheiten Letzterer wider. Fernsehserien lösen sich hierbei im besonderen Maße aus dem televisuellen *Flow*, etwa indem sie als hyperdiegetische, transmediale Phänomene die Grenzen des Mediums überschreiten oder indem sie zum Beispiel als Eigenproduktionen der erwähnten Streamingportale gar nicht mehr als televisuelle Sendeformen im engsten Sinn begriffen werden können.²⁸ *Netflix* im Besonderen hebt das serielle Sendeprinzip in vielen Fällen gleich ganz auf, indem es die jeweiligen Staffeln seiner Serien wie *HOUSE OF CARDS* (USA, 2013–, Beau Willimon) oder *ORANGE IS THE NEW BLACK* (USA, 2013–, Jenji Kohan) nicht wöchentlich wie für das televisuelle Serienprinzip üblich Folge für Folge zum Streaming zur Verfügung stellt, sondern im Gesamten präsentiert,

²⁶ Vgl. dazu Benjamin Beil, Lorenz Engell, Dominik Maeder, Jens Schröter, Herbert Schwaab und Daniela Wentz: *Das Fernsehen als Agent des Wandels*, Berlin u. a. 2015; vgl. auch Michele Hilmes: *Only Connect. A Cultural History of Broadcasting in the United States*, Boston 2014.

²⁷ Prominent in die fernsehwissenschaftliche Debatte eingeführt etwa bei: Graeme Turner und Jinna Tay: *After TV. Understanding Television in the Post-Broadcast-Era*, New York 2009.

²⁸ Vgl. Dominik Maeder und Daniela Wentz (Hg.): *Der Medienwandel der Serie* (= Navigationen. Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften Heft 1/2013), Siegen 2013.

sodass theoretisch alle Folgen nacheinander rezipiert werden können. Das Sendeprinzip der Serie wird so gleichwohl ersetzt durch das Sendeprinzip des Ereignisses.

Wie aber steht es bei allen Umwälzungen, mit denen das Medium konfrontiert ist, um sein mediales Selbstverständnis? Weil dieser Text mit den Blicken in die Zukunft des Mediums seinen Anfang genommen hat, soll im Folgenden abschließend umgekehrt verfahren werden, mit einem Mikro-Blick auf eine Serie, die zwar ganz in der Gegenwart verankert ist, dabei aber eine Haltung präzise gegenüber dem Sendungsbewusstsein und Selbstverständnis des Fernsehens einnimmt, die nur retrospektiv genannt werden kann.

»Reclaiming the fourth estate. Reclaiming journalism as an honorable profession. A nightly newscast that informs a debate worthy of a great nation. Civility, respect, and a return to what's important; the death of bitchiness; the death of gossip and voyeurism; speaking truth to stupid. No demographic sweet spot; a place where we all come together.«²⁹ Diesem, in der entsprechenden Szene zwischen Leidenschaft und Pathos vorgetragenen hehren Ziel verschreibt sich die Redaktion des Nachrichtenjournals *News Night* des Kabel-Nachrichtensenders *Atlantis Cable News* gleich in der ersten Episode der kürzlich nach nur drei Staffeln beendeten Serie *THE NEWSROOM* (USA, 2012–2014, Aaron Sorkin). Deren Narration dreht sich im Wesentlichen um die Produktion und Sendung eben jenes erwähnten Nachrichtenjournals. Zu den herausragenden Merkmalen der Serie gehört ihr Aktualitätsbezug, das heißt dass sämtliche Ereignisse, mit denen sich die Berichterstattung vor allem in der ersten und dritten Staffel der Serie beschäftigt, tatsächlich, in der aus Sicht der Serie allerjüngsten Vergangenheit stattgehabte Nachrichtenereignisse zeigen, wie etwa die Explosion der Ölplattform *Deepwater Horizon* im Golf von Mexiko im Jahr 2010, den militärischen Einsatz zur Tötung Osama bin Ladens 2011 oder das Attentat auf die Politikerin Gabrielle Giffords im gleichen Jahr. Die zweite Staffel verfolgt einen Handlungsbogen, in dem die *News Night* versehentlich einen falschen Bericht sendet, wonach das US-Militär ein Nervengas im Afghanistan-Krieg verwendet haben sollte. Referenz ist hier kein Ereignis der allerjüngsten Vergangenheit, sondern ein Medienskandal aus den 1990er Jahren, in dem *CNN* und das *TIME Magazine* relativ unverbürgt über eine solche militärische Maßnahme während des Vietnam-Kriegs berichteten. Die dritte Staffel wiederum nimmt gleich zwei kontroverse Themen des zeitgenössischen Journalismus ins Visier. Anhand des Bombenattentats auf den Boston Marathon im Jahr 2013 beleuchtet die Serie aus einer ausnehmend kritischen Perspektive das Phänomen und die Rolle des sogenannten *citizen journalism*, womit die

²⁹ Executive Producer Mackenzie McHale (Emily Mortimer) in *THE NEWSROOM*, S01E01.

aktive Beteiligung nicht-professioneller Medienschaffender an der Recherche und dem Verbreiten von Nachrichten bezeichnet wird. Die letzte Geschichte der Serie schließlich dreht sich um einen fiktiven *whistleblower*, der einem Mitarbeiter der *News Night* Beweise für eine fiktive Greueltat in einem afrikanischen Staat zu spielt, was schließlich dazu führt, dass der Protagonist der Serie, *News Anchor* Will McAvoy (Jeff Daniels) in nicht erfolgreiche Beugehaft durch die *CIA* genommen wird, weil er sich weigert, seinen Mitarbeiter oder die Quelle selbst zu verraten.

Verhandelt werden in dieser Serie also die großen Themen, Herausforderungen und Kontroversen des zeitgenössischen Journalismus, in direktem Bezug zu oder in Anspielung an realweltliche Ereignisse, die und die mit ihnen zusammenhängende Medienberichterstattung die Zuschauer_innen problemlos aus dem Kurzzeitgedächtnis abrufen können. Mit großem, ostentativ vor sich hergetragendem Ethos verfolgt die *News Night* dabei ihr gleich zu Beginn erklärtes Ziel einer kritischen, investigativen Sendung, die sich vom herrschenden Sensationsjournalismus abhebt. *THE NEWSROOM* handelt auf diese Weise nicht einfach nur von einer Nachrichtensendung und ihrer Produktion, sondern sehr viel vordergründiger von deren *Missio*, ihrer Sendung, welche erklärtermaßen lautet, man sei auf einer »mission to civilize«. Überdeutlich wird dies nicht nur in den der Serie ganz eigenen Versionen, wie die von ihr aus der nahen Vergangenheit heraufbeschworenen Ereignisse von den Medien hätten behandelt werden können und natürlich sollen, sondern auch indem sie sich ganz explizit in die Tradition eines von ihr als Vorbild für diese Art von aufklärerischem, integerem Journalismus ganz explizit aufgerufenen Fernsehjournalismus stellt. Der Bezug zu Letzterem wird in jeder einzelnen Folge erneut hergestellt, dabei nicht immer in der Episode selbst, aber immer im Serienvorspann.³⁰ Dieser entfaltet nach seinem ersten Bild, welches einen die Erde umkreisenden Satelliten zeigt und damit die Gegenwart und Reichweite des Fernsehens im Blick hat, eine langsame, mit nicht anders als melancholisch zu bezeichnender Musik unterlegte Montage von Schwarz-Weiß-Bildern. Wir sehen Standbilder von Szenen und Fotografien von Ikonen des amerikanischen Fernsehjournalismus. Darunter prominent besagten Edward Murrow, dessen Nachrichtensendung *SEE IT NOW* aus den 50er Jahren das Bild des kritischen TV-Journalismus für immer prägen sollte, Chet Huntley und David Brinkley, die *News Anchor* der *NBC* während der gesamten 1960er Jahre und Walter Cronkite, in den 60ern und 70ern Hauptnachrichtensprecher der *CBS Evening News*. Unterbrochen wird diese Montage immer wieder von Textinserts wie *News Bulletin*, *Breaking News*, *Evening News* etc.

³⁰ Dies gilt nur für die erste Staffel. Danach ändert sich der Vorspann.

Im Anschluss an diese Montage werden in ganz ähnlicher Weise kurze Szenen aus der ersten Staffel der Serie gezeigt, nur wesentlich schneller geschnitten und auch hier immer wieder unterbrochen oder überlegt mit den »Nachrichtenfernsehen« anzeigenden Schriften. Dieser zweite Teil unterscheidet sich vom ersten vor allem durch seine Farbigkeit und einige bildtechnische Spielereien wie etwa transluzente Flächen, die an manchen Stellen über die Bilder gleiten. Viel dominanter als dieser »Televisualität« (John Caldwell), und damit mehr oder weniger »Neues Fernsehen«, markierende Effekt ist aber die bildästhetische Gemeinsamkeit, die den ersten und zweiten Teils des Vorspanns zusammenhält und so die Bindung an die Tradition herstellt: Alle Bilder sind überlegt mit überdeutlichen, horizontalen Streifen, die an die Zeilensprungtechnik und mögliche störende Artefakte dieser Technik insbesondere vor der Einführung des hochauflösenden Fernsehens erinnern. Der Fernsehjournalismus, dem sich *The News Night* verschrieben hat, wird damit eindeutig in der Vergangenheit, und zwar einer sehr spezifischen Vergangenheit verortet, nämlich im sogenannten *Golden Age of Television*, der Zeit der großen *Broadcast Networks*, vor der Zeit des *Narrowcastings*, also der erwähnten Einführung des Kabel- und Zielgruppenfernsehens. Auch innerhalb der Episoden fallen die Namen der *Anchor Men* und die Reichweite ihrer politischen Einflussnahme immer wieder:

Charlie: Anchors having an opinion isn't a new phenomenon. Murrow had one and that was the end of McCarthy. Cronkite had one and that was the end of Vietnam.

Will: I'm not those guys.

Charlie: I'm betting all my money on you're wrong. You know what, kiddo? In the old days of about 10 minutes ago, we did the news well. You know how? We just decided to.³¹

Die *good old times* des TV hochhaltend kämpft *The News Night* also, sich selbst mit Don Quijote vergleichend, gegen die Veränderungen und Zwänge des zeitgenössischen Fernsehjournalismus, und das heißt vor allem: Quoten, Konkurrenz nicht nur durch eine pluralisierte Fernsehlandschaft, sondern vor allem durch das Internet als Informationsmedium, Werbekunden und andere ökonomischen Belange. Im direkten Abgleich mit »echter« Berichterstattung wird die Serie nicht müde zu betonen, dass diesen Widrigkeiten zum Trotz ein anderer Journalismus als der, den wir kennen, nicht nur einmal möglich war in einer Zeit, die diese Widrigkeiten nicht kannte, sondern prinzipiell auch heute noch möglich wäre. Von der erklärten *mission to civilize* der Journalist_innen der *News Night* zeigt die Serie selbst so nicht

³¹ THE NEWSROOM, SOIEOI.

die geringste Distanznahme. Vielmehr ist dem missionarischen Eifer Ersterer das Sendungsbewusstsein Letzterer nahezu deckungsgleich.

5. Sendeschluss?

Auf welche Weise die zeitgenössische Serie die beschriebene Gegenwart des Fernsehens fasst, eine Gegenwart, die nicht selten gleichgesetzt wird mit dem Ende des Mediums, kann niemals pauschal, sondern nur unter Hinweis auf die auch für die Serie geltende Diversifizierung beantwortet werden. Anhand der Formen und Veränderungen der Serie lassen sich aber gleichwohl nicht nur die Veränderungen des Fernsehens als Sendemedium selbst ablesen, sondern auch die für das Fernsehen, wie das Beispiel zeigen sollte, nach wie vor virulente Frage stellen: »Wozu senden?«.

In der Verschränkung von gleichermaßen utopischer wie nostalgischer Rückschau auf einen Journalismus, den es vielleicht so wie hier dargestellt nie gegeben hat, der aber gleichwohl als Referenzpunkt für den nicht minder utopischen missionarischen Impetus und Eifer der Serie, gerichtet auf das, was sein könnte, dient, präsentiert sich mit *The Newsroom* ein Fernsehen, das trotz seines vielfach beschworenen Todes das Feld nicht kampflos verlassen will. Völlig bruch- und distanzlos besinnt sich das Medium mit den Mitteln des »Neuen Fernsehens« in der Serie auf die hochgehaltenen Werte des Alten. Jedenfalls für *The Newsroom* gilt, dass Senden auch in der Post-Broadcast-Ära wenig von seinem aus der Sicht des Fernsehens uralten Reiz verloren hat und die mit ihm verbundenen Hoffnungen und Versprechungen nach wie vor Aktualität behaupten.