

Dietmar Kammerer

Philip W. Sewell: Television in the Age of Radio: Modernity, Imagination, and the Making of a Medium

2015

<https://doi.org/10.17192/ep2015.4.4076>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kammerer, Dietmar: Philip W. Sewell: Television in the Age of Radio: Modernity, Imagination, and the Making of a Medium. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 32 (2015), Nr. 4. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2015.4.4076>.

Nutzungsbedingungen:

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

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

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

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Hörfunk und Fernsehen

Philip W. Sewell: *Television in the Age of Radio: Modernity, Imagination, and the Making of a Medium*

New Brunswick: Rutgers UP 2014, 256 S., ISBN 9780813562698, EUR 27,-

Das Fernsehen der Vorkriegszeit war vielgestaltig: Es war eine Reihe konkurrierender Patente, es war ein Gefüge elektronischer und mechanischer Bauteile in den Laboren von Ingenieur_innen, es war ein Diskurs, der unter Bastler_innen, Wissenschaftler_innen, Kritiker_innen, Konzernleitungen und der Öffentlichkeit geführt wurde – und vieles mehr. In den USA begann die klassische *network era* Ende der 1940er Jahre. Philip Sewells Studie *Television in the Age of Radio* untersucht die „experimental period“ (S.161) ab Mitte der 1920er Jahre, als Radio noch das zentrale Leitmedium war und die Programme und Formate des Fernsehens noch nicht ihre spätere Gestalt angenommen hatten.

Charakterisiert ist diese Zeit durch ein Neben-, Mit- und Gegeneinander von technischen Entwicklungen, utopischen Versprechungen, kommerziellen Erwartungen und institutionellen Vorgaben im Bereich des Fernsehens. Sewell untersucht, auf welche Weise diskursive Vorstellungen das Fernsehen als Technologie, Industrie und Medium in den USA geformt haben. Seine zentrale Annahme: Es waren nicht ungelöste technische Probleme in der Bildübertragung, sondern vielmehr kulturelle und ökonomische Faktoren,

die eine Etablierung des Fernsehens hinauszögerten (vgl. S.1).

Das Buch gliedert sich in vier Kapitel: Das erste widmet sich dem Streit um die Definition dessen, was als ‚echtes‘ Fernsehen zu gelten habe und was nicht. Das zweite untersucht die Strategien, mit deren Hilfe Amateure und Bastler_innen, die in der frühen Geschichte des Radios noch eine wesentliche Rolle gespielt hatten, in der Etablierung des Fernsehens gezielt marginalisiert wurden. So sorgte etwa die Verdrängung des mechanischen Fernsehens laut Sewell dafür, dass diese Gruppe keine Chance erhielt, sich an der Gestaltung des Fernsehens zu beteiligen: „Amateurs were cropped out of the picture“ (S.162). Das dritte Kapitel analysiert den wertenden Diskurs, in dem Forderungen nach ‚Qualität‘ zentral waren. Während unter allen Beteiligten kaum Einigkeit hinsichtlich der künftigen Gestalt, Funktion oder Inhalte herrschte, war der Ruf nach ‚Perfektion‘ und ‚Exzellenz‘, so Sewell, zugleich völlig konturlos und dennoch überraschend stabil (vgl. S.47). Die Pointe liegt darin, dass ‚Qualität‘ keinesfalls eine neutrale Kategorie darstellt: Wie Sewell belegt, war dieser wertende Diskurs ein zentrales strategisches Instrument, das es einigen wenigen Konzernen erlaubte,

die Kontrolle über das neue Medium zu erlangen (vgl. S.163).

Während die meisten Zuschauer_innen auch mit einer geringeren Auflösung, wie sie das mechanische Fernsehen geboten hätte, durchaus zufrieden gewesen wären, sorgten Forderungen von Produktionsseite nach einer höheren Bildauflösung, die nur durch elektronische Verfahren zu erreichen war, dafür, dass die Interessen einflussreicher Unternehmen und Patentinhaber_innen gewahrt blieben. Die Potenziale dessen, was das Fernsehen und seine Zuschauer_innen hätten sein können, wurden auf diese Weise beschnitten. Technische Innovationen blieben so auf der Strecke – wie Sewell aufschlussreich darlegt, werden heutzutage in digitalen LED-Bildschirmen Prinzipien angewendet, die um 1920 noch als abwegig und ungenügend verworfen wurden (vgl. S.162).

Im vierten Kapitel schließlich untersucht Sewell, wie um 1930 das noch inexistente Publikum des Fernsehens vom Diskurs antizipiert wurde. Auch hier war ‚Qualität‘ für Sewell die entscheidende Kategorie, um alternative Modelle auszuschließen. „Affirmative values such as quality or the public interest have a productive nebulousness that has typically served the interests of institutional power“ (S.15). Dabei sei es völlig beliebig, nach welchen Kriterien ‚Qualität‘ beurteilt werde.

Sewell will seine medienhistoriografische Studie als Lehrstück und Warnung für die Gegenwart verstanden

wissen. Dem Hype um ‚Quality-TV‘ setzt er die Frage entgegen: „Why not Quantity TV?“ (S.160). Darin steckt eine Aufforderung an die Forschung: Anstatt die ‚Qualität‘ (d.h. die essentielle Eigenschaft) des Fernsehens in ausgewählten Produkten des so genannten ‚Quality TV‘ zu suchen, soll Fernsehen als ein Medium verstanden werden, das schon immer besonders gut darin war, Quantität und Vielfalt zu produzieren, so Sewells Vorschlag. Immer noch werde ‚Qualität‘ besonders von denjenigen eingefordert und zugleich versprochen, die davon am meisten profitieren. Der Autor setzt dem die Hoffnung entgegen, dass das Fernsehen im Internet-Zeitalter weniger von „quality“ als von kommunikativer „equality“ (S.164) getragen werde. Sewells Monografie ist eine aufschlussreiche Untersuchung der kulturellen und diskursiven Faktoren der frühen Fernsehgeschichte. Seine Kritik der ‚Qualität‘ ist im Kern nicht mehr, aber auch nicht weniger als die Erinnerung daran, dass kein Medium auf wenige kanonische ‚Texte‘ (und damit auf einige wenige vorgeblich ‚essentielle‘ Qualitäten) reduziert werden sollte. Allerdings ist sein Buch nur solchen Leser_innen zu empfehlen, die mit der US-Fernsehgeschichte zumindest in ihren Grundzügen vertraut sind. Zudem bleibt unausgeführt, welches methodische Programm Sewell einer Fernsehforschung empfiehlt, die auf ‚Quantität‘ statt ‚Qualität‘ setzen soll.

Dietmar Kammerer (Marburg)