

Thomas Beutelschmidt

### **Der Traum vom Sehen – Zeitalter der Televisionen. Intentionen und Inszenierungen einer Fernseh- Ausstellung**

2000

<https://doi.org/10.25969/mediarep/14163>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

#### **Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**

Beutelschmidt, Thomas: Der Traum vom Sehen – Zeitalter der Televisionen. Intentionen und Inszenierungen einer Fernseh-Ausstellung. In: Heinz-B. Heller, Matthias Kraus, Thomas Meder u.a. (Hg.): *Über Bilder Sprechen. Positionen und Perspektiven der Medienwissenschaft*. Schüren 2000 (Schriftenreihe der Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft (GFF) 8), S. 259–275. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/14163>.

#### **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.

Thomas Beutelschmidt

## Der Traum vom Sehen – Zeitalter der Televisionen

Intentionen und Inszenierungen einer Fernseh-Ausstellung

„Jedes Volk hat das Fernsehen, das es verdient.“  
Norbert Bolz (Medienwissenschaftler)

Mit dem *Traum vom Sehen* im *Gasometer* Oberhausen erzählte zum ersten Mal eine Ausstellung umfassend von der Geschichte, Kultur und Technik der Telemedien und der Telekommunikation. Nach ihrer erfolgreichen Premiere 1997 wurde sie sogleich im folgenden Jahr wiederholt und verzeichnete insgesamt rund 550.000 Besucher. Zugleich hat das Team für seine Vermittlungsleistung den „Essener Universitätspreis für interkulturelle Kommunikation“ erhalten, der zuvor an die *SENDUNG MIT DER MAUS* (WDR) gegangen war.

Was aber erklärt aus heutiger Sicht das positive Echo und die überraschend große Aufmerksamkeit für das doch eher profane Thema Fernsehen? Seine interdisziplinäre Aufarbeitung und kulturelle Nobilitierung traf insofern den Zeitgeist, weil sich das vielgeschmähte Pantoffelkino längst neben den anderen (Bild-)Medien als Wirtschaftsfaktor, Prestigeobjekt, Alltagsphänomen und – last not least – als wissenschaftlicher Gegenstand etabliert hat.

Obwohl also das Ereignis nun bei Drucklegung des vorliegenden Buches schon längst Vergangenheit ist, soll hier noch einmal die damalige Konzeption der Ausstellung im Originalwortlaut<sup>1</sup> dargestellt werden – zumal diese Art der Präsentation von Mediengeschichte auch für spätere Projekte Vorbildfunktion hatte wie beispielweise die Ausstellung zur Geschichte des Bayerischen Rundfunks<sup>2</sup> oder den Aufbau einer Deutschen Mediathek im berliner Filmhaus am

- 1 Dieser Beitrag basiert als erweiterte Fassung auf dem gleichnamigen Vortragsmanuskript bzw. Aufsatz für die Publikation der Jahrestagung »Nutzerrollen in den interaktiven Medien« des Sonderforschungsbereichs »Bildschirmmedien« an der Universität-GH Siegen am 18. – 19. November 1996 einerseits und für die Fachtagung »Medienrezeption seit 1945« beim Südwestfunk vom 24. – 25. Oktober 1997 andererseits.
- 2 Eine Ausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte und des BR in München und Nürnberg 1999; vgl. auch die begleitende Publikation von Margot Hamm u.a. (Hg.): *Der Ton – Das Bild. Die Bayern und ihr Rundfunk 1924-1949-1999*. Augsburg 1999.

Potsdamer Platz. Und zur weiteren Information sei an dieser Stelle auch auf die Publikationen verwiesen, die zum *Traum vom Sehen* erschienen sind.<sup>3</sup>

### Intentionen und Thesen

Die Television hat als zentrales Informations- und Unterhaltungsinstrument in den vergangenen sechzig Jahren zur Globalisierung der Wissensressourcen geführt und Bildwelten entstehen lassen, die Wahrnehmung wie Kommunikation vielschichtig geprägt, radikal beschleunigt und grundlegend erweitert haben. Alltägliche Erfahrungen werden längst durch mediale Systeme konstituiert, die sich räumlich und zeitlich nicht mehr begrenzen lassen. Fernsehen stellt ein international verzweigtes Geflecht aus Kultur, Technologie und Ökonomie dar: Dies soll die Ausstellung *Der Traum vom Sehen* sinnlich und reflektorisch zur Darstellung bringen. Die Ausstellung und ihre Begleitveranstaltungen fungieren darüber hinaus als ein breit angelegtes Forum, auf dem aus verschiedenen Blickwinkeln über die sich wandelnden Bedeutungen und zukünftigen Szenarien der Audiovision sachlich nachgedacht, kritisch diskutiert und produktiv spekuliert werden kann. Besondere Bedeutung kommt dabei auch den Überlegungen für oder gegen all die Einrichtung zu, die mit den Problemen repräsentativer (Re-)Konstruktion, Periodisierung und Bewertung der Fernsehgeschichte konfrontiert sind.

*Der Traum vom Sehen* (im folgenden *TvS*) versucht in Form einer Bestandsaufnahme, wichtige Entwicklungsprozesse dieser Bildmaschine nicht nur nachvollziehbar zu machen, sondern diese auch mit der Technikgeschichte und den durch sie ausgelösten kulturellen wie sozialen Phänomenen in eine erkennbare Beziehung zu setzen. Angesprochen werden tragende Institutionen, führende TV-Protagonisten und signifikante Programme in West- und Ostdeutschland. Wir werfen einen Blick zurück in eine Zeit, in der das Leitmedium der (Post-)Moderne als moralische Instanz gesellschaftlichen Gemeinsinn stiften konnte, und schauen gleichzeitig auf neue Perspektiven der Produktion und Distribution. *Der Traum vom Sehen* nimmt uns mit auf eine Entdeckungsreise durch verschiedene Sphären traditioneller Television und expandierender Netzwerke: Er vermittelt uns so die Vorstellung von einer globalen Netzhaut und deutet den Transformationsprozeß von der Industrie- zur Informationsgesellschaft an, der das heutige Lebensgefüge kontinuierlich verändert.

Die Ausstellung ist als populäres Ereignis mit hohem Erlebnischarakter inszeniert, soll jedoch zugleich wissenschaftlicher Sorgfalt und künstlerischen

3 Zum einen sei hingewiesen auf das gleichnamige und reichbebilderte Katalogbuch zur Ausstellung, herausgegeben von Peter Paul Kubitz, Berlin 1997; zum anderen die Beiträge der „Media-Lectures“ – eine Reihe von Vorträgen und Diskussionen im Gasometer Oberhausen, die das Projekt inhaltlich ergänzt haben – Jo Reichertz und Thomas Unterberg (Hg.): *Tele-Kulturen. Fernsehen und Gesellschaft*. Berlin 1998.

Kriterien genügen und bei aller kreativer oder assoziativer Beschäftigung mit dem komplexen Gegenstand auf einer Metaebene auch gegenwärtige Diskurse widerspiegeln. Das Konzept setzt damit auf ungewöhnliche Sichtweisen und ein spannendes Wechselspiel zwischen Unterhaltung und Information, zwischen Affirmation und Distanz, zwischen Effekt und Kontemplation, zwischen Interaktion und Rezeption. Unter Vermeidung eines parteiischen, didaktischen oder bewußt wertenden Gestus beabsichtigt die Ausstellung, sowohl die eigene Wahrnehmung zu sensibilisieren und Erinnerungsarbeit in Gang zu setzen als auch eine allgemeine Reflexion über das Massenmedium anzuregen mit dem Ziel, seine Implikationen und Strukturen transparent zu machen und das Bewußtsein für die Konstruktion medialer Wirklichkeiten zu schärfen.

Um diesen Ansprüchen genügen zu können – ohne auf enzyklopädischer Vollständigkeit zu bestehen – knüpfen einerseits die Inszenierungen der Objekte sowie die Auswahl des Bildmaterials an die individuellen Sozialisierungserfahrungen, Seherwartungen und Identifikationswünsche unterschiedlicher Besuchergruppen an. Andererseits bemüht sich das Projekt um eine Art Wissenschaftstransfer, indem es aktuelle Forschungsergebnisse und theoretische Denkansätze integriert bzw. fokussiert und verständlich Fakten, empirische Daten oder hermeneutische Aussagen in übergeordnete Zusammenhänge der kultur- und fernsehwissenschaftlich engagierten Fachdisziplinen stellt. Im einzelnen stehen dabei folgende Aspekte im Vordergrund:

- Hinweis auf das Fernsehen als komplexes, institutionelles und transnational System, das ständigen Modifikationen unterworfen ist;
- Betonung der Interdependenzen von Kultur (Verflechtung der Television mit den traditionellen Medien Literatur, Theater, Film), Historie (Institutionen, Politik, Zeitgeist, Ökonomie), Technologie (vom mechanischen Fernsehen bis zu digitalen Netztechnologien) und Ästhetik (programmliche Gestaltung, Form und Medienkunst);
- Herausarbeitung der symbolischen Formen des Fernsehens in seiner Funktion als Medium kollektiven Selbstverständnisses und kultureller Identität in der deutschen Industriegesellschaft nach 1945;
- Berücksichtigung des Dispositiv-Ansatzes als Erklärungsmodell für die vielschichtigen Anordnungen von Apparatur und Subjekt;
- Sichtbarmachung der Selbstreferentialität des Fernsehens;

- Darstellung wichtiger TV-Ereignisse, Personen, Objekte sowie Formate, Genres und Einzelsendungen als Bausteine im Zusammenhang eines ideellen Gesamtprogrammes;
- Diskussion von Qualitätsmerkmalen und des Kanons signifikanter und relevanter Programme im Sinne regionaler wie (inter-)nationaler Repräsentativität.

Neben dem Autor haben dieses Konzept Joseph Hoppe aus dem Deutschen Technikmuseum Berlin sowie Lutz Engelke und Nik Hafermaas von der unabhängigen Projektentwicklungsgesellschaft Triad Berlin gemeinsam entwickelt. Die Ausstellung stand unter der Schirmherrschaft des Ministers für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, Wolfgang Clement.

Entstehen konnte das ganze Unternehmen nur durch den bislang einmaligen Verbund von öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Sendern bzw. von staatlichen Institutionen und privaten Unternehmen – eine tragfähige Kooperation, die *TvS* zu einem besonderen Beispiel für ein gelungenes public-private-partnership im hiesigen Kultursektor hat werden lassen. Die Initiative lag zunächst bei RTL Television, das sich nach der errungenen Marktführerschaft Ende 1992 auch als seriöser und kompetenter Kultursponsor profilieren wollte. Angeschlossen haben sich dann die ARD und das ZDF, ohne die eine Geschichte der deutschen Fernsehlandschaft ja nicht geschrieben werden kann. Sie ließen sich auf diese ungewöhnliche Zusammenarbeit mit der privaten Konkurrenz ein, weil sie sich ihrem historischen Auftrag bewußt waren und zudem von dem zeitgemäßen Konzept eine stärkere Akzeptanz bei jugendlichen Zielgruppen erhofften. Um die partiell unterschiedlichen Interessen nun bündeln und insgesamt eine inhaltliche Ausgewogenheit garantieren zu können, erhielten die Agentur Triad als Generalunternehmerin und das Deutsche Technikmuseum als Mitveranstalter gemeinsam den Auftrag, die Ausstellung unabhängig zu planen und aufzubauen.

Auch die Industrie sah in diesem werbeträchtigen Projekt einen positiven Imagegewinn bzw. publikumswirksame Marketingstrategien und gab materielle, personelle oder finanzielle Hilfestellungen – so von Astra/SES als Satellitenbetreiber, o.tel.o als Netzerkanbieter sowie von Seiten der Hardware Sony, Siemens-Nixdorf, SGI u. a. Und für die Wiederholung der Ausstellung konnten mit Premiere, ProSieben und der Bertelsmann AG sogar weitere Partner gewonnen werden – eine Beteiligung der Kirch-Gruppe blieb bei dieser komplizierten Gemengenlage allerdings ausgeschlossen.

Aber bei allem unternehmerischen Engagement wäre das Vorhaben ohne tatkräftige Unterstützung der öffentlichen Hand nicht zustande gekommen. Das

Land Nordrhein-Westfalen, die Stadt Oberhausen und die Landesanstalt für Rundfunk NRW sahen hier eine weitere Chance für die Region, den Strukturwandel von Kohle und Stahl zur Dienstleistungsgesellschaft zu fördern und neue Medienstandorte zu propagieren. Sie gewährten nicht unbeträchtliche Mittel aus der Wirtschafts- und Tourismusförderung.

Um den selbst gesetzten interdisziplinären Ansatz fachlich absichern zu können, haben wir außerdem den Gedanken- und Informationsaustausch mit wissenschaftlich ausgewiesenen Institutionen gesucht. Sie dienten einerseits als zusätzliche Ideengeber und Dolmetscher, als Filter und Ressource, und garantierten andererseits, daß nicht Einzelinteressen Vorschub geleistet, sondern dem unabhängigen Charakter des Projekts Rechnung getragen wurde: das Deutsche Rundfunkarchiv, das Adolf Grimme-Institut, der DFG-Sonderforschungsbereich Bildschirmmedien, die Stiftung Rundfunk und Geschichte, die Historische Kommission ARD / ZDF, die Media Perspektiven, das Haus des Dokumentarfilms, das Design Zentrum NRW, das Folkwang Institut für Mediengestaltung / Inter Artes, die Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung sowie die einschlägigen Medienfachbereiche an den Hochschulen von Hamburg über Siegen, Marburg und Essen bis Berlin.

### **Inszenierungen und Themen**

Veranstaltungsort war das bedeutende Industriedenkmal *Gasometer* Oberhausen in dem neuen Dienstleistungs-, Freizeit- und Business-Park *CentrO* mit einer beispielbaren Gesamtfläche von rund 4.700 m<sup>2</sup> auf drei Ebenen, von denen die beiden unteren einen Durchmesser von jeweils 68 m aufweisen, sowie mit einem Luftraum von ca. 100 m Höhe. Einzelne Themeninseln fassen größere thematische Blöcke zu überschaubaren kulturhistorischen Ausschnitten zusammen. Sie selektieren, verdichten und setzen gedankliche Schwerpunkte. Um die inhaltlichen Aspekte sowie den gestalterischen Charakter der Ausstellung insgesamt vermitteln zu können, werden im folgenden die einzelnen Inszenierungen beschrieben.

#### **Ebene I: Erdgeschoß**

Die Installationen führen die Besucher zunächst in den *Traum vom Sehen* aus phänomenologischer, kunsthistorischer und technologischer Sicht ein. Das Entree *Galileo Galilei* eröffnet die kulturgeschichtliche Dimension, in der sich die Ausstellung entfaltet. Die Blickachse Erde-Mond, eines der ursprünglichsten Seherlebnisse der Menschheit, wird mit der Mondladung gut 350 Jahre später verknüpft, einem globalen TV-Ereignis ohne Beispiel. Galileis Blick in die Sterne und die Bilder des blauen Planeten vom Trabanten aus lösten auf je spezifische Weise eine Art Sehschock aus und eröffneten neue Horizonte: Die Referenzpunkte der Wahrnehmung haben sich wiederholt verschoben.

Die anschließende *Wunderkammer der Augen-Blicke* regt auf ungewöhnliche Weise dazu an, sich mit dem Sehvorgang selbst auseinanderzusetzen und für diesen scheinbar selbstverständlichen Prozeß der visuellen Orientierung zu sensibilisieren: In der bewußt überraschenden Konfrontation mit vertraut und gleichzeitig fremd erscheinenden Augen verschiedener Spezies ist – frei nach dem Goethe-Wort: „Zum Sehen geboren, zum Schauen bestellt“ – intendiert, den Unterschied zwischen dem Sehen als automatischer Wahrnehmung der Umwelt (Naturaspekt) und dem Schauen als erlerntem und selektivem Erfassen des Anderen (Kulturaspekt) zu erfahren und zu erkennen. Aufgegriffen und sinnlich nachvollziehbar werden darüber hinaus in einem interaktiven *Kabinett der Seh-täuschungen* elementare Phänomene der visuellen Wahrnehmung, des Farbensehens und optische Rätsel.

Neben diesen eher spielerischen Elementen haben wir das Publikum auf dieser Ebene aber auch in Wort und Bild mit der eigentlichen Vorgeschichte der Tele-Visionen konfrontiert. Zum einen wird an die erste simultane Welterfahrung erinnert: eine weite Metapher für das „Verschwinden der Ferne“, die universelle Verfügbarkeit von Informationen sowie allgemein für die technikbasierte Extension menschlicher Entfaltungsspielräume – ausgelöst durch die Elektrifizierung der Kommunikation und die Verschmelzung der Kontinente mit der Kabeltelegraphie seit Mitte des 19. Jahrhunderts. Diese als historische Wendemarke gefeierte Erfahrung machte erstmals die Vision einer „One World“ sichtbar, auch wenn die damaligen Netzwerke zunächst fragmentarisch blieben und erst später eine geschlossene Struktur erhielten.

Zum anderen finden sich hier frühe Ideen „phantastischer Bildermaschinen“, die jedoch nicht als funktionstüchtige Apparate in die Praxis umgesetzt werden konnten, da diese technischen und sozialen Träume den wissenschaftlichen und materiellen Bedingungen ihrer Zeit weit vorausgeeilt waren. Aber schon die bloßen Entwürfe illustrieren die Experimentierfreude erfinderischer Außenseiter, Bastler und auch Wissenschaftler, die sich mit dem immateriellen Bild- und Zeichentransport analog zum Telegraphen und Telephon befaßt haben. Einige der Studien haben sich Jahrzehnte später sogar als richtungsweisend oder brauchbar herausgestellt und können deshalb als Vorläufer der Television eingestuft werden.

Daran schließen sich die innovativen Leistungen der in verschiedenen Ländern parallel experimentierenden Pioniere des protoindustriellen Fernsehens an wie unter anderem John Logie Baird (England), Manfred von Ardenne (Deutschland) oder Wladimir Zworykin (Rußland/USA). Diese betrieben zunächst noch Grundlagenforschung und erprobten einfache Methoden der mechanischen Bildzerlegung und -rekonstruktion im Laborstadium wie die Nipkowscheibe als „Personenabtaster“. Auf dem „Weg zum elektronischen Bild“ zwischen 1924 und 1939 wurden dann von führenden Industrieunternehmen wie

etwa Telefunken, RCA oder EMI / Marconi im Zusammenspiel mit staatlichen Förderungsprogrammen einzelne Teilkomplexe perfektioniert und mit dem Ziel einer serienreifen, regelmäßigen und massenmedialen Nutzung zum endgültigen System Fernsehen geführt, wobei sich das Interesse am neuen Medium von Anfang an sowohl an der kommerziellen Verwertung als auch der militärischen Verwendbarkeit orientierte.

Wollten die Ingenieure die äußere Wirklichkeit visuell einfangen, so versuchte der Arzt Sigmund Freud, die inneren Bildwelten dem analytischen Blick zugänglich zu machen. Er legte unbewusste Wahrnehmungsstrukturen des Subjekts frei und zeichnete zugleich den psychischen Seh- und Traumapparat des Menschen nach, was am Modell des „Wunderblocks“ nachzuvollziehen ist. Neben den Ausdrucksformen des Unbewußten stehen die bildhaften Assoziationen der Phantasieproduktion, angeregt durch die innere Visualität der Literatur. Aus den Archiven des DRA wurden anschaulich-deskriptive Passagen von Goethe über Fontane und Kafka bis Thomas Mann ausgewählt, die als gesprochene Texte in akustisch abgeschirmten *Hörräumen* zu einer sinnlichen Erfahrung beitragen: Das Ohr läßt uns sehen.

Ältere und jüngere medienkünstlerische Arbeiten sind auf allen Ebenen der Ausstellung integriert: Werke von Dara Birnbaum (eigene *TvS*-Videoinstallation zu Stereotypen der TV-Unterhaltung), Pat Binder (*Zapping Box*), Dan Graham (*Present Continuous Past(s)*), Ed Kienholz (*Chicken Little*), Dieter Kiessling (*Zug*), Wolfgang Matzat (*Peeping Tomahawk*), Matthew McCaslin (*A Place in Time*), Nam June Paik (*Robot Baby*) Friederike Pezold (*Erste elektronische Göttin der Chaotinnen*), Richard Serra (*Television Delivers People*), Mike Steiner (*Das Testbild als Readymade*) und André Werner (*Mujeres Fugaces*). Sie erscheinen jedoch nicht als separates Teilprogramm, sondern als inhaltlich stringent eingebundenes Moment einzelner Ausstellungssegmente. Entstehen soll weder ein direktes Konkurrenzverhältnis zwischen künstlerischem Diskurs und eigenen Inszenierungsideen noch eine bloße Illustration von Sachverhalten oder beliebige Demonstration audiovisueller Effekte. Intendiert ist vielmehr ein gleichberechtigtes dialogisches Miteinander von kreativen, wissenschaftlichen und technischen Sphären.

Die Installationen und Videos dienen somit einerseits als eine zusätzliche Annäherung an einen Themenbereich auf künstlerische Weise wie auf einer theoretisch-konzeptionellen Metaebene: Sie können sowohl affirmative als auch kritisch-kontrastive Antworten auf die zentralen Fragen der Programm- und Zeitgeschichte, der Wahrnehmung oder der technischen Phänomene geben. Andererseits soll die Medienkunst aber auch als sinnliches, phantasieanregendes und spielerisches Element den rationalen, analytischen und chronologischen Erzählfluß der Ausstellung aufbrechen und ergänzen.



## Ebene II: Scheibenboden

Der zweite Ausstellungsbereich bleibt den technischen, programmgeschichtlichen und ökonomischen Dimensionen des aufstrebenden Massenmediums von den anfänglichen Live-Übertragungen bis zu seiner heutigen Diversifizierung und Digitalisierung vorbehalten. *Aus Schatten werden Bilder* – der historische Bogen beginnt mit den ersten Ausstrahlungen in Deutschland, England und den USA. Vorgestellt werden hier archetypische Formate und Genres, die sich ungeachtet späterer Differenzierung bis in die Gegenwart fortgeschrieben haben. Ein Blick auf das Fernsehen in der NS-Diktatur offenbart sehr schnell die immanente Janusköpfigkeit der neuen Apparatur zwischen Zerstreung und Zerstörung: Auf der einen Seite ermöglichte sie erstmals Live-Übertragungen in öffentliche Fernsehstuben während der Olympiade 1936 und fungierte später als Unterhaltungsmaschine für die Truppenbetreuung. Auf der anderen sollte sie als Lenkwaffensystem im Bombenkrieg genutzt werden, was erhalten gebliebene Stills eines Anflugs auf Seeziele sowie einzelne Bausteine und ein Modell der TV-Gleitbombe „HS 293“ eindrucksvoll demonstrieren.

Nach den Erfahrungen mit der nationalsozialistischen Diktatur verfolgte der westdeutsche Ansatz im Gegensatz zur DDR mit einer öffentlich-rechtlichen Konstruktion – analog zum demokratischen Aufbau des Gemeinwesens – einen gezielten Interessenausgleich gesellschaftlicher Kräfte. Das Fernsehen verstand sich als politisch unabhängige bzw. aufklärerische Vermittlungsinstanz und entwickelte sich zu einer vierten Gewalt im Staate. Der allmähliche Bedeutungsverlust von Öffentlichkeit und die Stärkung des privaten Raumes ließen als soziales Phänomen eine nationale TV-Gemeinde entstehen. Die Intendanten verkörpern als „Gründerväter“ den moralischen Aufbruch jener Nachkriegsjahre. Mit Tondokumenten von Adolf Grimme, Werner Pleister, Eberhard Beckmann, Hans Bausch – und als Antipode Hans Mahle vom ostdeutschen DFF – werden wichtige Vertreter dieser Programmatik noch einmal als *Talking Heads* zum Sprechen gebracht.

Das gleichzeitig etablierte föderale Prinzip als Ausdruck „landmannschaftlicher Vielfalt“ (Hans Bausch) kommt in der Inszenierung *Visitenkarten der Sender* zum Ausdruck: eine Gegenüberstellung – und Würdigung – der ersten Ansagerinnen aller ARD-Anstalten und des Deutschen Fernsehfunks. Sie fungierten als telegene Aushängeschilder der regionalen Anstalten, führten alltäglich in das Programm ein und erlangten große Beliebtheit. Ihre angefügten Biographien beweisen, daß sie jenseits weiblicher Rollenklischees, die sie auf dem Bildschirm durchaus repräsentierten mochten, privat sehr emanzipiert und selbständig agierten.

Hier und in den folgenden Inszenierungen sollen durch eine bewußte Integration des DDR-Fernsehens die unterschiedliche Prägung, gleichzeitig aber auch verblüffende Parallelen eines im Partei- und Staatsauftrag instrumentali-

sierten Rundfunks verdeutlicht werden. Darüber hinaus sind besondere Segmente ausschließlich dem DFF vorbehalten, wobei zum einen mit Objekten, Leserbriefen, Programmausschnitten und Dokumenten die Systemauseinandersetzung im Kalten (Äther-)Krieg ihren Ausdruck findet und zum anderen am Beispiel des Fußball-WM-Spiels DDR-BRD 1976 die Phase der Entspannungspolitik berücksichtigt wird, welche die sozial-liberale Koalition mit einer Ostpolitik der friedlichen Koexistenz sowie Erich Honecker mit der Ablösung von Walter Ulbricht eingeleitet hatten.

Eine *Galerie der Standbilder* trägt mit schwarz-weißen Zeichnungen, Collagen oder rein typographischen Arbeiten als Hinweistafeln auf die damals üblichen Unterbrechungen beim Umschalten oder zum Sendeschluß der Frühzeit des „Pantoffelkinos“ Rechnung. Ebenso tun dies zwei herausragende Beispiele, die die zwischen „Erziehung und Erbauung“ wechselnde Funktion des damaligen Fernsehens illustrieren: Zum einen präsentiert die Ausstellung den *Internationalen Frühschoppen* von und mit Werner Höfer, der seit 1952 „Sonntags um Zwölf“ in den deutschen Haushalten „die Welt zu Gast“ hatte. Mit bis zu zehn Millionen Zuhörern und Zuschauern hatte diese ursprüngliche Radiosendung als kontroverses, öffentliches und multinationales Diskussionsforum statt Agitation und Propaganda sowohl eine unmittelbare Wirkung auf die pluralistische Streitkultur und demokratische Meinungsbildung als auch auf die internationale Rehabilitierung und Integration der jungen BRD.

Zum anderen setzt das *Robert Lembke-Memorial* einer der wohl bekanntesten und mit 34 Jahren langlebigsten Sendungen ein ironisch distanzierendes Denkmal. Die ritualisierte Mischung aus Quiz und Prominenten-Talk nach amerikanischem Vorbild (WHAT'S MY LINE?) versammelte Generationen im „Halbkreis der Familie“ regelmäßig vor der „fünften Wand des Wohnzimmers“ – ein „heiteres Beruferaten“, an dem sich die Besucher selbst noch einmal aktiv beteiligen können.

Kinder gelten als klassische Zielgruppe des Fernsehens, das von Beginn an mit wechselnden Strategien von einer trivialen Kontroll- und Lernpädagogik über polarisierende Emanzipationsmodelle bis zur kommerziellen Unterhaltung mit Konsumanreiz um die Gunst der jüngsten Zuschauer buhlt. Alle Altersgruppen begegnen in der *TV-Puppenkiste* noch einmal ihren „Freunden fürs Leben“, die häufig sehr reale Sozialisationsinstanzen darstellen: die *Augsburger Puppenkiste* oder *Ratz und Rübe*, der SANDMANN oder der LI-LA-LAUNE-BÄR und KÄPTN BLAUBÄR. Zudem erheben in einem STREICHELZOO weitere TV-Lieblinge ihre Stimmen: Tierische Helden wie FURY, LASSIE, FLIPPER, SKIPPY oder CLARENCE haben in beliebten amerikanischen Serien Hauptrollen als gute und verlässliche Partner des Menschen gespielt.

Einen weiteren Schwerpunkt bilden die siebziger Jahre als die eigentliche Moderne des Mediums, die auf gesellschaftliche Auf- und Umbrüche reagierten,

zugleich selbst Impulse gaben und andere Standards in der Darstellung und Verarbeitung realer Lebenswelten setzten. Provokation, Satire oder appellative Kritik gehörten fortan zum Repertoire der neuen Fernsehsprache. In einem *Kabinett der TV-Experimente* prallen spektakuläre Formate, Personen und Ereignisse aufeinander: Neben der versuchten Indienstnahme von außen durch die Kunst (Joseph Beuys Dokumentarede) oder die Politik (Schleyer-Entführung) stehen die inneren Konfliktparteien (PANORAMA versus ZDF-MAGAZIN). Neben Tabubrüchen (SMOG von Wolfgang Menge und die HOLOCAUST-Serie) oder Skandalen (WÜNSCH DIR WAS mit Dietmar Schönherr) treten neue Imageträger als „Neu-Einsteiger“ auf den Plan: von der ersten Sportmoderatorin, Nachrichtensprecherin oder Kommissarin über eine buntere und gebrochenerere Männergeneration bis hin zu gesellschaftlichen Außenseitern und (Rand)Gruppen wie Migranten, Senioren oder Homosexuelle.

Ferner können die Höhepunkte unterschiedlichster Talkshows wie etwa III NACH NEUN, KLÖNSNACK AUS ROSTOCK oder HANS MEISER, in denen bekannte Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens in Wort und Bild aufeinanderstießen, über interaktive Terminals abgerufen werden. Neben dem Wiedererkennungseffekt beabsichtigt dieses reine Zitatprinzip, sowohl den exhibitionistischen und entprivatisierten Charakter als auch die inhaltliche Fragmentierung und Beliebigkeit dieses formalisierten, standardisierten und kostengünstigen Programmtypus zu pointieren.

In engem Zusammenhang mit partiellen Innovationsschüben steht auch die Entwicklung der verschiedenen Genres der TV-Show. Herausgehoben wird die populäre große Abendunterhaltung mit den alten und jungen Fernsehstars von Peter Frankenfeld und Hans-Joachim Kulenkampff über die nächste Generation mit Hans Rosenthal und Wim Thoelke bis zu Thomas Gottschalk und Linda de Mol, die auf typische Weise mit karitativen Absichten, Quizelementen, Interaktionsspielen oder Geldpreisen für höchste Einschaltquoten sorgten, die Corporate Identity ihres Senders prägten und zu einem überproportionalen Bedeutungszuwachs der nichtfiktionalen Unterhaltung beitrugen. Die Inszenierung möchte Partizipationswünsche der Zuschauer aufgreifen, indem sie mit vergrößerten Szenenphotos die Möglichkeit bietet, sich selbst einzubringen und damit für einen Moment zu den ausgewählten Kandidaten zu gehören.

Aufgegriffen wird an späterer Stelle mit der Fernsehserie ein weiteres publikumswirksames, senderübergreifendes und industrialisiertes Format, das heute präzise auf definierte (Werbe-)Zielgruppen zugeschnitten ist bzw. streng internationalen Standards in Dramaturgie, Produktion und Marketing gehorcht. Mit Photos, Ausschnitten und einer Produktpalette diverser Merchandisingobjekte mit Kultcharakter soll am Beispiel von GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN vor allem der Produktionsprozeß und Wirtschaftsfaktor täglicher Soaps dokumentiert

werden. Diese vermitteln ebenso wie die ersten seriellen Alltagsdramen spiegelbildlich historisches Zeitgefühl und gesellschaftliches Selbstverständnis bzw. charakterisieren bestimmte Sozialfiguren und geschlechtsspezifische Psychologie: Waren in der Aufbauphase der Republik bei den SCHÖLERMANNs und HESSELBACHs das autoritäre Staatsgefüge und die Familienbindung noch intakt, so gerieten durch Rezession und Modernisierung feste Leitbilder bei den UNVERBESSERLICHEN oder den TETZLAFFs bereits in Gefahr, was in der LINDENSTRASSE der kleinen Leute oder bei den GULDENBURGs in höheren Kreisen endgültig zu Identitätskrisen, Auflösungserscheinungen und VERBOTENER LIEBE führte. Da bleibt in GUTEN ZEITEN, SCHLECHTEN ZEITEN oder im MARIENHOF gegenwärtig nur die Adaption international bewährter Muster und die Suche nach dem individuellen Glück in einer von der Freizeitindustrie bestimmten Konsumgesellschaft.

In den achtziger Jahren folgte der Infragestellung tradierter Normen und sozialer Orientierung die Phase wirtschaftlicher Prioritätensetzung und endgültiger Individualisierung. Basierend auf erweiterten Distributionswegen via Kabel und Satellit sowie veränderten Rahmenbedingungen in der Medienpolitik bildete sich die duale Rundfunklandschaft heraus, die einen grundsätzlichen Struktur- und Wertewandel einleitete. Zunächst stehen sich die beiden Erstsendungen von PKS / SAT.1 und RTLplus als *Geburt der Privaten* im Januar 1984 gegenüber, gefolgt von einer adäquaten Präsentation der Marke RTL als Branchenführer des kommerziellen Fernsehens: Über eine *Pinwand* und einen Programmloop mit signifikanten Formaten, eine *Porträtgalerie* mit hauseigenen Protagonisten bzw. eine *Erfolgskurve* mit den Bruttowerbeerlösen sollen die Leistungsbilanz, Risikobereitschaft und Wandlungsfähigkeit dieses anpassungsfähigen Unternehmens anschaulich werden. Neben einer *Boning-Parade* und der trendsetzenden SAMSTAG NACHT-Comedy zeigt diese bunte Palette die Stationen des Aufstiegs vom „Garagenfernsehen“ in Luxemburg (damals: „erschreckend anders“) bis zum absoluten Marktführer mit einem 24-stündigen Audience-Flow (heute: „erfrischend anders“).

Die mit der Zulassung werbefinanzierter Anbieter verbundene Verzweigung und Differenzierung in einem „Fernseh-Deutschland“ wird als ein *Paradies für Zapper* auf großen Lamellen in ihrer chronologischen Abfolge bis 1996 dargestellt. Diese Übersicht berücksichtigt auch die Geschichte der ARD und des DFF seit 1952, die Dritten Programmen, das ZDF und damit alle nationalen und ausländischen Voll- und Zielgruppen- oder Spartenprogramme, die bundesweit lizenziert bzw. verbreitet wurden und werden. Die dortige Einbeziehung der jeweiligen Senderlogos als (ein)prägende Markenzeichen verweist auf die zunehmende Wichtigkeit von Screen-Design zur Identifikation und Unterscheidung des medialen Angebots.

Steht hier vor allem der deutsche Markt im Vordergrund, so zeigt die Inszenierung *Himmel voller Bilder* das internationale Spektrum. Über kuppelförmig

angeordnete Monitore sind gleichzeitig die meisten Nutzer der Astra-Satellitenfamilie unverschlüsselt zu sehen – ein Reigen der Bilder und Töne, die zusammen betrachtet den sinnlichen Eindruck eines ganztägig unstrukturierten und unzensierten Gesamtprogramms des globalen Weltfernsehens vermitteln. Damit wurden die im Oktober 1945 veröffentlichten Visionen des englischen Mathematikers und Futurologen Arthur C. Clarke von einem weltumspannenden Kommunikationsnetz auf der Basis von drei Satelliten auf geostationären Orbitpositionen über dem Äquator durchaus Realität. In bewußtem Kontrast haben wir dieser High Technology einen medienkünstlerisch oder ethnografisch anmutenden *Antennenwald* gegenübergestellt: skulpturale Konstruktionen, mit denen die Soldaten der Roten Armee bis zu ihrem Abzug aus Ostdeutschland auf einfache Weise und mit billigsten Mitteln versucht haben, sich ein Bild von der Welt zu machen...

Die fortschreitende Expansion des Privatfernsehens ist eng verknüpft mit dem Thema „Medien und Ökonomie“, dessen wachsende Bedeutung und überregionale Dimensionen in Ausschnitten transparent und verständlich gemacht werden. Zunächst gibt die *Galerie der Quoten* mit allen Generationen an GfK-Meßgeräten seit 1963 sowie in Form von Grafiken, Texten und einem interaktiven Terminal Einblicke in die Methoden der Fernsehrezeptionsforschung, stellt die Macht der Einschaltquote dar und veranschaulicht den direkten Zusammenhang zwischen Programmplanung, Zielgruppen und Werbegeldern.

Der sich räumlich anschließende *Kampf der Giganten* thematisiert den Weltmarkt Fernsehen, der nach den aktuellen Fusionen und Allianzen derzeit von den „Global Players“ Time Warner, Disney, Viacom, News Corp., UFA / CLT, der Kirch-Gruppe, Canal Plus / NetHold und Mediaset dominiert wird. Die wirtschaftliche Potenz dieser acht transnational operierenden Firmengruppen und ihre zahlreichen Beteiligungen in Deutschland werden zum einen mittels entsprechender Firmenprofile und zum anderen auf einem Spieltisch in Gestalt von Plastikfigürchen gemäß ihrer jeweiligen Zuschauermarktanteile versinnbildlicht.

Den Abschluß der bespielten Segmente im Obergeschoß bildet zunächst die Inszenierung Abends um 8: DIE TAGESSCHAU. Diese älteste und maßgebliche Institution der Informationsvermittlung erfährt hier über die Wiedererweckung ihrer Kennzeichen wie dem allabendlichen Intro im wandelnden Zeitkolorit oder den vertrauten Sprechern als Gesichter der Nation eine Ehrung.

Die Besucher haben ferner die Gelegenheit, in einem gläsernen „TV-Studio“ mit der von ihnen gewünschten virtuellen Dekoration der TAGESSCHAU, der HEUTE-Nachrichten oder RTL AKTUELL selbst als Sprecher oder Sprecherin vor laufender Kamera eine aktuelle Nachricht über den Teleprompter zu verlesen.

Ergänzt werden alle diese Einzelinszenierungen durch übergeordnete Ausstellungselemente, die allgemeine Aspekte aufgreifen. Hervorzuheben ist – ne-

ben den separat aufgestellten Installationen *Währenddessen – Anderswo* mit historisch unterschiedlich akzentuierten Ausblicken auf ein ganz anderes Fernsehen in den USA, Japan oder Ghana – ein durchlaufendes *TV-Hochregal*, das hauptsächlich programmrelevante „Erinnerungsstücke“ aus der Requisite, dem Kostümfundus, den Archiven, Redaktionen oder privaten Sammlungen aufnimmt. Denn der Besucher erwartet von *TvS* nicht nur eine anregende, intellektuelle oder unterhaltsame Diskussion des Themas, sondern er ist in gleichem Maße an den Dingen mit ihrer spezifischen Aura und ihrem symbolischen Wert interessiert, die er sonst nicht oder nur auf dem Bildschirm zu Gesicht bekommt. Aus diesem Grund werden einmalige und originäre Dekorationen, technische Geräte, Modelle, Szenenbilder, Schriftstücke, Preise, Photos oder Plakate zusammengetragen: die stummen Zeugen oder Beweismittel einer Sendung, einer Entwicklung oder eines Rituals, die zur Fernsehkultur gehören und die die Flüchtigkeit eines Ereignisses oder Bildes in die Materialität eines anschaulichen, hörbaren und spürbaren Artefakts überführen. Zu vielen dieser Fundsachen wurden zusätzlich passende Programmausschnitte ausgesucht, welche die Besucher über ein spezielles Interface anwählen und in Verbindung mit dem jeweiligen Objekt betrachten können.

Sprechen einige Gegenstände für sich, so müssen andere zu besonderen Arrangements zusammengestellt werden. Realisiert wurden beispielsweise aufwendigere und umfangreichere Themeneinheiten wie die ZDF-Gründung mit frühen Logos, Namensschildern und Dokumenten zu den medienpolitischen Auseinandersetzungen um das Rundfunkgesetz, zu den Urteilen des Bundesverfassungsgerichtes, zum letztendlichen Staatsvertrag. Ebenfalls zu besichtigen sind hier Bilder der Rede des Intendanten Karl Holzamer zum Sendestart am 1. April 1963. Rechnung getragen wird auch der Krimireihe *DERRICK*, dem größten Exportschlager des deutschen Fernsehens: Über ein weiteres Terminal lassen sich dialogreiche Ausschnitte mit Horst Tappert als weltweit beliebtem TV-Kommissar in verschiedenen Sprachfassungen von Ungarisch über Chinesisch bis Japanisch mit dem Original vergleichen.

Berücksichtigt wird auch die TV-Werbung als „Fernsehware“ mit ausgewählten Spots eines Unternehmens wie Maggi von Beginn der Werbung in den fünfziger Jahren bis heute sowie mit einigen „Amazing Discoveries“, reale Exponate aus dem virtuellen Tele-Shop. Aber auch Fernsehpreise, Spielzeug rund um das Medium, die Maskottchen der öffentlich-rechtlichen Anstalten vom *ONKEL OTTO* (HR) über *ÄFFLE UND PFERDLE* (SDR) bis zu den *MAINZELMÄNNCHEN* (ZDF) oder die verschiedenen Formate der Videobänder neben anderen Accessoires der Aufnahme-, Schnitt und Empfangstechnik haben ihren Platz erhalten.

Durch das Aufeinandertreffen dieser Objekte mit all ihren Alterungs- oder Gebrauchsspuren sowie im sinnfälligen Kontrast oder in der bewußten Interak-

tion mit den dominanten Bewegtbildern der Monitore entsteht dann jene Vielfalt von Bezügen und reizvolle Atmosphäre, die den Ausstellungsbesuch zu einem attraktiven Erlebnis bzw. einer emotionalen Erfahrung werden lassen und zugleich die Aufnahmebereitschaft für Informationen sowie die Vorstellungskraft fördern.

Die vielfach angesprochenen Programme selbst werden auf unterschiedliche Weise präsentiert, wobei einige der Themen zu ihrer Erklärung eines direkten Ausschnitts aus einer bestimmten Sendung bedürfen. In der Regel bleibt aber der Einsatz von Laufbild bewußt auf bestimmte Abspieleinheiten beschränkt und wird zur Vermeidung einer Überfrachtung sehr reduziert gehandhabt. Neben einer *Bilderkörper-Schleuse* mit direkten Projektionen auf die durchwandelnden Besucher zu Beginn der zweiten Ebene wurde zur historischen Orientierung und Strukturierung mit den *Zeitfragmenten* für jede Dekade von 1950 bis 1980 in Anlehnung an Gordon Matta Clark eine modulare Form gefunden. Kurzweilige Filmausschnitte spezifischer TV-Ikonen, die ihre Epoche geprägt haben, sind hier in Endlosschleifen zu sehen – von der Krönung Elisabeth II. über den olympischen Black Power-Protest bis zur Öffnung der Berliner Mauer sind hier jene publizistischen Bilder der Zeitgeschichte, der Moden, des Sports und anderer Bereiche der Alltagskultur versammelt, die jeden Haushalt erreicht haben.

Sind die Loops der *Zeitfragmente* chronologisch geordnet, so orientiert sich das nächste Abspielelement an bestimmten Sujets und Problemstellungen. Diese *Themensofas* zeigen eigens produzierte Kompilationen von etwa 20 Minuten Länge und wollen einen Dialog mit den Zuschauern herstellen. Sie sollen durch eine gezielte Dramaturgie eine Spannung erzeugen zwischen Affirmation und Reflexion, Vertrautem und Unbekanntem, Unterhaltung und Ernsthaftigkeit bzw. Stereotypen und Leitmotiven, aber auch Kritik und Normabweichungen aufgreifen, verdichten und brechen: *Zeile für Zeile: Erste Fernsehbilder*, *Das Fremde im Wohnzimmer*, *Trau keinem über 18*, *TV im TV*, *Männerblicke – Frauenbilder* und der *Blick nach drüben* als kleine DDR-Retrospektive.

Die Programmauswahl insgesamt erfolgte in Abstimmung mit allen Kooperationspartnern, wobei folgende Kriterien berücksichtigt wurden: Ausgewählt wurden „Kultsendungen“ und vergessene Programme,

- die neue Trends gesetzt haben,
- die sich durch innovative Themen und Gestaltungselemente auszeichnen,
- die den historischen Zeitgeist oder -geschmack vermitteln,
- die (medien)politische, moralische und ästhetische Brisanz aufweisen und Skandale oder Verbote nach sich zogen,
- die ein bestimmtes Image eines Senders oder einer Region verkörpern bzw.



- die beim Publikum wie beim Feuilleton erfolgreich („Straßenfeger“) oder erfolglos („Quotenkiller“) blieben.

### Ebene III: Manege und Galerie

Als Ziel der Inszenierung und Aufarbeitung des *Traums vom Sehen* wurde formuliert, die aktuelle Diskussion sowohl zur Zukunft der Medien als auch zu den Medien der Zukunft inhaltlich, künstlerisch und wissenschaftlich zu spiegeln, zu reflektieren und an konkreten Beispielprojekten oder Visionen zu demonstrieren. Dabei sollten die aus der derzeitigen Medienentwicklung resultierenden Problemfelder bzw. die kommunikativen, technologischen, sozialen, ökonomischen und politischen Veränderungen der postindustriellen Gesellschaft(en) implizit behandelt, auf einer qualitativ höheren Ebene aber auch in Frage gestellt sowie durch innovative und avantgardistische Ansätze relativiert werden. Es vollzieht sich ein Paradigmenwechsel hinsichtlich der Medien in nahezu allen Bereichen der Gesellschaft. Diesen galt es aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten und über mögliche Zukunftsszenarien nachzudenken.

Zunächst greift die interaktive Bild- und Toninstallation *Die McLuhan-Maschine – Resonanz der Sinne* auf der Ebene der Manege die zentralen Thesen des kanadischen Medientheoretikers auf, dessen visionäres Gedankengut sich in der heutigen Diskussion um die kulturellen Konsequenzen elektronischer Medien als unvermindert aktuell erweist. Spielerisch erschließen sich den Besuchern in vier Wahrnehmungsfeldern die weitsichtigen Einsichten McLuhans, wenn beispielsweise das Diktum vom „Medium als Extension des Menschen“ am eigenen Leib erfahrbar wird: als Schnittstelle zwischen Mensch und *McLuhan-Maschine* dient das älteste elektronische Musikinstrument der Welt, das 1920 entwickelte Theremin. Anders als bei einem reinen Musikinstrument, erzeugt der Besucher nicht die sphärischen Klänge, sondern er bespielt sozusagen durch seine bloße physische Präsenz die Bilder dieser Ausstellung, die auf riesigen ovalen Projektionsflächen in acht Metern Höhe über dem jeweiligen Theremin immer wieder neu erscheinen und unterschiedlichste Bild- und Klangfolgen entstehen lassen.

Den Schlußpunkt der Ausstellung bildet dann die *Netzwerk-galerie*, die über die übliche Inszenierung eines Online-Cafés weit hinausgeht. Theoretisch – und letztlich durch die einzelnen Beispiele auch praktisch – haben wir uns an den international vorherrschenden Diskursen und (Vor-)Denkern zu orientieren und nicht auf den Gegensatz zwischen Techniqueuphorie und Technikphobie zu beschränken: Nichtlinearität, rhizomatische Strukturen, Aufhebung des dualistischen Denkens sowie Zusammenführung natur- und sozialwissenschaftlicher Theorien.

Angestrebt wurde insgesamt ein ambitioniertes, gleichzeitig aber auch verständliches Forum, mit dem vom technokratischen Ansatz der „Medienrealität“



über die Diskussion „Kommunikation als globales Ereignisfeld“ zum „Laboratorium der Visionen“ eine Brücke zu schlagen ist und das die verschiedenen Aspekte des Internet und seiner spezifischen Strukturen behandelt.

Die Themenkomplexe sind:

- Netz der Netze (Geschichte und Technologie des Internet)
- Sprachen des Netzes (Formen der Kommunikation und Interaktivität)
- Globalisierung (Aspekte des Datenverkehrs und der Ökonomisierung)
- Freiräume – Zensur (Herausforderung der Informationsfreiheit)
- Arbeitsplatz (Teleworking und Telelearning)
- Alltagskultur (Marktplätze, Spielräume, Experimentierfelder)
- Kunst (Kulturangebote, Online-Künstler und Ästhetik)
- TV im Netz (Programmangebote und Senderinformationen)
- Fenster zur Welt (privilegierte Blicke über Web Cams)
- *TvS*-Online

Da die Expansion der internationalen Netzwelten bzw. die quantitative wie qualitative Fülle an Themen und Aspekten auch von Eingeweihten nur ansatzweise bewältigt werden kann, wurde eine streng kuratierte Auswahl an Links auf signifikante Home Pages für zehn Terminals vorbereitet, deren Bilder sich auf die innere Gasometerwand projizieren lassen – verstanden als eine „Sichtbarmachung des vormals Unsichtbaren“. Neben eigens erstellten Einführungs- und Erklärungsseiten ermöglichen diese Orientierung und Konzentrierung auch Neulingen einen sinnvollen Zugang zur Internet-Kultur.

Ergänzend hierzu findet sich ein weiteres exploratives und dreidimensionales Kommunikationswerkzeug: das Virtual-Reality-Spiel *Alice im VRML-Land*. Die Nutzer haben die Möglichkeit, im Gasometer mit Hilfe von zehn Workstations und von außerhalb über das Internet in fünf verschiedenen und miteinander verknüpften VRML-Welten in Echtzeit zu navigieren und mit anderen Personen, die durch auszuwählende „Avatare“ repräsentiert werden, in einem Chat-Bereich zu kommunizieren. Neben der lustvollen Manipulation von Sprache ergeben sich durch die Positionsbestimmungen im Raum, die Kontakte mit anderen Mitspielern und die Steuerung der Objekte mannigfache Möglichkeiten der Interaktion für die Besucher, wobei gemeinschaftliches Handeln neue Optionen eröffnet – alles ist möglich, es gilt nur, die Orientierung zu wahren...

Unabhängig von diesen Aktivitäten wurde bereits im Vorfeld der Ausstellung eine multimediafähige Home Page eingerichtet. *TvS*-Online ist Kommunikationsinstrument für alle nationalen und internationalen Projektpartner – insbesondere aus den Bereichen Wissenschaft, Kultur und Medien – und darüber

hinaus allen Interessierten als ständig aktualisiertes Informationsarchiv mit Hinweisen auf geplante Veranstaltungen, Aktionen, Referenten und Künstler zugänglich. Texte, Standbilder, Video und Audio werden ständig redaktionell betreut und aktualisiert bzw. virtuelle Ausstellungsrundgänge, ein Besucheralbum und Treffpunkte eingerichtet.

### **Der Luftraum**

Die Strategie des ausgewählten künstlerischen Projektes *eklipse* besteht darin, den gigantischen Innenraum des Gasometers in seiner Wirkung unberührt zu lassen, anstatt ihn zu bezwingen. An zentraler Stelle wurde ein relativ kleines begehbare Objekt – ein Zylinder – errichtet, dessen Wirkung sich jedoch nicht von außen, sondern erst in seinem Inneren erschließt: Der Blick in den Luftraum vom Mittelpunkt der Manege wird also durch ein räumliches Modell des Gasometers verdeckt, das genau diesem zentralen Blick entspricht – ähnlich vergleichbarer Konstruktionen von René Magritte.

Im Inneren des Zylinders wird der Blick nach oben gelenkt, und dieser Blick ist die intensive und wesentliche Verbindung zu dem Gasometer-Innenraum. Man meint, diesen zu sehen – aber auf eine irritierende Weise, denn in ihm schweben Objekte, die unerklärliche Metamorphosen durchmachen, um dann scheinbar im Nichts zu verschwinden. Die Irritation, der verblüffende Eindruck haben ihren Grund in der Konstruktion des Zylinders, der in zwei Etagen geteilt ist. In der oberen befindet sich ein anamorphotisch gedehntes Modell des Gasometer-Innenraums, das durch Rotation und Stroboskopeffekte animiert wird: dreidimensionale, materielle und zeitgleiche Animation in einem „Kino konkret“.