

Gerhard Lampe, Heidemarie Schumacher: Das *Panorama* der 60er Jahre. Zur Geschichte des ersten politischen Fernsehmagazins der BRD

Berlin: Wissenschaftsverlag Volker Spiess 1991, 280 S. (mit gleichnamiger Video-Cassette), DM 98,-

Die Geschichte des deutschen Fernsehens ist über weite Strecken terra incognita. Die Erinnerung verblaßt, die Anfänge sind längst in Vergessenheit geraten. Eine wissenschaftliche Rekonstruktion der Fernsehgeschichte betreibt seit Jahren der Sonderforschungsbereich "Bildschirmmedien" der Universität Siegen, in dessen Rahmen auch die vorliegende Studie entstanden ist. Sie markiert eine wichtige Etappe in der Entwicklung des Mediums und des Genres.

In einem historischen Rückblick geht die Untersuchung auf Entstehung und Entwicklung der Magazinform ein. In den vierziger Jahren in den USA als unterhaltsames Rahmenprogramm für Produktwerbung entwickelt, orientierten sich Fernsehmagazine wie das *Panorama* der BBC stärker am ambitionierten Pressemagazin. Es wurde zum Vorbild des gleichnamigen deutschen Magazins. Nach den eher staatskonformen Dokumentationen des NWDR/NWRV in den fünfziger Jahren, die den gängigen Freund-Feind-Schemata des Kalten Krieges folgten, läutete *Panorama* in den frühen sechziger Jahren einen Kurswechsel in der Fernseh-Berichterstattung ein. Die Redaktion verstand sich zunächst als Opposition zum vorherrschenden politischen Trend der späten Adenauerära.

In der detaillierten Aufarbeitung dieser Gründungsphase des deutschen Magazinjournalismus liegt eine der wichtigsten Leistungen der vorliegenden Studie. Die Basis der Untersuchung bilden neben ausführlichen Produktanalysen und archivarisches Recherchen eine Reihe ausführlicher Interviews mit den Initiatoren des Magazins und den Mitgliedern der frühen Redaktionsteams. Aufsehen und Anstoß erregte *Panorama* nicht nur wegen seiner Kritik an Parteienlobby, Korruption und Skandalen wie der *Spiegel*-Affäre, sondern auch durch seine kolonialkritische Auslandsberichterstattung. Da *Panorama* es sich bald mit allen Parteien verdorben hatte, während deren Einfluß in den Rundfunkräten ständig wuchs, war das Scheitern der Gründermannschaft fast schon vorprogrammiert: Rüdiger Proske und Gert von Paczensky wurden unter fadenscheinigen Vorwänden nach wenigen Jahren zu Fall gebracht. Die äußeren Umstände dieser Entlassungen und deren politische Hintergründe werden in Buch und Begleikkassette mit detektivischer Akribie rekonstruiert. Sie werden auf diese Weise zu einem medienhistorischen Lehrstück über den wachsenden Einfluß parteipolitischer Kräfte und Intrigen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Die Ablösung unbequemer Magazinchefs war eine Praxis, die bald Schule machte. Auch die folgenden Magazinchefs, wurden in raschem Wechsel

ausgetauscht: so in den sechziger Jahren Eugen Kogon, Joachim C. Fest und Peter Merseburger. Dennoch behielt das Magazin seinen kritischen Kurs bei und wurde von Politikern aller Couleur dementsprechend argwöhnisch beobachtet und immer mal wieder unter Druck gesetzt. Mit Merseburger, der wie der NDR-Intendant der SPD angehörte und dessen Wunschkandidat war, begann nach Ansicht der AutorInnen allerdings schon eine stärkere parteipolitische Einbindung der Magazinchefs - Beispiel einer am Parteienproporz orientierten Personalpolitik, die bald schon den gesamten öffentlich-rechtlichen Rundfunk durchdrang und partiell paralyisierte. "Immer stärker eingespannt in den politischen Proporz", so ein Fazit der vorliegenden Untersuchung von Gerhard Lampe und Heidemarie Schumacher, "stumpfen die Sendungen zu einem Fernsehen für Wählerschaften ab" - eine Beurteilung, die auch für die als Gegengewicht geschaffenen Magazine *Report* und *ZDF-Magazin* gilt. So erscheint die Geschichte des frühen Magazinjournalismus auch als die der wachsenden Indienstnahme der Fernsehberichterstattung durch die politischen Parteien und andere mächtige Interessengruppen der Gesellschaft der Bundesrepublik.

In einem Anhang sind dem Buch Dokumente zur Magaziningeschichte beigegeben, die insbesondere Einblicke in die Kette der Konflikte eröffnen. Etwas bemüht akademisch wirken allerdings die nachgelieferten Überlegungen "Zur theoretischen Grundlegung fernsehästhetischer Analyse", in denen neuere amerikanische Forschungsmethoden skizziert werden, die mit ihrer relativ schematischen Unterscheidung unterschiedlicher Präsentationscodes in der historischen Darstellung (glücklicherweise) kaum angewendet worden sind.

Wichtiger erscheinen die einleitenden Hinweise auf die Tatsache, daß die Magazininform nicht nur ein spezifisches Genre bezeichnet, sondern daß sich im gesamten Fernsehprogramm ein wachsender Trend zur Magazinierung beobachten läßt: "Alles kann mit allem verknüpft werden, das Medium dient als Aufbereiter und Reproduktionsmaschine einer bunten, zufällig-zusammenhanglosen Empirie, so wie sie sich auch in der Welt der Warenmagazine, der Kaufhäuser oder Supermärkte und medial: in den Printmagazinen darstellt." (S.19)

Die Geschichte von *Panorama* wird von den AutorInnen der Untersuchung jedoch nicht nur erforscht und beschrieben, sondern in einer dem Buch beigelegten Video-Dokumentation in einer Fülle von Interviews und Filmzitate früher Sendungen auch anschaulich vorgeführt. Die Kombination von Buch und VHS-Kassette ist eine bislang viel zu selten genutzte Form der Präsentation film- und fernsehwissenschaftlicher Forschungsergebnisse, die hier beispielhaft erprobt wird. Wirkungsvoll nicht zuletzt auch deshalb, weil die in Zusammenarbeit mit dem Audiovisuellen Medienzentrum der Universität Siegen hergestellte Film-Dokumentation Ende 1992 vom Fern-

sehen gezeigt und breiten Zuschauerkreisen zugänglich gemacht wurde. Es ist auch ein gelungener Versuch, die begrenzte Rezeption wissenschaftlicher Forschungsergebnisse zu erweitern und die Geschichte des Mediums im Fernsehen selbst zum Thema zu machen.

Peter Zimmermann (Stuttgart/Köln)