Rolf F. Nohr

Vom timetable zur Langeweile
Ordnungsstrukturen des Fernsehens

Hat das Fernsehen ein Programm? Was befindet sich in einer Programmzeitschrift, wie definiert sich ein öffentlich-rechtliches Programm? Was sehe ich, was tue ich, wenn ich fernsehe? Sehe ich immer gleich fern, ist immer das Gleiche (oder dasselbe) im Fernsehen? Die Frage, ob das Fernsehen ein Programm hat oder ist, was die Elemente eines solchen Programms sein könnten, wer es programmiert, wie ich es erlebe und welches Konzept des Sprechens über das Programm sinnvoll ist, weist eigentlich am ehesten noch darauf hin, das wir (Fernseh- und Medienwissenschaftler) ein Problem mit unserem Gegenstand haben. Denn eine einfache, definitorische und pragmatische Antwort scheint nicht möglich.

Aus dem ersten Anriss der Frage wird bereits deutlich, dass es ›das‹ Fernsehen (und somit ›das‹ Fernsehprogramm) nicht gibt. Fernsehen ist gleichermaßen eine (gesellschaftliche wie materielle) Technologie, eine institutionelle, ökonomische und symbolische Anordnung, besteht aus Formen, Strukturen, Inhalten und distinkten Elementen und spannt sich zwischen den Sendeanstalten und dem heimischen Wohnzimmer. Es ist historisch variabel und dynamisch, tendiert deutlich zur Entgrenzung und zum Mäandrieren in parallel existierenden Medien. Vielleicht ließe sich am ehesten noch ein solcher Versuch der Beantwortung der Frage nach dem Fernsehprogramm mit der These einleiten, dass das Fernsehen ein ›Innen‹ und ein ›Außen‹ hat: es besteht aus einer institutionell-symbolischen Anordnung und einem dem subjektiven Handeln und Bedeuten zuzuschlagenden Ort der Rezeption. Die Anordnung dieser ›Topografie‹ könnte als Dispositv des Fernsehens bezeichnet werden.◂1 Als wesentliches Problem stellt sich dann aber die Frage, an welchem Ort des Dispositvs das Programm zu verorten wäre: auf der Innenseite (also am Ort der Rezeption), wie Hickethier (1995) dies vorschlägt, oder auf der Instanzenseite des Apparates, am Ort der institutionellen Produktion? (vgl. Fischer 100ff). Ich werde im Folgenden den Versuch unternehmen, zwischen diesen beiden Polen einige Markierungen zu setzen, an denen ein Programm aufzufinden ist.

Programm

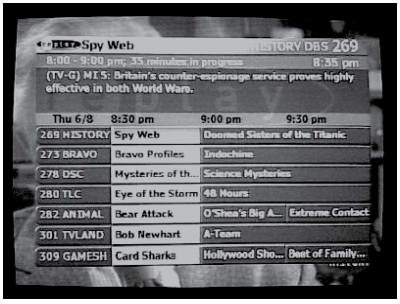


Abb. 1-2: Die Auflösung des Programmbegriffs. Von der Fernsehzeitung zum elektronsichen *programm guide* zur zeitversetzten Wiedergabe von Sendeformaten

Die Frage nach dem Programm ist immer auch eine Frage nach einem Ordnungsmodell. Stellt man diese Frage für das Fernsehen, so wird schnell deutlich, dass eine Vielfalt möglicher Perspektiven auf das Fernsehen eine ebenso große Zahl an möglichen Konzeptualisierungen dieser Ordnungsstrukturen hervorbringt. Beginnen wir in einer eher umgangssprachlichen Verwendung des Begriffs, so scheint das Fernsehen in zweifacher Hinsicht durch das ›Programm‹ geordnet zu sein. Fernsehen an sich besteht aus Programmen, also Sendeanstalten und deren Angeboten, welche in sich durch ein Tagesprogramm geordnet werden, also die distinkte und lineare Aneinanderreihung von Programmelementen und -formaten. Eine Ordnung erfolgte dann einerseits durch eine institutionenpolitische, marktökonomische und medienkulturpolitische Setzung. Es würden sich öffentlich-rechtliche von privaten Programmanbietern abgrenzen lassen, Programmangebote der Öffentlich-Rechtlichen in Haupt- und Regional- und Spartenprogramme (ARD, WDR, Phoenix) differenzieren und senderguppeninterne Differenzkonzepte der Zielgruppendefinition (RTL, RTL II, SuperRTL) ausweisen lassen. Diese Abgrenzungen würden dann politisch und ökonomisch begründet und im Wesentlichen über Sendeauftrag und Zielgruppendefinition als Differenzen zu bestimmen sein. Aber bereits hier wäre die Frage zu stellen, ob diese Ordnung als Senderdifferenz eine absolute ist, ob nicht beispielsweise durch Konvergenzeffekte von einer sukzessiven oder absoluten Entdifferenzierung der jeweiligen Programmelemente auszugehen wäre.

In der zweiten Perspektive würde sich das Programm als die immanente Ausdifferenzierung der jeweiligen senderdefinierten Angebote ausweisen. Die Binnenstruktur eines Senders würde dann als die Programmierung einer zeit-

lichen Struktur zu verstehen sein: ein Abend-, Tages- oder Wochenprogramm. In Konsequenz wäre also das Programm dann die institutionengebundene Praktik der interessengeleiteten Anordnung:

»Programmieren ist die Kunst, ein Fernsehprogramm für ein Publikum zu strukturieren, heterogene Bestandteile in eine Abfolge zu bringen, Spannungs- und Themenbögen zu konzipieren, attraktive und populäre oder einfach nur bekannte und angesehene Programme neben unbekannte oder neue zu platzieren. Programmieren ist auch die Kunst, ein Publikum, das eine Präferenzsendung gesucht oder sich an einen festen Sendeplatz gewöhnt hat, auf dem es Sendungen eines gewissen Typs finden kann, mit solchen Angeboten an dieses Wissen zu binden, dass es sein alltägliches Verhalten darauf ausrichten kann – sprich: nicht ändern muss« (Wulff/Petersen 2005, 339f).

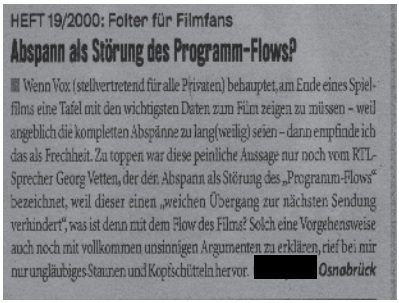
In dieser analytischen Perspektive würden sich dramaturgische lineare Abfolgen innerhalb eines Senderangebots als das Differenzkriterium der Anordnung aufzeigen lassen. Thementage bei 3sat, der sonntagabendliche Tatort der ARD, der 20.00-Uhr-Termin der Tagesschau, das wöchentliche Magazinfenster der ARD oder der Genremix des ARTE-Themenabends wären solche Momente des Fernsehens, die sich einer Analyse als Programm anböten.
Wie sinnvoll ist aber eine solche erste Konzeptualisierung? Eine Programmtheorie solchen Zuschnitts würde das Strukturmoment Programm von der Seite der Institution, also vorrangig der Sender aus denken und das Programm somit als eine zu konsumierende und unveränderliche Größe des Fernsehalltags ausweisen. Damit aber würde der Programmbegriff den ›Ort‹ und die ›Praktik‹ der Rezeption zu einem passiven und konsumatorischen Element herabsetzen. Und nicht nur dass: ein solcher Begriff der passiven Konsumation steht den Konzepten des Medienhandelns jüngerer Provenienz diametral gegenüber. Vereinfacht ausgedrückt: inwieweit kann von einem senderproduzierten Programm sinnvoll ausgegangen werden, wenn die Praktik des Fernsehens doch oftmals aus einem nicht am distinkten Programmelement interessierten Zappen und Switchen geprägt ist? Inwieweit ist Fernsehen als ein homogenes und stabiles Strukturelement anzunehmen, wenn die Aufweichung dieser Homogenität unübersehbar ist (Fernsehen auf dem Computer, Set-Top-Boxen, zeitversetztes Rezipieren mittels digitaler Festplattenrekorder, Fernsehen im öffentlichen Raum etc.)? Muss sich eine Programmgeschichte und -theorie des Fernsehens nicht vielmehr als eine Rezeptionstheorie begreifen, eine Konzeptualisierung des Medienhandelns unter der Berücksichtigung eines erweiterten Begriffs von Fernsehen als einen in hohem Maße technisch wie institutionell-ökonomisch variablen und offenen Gesamtzusammenhang medialer Ausdifferenzierungen?

Auflösungserscheinungen

Einem produzentenorientierten Konzept des Programms des Fernsehens lässt sich aber vereinfacht vorwerfen, dass es von etwas ausgeht, was das Fernsehen gar nicht hat: einen Inhalt. Ein Programm rekurriert auf Nummern, auf Texte oder Formate. Fernsehen als Handlung hingegen setzt auf das interesselose Gleiten zwischen den Bildern, die serielle Wiederkehr des Bekannten oder die Suche nach dem größtmöglichen Attraktionswert. Das Fernsehen aber ›importiert‹ diese Elemente und generiert sich nicht selbstständig. Es greift auf verschiedenste kulturelle Elemente zurück und vereinigt sie in seinem Programmschema, welches diese Elemente als heterogene und distinkte (weitgehend externe) Ereigniseinheiten nebeneinanderstellt. Weiter ausspannende Programmschemata werden somit nur suggeriert, sie organisieren sich an den vermeidlichen Tagesabläufen der Rezipienten, bleiben aber nur übergestülpte Konstrukte, da sich die Abgrenzungen der einzelnen Formate aufheben und sie sich durchdringen. Heterogene Weltausschnitte als Kette und Anordnungen von distinkten Ereignissen bilden eine Reihung von Disparatem, das aber durch die formalen und ästhetischen Überformungen des Fernsehens homogenisiert wird. Es entsteht der ewige Fluss des Fernsehens – der sich im Moment des Zapping nur noch weiter potenziert.

Dieses Moment der Heterogenisierung und Atomisierung des Fernsehens ist dabei nicht nur als theoretisches Konzept anzunehmen, sondern auch als Ergebnis eines historischen Transformationsprozesses der Veränderung des Fernsehens selbst von einem Programmmedium zu einem ›molekularen‹ Ereignismedium. Durch die sukzessive und durch die (auch) zunehmende Ökonomisierung des Fernsehens vorangetriebene Vermehrung der Programme und die Zerstückelung der Programme durch Werbeblöcke entsteht das Gefühl der Programm- und Bilderflut im Sinne einer Transformation des Fernsehens. Dabei greifen die Aspekte dieser Heterogenisierung nicht nur in die Struktur des Programmes selbst ein, sondern verändern (bzw. zersetzen) historisch auch das singuläre Format (vgl. bspw. Casetti / Odin 2001); eine Entwicklung, die parallel mit den veränderten Wahrnehmungsformen des sich auskonturierenden Fernsehens verwoben ist (vgl. bspw. Elsner/Müller 1988).

Die ursprüngliche Idee des *programmings* des jungen Fernsehens ist hierbei nicht nur formal gemeint: es meint auch die Zusammenstellung heterogenen Materials zu einem Gesamtsystem, welches darauf ausgerichtet ist, beim Zuschauer einen bestimmten (semiotischen) Prozess anzuregen. Der daraus entstandene flow hingegen setzt darauf, die Bedeutungsimplemetierung auf die Seite der Zuschauer zu verlagern. Die Sinngebung erfolgt zwischen den ein-



HEFT 19/2000: Folter für Filmfans

Abspann als Störung des Programm-Flows?

Wenn Vox (stellvertretend für alle Privaten) behauptet, am Ende eines Spielfilms eine Tafel mit den wichtigsten Daten zum Film zeigen zu müssen – weil angeblich die kompletten Abspänne zu lang(weilig) seien – dann empfinde ich das als Frechheit. Zu toppen war diese peinliche Aussage nur noch vom RTL-Sprecher Georg Vetten, der den Abspann als Störung des „Programm-Flows" bezeichnet, weil dieser einen „weichen Übergang zur nächsten Sendung verhindert", was ist denn mit dem Flow des Films? Solch eine Vorgehensweise auch noch mit vollkommen unsinnigen Argumenten zu erklären, rief bei mir nur ungläubiges Staunen und Kopfschütteln hervor. [redacted] *Osnabrück*

Abb. 3: Der flow als Kategorie der Instanzenkritik. Leserbrief aus der *TV-Spielfilm*

zelnen (semantischen) Formaten. Der flow ist also nicht implizierte Bedeutung durch Kombination, sondern entsteht zufällig: ein Werbeblock besteht aus einzelnen Segmenten mit einer implizierten Bedeutung (Werbebotschaft). Der flow eines gesamten Werbeblocks entsteht aber zufällig und subjektiv beim Rezipienten (vgl. Wulff 1995, 23f).

Im Kern dieser Überlegung zum flow steht die Beobachtung, dass mit der quantitativen Vervielfältigung und der konvergenten Angleichung der Senderangebote der ›Inhalt‹ des Fernsehens zu einem unablässigen und interessenorientierten »flow of broadcasting« (Hickethier 1991, 437) überformt wurde. Spätestens mit der Vermehrung der Programme und Sendeanstalten durch die Einführung der privatrechtlichen Sendeformen in der BRD Mitte der 80er Jahre setzt ein Zusammenbruch der Wahrnehmung des Fernsehens als gegliederte und strukturierte Abfolge von distinkten Programmabschnitten ein. Durch die Parallelisierung differenter Sender und Formate sowie deren tageszeitliche Orientierung und die Zerstückelung der Programme durch Werbeblöcke ändert sich die Wahrnehmung. Das einst als wohlgeordnet empfundene Fernsehen wird nun anders erlebt. Der wesentliche und fundamentale Unterschied ist der zwischen einem als Abfolge von abgeschlossenen Sendungen empfundenen Fernsehprogramm und dem Gesamtkomplex Fernsehen als undifferenziertem Nebeneinander von ununterscheidbaren und nicht mehr zuzuordnenden Bildern, die nahtlos ineinander übergehen und mittels Fernbedienung zu einem individuellen Erlebnis ›zusammengestellt‹ werden können (vgl. Wulff 1995, 21ff).

Fernsehen als verstreutes und dynamisches mediales System produziert Bedeutung. Dass diese Bedeutung nicht linear und eindeutig gelesen wird, scheint augenfällig. Welche Erfahrungsqualitäten entwickelt der Rezipient jedoch, wenn nicht vom hypothetisch singulären Text ausgegangen werden soll, sondern vom Gesamtkorpus dessen, was wir gemeinhin als ›Fernsehen‹ subsumieren?

Flow

Ein Blick auf das Gesamtphänomen Fernsehen zeigt – wie schon angedeutet – eine Divergenz zwischen der Wahrnehmung des Fernsehens als Gesamtkomplex, als ewigwährendem Strom audiovisueller Angebote, und andererseits einer Wahrnehmung einzelner Sendungen, zeitlicher Formen und spezifischer und differenter Angebote.◂2 Zunächst ließe sich diese Position als Dichotomie einer heterogenen und einer homogenen Konzeptualisierung des Komplexes beschreiben. Ein dienliches Angebot zur Beschreibung dieses Nebeneinanders von Wahrnehmungen bietet der maßgeblich von Raymond Williams (1975) etablierte Ansatz des Verständnisses des Fernsehens als »flow«. Williams bezeichnet in seiner Untersuchung der Spezifika amerikanischen Fernsehens die spezielle Programmstrukturierung aus Werbung, Programmelementen, Trailern, Infos und Serienübergängen als »planned flow« (ibid., 86) im Sinne eines zeitlich nicht mehr deutlich segmentierten, institutionell organisierten Programmflusses der ständigen Verfügbarkeit.

»There has been a significant shift from the concept of sequence as programming to the concept of sequence as flow. Yet this is difficult to see because the older concept of programming – the temporal sequence within which mix and proportion and balance operate – is still active and still to some extent real« (Williams 1975, 89).

Programming ist hierbei aber eben nicht nur formal zu verstehen, es meint die Zusammenstellung heterogenen Materials zu einem Gesamtsystem, welches darauf ausgerichtet ist, beim Zuschauer einen bestimmten (symbolischen) Prozess anzuregen. Das Konzept des flows hingegen setzt darauf, die Bedeutung im weitesten Sinne auf der Seite des Zuschauers anzunehmen. Die Sinngebung erfolgt ›zwischen‹ den einzelnen Formaten. Das flow-Modell ist ein Versuch, der Heterogenität der Einzeltexte im Fernsehen und den zwischen ihnen herrschenden Brüchen, Inkompatibilitäten und Verschiedenheiten zu begegnen (Wulff 1995, 31).
So versucht das theoretische Konzept des flows, dem Fernsehen als Konglomerat, als heterogenem Bilderstrom im Sinne einer Mischung aus formelhaften Einzelelementen, schematisierten Narrationsformen, Realbildern, Graphiken, Schnitt und Schrift gerecht zu werden. In einer so verstandenen Beschreibung gibt es dementsprechend auch keine spezifischen Sonderpositionen einzelner Segmente. Damit wäre das Fernsehen als ambivalentes, grundsätzlich homogenes Ganzes, das aber eine innersystemische Gebrochenheit und Disparität aufweist, anzunehmen. Einerseits scheint das Gesamterscheinungsbild des Fernsehens dominiert durch den Willen zur absoluten Verschmelzung – ide-

altypisch vielleicht beschreibbar als permanent ›gemorphter‹ Übergang von einem Format zum anderen, vom distinktionslosen Gleiten der Bilder. Andererseits steht dem aber der Wille gegenüber, das Programm als in individualisierbare Einzelsegmente unterteilt zu verstehen, vor allem motiviert durch ein Verständnis, das Programm an einen subjektiven und idealen Autor gekoppelt zu verstehen und somit auch im Sinne der ästhetischen und individualisierbaren Hervorbringung eines Autorentextes zu segmentieren.

Entscheidend ist dabei, dass das Programm eines bestimmten Senders nur noch formal als zusammengehörig erkannt wird. Corporate Identity, Senderdesign oder Logokennung sind Signifikanten der Zugehörigkeit eines bestimmten Formats zu einem bestimmten Sender. Als inhaltliche Kategorie bricht das Programm jedoch weg: Nicht Heterogenität, sondern Homogenität ist – verallgemeinert – die Grundkonstante des aktuellen Fernsehens. Programmschemata sind somit eher als Strukturmerkmal analysierbar, sie organisieren sich an den vermeintlichen Tages- und Wochenabläufen der Rezipienten (Hepp 1999, 210), bleiben aber nur Konstrukte, da sich die Abgrenzungen der einzelnen Formate aufheben und sie sich durchdringen. Werbung nimmt Form und Inhalt der Sendungen auf und kann somit nicht mehr als autonome Fragmentierung des Programms gelesen werden. Heterogene Weltausschnitte bilden eine Reihung von Disparatem, das aber durch die Formkriterien homogenisiert wird. Gesteigert wird diese Erfahrung durch das Moment des Zapping.

Das Fernsehen produziert so einen kontinuierlichen Text (eben den flow) der vor allem auch jenseits der apparativen Aktivierung (das Einschalten des Empfängers) vorhanden ist und gesellschaftliche Bedeutung entfaltet. Fernsehen umgibt uns diskursiv als gesellschaftliches Konstitutiv. Diese fundamentale Beschreibung des Fernsehens im Sinne einer Seinsbedingung bringt John Hartley (1992) auch dazu, das flow-Konzept als eine Beschreibungsform einer eher ›nationalen‹ Medienform dahingehend zu erweitern, das weltweite mediale Verbundnetz audiovisueller Produktion unter dem Überbegriff des »floe« zu beschreiben: »Floe [...] is a mixed metaphor of space, including the geopolitics of TV as an international industry, the relations between critical positions and the spaces between viewers« (ibid., 12).

Der kontinuierliche flow negiert die Annahme, man könne spezifische Sendungen (textuell) analysieren. Die Idee von der einzelnen Sendung, dem Format ist irrelevant, wird zumindest zur unmöglichen Größe. Andererseits ist von Seiten des Rezipienten durchaus von »series of timed units« (Williams 1975, 88) zu sprechen; Fernseh-Verhalten orientiert sich auf rudimentäre Weise zumindest am horizontalen und vertikalen Sendeschema. Diese beiden Ideen, flow und zeitliche Sequenzierung, stehen als Muster nicht in einem ausschließen-

den Verhältnis, sie sind vielmehr Effekte unterschiedlicher Organisationsmuster. Flow bezeichnet so eine Erfahrungsweise, die weder Ursache noch Wirkung einer Zeichenstruktur ist, sondern in ihrem Ambivalenzcharakter als ein Effekt derselben Existenzbedingungen anzusehen ist.
Der flow ist also nicht implizierte Bedeutung durch Kombination, sondern entsteht zufällig. Am Beispiel der Werbung lässt sich dies, Wulff (1995, 23f) folgend, verdeutlichen: ein Werbeblock besteht aus einzelnen Segmenten mit einer implizierten Bedeutung, einer Werbebotschaft. Der flow eines gesamten Werbeblocks entsteht aber zufällig und subjektiv beim Rezipienten. Diese Zufälligkeit ist aber davon determiniert, dass die einzelnen Elemente des flows generell aus einem Prozess der kulturell implementierten Tiefenideologien entstehen. Weil jedes der einzelnen Elemente aus einem bestimmten Diskursmuster stammt, lassen sie sich aufeinander beziehen, sie sind also nicht absolut heteronom. Die Frage ist, ob diese ›Tiefenideologie‹ nun aber in jedem Text selbst verankert ist, aus ihm spricht, oder ob sie quasi nur in der Aufeinanderfolge hervorbricht, sich also ›zwischen‹ den Texten befindet, vom Zuschauer an diese herangetragen und an ihnen abgelesen wird. Diese – verkürzt – als Polarisierung zwischen Ideologierepräsentation und Ideologiekonstruktion darstellbare Differenzierung beantwortet Wulff mit dem Verweis auf die Montage. Die Montage geht von einer bewussten Kombinatorik aus, ist also eher eine Produzententheorie. Der flow hingegen geht von der unbewussten Hervorbringung aus – er ist also eine Rezipiententheorie. Dadurch wird aber das Fernsehen eben gerade nicht zum kulturellen Supertext, in dem sich die gesamte Diskursmasse ausdrückt. Vielmehr ist der flow ein Moment der flüchtigen Entwürfe aus transitorischen Einheiten. Der Rezipient aktiviert die Bedeutung – oder auch nicht (vgl. Fiske 1987, 101).

»Die Elemente also, die in einem flow einbezogen sind, sind heterogen und disparat; sie sind vereinheitlicht durch die gleiche mediale Repräsentation und die darauf gerichtete ›Erfahrung‹, und sie werden aufeinander bezogen nur im Sinne dieser Erfahrung, nicht, um eine Bedeutung zu generieren, die die Elemente insgesamt integrieren könnte« (Wulff 1995, 29).

So konstatiert Wulff die »kaleidoskopischen Formationen« der Bedeutungsproduktionen, Formationen, die sich vielleicht am ehesten mit der Widersprüchlichkeit einer diskursiven Zufälligkeit beschreiben ließen. Die Offenheit der Textualität des Fernsehens durch seine Heterogenität erfährt aber eine Schließung durch die homogene determinierende Ideologie. Deutlich muss dabei aber sein, dass weder die Effektivität der textuellen Strukturen noch eine Rezeptionsweise über soziale Differenzen hinweg verallgemeinert werden kann: Zuschauer bilden keine amorphe Masse, sondern ein Gefüge sozi-