

Joan Kristin Bleicher

Walter Kempowski: Bloomsday 97

1998

<https://doi.org/10.17192/ep1998.2.3334>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bleicher, Joan Kristin: Walter Kempowski: Bloomsday 97. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 15 (1998), Nr. 2, S. 167–170. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1998.2.3334>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Walter Kempowski: Bloomsday 97

München: Albrecht Knaus Verlag 1997, 396 S.,

ISBN 3-8135-0081-0, DM 58,-

Seit seiner Existenz sind Schriftsteller fasziniert vom Medium Fernsehen. Wohl eher berufsbedingt, interessieren sie sich dabei weniger für die Bilder, als vielmehr für die Texte des Mediums. Durch ihre Verwendung der literarischen Collagetechnik versuchten Autoren wie Uwe Nettelbeck und Rainald Goetz Formen sprachlicher Sinnentleerung der Fernsehvermittlung offen zu legen. Neben ihren Texten aus Karnevals- und Nachrichtensendungen nutzten auch andere Autoren Collagen, insbesondere Werbeslogans, Spielfilm- oder Seriedialoge als Material. Daß Bilder im Fernsehen als eigene Bedeutungsträger zur Sinnbildung beitragen, wurde bei diesen Versuchen allerdings übersehen. Die Reduktion auf die Sprachvermittlung impliziert bereits die negative Blickrichtung auf das Medium. Gerade die Bilder des Fernsehens füllen die Sinneinheiten, die die Worte offen lassen. Sprache ergänzt nur die visuelle Information. Fehlen die Bilder, so wirken die verbleibenden Worte zwangsläufig nur noch sinnentleert, und das Medium Fernsehen erscheint als Großerzeuger sprachlicher Banalitäten.

Die gleiche Falle hat nun auch Walter Kempowski für das Fernsehen aufgebaut. Sein Vorhaben ist es, Tageshistorie des Fernsehens in einer dokumentarischen Montageliteratur zu erfassen, die gleichzeitig auch einen neunzehnstündigen Längsschnitt durch die Zeitgeschichte zieht. Das Ergebnis dieses Vorhabens hat Kempowski im Knaus Verlag veröffentlicht. Im heimischen Nartumer Wohnzimmer durchstreifte der Schriftsteller am „Bloomsday 97“ siebenunddreißig Fernsehkanäle, wobei er schnell zu ihn interessierenden Wortkaskaden zurückkehrt: Zappen ohne Bilder als Flanieren durch die deutsche Fernsehwirklichkeit am 16.6.1997 von Aufnahmegegeräten festgehalten und schriftlich protokolliert. Kempowski beginnt seinen Fernsehtag beim Frühstückfernsehen und wird nachts um 2.59 Uhr von einer männlichen Stimme mit philosophischen Weisheiten in den wohlverdienten Schlaf gesungen: „Das Leben kommt, das Leben geht.“ Die Chronologie des Fernsehlebens am *Bloomsday 97* wird in der oberen Seitenhälfte jeweils von Zeitangaben begleitet.

Kempowski reduziert das Fernsehen auf seine verbale Vermittlungsebene in einer „geschwätzigen, allumfassenden, mischmaschigen Chronik“ (James Joyce) aus männlichen und weiblichen Stimmen. Kommentarlos reiht er die gesammelten Wortfrüchte seines Flaneurtums aneinander: Banalitäten aus Talkshows (zu den Themen „Übergewicht“ oder „Stotterer“ finden sich Sequenzen wie: „jetzt sitzt man allein da, kein Arzt, der einen auch unterstützt oder ... ja, wie soll ich sagen ... echt keine Hilfe“ [S.117]) und kunsthistorischen Versatzstücken in Comicserien (Turtle Michelangelo vergleicht sich mit Leonardo) treten neben die, nach dem dritten Lesen nicht mehr ganz so aktuellen, Nachrichten, Wetterberichte und Staumeldungen. Zahllose Wiederholungen machen deutlich: Über die Bedeutung aktueller Themen scheinen sich die Sendeanstalten weitestgehend einig zu sein: so sind die Beziehungs-

probleme und der Selbstmordversuch von Naomi Campbell von besonderem Interesse. Manches tritt auch nur kurz und leise auf die Bühne des Mediums. Eher still erfolgt der Abschied von Helmut Fischer, dessen schauspielerisches Können am gleichen Abend die ARD mit der Wiederholung von *Monaco Franze* dokumentierte.

Fernsehrhetorische Mittel von großer Bandbreite stehen nebeneinander: Animationsgelaber aus Gameshows oder Sportsendungen („O-gott-o-gott, wer wird der erste sein, der unsern Wahnsinnsfelsen hier erklimmen wird“ [S.182]), konflikt- und schicksalsreiche Seriedialoge („Als Chefin meiner Firma verspreche ich dir, daß du dich von deiner kleinen blonden Schnepfe scheiden lassen wirst, und zwar, um mich zu heiraten. Was sagst du?“ [S.114]) Bei den ebenfalls enthaltenen ausländischen Programmen dominiert die sachliche Information. Kinderfotos aus der Sammlung des Autors sind die einzigen visuellen Elemente des Buches. Sie sollen dem infantilen Charakter des Mediums bildhaften Ausdruck verleihen. Kempowski scheute wohl das komplexe Vermittlungspotential der Fernsehbilder.

Dem in die Literatur umgesetzten Zappen via Buchabsatz kann auch der fernseherfahrene Leser nur mit Anstrengung folgen. Fehlen ihm doch zur Sendungsidentifikation die zentralen Bilder des Mediums, seine etablierten optischen Zeichensysteme. Die Kennzeichnung von Comicstimmen hilft dabei nur wenig weiter, zumal sie bei den Comics des frühen Vormittags oftmals fehlt. Auch bei den Namen seiner Fernsehhelden kommt Kempowski manchmal in Schwierigkeiten. Aus dem Enterprise-Besatzungsmitglied „Data“ wird bei ihm „Dater“ und auch Kommissar „Thanner“ muß in seinem Namen auf das „h“ verzichten.

Die Textabschnitte folgen einer eigenen, vom Autor festgelegten, Dramaturgie. Dadurch, daß Kempowski Szenen meistens vollständig rezipiert, ermöglicht er dem Leser zwar, die Gags von Sitcoms oder Comedy-Sendungen zur Kenntnis zu nehmen, verhindert aber so Dialoge zwischen Fernsehfragmenten, in denen Sendung Y den Satz der Sendung X mit einer überraschenden Formulierung abschließt. Neben Themen aus den Bereichen „Schreiben“ und „Literatur“ scheinen für Kempowski stellvertretend für den Zuschauer der neunziger Jahre gerade auch jene Informationen von Interesse zu sein, die ihn nicht unmittelbar in seiner Lebenswelt betreffen: für operative Brustvergrößerungen vermag er ebensoviel Interesse aufzubringen wie für Enthaarungscreme, den Airtech-Glider oder die besonderen Vertragsbedingungen bei der Mitgliedschaft in Fitneßstudios. Auch die Zitronenkraft von Reinigungsmitteln scheint ihn zu beeindrucken. Nur so läßt sich erklären, daß er den gleichen Werbespot ca. fünf Mal in voller Länge verfolgt. Manchmal wird er auch von den Angeboten des Mediums gefangen genommen. Seine Faszination an den Äußerungen Heiner Müllers im Nachtprogramm nimmt zu. Nach einer Übergangsphase wird Müller nur noch von wenigen Zapp-Störungen unterbrochen.

Kempowski reiht sich mit *Bloomsday 97* bewußt in die literarische Tradition des irischen Flaneurs Leopold Bloom ein, der in James Joyces *Ulysses* am 16. Juni 1904 Dublin durchstreifte. Zeitgleich zu Kempowskis Streifzügen durch die Fernseh- und

Hörfunkprogramme seines Kabelangebots wird Leopold Blooms Tagesablauf an den Kapitelanfängen jeweils kurz und damit um so ironischer pointiert. Diese Zusammenfassung, so erfährt der staunende Leser, ist dem Internet entnommen. Am Ende der Kapitel, die allein durch den Stundenrhythmus gebildet werden, stehen Idyllen heraufbeschwörende Liedtexte aus dem Bereich des volkstümlichen Schlagers wie: „Und ich hör’ den Herzschlag meiner Berge, wenn die Mitternachtssonne scheint. Wer soll diese Sehnsucht je verstehen, der meine Berge nie gesehn.“ (S.113)

Trotz der Reduktion auf die sprachliche Vermittlungsebene lassen sich aus diesem Buch viele Informationen über die aktuelle Fernsehentwicklung gewinnen. Heiner Müller stellt im Gespräch mit Alexander Kluge fest, daß die Kunst eine Gleichzeitigkeit von Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft habe. (S.335) Diese Gleichzeitigkeit kennzeichnet auch das von Kempowski fixierte Programmangebot des Fernsehens. Produktionen aus unterschiedlichen Zeiträumen – aktuelle Nachrichten stehen neben Serien der sechziger Jahre – beinhalten auch unterschiedlichste Zeitbezüge ihrer Erzählungen. Zahllose Wiederholungen schaffen Zyklen im linearen Programmangebot. Immer wieder die Lebenserinnerungen von Helmut Kohl: sein Kaninchentrauma mit tragischem Ausgang wird zu unterschiedlichen Zeiten ebenso erzählt wie seine Tätigkeit als Wäschereiausfahrer und seine Fähigkeit zum jederzeitigen Schlafen an allen Orten.

Erst der scheinbare Stillstand der Zeit macht aus dem Fernsehen einen Zeitfresser, der die Dauer seiner Rezeption vergessen läßt. Zwischen dem Weg-Zappen und der Rückkehr zur gleichen Sendung scheint nichts geschehen zu sein. So preisen H.O.T-Verkäufer noch immer den gleichen Rückenmasser-Apparat an. Dieser Kanal, so der Eindruck bei der Lektüre, hat den Stillstand der Zeit perfektioniert. Selbst der Frühsport öffentlich-rechtlicher Programme erstreckt sich über mehrere Umschaltphasen. Bei den Vollprogrammen läßt das Zappen Zeitleisten erkennen. Talkshowdialoge begleiten den späten Vor- und den frühen Nachmittag, nach 22.00 Uhr beginnen sich Informationen aus den Bereichen Wirtschaft und Sport zu vermehren, um 2.00 Uhr morgens dominieren schließlich Themen aus Wirtschaft und Wissenschaft die Sendungen, während sich die Werbeleisten auf Telefonsexangebote beschränken.

Schon Flaneure des 19. Jahrhunderts, so Walter Benjamin, zeigten besonderes Interesse an Einkaufs-Passagen. Auch Kempowski sucht gerne jenen Ort auf, wo das Medium im kommerziellen Zeitalter nur noch verkaufen will, das Teleshopping-Studio. Die ebenso dümmlichen wie reizvollen rhetorischen Werbeversprechen von H.O.T durchziehen seinen Fernsehtag. Schmuck wird ebenso angepriesen („Ein wirkliches Prunkstück. Hier haben wir all die Edelsteine, die wir so lieben, die so besondere Ausstrahlung haben, auf einmal für sie zusammengefaßt. Sehen Sie mal hier, bewundern Sie mit mir diese Schönheit.“ [S.187]) wie Porzellan-Puppen oder Schlauchboote. Auf die werbewirksamen Detail-Aufnahmen dieser im Studiolicht schimmernden Produkte muß der Leser leider verzichten.

Als Protagonistin eines überraschenden Shakespeareanischen „play within the play“ des Bandes fungiert ein Mädchen, das sich noch größere Ziele als Kempowski setzte. Sie will immerhin vierundzwanzig Stunden vor dem Fernsehen verbringen und ihre Erfahrungen für ein Schulprojekt notieren. Das Ergebnis ist fatal: Sie wird vom eigenen Fernseher verschluckt und gefangen gehalten. Ein Schicksal, das, so scheint es, leider auch Kempowski erlitt. Schließlich ist er seit Erscheinen des Buches Dauergast in diversen Fernseh-Talkshows.

Joan Kristin Bleicher (Hamburg)