

VI Hörfunk, Fernsehen und andere Bildschirmmedien

Geoffrey Cox: Pioneering Television News.

A first hand report on a revolution in journalism

London, Paris, Rome: John Libbey 1995, 236 S.,

ISBN 0-86196-484-5, £ 18.00

In der Bundesrepublik wurde das private Fernsehen Mitte der achtziger Jahre als Konkurrenz zu ARD und ZDF eingeführt, in Großbritannien dagegen bereits vor 40 Jahren. Geoffrey Cox läßt die Anfangsjahre von den Independent Television News (ITN), dem Nachrichtenlieferanten des Privatfernsehens, von seinen Anfängen bis Ende der sechziger Jahre, als er den Sender verließ, Revue passieren. Zwölf Jahre war er für ITN verantwortlich. Sein Buch ist eine Mediengeschichte, die mit Blick auf die Konkurrenz zur BBC geschrieben wurde und die versucht, Aspekte der jeweiligen Nachrichtenlage (z. B. „Newsyear '63“) und die durch technische Entwicklungen wie Satelliten- und Videoeinsatz bestimmten Möglichkeiten der Nachrichtenbeschaffung aufzuzeigen. Wer eine fundierte Analyse des Privatfernsehens erwartet, wird sicher enttäuscht werden, denn der Autor ist zu sehr mit der Praxis verwurzelt. So geht er beispielsweise davon aus, erst durch das Fernsehen habe sich das Publikum eine eigene Meinung bilden können. „Until this time people had been largely dependant for their information about the political scene on impressions of others – of Gallery and Lobby correspondents, of political columnists, of cartoonists and still photographers [...] Television now offered a further major step forward in the political process. It could bring the politicians into every sitting room in the land, could provide for the first time a chance for the citizen and the voter to scrutinize closely those who would be their leaders. People could now not only look at politicians, they could stare at them in close-up, could have the means of forming their own opinions about them on the evidence of their own eyes and ears.“ (S.78) Die Tatsache, daß diese leicht zu täuschen sind, wofür Cox ja durchaus auch einige Beispiele nennt, geht wohl im Optimismus angesichts des vermeintlich aufklärerischen Mediums Fernsehen unter. Es ist eben auch ein Buch über die Pionierzeit dieses neuen Mediums und würdigt daher ausführlich die daran beteiligten Persönlichkeiten.

Spannend sind die Bedingungen, unter denen sich Fernsehen überhaupt durchsetzen konnte. Sie wurden in Großbritannien durch die Presse diktiert, die der BBC schon beim Radio Nachrichtenprogramm erst zu einem Zeitpunkt gestattete, als die Zeitungsausgaben bereits erschienen waren. Bei den Anfängen ihres Fernsehprogramms Ende 1936 wurden Nachrichten am Ende des Programms von einem unsichtbaren Sprecher hinter einem Vorhang zusammengefaßt, bzw. das Material von Kinowochenschauen übernommen. Diese waren dafür bekannt, daß die Aufnahmen wegen der schwerfälligen Technik oft re-in-

szeniert werden mußten. Die Reporter erschienen noch selten auf dem Schirm und hielten sich im Hintergrund. Diese Zurückhaltung änderte sich erst 1950 mit dem Koreakrieg, als auch der Wechsel vom 35mm-Film zum 16mm-Equipment stattfand.

Im Februar 1955 wurde ITN als Tochterunternehmen der vier regionalen Privatsender gegründet; Aidan Crawley wurde erster Chefredakteur. „His central policy was to introduce the newscaster system“ (S.41), das er vom amerikanischen Fernsehen übernahm und das den Nachrichten eine persönliche Handschrift geben sollte. Am 22.9.1955 wurde die erste ITN-Sendung ausgestrahlt. Zu dieser Zeit gab es fünf Teams, die Tonaufnahmen machen konnten. Sechs Teams machten stumme Aufnahmen, die erst später vertont wurden. In der Praxis waren jedoch immer nur die Hälfte der Teams einsatzbereit. Das internationale Material wurde von CBS übernommen. Eine Spezialität von ITN waren Interviews, bei denen die Befragten journalistisch in die Enge getrieben wurden, beispielsweise durch überraschende und vorher nicht abgesprochene Fragen. Technische Neuerungen wie Satellitenschaltung, leichtere Kameras, Richtmikrophone oder lichtempfindlichere Filme erhöhten die Aktualität des Fernsehens während der sechziger Jahre. 1967 war Geoffrey Cox für die Entwicklung und Durchsetzung der halbstündigen Sendung *News at Ten* beteiligt, die sicher Vorbild für viele Nachrichtenmagazine à la *Tagesthemen* bot. Das Projekt hatte zunächst Schwierigkeiten, sich durchzusetzen, und die ersten Sendungen ernteten harsche Kritik. Doch Cox besann sich in einem Appell an seine Mitarbeiter traditioneller Werte: „We are getting things wrong because we do not know clearly where we are going. Amidst all the demands for new patterns, we have lost our way. Forget all about the need to make something different. We will go back to what we know how to do well – to tell and depict the day's news.“ (S.200) Damit wurde *News at Ten* ein Erfolg mit hohen Einschaltquoten. Das zählte letztendlich schon damals.

Kay Hoffmann (Stuttgart)