

# montage/av

Zeitschrift für Theorie & Geschichte  
audiovisueller Kommunikation

14/1/2005

Fernsehhistoriographie:  
Geschichte(n) des Fernsehens

SCHÜREN

# Inhalt

Editorial	4
<i>Andreas Fickers</i>	
Nationale Traditionen und internationale Trends in der Fernsehgeschichtsschreibung	
Eine historiographische Skizze	7
<i>Judith Keilbach</i>	
Die vielen Geschichten des Fernsehens	
Über einen heterogenen Gegenstand und seine Historisierung	29
<i>Knut Hickethier</i>	
«Ich bin da eher ein Historiker»	
Ein Gespräch mit Knut Hickethier über die Geschichte der Fernsehhistoriographie, persönliche Erinnerungen und die Konstruktion von Sinnzusammenhängen	42
<i>Lorenz Engell</i>	
Jenseits von Geschichte und Gedächtnis	
Historiographie und Autobiographie des Fernsehens	60
<i>Vrāätb Öhner</i>	
Konstitutive Unvollständigkeit	
Zur Archivierung und Rekonstruktion von Fernsehprogrammen	80
<i>Lilli Hobl</i>	
Wege durch die Irrgärten deutscher Fernseharchive	
Aufzeichnungen einer Fernsehhistorikerin	93
<i>William Uricchio</i>	
Formierung und Transformation des frühen deutschen Fernsehens	97
<i>Anna McCarthy</i>	
Regieren per Fernsehen?	
TV-Filme im Dienste der Öffentlichkeit und die Archive der Frühzeit des US-amerikanischen Fernsehens	115

*Eggo Müller*

Performativ, transformativ, interaktiv

Fernsehen als Dienstleistungsagentur im digitalen Medienensemble 136

*Gerlinde Waz und Peter Paul Kubitz*

«Wir halten das Programm für einen Moment an»

Das Programm als Exponat. Ein Gespräch mit Gerlinde Waz und Peter Paul Kubitz 155

*Sabine Lenk*

«Es war ein Fest der Erinnerungen»

Einige Gedanken über das Ausstellen von Fernsehgeschichte im Museum 161

*Joan Bleicher*

Zur Erinnerung an Peter Hoff 176

*Karl Prümm*

Eine Stifterfigur der Medienwissenschaft. Zum Tod von Helmut Kreuzer 179

Zu den Autoren 182

Impressum

# Editorial

Wozu Fernsehgeschichte? Und wozu jetzt ein Heft über Fernsehhistoriographie? Obwohl das Fernsehen ohne Zweifel das Leitmedium der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts darstellt und sich diese Rolle in der gegenwärtigen Kultur mit dem Film und dem Internet teilt, ist die Geschichte des Fernsehens – sei es als Geschichte eines technischen Mediums, oder als Geschichte nationaler und transnationaler Fernsehkulturen – noch keineswegs geschrieben. Tatsächlich wächst die Zahl der akademischen Publikationen zu dem einst als populär verfeimten Medium und seiner Geschichte stetig an – eine Entwicklung, die sich im deutschen Wissenschaftskontext nicht zuletzt der Einrichtung des «Sonderforschungsbereichs Bildschirmmedien» an der Universität Siegen vor 20 Jahren verdankt und die von der seit 2001 arbeitenden Forschergruppe zur Geschichte des Fernsehens in der DDR weiter befördert wird. Auch lässt sich feststellen, dass die Geschichte des Fernsehens immer häufiger zum Gegenstand musealer Inszenierungen wird, und dass sich das Fernsehen schließlich – sei es aus Anlass von Jahrestagen oder bei anderer Gelegenheit – zusehends mehr Programminhalte generiert, indem es sich seiner selbst erinnert. Gerade angesichts der Vervielfältigung produktiver Zugeweisen zur Fernsehgeschichte in den letzten Jahren scheint es uns angezeigt, dass wir uns im Sinne einer Reflexion laufender Entwicklungen in einem Themenheft mit den unterschiedlichen Formen der Historisierung und Selbsthistorisierung des Mediums eingehend auseinander setzen.

In den beiden ersten Texten dieser Ausgabe geben Andreas Fickers und Judith Keilbach einen Überblick über die fernsehhistorische Forschung. Fickers zeichnet in seinem Beitrag die nationalen und internationalen Trends der Fernsehgeschichtsschreibung in den letzten Jahren nach. Er unterscheidet vier Phasen, die er vor dem Hintergrund der Verfügbarkeit von Quellen sowie ihrem institutionellen und wissenschaftspolitischen Kontext diskutiert, und plädiert abschließend für eine vergleichende Fernsehgeschichtsschreibung. Keilbach problematisiert in ihrem Beitrag hingegen die Heterogenität des Gegenstands Fernsehen und verweist auf die Notwendigkeit, eine Vielzahl von Geschichten des Fernsehens zu entwickeln. Das Gespräch mit Knut Hickethier, einer der Gründerfiguren der deutschsprachigen Fernsehwissenschaft, verschafft Aufschlüsse über die Etablierung der Fernsehgeschichtsschreibung, die Hickethier anhand seiner eigenen Stationen auf dem Weg zum Fernsehhistoriker rekapituliert. Er reflektiert die Möglichkeiten und Schwierigkeiten einer am Programm orientierte Fernsehforschung, betont die methodische und thematische Rele-

vanz des interdisziplinären Arbeitens und spricht über sein Geschichtsmodell, Sinnkonstruktionen und die Darstellungsformen von Fernsehgeschichte. Da es ein Ding der lebenszeitlichen Unmöglichkeit darstellt, das Fernsehprogramm in seiner Ganzheit zur Kenntnis zu nehmen, und weil man in der Regel erst hinterher weiß, was fernsehhistorisch wichtig ist, spricht Hickethier sich für die Einrichtung einer fernsehhistorischen Mediathek aus und plädiert für einen Ausbau des Archivwesens an den Universitäten.

Um Geschichtssendungen im Fernsehen theoretisch zu beschreiben schlägt Lorenz Engell eine Differenzierung von Gedächtnis und Geschichte vor. Die Diskussion der Wiederholungstätigkeit des Fernsehens und der verschiedenen formalen Merkmale von Geschichtsdokumentationen führt ihn vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Kennzeichen von Gedächtnis und Geschichte zu dem Schluss, dass sich im Fernsehen Historiographie und Autobiografie miteinander verschränken und dass Fernsehen sich jenseits der Differenz von Gedächtnis und Geschichte bewegt.

Vrääth Öhner stellt einen methodologischen Vergleich von Film- und Fernsehgeschichtsschreibung an, um die problematischen Bedingungen der Fernsehgeschichte herauszuarbeiten, wobei sein besonderes Augenmerk der Archivsituation in Österreich und Deutschland gilt. Die wissenschaftliche Forschung, so konstatiert er, ist durch die Zugangsbeschränkungen und Erschließungspräferenzen ebenso behindert wie durch strukturelle Absenzen. Daher schlägt Öhner vor, Fernsehgeschichte (auch) als eine «Geschichte domestizierter Aktualität» zu betreiben. Beschränkungen des Zugangs zum Archiv sind auch Gegenstand des Beitrags von Lilli Hobl, die ihre Wege durch die Irrgärten der Fernseharchive schildert. Wohl ist es unter Aufbietung einschlägiger Tricks durchaus möglich, sich zu den Archiven Zutritt zu verschaffen, doch oft genug ist der Preis dafür die Instrumentalisierung der Fernsehwissenschaftler/-innen durch die Rundfunkanstalten. Eine Ausweg für die Materialbeschaffung, so Hobl, bieten das laufende Programm und private Netzwerke.

Einen methodologisch fokussierten Einblick in spezifische Forschungsgebiete der Fernsehgeschichte geben die Beiträge von William Uricchio und Anna McCarthy. Uricchio beschäftigt sich mit dem frühen deutschen Fernsehen, das weitgehend in Vergessenheit geraten ist. Er geht den Gründen und Auswirkungen dieser Amnesie nach, wobei er an die multinationalen Verflechtungen mit Nazideutschland und die alliierten Plünderungen der Fernsehlabore erinnert, und zeigt, dass sich der fragmentarische Charakter der historiographischen Wahrnehmung des NS-Fernsehens auch auf die Aufteilung der Archivbestände in einen BRD- und einen DDR-Bestand in den Jahren vor 1989 zurückführen lässt. Anna McCarthy wiederum widmet sich den US-amerikanischen «public

service>-Sendungen aus den ersten Jahren des kommerziellen Fernsehens. Ihre Auseinandersetzung mit den institutionellen und sozialen Kontexten dieser Sendungen führt zu einer Neudefinition des Verständnisses von <Fernsehen im Dienste der Öffentlichkeit>, das sie mit Bezug auf Foucault als Regierungstechnologie versteht.

Mit der Transformation des Fernsehens als gesellschaftlicher Institution beschäftigt sich Eggo Müller anhand von performativen, transformativen und interaktiven Formaten wie Lifestyle-Sendungen. Er legt dar, wie das zeitgenössische Fernsehen seine Zuschauer mittlerweile gleichermaßen als konsumierende Zuschauer und partizipierende Bürger adressiert und kommt zu dem Schluss, dass das Fernsehen im digitalen Medienensemble zu einer Dienstleistungsagentur geworden ist.

Wie kann Fernsehen ausgestellt werden? Mit welchen musealen Inszenierungen von Fernsehgeschichte lassen sich Zuschauer ansprechen? Diese Fragen gehören für die MuseumskuratorInnen Sabine Lenk, Gerlinde Waz und Peter Paul Kubitz zur täglichen Arbeit. Waz und Kubitz stellen in einem Gespräch das Konzept des Berliner Fernsehenseums vor, das im Frühjahr 2006 eröffnet werden wird. Lenk wiederum reflektiert anhand der Auswertung einer Besucherumfrage zur Ausstellung <Feierabend – Fernsehzeit> im Düsseldorfer Filmmuseum die Rahmenbedingungen und grundsätzlichen Ziele von Ausstellungen zur Fernsehgeschichte.

Die deutsche Fernsehgeschichtsschreibung hat zwei Wissenschaftlern viel zu verdanken, die vor kurzem verstorben sind: Peter Hoff und Helmut Kreuzer. Im Sinne einer Würdigung ihrer Arbeit endet diese Nummer der *montage/av* mit Nachrufen auf Hoff und Kreuzer. Die Redaktion bedankt sich bei den Autoren Joan Kristin Bleicher und Karl Prümm für diese Texte.

*Judith Keilbach und Vinzenz Hediger*

Andreas Fickers

# Nationale Traditionen und internationale Trends in der Fernsehgeschichtsschreibung

Eine historiographische Skizze

Einleitung: Kontextualisierung und Historisierung der Fernsehhistoriographie

Ziel dieses Aufsatzes ist es, eine historiographische Skizze der Fernsehgeschichtsschreibungen anzufertigen, in der die groben Leitlinien der wissenschaftlichen Publikation auf dem Feld der Rundfunk- und Fernsehgeschichte der letzten dreißig Jahre aus systematisch-inhaltlicher Perspektive nachgezeichnet und in ihren jeweiligen nationalen und institutionellen Entstehungskontext eingebettet werden. Dies geschieht mit der Absicht, aus kritisch-distanzierter Perspektive Traditionen und Trends der Fernsehhistoriographien aufzuzeigen und die Fernsehgeschichtsschreibungen dabei gleichzeitig zu historisieren und zu kontextualisieren. Es handelt sich hierbei nicht um den Versuch einer vollständigen historiographischen Retrospektive, sondern um eine selektive Auswahl und Analyse von Publikationen, die nach Auffassung des Autors repräsentativen Charakter für den Stand der Fernsehgeschichtsschreibung zu einem bestimmten Zeitpunkt in einem bestimmten wissenschaftlichen oder nationalen Umfeld beanspruchen können. Neben der bloßen historiographischen Rekonstruktion liegt diesem Aufsatz zudem die Motivation zu Grunde, zukünftige Herausforderungen und Forschungsfelder der Fernsehgeschichtsschreibung panoramaartig aufzufächern und somit einen Beitrag zur aktuellen Positionsbestimmung der Fernsehgeschichte im Speziellen und der Mediengeschichte im Allgemeinen zu leisten. Inhaltlich setzt sich dieser Beitrag insofern von ähnlichen Vorhaben in jüngerer Zeit ab, als er gezielt eine über die deutschsprachige Publikationslandschaft hinausgehende internationale und vergleichende historische Perspektive beansprucht.<sup>1</sup> Es ist vor allem diese ver-

1 Ähnliche Vorhaben, allerdings aus unterschiedlichen fachlichen und methodologischen Perspektiven, wurden in letzter Zeit u.a. von Joan Kristin Bleicher (2003), Judith Keilbach / Matthias Thiele (2003), Graham Roberts (2001), Paddy Scannell (2004), Jérôme Bourdon (1998), Sonja de Leeuw (2003), Curtis/Anderson (2002), John Corner (2003), Monika Bernold (2001) und Kaspar Maase (2004) unternommen.

gleichende historiographische Analyse der überwiegend nationalen Fernsehgeschichtsschreibungen, welche die zum Abschluss erhobene Forderung nach einer vergleichenden europäischen Historiographie des Fernsehens legitimieren soll.

Das Machen von Geschichte im Sinne von Geschichtsschreibung ist abhängig von der Verfügbarkeit von Quellen. Die Verfügbarkeit schriftlicher, gegenständlicher wie audiovisueller Quellen ist wiederum abhängig von der archiva-lischen Infrastruktur eines Landes. Zwar mangelt es nicht an Fernsehgeschichten, die auf die systematische Auswertung von Quellenmaterial verzichten, doch handelt es sich dabei um populärwissenschaftliche Erinnerungsliteratur, nicht aber um wissenschaftliche Geschichtsschreibung. Das Machen von Geschichte ist des Weiteren abhängig von den disziplinären Kontexten, in denen geschichtswissenschaftliche Forschung betrieben wird. Da die Frage den historischen Forschungsgegenstand bestimmt,<sup>2</sup> üben unterschiedliche disziplinäre Hintergründe maßgeblichen Einfluss auf die theoretische Perspektive und den methodologischen Zugriff möglicher Fernsehgeschichten aus. Die noch junge Geschichte der Fernsehhistoriographie zeigt, dass die bestehenden Fernsehgeschichten vorwiegend von Ingenieuren und Technikern, Literaturwissenschaftlern, Filmwissenschaftlern oder Medienwissenschaftlern geschrieben worden sind, sich Historiker bislang dagegen nur marginal mit dem Phänomen Fernsehen auseinandergesetzt haben. Schließlich ist das Machen von Geschichte abhängig von den institutionellen Kontexten, in denen gearbeitet und geforscht wird. Entsprechende Forschungsparadigma von Sonderforschungsbe-reichen (Siegen «Zur Ästhetik und Pragmatik von Bildschirmmedien») oder die hegemoniale Deutungsmacht so genannter «Schulen» (z.B. der «Cultural Studies» in Großbritannien) bestimmen historische Fragestellungen, methodische Zugriffe und damit das deutende Verstehen. «Before you study the history study the historian», so das Diktum des Briten Edward Hallett Carr in seiner einflussreichen Einleitung in die Geschichtswissenschaft *What is history* von 1961.<sup>3</sup> Nicht zuletzt übt natürlich auch der nationale Kontext einen wichtigen Einfluss auf die Geschichtsschreibung aus. Trotz des Glaubens an eine Geschichtsschreibung jenseits historistischer Konditionierung übt der nationale Wissenschaftsraum eine prägende Kraft auf die Imagination und Interpreta-

2 «C'est la question qui construit l'objet historique. [...] En un certain sens, une histoire vaut ce que vaut sa question», so Antoine Prost in seiner hervorragenden Einführung in die Geschichtswissenschaft (Prost 1996, 79).

3 Carr 1961. Zum Einfluss und zur Bedeutung historischer Schulen für die wissenschaftliche Geschichtsschreibung siehe Wehler 2001, sowie kritischer und analytisch schärfer gefasst Weber 1985. Für Frankreich siehe die zugängliche Überblicksdarstellung von Bourd  / Martin 1997.

tionsspielräume vieler Historiker aus.<sup>4</sup> Gerade ein so national geprägter Forschungsgegenstand wie das Fernsehen macht diese traditionellen Wirkkräfte deutlich.

Neben der Kontextualisierung soll es in diesem historiographischen Essay aber vor allem um die Historisierung der Fernsehgeschichtsschreibung selbst gehen. In der noch jungen historischen Bindestrichgeschichte lassen sich nach Meinung des Autors vier Phasen ausmachen. 1) Die Ära der Ego-Historie, in der Fernseh pioniere technische Überblicksdarstellungen über die Entwicklung der Fernsehforschung sowie autobiografische Erinnerungen dazu verfasst haben; 2) Die Entstehung erster breiter geschichtswissenschaftlicher Überblicksdarstellungen von ehemaligen Rundfunkmitarbeitern, teilweise in Kooperation mit Historikern, basierend auf den schriftlichen Archiven der Rundfunkanstalten; 3) Die Entstehung eines «audiovisuellen historischen Bewusstseins» führte in den achtziger Jahren zu einer Institutionalisierung und Professionalisierung des audiovisuellen Archivwesens und der rundfunkhistorischen Forschung; 4) Seit Ende der achtziger Jahre kommt es schließlich zu einem breiten interdisziplinären Interesse an den «Medien», von dem auch die bis dato stark institutionen- und politikgeschichtlich fixierte Fernsehgeschichtsschreibung durch die Übernahme neuer Fragestellungen und methodischer Zugriffe profitiert.

## Fernseh pioniere und Ego-Historie

Den Beginn der Fernsehgeschichtsschreibung muss man auf jene Zeit zurück datieren, in der eine intensive technische und populärwissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Phänomen Fern-Sehen oder «seeing by electricity» ausbrach – d.h. in das letzte Drittel des 19. Jahrhunderts –, will man nicht einen wesentlichen Teil jener Geschichte ausblenden, die maßgeblich an der Konstruktion und Herausbildung des medialen Erwartungshorizontes beteiligt war. Die von André Lange in unglaublicher Fleißarbeit zusammengetragenen Originalpublikationen zur Frühgeschichte des Fernsehens können zwar nicht den Anspruch geschichtswissenschaftlicher Publikationen erheben, sie stellen aber einen unglaublich reichen Quellenkorpus für eine Entstehungsgeschichte des Fernsehens dar.<sup>5</sup> In den wissenschaftlichen und populärwissenschaftlichen Zeitschriften sowie Tageszeitungen aller an der Entwicklung der Fernsehtechnologie

4 Siehe Lorenz 1997. Einen Überblick über die intensiv geführte Debatte zu geschichtstheoretischen Grundfragen in den neunziger Jahren bieten Kiesow / Simon 2000.

5 Siehe sowie Lange 2001.

maßgeblich beteiligten Länder finden sich seit Anfang des 20. Jahrhunderts immer wieder kürzere und auch detaillierte Überblicksdarstellungen zur Geschichte der Fernsehentwicklung, die als Beginn der Fernsehgeschichtsschreibung Berücksichtigung finden sollten.<sup>6</sup> Für eine Rekonstruktion des fernsehwissenschaftlichen Diskurses in der Ära bildtelegrafischer und elektromechanischer Erfindungen und Entwicklungen (1880-1930) bilden fachwissenschaftlichen Zeitschriften wie *Annalen der Physik*, *Scientific American*, *The Telegraphic Journal and Electrical Review*, *Nature* oder *La Lumière électrique* eine unentbehrliche Lektüre. Kennzeichnend für jene Phase sind aber auch populärwissenschaftliche Publikationen, in denen sich technische Beschreibungen und visionäre Anwendungshorizonte vermengen. Beispielhaft für Deutschland seien hier die 1891 und 1892 von Raphael Eduard Liesegang und Maximilian Plessner veröffentlichten Studien genannt, die die «Zukunft des elektrischen Fernsehens» als «Beiträge zu Problemen der Gegenwart» verstanden wissen wollten (Plessner 1892; Liesegang 1891). Ähnliche Publikationen ließen sich mühelos auch für den englischen und französischen Sprachraum aufzählen.

Neben diesen fach- und populärwissenschaftlichen Darstellungen sind besonders auch die Selbstzeugnisse früher Fernseh pioniere als wichtige Quellen für eine Frühgeschichte des Fernsehens in Betracht zu ziehen. Es mangelt nicht an Selbst- und Fremddarstellungen deutscher Fernseh pioniere des elektronischen Fernsehens wie Manfred von Ardenne (1996), August Karolus (Karolus 1994), Fritz Schröter (1937) oder Walter Bruch (1969),<sup>7</sup> amerikanischer Fernsehentwickler wie Philo T. Fransworth (Everson 1949; Godfrey 2001), Peter C. Goldmark (1973) oder des nach Amerika emigrierten Russen Vladimir Zworykin (1954; Abramson 1995), französischer Erfinder und Ingenieure wie René Barthélémy (Amoudry 1997) oder Henri de France<sup>8</sup> und nicht zuletzt des schottische Fernseh pioniers John Logie Baird, über den mehr als ein Dutzend Biografien geschrieben wurden.<sup>9</sup> Mit dem Start des regelmäßigen Fernsehpro-

6 Sehr verbreitet war die populärwissenschaftliche und besonders für Kinder geschriebene Darstellung des späteren *Hör Zu* Chefredakteurs Eduard Rhein (1935).

7 Bruch 1969. Die unveröffentlichten Erinnerungen Walter Bruchs, rund 1000 maschinengeschriebene Manuskriptseiten mit dem Titel «Eines Menschen Leben» befinden sich im Hochschularchiv der Hochschule Mittweida / Sachsen. In Zusammenarbeit mit der Hochschule Mittweida bereitet der Autor eine kommentierte Edition der Erinnerungen zum hundertjährigen Geburtstag Walter Bruchs 2008 vor.

8 Die Ausgabe Nr. 14 (1986) des *Bulletin du Comité d'Histoire de la Télévision* ist der Person von Henri de France gewidmet. Seine unveröffentlichten Memoiren befinden sich im Archivbestand des Comité d'Histoire de la Télévision in Bry-sur-Marne (F).

9 Die erste Baird-Biographie erschien noch zu seinen Lebzeiten 1933, geschrieben von Ronald Frank Titlman (1933). Die gegenwärtig ausführlichste und historisch kritische Darstellung findet sich in Burns 2000.

grammbetriebes in den vierziger und fünfziger Jahren des 20. Jahrhunderts erschienen auch die ersten rückblickenden Darstellungen, die geschichtswissenschaftlichen Ansprüchen durchaus gerecht werden. Für Deutschland relevant ist hier vor allem der Aufsatz von Gerhart Goebel (1953) sowie die vom NWDR herausgegebene Festschrift aus dem Jahre 1956 (NWDR 1956).

## Institutionengeschichte des Rundfunks

Eine im engeren Sinne geschichtswissenschaftliche Beschäftigung mit dem Rundfunk – also dem Hör- und Fernseh Rundfunk – setzte jedoch erst Ende ab Mitte der 1960er Jahre ein. Im Zentrum dieser frühen «Pionierarbeiten» stand meistens die chronologische Rekonstruktion der institutionellen Entwicklung der beiden Rundfunkmedien im Kontext der jeweiligen politischen und juristischen Rahmenbedingungen. Kennzeichnend für diese frühen Aufarbeitungen ist, dass sie meistens in enger Kooperation mit den jeweiligen Rundfunkinstitutionen entstanden, was vor allem durch die prekäre Quellsituation – d.h. den zu dieser Zeit noch nicht öffentlich zugänglichen da nicht etablierten staatlichen Rundfunkarchiven – zu erklären ist. Die zwischen 1966 und 1970 in drei Bänden erschienene *History of Broadcasting in the United States* von Eric Barnouw (1970) sowie die 1961 von Asa Briggs (1990) in Angriff genommene *History of Broadcasting in the United Kingdom*, die erst 1990 mit Erscheinen des fünften Bandes abgeschlossen wurde, haben dem Thema Rundfunk international zum Durchbruch ins historische Bewusstsein verholfen.<sup>10</sup> Bereits 1962 veröffentlichten Hans Brack, Günther Herrmann und Hans-Peter Hillig auch in der Bundesrepublik eine Überblicksdarstellung zur *Organisation des Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland 1948–1962* (1962; Brack 1968), bis zur ersten geschichtswissenschaftlichen Gesamtdarstellung vergingen jedoch weitere achtzehn Jahre. Erst 1980 erscheint die vom ehemaligen Intendanten des Süddeutschen Rundfunks (SDR) Hans Bausch (Intendant von 1958–1989) herausgegebene fünfbandige Studie *Rundfunk in Deutschland*, die noch heute als Standardwerk zur Institutionen- und Politikgeschichte des Rundfunks in Deutschland gelten muss (1980).<sup>11</sup>

10 Barnouw 1970 – der dritte Band mit dem Titel *The image empire* widmet sich ausschließlich der Fernsehgeschichte. Briggs 1990 - die Bände 1-4 wurden zwischen 1961 und 1979 publiziert, der fünfte und letzte Band erst 1990. Band 4 *Sound and Vision* und 5 *Competition* behandeln die Fernsehgeschichte.

11 Bausch 1980 – Bausch selbst hatte bereits 1956 in Tübingen mit einer Arbeit über «Der Rundfunk im politischen Kräftespiel der Weimarer Republik 1923–1933» promoviert, und tritt auch als Autor der Bände 3 und 4 (*Rundfunkpolitik nach 1945*) auf. Band 1 (*Rundfunkpolitik in der*

Es wundert nicht, dass diese Arbeiten einen stark institutionengeschichtlichen Schwerpunkt aufweisen, da sie teilweise von Angehörigen der Rundfunkanstalten oder in enger Kooperationen mit diesen verfasst wurden. Was diese Arbeiten zu «klassischen» Radio- und Fernsehgeschichten macht, ist zudem die Tatsache, dass sie fast sämtlich ohne die Verwendung audiovisuellen Quellenmaterials geschrieben worden sind. Es gehört zu den Kuriositäten der Rundfunkgeschichte, dass die Rekonstruktion der hör- und sehbaren Vergangenheit bis heute fast ausschließlich auf der retrospektiven Aneignung der schriftlich fixierten Überlieferung geschieht. Dies hat sicherlich seinen Grund darin, dass die Arbeit mit Ton- oder Fernsehbildmaterial wesentlich aufwändiger ist, als auch dem Umstand geschuldet, dass beispielsweise zur Frühzeit des Fernsehens, d. h. bis zur Einführung von magnetischen Aufzeichnungsgeräten (Ampex, 1958), so gut wie kein audiovisuelles Quellenmaterial erhalten ist. Doch selbst für die quellenmäßig gut abgedeckten Zeiträume ist eine gewisse «Scheu» vor der Benutzung von Ton- und Bildmaterial zu konstatieren, die zum Teil darin begründet liegt, dass die für eine professionelle Analyse notwendigen Arbeitsplätze in den Archiven selten oder gar nicht zur Verfügung stehen.

Wenn diese institutionen- und politikgeschichtlichen Studien als «klassisch» bezeichnet wurden, sollte dies nicht heißen, dass diese Untersuchungsperspektive nicht auch für zukünftige Studien von Bedeutung wäre. Allerdings käme es darauf an, mit einem moderneren Institutionenbegriff oder einem komplexeren Organisationsmodell zu operieren, wie dies beispielhaft von Wolfgang Degenhardt in seiner Dissertation zur Entstehung und Entwicklung der europäischen Rundfunkkooperation geleistet worden ist (2002). Begreift man Institutionen oder Organisationen im Sinne von Willi Küpper und Günter Ortmann als «Arenen heftiger Kämpfe, heimlicher Mauseheien und gefährlicher Spiele mit wechselnden Spielern, Strategien, Regeln und Fronten», die durch einen Leim aus «partiellen Interessenkonvergenzen, Bündnissen und Koalitionen und auch aus Résistance – vor allem aber aus machtvoll ausgeübtem Druck und struktureller Gewalt» (Küpper/Ortmann 1992, 7) zusammengehalten werden, so würden sich gänzlich neuartige Perspektiven auf institutionengeschichtliche Fernsehgeschichten ergeben. In jüngster Vergangenheit wurde die Fruchtbarkeit eines solchen Institutionen- und Organisationsbegriffs für die historische Analyse komplexer Standardisierungsprozesse mehrfach aufgezeigt. Die Kombination politikwissenschaftlicher Verhandlungsmodelle mit dem in der Techniksoziologie und -geschichte erfolgreich erprobten «Actor-Network-Theo-

*Weimarer Republik*) wurde von Winfried Lerg, Band 2 (*Rundfunkpolitik im Dritten Reich*) von Ansgar Diller und Band 5 (*Hörer- und Zuschauerforschung*) von Hansjörg Bessler besorgt.

ry» haben interessante neue Einsichten in die komplexe Beziehung zwischen politischen, ökonomischen, institutionellen und kulturellen Akteuren bei der Aushandlung technischer oder kultureller Normen im Bereich des Rundfunks erbracht (Schmidt / Werle 1998; Sloten 2000; Kleinsteuber 1996; Fickers 2005a).

## Die Entstehung eines «audiovisuellen historischen Bewusstseins»

Im Laufe der 1970er und 1980er Jahre kommt es sowohl auf Seiten der Rundfunkarchive als auch auf akademischer Ebene zu einem Professionalisierungsschub was die Sicherung, Inventarisierung und die historiographische Nutzung audiovisueller Quellen betrifft. Zwar sorgen unterschiedliche nationale Gesetzgebungen im Bereich der Archivierung und Nutzung audiovisueller Quellenbestände zu einer divers ausgeprägten Archiv- und Benutzerlandschaft, doch entsteht sowohl auf staatlicher wie fachwissenschaftlicher Seite eine gesteigerte Sensibilität gegenüber dem audiovisuellen Erbe, die man auch als die Entstehung eines «audiovisuellen historischen Bewusstseins» umschreiben könnte (Cigognetti 2001; Lagny 1998; Corner 2003). In der Bundesrepublik entsteht bereits 1952 das «Lautarchiv des deutschen Rundfunks» (heute Deutsches Rundfunkarchiv), welches ab 1962 auch die Dokumentation von Fernsehproduktionen in seinen Aufgabenbereich integriert. In Großbritannien nimmt das «National Film and Television Archive» seit 1960 Fernsehmaterial von der BBC, seit 1969 auch vom privaten Konkurrenten ITV in seine Bestände auf. Als Resultat der Zerschlagung der staatlichen Organisation de Radio-Télédiffusion Française (ORTF) entsteht in Frankreich 1975 das «Institut National de l'Audiovisuel» (INA), während es in den Niederlanden wegen der komplizierten «versäulten» Rundfunklandschaft erst 1997 zur Gründung eines nationalen audiovisuellen Archivs kommt, welches seit 2002 unter dem Namen «Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid» fungiert. In den USA archiviert die «Motion Picture, Broadcasting and Recorded Sound Division» der Library of Congress bereits seit 1949 Fernsehmaterial. Mit der Gründung der Fédération Internationale des Archives de Télévision (FIAT) im Jahre 1977 besteht seit nunmehr fast 30 Jahren eine internationale Plattform im Bereich der Fernseharchive, in der zwar hauptsächlich Archivierungs- und Konservierungsproblematiken im Zuge der sich ständig verändernden Produktions- und Speichertechniken diskutiert werden, die seit dem Jahre 2000 aber auch eine «Television Studies Commission» unterhält, die sich explizit um die Förderung der Kom-

munikation und Zusammenarbeit zwischen Fernseharchivaren und Fernsehhistorikern bemüht.<sup>12</sup>

Bei dieser Aufzählung handelt es sich selbstverständlich nur um eine winzige Auswahl aus den Hunderten von Radio-, Film- und Fernseharchiven, die weltweit sowohl in staatlicher sowie privater Trägerschaft existieren.<sup>13</sup> Allerdings gilt bis heute, dass die wenigsten dieser Sammlungen für Forscher frei zugänglich sind, da es sich – selbst bei öffentlich-rechtlichen Anstalten wie den Landesrundfunkarchiven – um im engeren Sinne Produktionsarchive handelt. Das heißt Archive, die ihr Bestehen hauptsächlich damit legitimieren, Kopien aus ihren Beständen als Recyclingware für neue Fernsehproduktionen zu entsprechenden, marktorientierten Preisen zu verkaufen.

Mit zeitlicher Verzögerung lassen sich Spuren dieses «audiovisuellen historischen Bewusstseins» auch auf akademischer Ebene ausmachen. Die Gründung von rundfunkhistorischen Vereinigungen oder Gesellschaften, die oftmals einhergeht mit der Initiierung entsprechender Fachzeitschriften, zählt mit Sicherheit zu den wesentlichen Impulsen im Bereich der wissenschaftlichen Fernsehgeschichtsschreibung in dieser Zeit. Bereits 1969 wurde in der Bundesrepublik der «Studienkreis Rundfunk und Geschichte e.V.» gegründet, der neben jährlichen Colloquien auch die Zeitschrift *Rundfunk und Geschichte* herausgibt, die als erstes rundfunkhistorisches Forum in der Bundesrepublik eine wichtige Anregerfunktion ausgeübt hat. In Frankreich wurde 1981 das «Comité d'histoire de la Télévision» gegründet, welches ein gleichnamiges Bulletin herausgab, das seit 1995 unter dem Titel *Cahiers du Comité d'histoire de la télévision* erscheint. Leider ist dessen Bekanntheits- und Verbreitungsgrad recht beschränkt, so dass man im Ausland kaum von den französischen fernsehhistorischen Aktivitäten Kenntnis nimmt. Von zentraler Bedeutung für die internationale Kommunikation im Bereich Mediengeschichte war die Gründung der «International Association for Audio and Visual Media in Historical Research and Education» (IAMHIST, heute «International Association for Media and History») im Jahre 1981. Das von IAMHIST herausgegebene *Historical Journal of Film, Radio and Television* gilt bis heute als eines der bedeutendsten Fachorgane für medienhistorische Publikationen. In den Niederlanden gründete man 1986 eine niederländische IAMHIST-Tochter mit dem Namen «Vereniging Geschiedenis Beeld en Geluid», die mit dem *Jaarboek voor Mediageschiedenis* (1989–97) bzw. der 1998 ge-

12 Siehe <http://fiatifta.org/aboutfiat/organisation/commissions/tsw/index.html>.

13 Die wohl ausführlichste Auflistung von Radio-, Film- und Fernseharchiven weltweit findet sich auf der Homepage des Public Moving Image Archives and Research Centre der Library of Congress. Siehe <http://www.loc.gov/film/arch.html>.

gründeten *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* den medienhistorischen Fachdiskurs maßgeblich geprägt hat. Der medienwissenschaftliche Boom an Universitäten und Fachhochschulen in den 1990er Jahren hat eine Fülle neuer Zeitschriften und Diskussionsforen entstehen lassen, die hier im Einzelnen nicht aufgeführt werden sollen, zumal ein fernsehhistorisches Interesse im engeren Sinne dort seltener vorhanden ist.

## Diversifikation der Forschungsperspektiven

Neben der sich institutionalisierenden Rundfunkgeschichtsschreibung sorgten auch wissenschaftspolitische Neuorientierungen in den 1980er Jahren für inhaltliche Innovationen der noch stets stark institutionen- und politikgeschichtlich ausgerichteten Radio- und Fernsehgeschichtsschreibung. Das Modewort im universitären Jargon der 1980er Jahre – «Interdisziplinarität» – zeitigte mit einiger Verzögerung auch im Bereich der Fernsehhistoriographie erste Folgen. Die medientheoretischen Erkenntnisse von Disziplinen wie der Soziologie, der Psychologie, der Literaturwissenschaft oder der Philosophie fließen seither langsam aber stetig auch in historische Fragestellungen und Analysemethoden ein.

Grob lassen sich fünf thematische Felder aufzeigen, auf denen eine Bearbeitung der Fernsehgeschichte in den 1980er und 1990er Jahre stattfand (Bleicher 2003):

- 1) Fernsehen als Institution, Industrie und Organisation
  - Öffentlich-rechtliche Modelle / Privatfernsehen; duales System
  - Kommerzialisierung von Fernsehen (Reklame, Privatsender...)
  - Globalisierung (Internationalisierung der Programmformate...)
- 2) Fernsehen als Produktion
  - Professionelle Kultur und Praxis
  - Techniker, Programmmacher, Präsentatoren...
  - Erfindung und Vermarktung von Formaten
- 3) Fernsehen als Repräsentation und Form
  - Ästhetik des Fernsehens
  - Genres und Programmformate
  - Programmierung und Flow
- 4) Fernsehen als sozial-kulturelles Phänomen
  - Rezeptionsgeschichte, Freizeitgestaltung, Alltagsgeschichte
  - Mentalitätsgeschichte und Identitätskonstruktion

### 5) Fernsehen als Technologie

- Nationale und internationale Standards
- Produktions-, Transmissions- und Empfängertechnologien
- Fernbedienung, Kabel, Satellit, HDTV, digitales Fernsehen

Nicht zu allen diesen Bereichen liegen bislang gründliche historische Studien vor, doch wurden diese Themenbereiche zumindest als wichtige Untersuchungsgegenstände für die Fernsehgeschichtsschreibung erkannt. Große Überblicksdarstellungen wie die von Helmut Kreuzer und Christian W. Thomsen (1993) herausgegebene fünfbandige *Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland* sind als Nachschlagewerke ohne Zweifel von großem Nutzen für jeden an der Fernsehgeschichte interessierten Leser, doch spiegeln die in den einzelnen Bänden vereinten unterschiedlichen theoretischen und methodischen Zugänge auch die Problematik, das Phänomen Fernsehen in einer integrierten historischen Perspektive zu präsentieren. Eine solche geschlossene Gesamtschau, die selbstverständlich knapper ausfallen muss, haben Knut Hickethier und Peter Hoff (1998) mit ihrer *Geschichte des deutschen Fernsehens* vorgelegt. Ähnliche – vielleicht weniger monumentale – Versuche einer historischen Gesamtschau lassen sich für die 1980er und 1990er Jahre in beinahe allen westeuropäischen Ländern nachweisen.<sup>14</sup>

Allen diesen Initiativen ist aber gemein, dass es sich um rein nationale Geschichtsschreibungen handelt. Wurde das Fernsehen in seiner Implementationsphase werbewirksam mit dem Slogan «Fenster zur Welt» vermarktet, reduziert sich diese Welt in der Mehrzahl der bestehenden Fernsehgeschichten auf einen rein nationalen Erfahrungsraum (Bourdon, 2005). Eine Fern-Seh-Geschichte, die sich als Wahrnehmungsgeschichte mit der symbolischen Aneignung «der Welt» auseinandersetzt, wurde bislang lediglich von Paddy Scannel ansatzweise in Angriff genommen (Scannel 1996). Während der Erinnerungs- und Gedächtnisboom in den Geschichts- und Kulturwissenschaften der letzten Jahre zahlreiche fernsehhistorische Arbeiten zu Tage gefördert hat, die sich mit der Bedeutung des Fernsehens im Prozess der nationalen Identitätskonstruktion beschäftigen,<sup>15</sup> bleibt die Geschichte der europäischen oder internationalen Kooperation

14 Für die die *USA* siehe: Litchy / Topping 1976, Head / Sterling 1990; McDonald 1990; Sterling / Kittross 2002. Für *Frankreich* siehe Bourdon 1994; Brochand 1994; Olivesi 1998. Für *Großbritannien* siehe: Briggs 1985; Burns 1986; Currie 2000. Für *Italien* siehe Grasso 1992; Monteleone 2003. Für *Spanien* siehe: Palacio 2001; Diaz 1994; Herms 1993. Für Portugal siehe Teves 1998. Für *Skandinavien* und die *baltischen Staaten* siehe: Bondebjerg 1996; Hans Bredow Institute 1998. Für die *Benelux-Staaten* siehe: Wijfjes 1994; Hanot 2003; Mathelart 1994.

15 Als allgemeine Einleitung zu dieser Thematik siehe: Morley und Robins 1995; Drummond / Paterson / Willis 1993; Bernold 2001. Zu zahlreichen Ländern oder Regionen liegen mittler-

im Bereich der Fernsehtechnik oder im Bereich des Programmaustausches weiter unterbelichtet. Die Arbeiten von Wolfgang Degenhardt und Elisabeth Strautz (1999) zur Eurovision oder die von Rüdiger Zeller (1999) zur Geschichte der European Broadcasting Union (EBU) bilden eine seltene Ausnahme.

## Neue Trends

Neue Entwicklungen in der Fernsehhistoriographie sind in den letzten Jahren vor allem im Bereich der Programmgeschichte zu finden. Im Zuge der institutionen- und politikgeschichtlichen Untersuchungen kam es nur selten zu Ausflügen in die Programmgeschichte. Seit den 1990er Jahren sorgt der in den Medienwissenschaften stark spürbare Einfluss der britischen Cultural Studies jedoch zu einer deutlichen Hinwendung zu Unterhaltungsformaten. Die verstärkte Nachfrage nach historischen Studien zu Soaps, Sitcoms und bekannten Serien wird verständlich, wenn man sie in den Kontext der sich institutionalisierenden Fernsehwissenschaft einbettet. Stark von der Auseinandersetzung mit den ästhetisch-theoretischen Paradigmen der Theater-, Film- und vor allem der Literaturwissenschaft geprägt, ist erst seit kurzer Zeit ein verstärktes Interesse der Fernsehwissenschaft an der historischen Dimension des Untersuchungsgegenstandes feststellbar. Die unter anderem durch die amerikanische «Reader-Kultur» kanonisierten Themen der *Television Studies* weisen noch immer eine deutlich ausgeprägte Nähe zu anthropologischen, ethnologischen oder kultursoziologischen Fragestellungen auf, eine im engeren Sinne historische Annäherung an das Phänomen Fernsehen bleibt dagegen die Ausnahme (Adelmann u.a. 2001). Die Behauptung, dass es sich bei dem noch jungen Fach Fernsehwissenschaft um eine eher ahistorisch ausgerichtete Disziplin handelt, ließe sich auch durch eine Analyse der entsprechenden personellen Besetzung medien- und fernsehwissenschaftlicher Institute untermauern.

Nichtsdestoweniger sind in den letzten Jahren innovative Arbeiten im Bereich der Programmgeschichte erschienen, die das breite Spektrum möglicher historischer Annäherungen demonstrieren. Bereits 1990 legte Robert Henson eine faszinierende Geschichte des Fernsehewetterberichtes vor, die nicht bei der Analyse von Präsentationstechniken und der Entwicklung der Vorhersagemöglichkeiten verweilt, sondern auch die sozialgeschichtliche Dimension der Bedeutung von Wettervorhersagen für Landwirte oder die Tourismusindustrie

weile Fallstudien vor. Siehe: De Leeuw 1995; Tsaliki 1995; Bourdon 1998; Fece 2000; Van den Bulck 2000; Johnson 1997; Collins 1988; Medeiros 1997; Shih-Hung 2001; Mboa Atangana 2002; Lafon 2000.

beleuchtet. Mit *Television Talk* hat Bernard Timberg (2002) kürzlich eine Geschichte der Talk-Show verfasst, während Linda und Bruce Leiby (2001) zur Freude aller Cartwright-Fans den *Reference guide to television's Bonanza* verfasst haben. Nicht nur im wiedervereinigten Deutschland sind die 1990er Jahre ein Jahrzehnt des Booms historischer Programme im Fernsehen. «History sells» – so auch ein Fazit der Studie von Isabelle Verrat-Masson (2000) *Quand la télévision explore le temps. L'histoire au petit écran*. Vom Frühstücksfernsehen (Jones 2004) bis zu den größten Tierstars im Fernsehen (Beck 2002), von großen Überblicksdarstellungen zur amerikanischen Programmgeschichte (Roman 2004) oder jenen, die als Flop in die Geschichte eingingen (Hyatt 2003) – das Spektrum der möglichen Fernsehgeschichten hat sich seit der Jahrtausendwende deutlich diversifiziert. Zwar ist nicht überall Geschichte drin, wo auch Geschichte drauf steht – aber dennoch: eine gewisse Aufbruchstimmung auch unter Historikern, dem Fernsehen als dem populärsten Unterhaltungsmedium in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts endlich eine ihm gebührende Aufmerksamkeit zukommen zu lassen, ist eindeutig feststellbar.

Dieser Trend wird auch durch methodologische Innovationen bestätigt. Bereits 1995 legte Jeff Kesseloff eine umfassende «oral history» des amerikanischen Fernsehens vor, in der die Geschichte des Mediums zu einer intimen Geschichte der Fernsehpraktiker wird. Mit ihrer Studie zu Eduard Rhein und *Hör Zu* hat Lu Seegers (2003) eine bedeutende Arbeit zu einer der kultur- und rezeptionsgeschichtlich wichtigsten Quellengattungen der Fernsehgeschichte, den Programmzeitschriften, verfasst. In einer originellen Weise hat sich Anna McCarthy (2001) mit *Ambient television* mit der Geschichte des Fernsehens im öffentlichen, nicht häuslich-privaten Rezeptionsraum beschäftigt und damit einen Beitrag zur Analyse des Fernsehen als raumstrukturierendes Dispositiv geleistet. Aus medientheoretischer Perspektive von Bedeutung ist die Analyse der Selbstbeschreibung des Fernsehens als mediales Subjekt, die der Franzose Pierre Beylot (2000) mit seiner Arbeit *Quand la télévision parle d'elle-même* vorgelegt hat. Um eine andere Form der Selbstbeschreibung im Sinne einer ständigen Wiedererfindung des Fernsehens geht es auch in der innovativen Arbeit von Derek Kompare (2004) «Rerun Nation», die sich der Bedeutung von Programmwiederholungen und seiner Folgen für die Konstruktion des medialen Gedächtnisses des anscheinend so flüchtigen Mediums Fernsehen widmet. Lange Zeit war die qualitative Rezeptionsgeschichte des Fernsehens ein weißer Fleck auf der fernsehhistoriographischen Publikationslandschaft. Nach der Pionierarbeit von Lynn Spigel (1992) sind unter anderem in der kulturwissenschaftlich agilen österreichischen Forschungslandschaft mit den Arbeiten von Monika Bernold (1997) und Thomas Steinmaurer (1999) Standards für eine

theoretisch gesättigte und kulturhistorisch inspirierte Rezeptionsgeschichte des Fernsehens gesetzt worden, die in vielen Ländern noch der Nachahmung harren. In beeindruckender Weise ist ein solcher Zugriff auch der Amerikanerin Michele Hilmes (2002) mit ihrer Kulturgeschichte des Rundfunks in den Vereinigten Staaten gelungen. *Only connect: A cultural history of broadcasting in the United States* ist wohl die erste umfassende Kulturgeschichte des Rundfunks, die dem Anspruch der «new cultural history» gerecht wird. In seiner Aufmachung als gut lesbares Handbuch mit zahlreichen Quellenfragmenten und Bildern wird dieses Buch hoffentlich Maßstäbe für zukünftig zu erwartende Kulturgeschichten des Rundfunks setzen. Leider ist das von der gleichen Autorin herausgegebene *Television History Book* (Hilmes 2003) weit davon entfernt, diesem Anspruch zu genügen und beschränkt sich – wie so viele *Television Studies*-Reader – auf die angelsächsische Welt. Eine wahrhaft «globale» Perspektive eröffnet dagegen Lisa Parks (2005) in ihrer Dissertation *Cultures in Orbit*, in der sie sich in einer interdisziplinären Perspektive mit den kulturellen Implikationen der Einführung der Satellitentechnologie im Fernseh Rundfunk auseinandersetzt.

## Plädoyer für eine vergleichende Fernsehgeschichtsschreibung

Leider sind Arbeiten wie jene von Lisa Parks die Ausnahme was die Kombination von medientheoretischer Reflektiertheit mit technik- und kulturhistorischem Anspruch sowie vergleichender Perspektive betrifft. «Most histories of broadcasting have stayed within national boundaries. Comparative studies have been few, and largely confined to discussion of structures, laws and economies. The tricky business of comparative cultural studies of the media remains largely unexplored» (Hilmes, 2003, 1). Selbst Publikationen, die den Anspruch auf eine «internationale Geschichte des Fernsehens» im Titel erheben (Smith / Paterson 1998), entpuppen sich bei näherem Hinsehen als reine Aneinanderreihung von nationalen Fallstudien. Dieses Manko an vergleichenden historischen Studien wiegt umso schwerer, da diese Untersuchungen einen wichtigen Beitrag zur Entzauberung des Fernsehens als «globalem» Medium beitragen könnten. Ob in Westeuropa, Amerika, afrikanischen Ländern oder ehemals kommunistischen Satellitenstaaten – überall spielte und spielt das Fernsehen auch heute noch eine zentrale Rolle in der Stabilisierung des nationalen Erfahrungsraumes (Bourdon 2004). Sei es im Bereich der Rundfunkpolitik, der Fernsehtechnologie oder auf der Ebene der Programmgestaltung: auch heute noch dominiert der nationale Bezugsrahmen die mediale Identität des Fernsehens. Zwar werden bestimmte

Programmformate mit Erfolg «global» vermarktet. Grundlage für den tatsächlichen Erfolg eines Programms wie BIG BROTHER ist aber letztlich nicht die Idee oder das Programmkonzept, sondern die erfolgreiche Übersetzung dieses Konzeptes in den jeweiligen nationalen Kontext (Müller 2002). In diesem Sinne bedeutet Globalisierung immer und vor allem die entsprechende sprachliche und kulturelle Appropriation eines Medienprodukts. Inwiefern man vom Fernsehen als «globalem Medium» sprechen kann, sei dahin gestellt. Das Scheitern jeglicher Bemühungen zur Erzeugung einer «European imagined community» mittels des Fernsehen ist ein deutlicher Hinweis auf die problematische Konstruktion von transnationalen medialen Erfahrungsräumen, ja vielleicht ein Beleg für deren praktische Unmöglichkeit (Bourdon 2000; Fickers 2005b).

Neben dem Fehlen geografischer Vergleichsstudien wurde bislang zudem kaum in intermedial vergleichender Perspektive gearbeitet. Fernsehen im Sinne von Axel Schildts (2001) Konzept des «massenmedialen Ensembles» als *ein* Teil dieses Ensembles zu begreifen und entsprechende intermediale Bezüge zwischen Fernsehen und Film, Fernsehen und Presse, Fernsehen und Theater, Fernsehen und Radio sowie Fernsehen und neuen Medien herausarbeiten, wäre aus medientheoretischer und medienhistorischer Perspektive von großem Erkenntniswert. Ein solcher Ansatz könnte dazu beitragen, die von Bernd Weisbrod (2001) geforderte Historisierung der massenmedialen Bedingungen von Öffentlichkeit im 20. Jahrhundert ernsthaft anzugehen, und damit einen wichtigen Beitrag zum historischen Verständnis des komplexen Verhältnisses unterschiedlicher medialer Öffentlichkeiten im Prozess der Modernisierung zu leisten (Führer / Hickethier / Schildt 2001). Einen interessanten Schritt in diese Richtung leisten die von Irmela Schneider u.a. herausgegebenen Bände zur Medienkultur der 50er, 60er und 70er Jahre (Schneider et al. 2002, 2003, 2004). Auch die Arbeiten von William Uricchio (u. a. Uricchio 2004), die sich speziell mit den Themen der «emerging media» und «media in transition» beschäftigen, weisen den Weg in eine theoretisch reflektierte Mediengeschichte, welche die komplexe Symbiose technischer, ökonomischer, sozialer und kultureller Kräfte im Prozess medialer Identitätsbildung untersucht. So überzeugend das Konzept einer vergleichenden Diskursgeschichte der Medien auch ist, fehlt die auch von den Autoren als sinnvoll und wünschenswert aber forschungspraktisch kaum einlösbare «longue durée»-Perspektive (Schneider / Spangenberg 2002, 16). Jene Arbeiten, die explizit als solche historischen Längsschnitte in Form von generellen Mediengeschichten auftreten, zeichnen sich überwiegend durch eine chronologische Abfolgeerzählung der verschiedenen Medientypen aus, blenden die intermedialen Bezüge im Sinne des von Bolter und Grusin (2000) vorgeschlagenen «remediation»-Ansatzes jedoch nahezu vollständig aus (Jean-

nene 2001; Briggs / Burke 2002; Stöber 2003; Barbier / Bertho Lavenier 2000; D'Almeida / Delporte 2003).

Vereinzelt wurden intermediale Vergleiche zwischen dem Fernsehen und beispielsweise der Presse (Negrine 1998; Kain 2003) oder dem Film (Hilmes 1990) bereits angestellt. Eine wahrhaft transnational und intermedial angelegte Vergleichsstudie ist im Alleingang aber nicht zu realisieren. Mit dem Ziel, ein solches Projekt auf europäischer Ebene zu initiieren, wurde im Oktober 2004 auf der FIAT-Jahrestagung das «European Television History Network» gegründet. In Kooperation mit dem «BIRTH-Project», einem von der EU geförderten Projekt zur Frühgeschichte des Fernsehens mit dem Ziel, audiovisuelles Quellenmaterial zur Fernsehgeschichte online zugänglich zu machen, wird augenblicklich ein Netzwerk von europäischen Fernsehhistorikern aufgebaut, welches schließlich in einem gemeinsamen Forschungsprojekt zur europäischen Fernsehgeschichte münden soll (Fickers / de Leeuw 2005).<sup>16</sup> Damit könnte nicht nur eine klaffende Lücke in der fernsehhistoriographischen Forschung geschlossen werden, sondern – und dies ist das einzig wichtige – ein zentraler Beitrag zum historischen Verständnis der Entstehung und Entwicklung eines europäischen Kommunikationsraumes geleistet werden, der ohne Zweifel von allgemeinhistorischem Interesse für die europäische Einigungsgeschichte nach 1945 wäre.<sup>17</sup>

16 Im April 2005 fand diesbezüglich ein erster Workshop am Instituut voor Media en Re/Presentatie der Universität Utrecht statt, welches auch die Koordination des Netzwerkes initiiert hat und weiter vorantreibt. Das Netzwerk steht allen fernsehhistorisch Interessierten und Forschern offen. Auf der Homepage des BIRTH-Projektes entsteht diesbezüglich ein *Television History Research Gateway* mit einer entsprechenden Personendatenbank, in die sich jeder Interessierte eintragen kann. Siehe <http://birth3.noterik.com/birth/pages/static/research/Research.jsp;jsessionid=4F04009F052DCCF94BEEBE78900718EF>.

17 Dem Autor wurde kürzlich ein dreijähriges Forschungsstipendium der Niederländischen Wissenschaftsorganisation (NWO) für das Erforschen und Schreiben einer vergleichenden europäischen Fernsehgeschichte gewährt. Unter dem Titel «Television as a Conservative Revolution? A Comparative Study in the History of European Media 1945–1975» soll in einer doppelten vergleichenden Perspektive (sowohl geographisch als intermedial) die Rolle des Radios und Fernsehens im Prozess der Modernisierung im Wiederaufbau in vier europäischen Ländern (Großbritannien, Frankreich, Deutschland und Niederlanden) untersucht werden.

## Literatur

- Abramson, Albert (1995) *Zworykin, pioneer of television*. Urbana: University of Illinois Press.
- Adelmann, R. / Hesse, J.-O. / Keilbach, J. / Stauff, M. / Thiele, M. (Hrsg.) (2001) *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft*. Konstanz: UTB.
- Amoudry, Michel (1997) *René Barthélemy ou la grande aventure de la télévision française*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Anderson, Christoph / Curtin, Michael (2002) Writing Cultural History: The Challenge of Radio and Television. In: *Media History. Theories, Methods, Analysis*. Hrsg. v. Niels Brügger & Soren Kolstrup. Aarhus: Aarhus University Press, S. 15–32.
- Ardenne, Manfred von (1996) *Entstehen des Fernsehens: persönliche Erinnerungen an das Entstehen des heutigen Fernsehens mit Elektronenstrahlröhren*. Herten: Verlag historischer Technikkultur Freundlieb.
- Barbier, Frédéric / Bertho Lavenier, Catherine (2000) *Histoire des médias de Diderot à internet*. Paris: Armand Collin.
- Barnouw, Eric (1970) *History of Broadcasting in the United States*. 3 Bände. New York: Oxford University Press.
- Bausch, Hans (Hrsg.) (1980): *Rundfunk in Deutschland*. 5 Bände. München: DTV.
- Beck, Ken (1996) *Encyclopedia of TV pets: a complete history of tv's greatest animal stars*. Nashville, Tenn.: Rutledge Hill Press.
- Bennett, Mark (1996) *TV sets. Fantasy blueprints of classic tv homes*. New York: TV Books.
- Bernold, Monika (1997) *Die österreichische Fernsehfamilie: Archäologien und frühe Repräsentationen des frühen Fernsehens in Österreich*. Wien: unveröffentlichte Dissertation Universität Wien.
- (2001) Fernsehen ist gestern. Medienhistorische Transformationen und televisuelles Dabeisein nach 1945. In: *Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaft* 12, 4, S. 8–29.
- Beylot, Pierre (2000) *Quand la télévision parle d'elle-même*. Paris: L'Harmattan.
- Bleicher, Joan Kristin (2003) Fernsehgeschichte und ihre Beziehung zu Modellen der Mediengeschichte. Ein Forschungsbericht. In: *Fernsehgeschichte. Modelle – Theorien – Projekte*, hrsg. von Joan Kristin Bleicher (= *Hamburger Hefte zur Medienkultur* 2), S. 3–22.
- Bolter, Jay David / Grusin, Richard (2000) *Remediation: understanding new media*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Bondebjerg, Ib (Hrsg.) (1996) *Television in Scandinavia: history, politics and aesthetics*. London: Libbey.
- Bourdé, Guy / Martin, Hervé (1997) *Les écoles historiques*. Paris: Éditions du Seuil.
- Bourdon, Jérôme (1994) *Haute Fidélité: Pouvoir et télévision 1935–1994*. Paris: Éditions du Seuil.
- (1998) *Histoire de la télévision sous de Gaulle*. Paris: Anthropos.

- (2000) Une communauté inimaginable. L'Europe et ses politiques de l'image. In: *Mots* 67, S. 150-168.
- (2005) Is Television a Global Medium? A Historical View. In: *Transmissions. Media, Technology, Globalization*, hrsg. v. T. Oren und P. Petro. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Bourdon, Jérôme / Jost, François (Hrsg.) (1998) *Penser la télévision. Actes du colloque de Cerisy*. Paris: Nathan.
- Brack, Hans (1968) *Organisation und wirtschaftliche Grundlagen des Hörfunks und des Fernsehens in Deutschland*. Band 2 der Schriftenreihe des Instituts für Rundfunkrecht an der Universität Köln. München: Verlag Hans Bredow Institut.
- Brack, Hans / Herrmann, Günther / Hillig, Hans-Peter (Hrsg.) (1962) *Organisation des Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland 1948–1962*. Hamburg: Verlags Hans-Bredow-Institut.
- Briggs, Asa (1985) *BBC – The first fifty years*. Oxford: Oxford University Press.
- (1990) *History of Broadcasting in the United Kingdom*. 5 Bände. Oxford: Oxford University Press.
- Briggs, Asa / Burke, Peter (2002) *A social history of the media: from Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brochand, Christian (1994) *Histoire générale de la radio et de la télévision française*. 2 Bände. Paris: La Documentation Française.
- Bruch, Walter (1969) *Die Fernseh-Story*. Stuttgart: Telekosmos-Verlag.
- Burns, Russel W. (1986) *British Television – The formative years*. London: Peregrinus.
- (2000) *John Logie Baird: television pioneer*. London: Institution of Electrical Engineers.
- Carr, Edward Hallett (1961) *What is History*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cigognetti, Louisa (2001) Historians and TV Archives. In: *The Historian, Television and Television History*, hrsg. von Graham Roberts & Philip Taylor, Luton: University of Luton Press, S. 33–38.
- Collins, Richard (1988) *Culture, communication and national identity: The case of Canadian television*, Diss. Univ. of Strathclyde.
- Corner, John (2003) Finding Data, reading patterns, telling stories: issues in the historiography of television. In: *Media, Culture and Society* 25, S. 273–280.
- Currie, Tony (2000) *A concise history of British Television 1930–2000*. Tiverton: Kelly Publications.
- D'Almeida, Fabrice / Delporte, Christian (2003) *Histoire des médias en France: de la Grande Guerre à nos jours*. Paris: Flammarion.
- Degenhardt, Wolfgang (2000) *Zur Entstehung und Entwicklung der europäischen Partnerschaft im Fernsehbereich 1950-1970. Zur historischen Betrachtung eines komplexen Sensemaking-Prozesses*. Publiziert im Internet durch die Bibliothek der Universität Siegen 2002, <http://www.ub.uni-siegen.de/pub/diss/fb1/2002/degenhardt/degenhardt.pdf>
- Degenhardt, Wolfgang / Strautz, Elisabeth (1999) *Auf der Suche nach dem europäischen Programm. Die Eurovision 1954–1970*, Baden-Baden: Nomos Verlag.

- De Leeuw, Sonja (1995) *Televisiedrama: podium voor identiteit. Een onderzoek naar de relatie tussen omroepidentiteit en Nederlands televisiedrama 1969-1988*. Amsterdam: Cramwinckel.
- (2003) *Hoe komen wij in beeld? Cultuurhistorische aspecten van de Nederlandse televisie*. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Diaz, Lorenzo (1994) *La televisión en España 1949–1995*. Madrid: Alianza Ed.
- Drummond, Phillip / Paterson, Richard / Willis, Janet (Hrsg.) (1993) *National identity and Europe: the television revolution*. London: British Film Institute Publications.
- Everson, George (1949) *The story of television – the life of Philo T. Farnsworth*. New York.
- Fece, Josep Lluís (2000) *Television fiction and national identity: The case of television in Catalonia*. London: Goldsmith's College.
- Fickers, Andreas (2005a) «Politique de la grandeur» versus «Made in Germany». *Die Analyse der PAL/SECAM-Farbfernsehkontroverse als Beispiel einer politischen Kulturgeschichte der Technik*. Erscheint 2005 in der Reihe *Pariser Historische Studien* des Deutschen Historischen Instituts Paris. München: Oldenbourg Verlag.
- (2005b): National barriers for an imag(e)ined European community. The technopolitical frames of postwar television development in Europe. Erscheint in: *Northern Light. Film and Media Studies Yearbook*
- Fickers, Andreas / de Leeuw, Sonja (2005) Das European Television History Network. Eine Projektskizze. Erscheint in: *Medien & Zeit. Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart* 18, 2005, 2, Salzburg.
- Führer, Karl Christian / Hickethier, Knut / Schildt, Axel (2001) Öffentlichkeit – Medien – Geschichte. Konzepte der modernen Öffentlichkeit und Zugänge zu ihrer Erforschung. In: *Archiv für Sozialgeschichte* 41, S: 1–38.
- Godfrey, Donald G. (2001) *Philo T. Fransworth: The Father of Television*, Salt Lake City: University of Utah Press.
- Goebel, Gerhart (1953) Das Fernsehen in Deutschland bis zum Jahre 1945. In: *Archiv für Post- und Fernmeldewesen* 5, 5, S. 259–293.
- Goldmark, Peter C. (1973) *Maverick inventor: my turbulent years at CBS*. New York: Saturday Review Press.
- Grasso, Aldo (1992) *Storia della televisione Italiana*. Milano: Garzanti.
- Hanot, Muriel (Hrsg.) (2003) Les débuts de la télévision belge. In: *Médiatiques* 33. 52 Seiten.
- Hans Bredow Institute (Hrsg.) (1998) *Radio and television systems in Northern Europe and the Baltics: Denmark, Estonia, Finland, Iceland, Latvia, Lithuania, Norway, Sweden*. Strasbourg.
- Head, Sydney W. / Sterling, Christopher H. (Hrsg.) (1990) *Broadcast in America. A survey of electronic media*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Henson, Robert (1990) *Television Weathercasting: A History*. Jefferson, North Carolina: McFarland.
- Herms, Josep M. (1993) *Historia de la televisión en España 1956–1975*. Barcelona: Feed-Back Ed.

- Hickethier, Knut (1998) *Geschichte des deutschen Fernsehens* (unter Mitarbeit von Peter Hoff). Stuttgart: Metzler Verlag.
- Hilmes, Michele (2002): *Only Connect. A Cultural History of Broadcasting in the United States*. Belmont, CA: Wadsworth.
- (Hrsg.) (2003) *The Television History Book*, London: British Film Institute.
- Jeanneney, Jean-Noël (2001) *Une histoire des médias des origines à nos jours*. Paris: Éditions du Seuil.
- Johnson, Victoria (1997) *Camelot, Hooterville, or Watts? American network television and the struggle for national identity 1946–1974*. Diss. Univ. of Southern California.
- Kain, Florian (2003): *Das Privatfernsehen, der Axel Springer Verlag und die deutsche Presse. Die medienpolitische Debatte in den sechziger Jahren*. Münster etc.: LIT-Verlag.
- Karolus, Hildegard (1994) *August Karolus: ein Fernseh pionier. Die Anfänge des Fernsehens in Deutschland in Briefen, Dokumenten u. Veröffentlichungen aus seiner Zusammenarbeit mit der Telefunken GmbH, Berlin, 1923–1930*. Berlin: VDE-Verlag.
- Keilbach, Judith / Thiele, Matthias (2003) Für eine experimentelle Fernsehgeschichte. In: *Hamburger Hefte zur Medienkultur* 2, S. 59–76.
- Kiesow, Rainer Maria / Simon, Dieter (2000) *Auf der Suche nach der verlorenen Wahrheit. Zum Grundlagenstreit in der Geschichtswissenschaft*. Frankfurt a.M.: Campus Verlag.
- Kisseloff, Jeff (1995) *The box: An oral history of television*. New York: Viking.
- Kleinsteuber, Hans-Jürgen (1996) Regulierung des Rundfunks in den USA. Zur Kontrolle wirtschaftlicher Macht am Beispiel der FCC. In: *Rundfunk und Fernsehen* 44, 1, S. 27–50.
- Kompare, Derek (2004) *Rerun Nation: How Repeats Invented American Television*. London: Routledge.
- Kreuzer, Helmut / Thomsen, Christian W. (Hrsg.) (1993) *Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland*, 5 Bände. München: Fink Verlag.
- Küpper, Willi / Ortmann, Günter (Hrsg.) (1992) *Mikropolitik. Rationalität, Macht und Spiele in Organisationen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Lafon, Benoît (2000) *La télévision régionale. Socio-histoire d'un dispositif d'intégration politique nationale. Le cas des journaux télévisés Midi-Pyrénées (1963–2000)*. Diss. Univ. de Bordeaux.
- Lagny, Michel (1998) L'accès aux sources audiovisuelles. In: *Penser la télévision. Actes du colloque de Cerisy*, hrsg. v. Jérôme Bourdon & François Jost. Paris: Nathan. S. 89–96.
- Lange, André (2001) The history of television through the Internet: A few notes on the project [www.histv.net](http://www.histv.net). In: *The Historian, Television and Television History*, hrsg. v. Graham Roberts & Philip Taylor. Luton: University of Luton Press. S. 39–44.
- Leiby, Burce & Linda (2001) *A reference guide to television's Bonanza: episodes, personnel, and broadcast history*. London: McFarland.

- Liesegang, Raphael Eduard (1891) *Beiträge zum Problem des electrischen Fernsehens. Probleme der Gegenwart*. Band 1. Düsseldorf: Liesegang Verlag.
- Litchy, Lawrence W. / Topping, Malachi C. (Hrsg.) (1976) *American Broadcast. A source book on the history of radio and television*. New York: Hasting House.
- Lorenz, Chris (1997) *Die Konstruktion der Vergangenheit. Eine Einführung in die Geschichtstheorie*. Köln etc.: Böhlau.
- Maase, Kaspar (Hrsg.) (2004) Schwerpunkt Mediengeschichte – Geschichtsmedien. In: *Geschichte in Wissenschaft und Unterricht* 55, S. 564–642.
- Mathelart, Sophie (1994) *Pour l'histoire des médias en Belgique. Bibliographie de 1930 à nos jours*. Bruxelles: ULB.
- Mboa Atangana, Bertrand (2002) *La production des émissions locales comme facteur de préservation des valeurs culturelles et de l'identité nationale. Une industrie pour le marché local et la télévision camerounaise*. Diss. Univ. Bordeaux.
- McCarthy, Anna (2001) *Ambient television. Visual culture and public space*. Durham: Duke University Press.
- McDonald, Fred (1990) *One nation under television: the rise and decline of network tv*. New York: Pantheon Books.
- Medeiros, Joao Luiz (1997) *Imaginaire national, idéologie, télévision: Eléments pour une problématique de la construction nationale au Brésil*. Diss. Univ. Rennes.
- Monteleone, Franco (2003) *Storia della radio e della televisione in Italia : un secolo di costume, societa e politica*. Venezia: Marsilio.
- Morley, David / Robins, Kevin (1995) *Spaces of identity. Global media, electronic landscapes, and cultural boundaries*. London / New York: Routledge.
- Müller, Eggo (2002) Unterhaltungsshow transkulturell. In: *Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation*, hrsg. von Andreas Hepp & Martin Löffelholz. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Negrine, Ralph (ed.) (1998) *Television and the press since 1945*. Manchester / New York: Manchester University Press.
- Nordwestdeutscher Rundfunk (Hrsg.) (1956) *NWDR – Ein Rückblick*. Hamburg.
- Olivesi, Stéphane (1998) *Histoire politique de la télévision*. Paris: L'Harmattan.
- Palacio, Manuel (2001) *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- Parks, Lisa (2005) *Cultures in Orbit. Satellites and the Televisual*. Durham / London : Duke University Press.
- Plessner, Maximilian (1892) *Ein Blick auf die großen Erfindungen des 20. Jahrhunderts. Band 1: Die Zukunft des elektrischen Fernsehens*. Berlin: Ferd. Dämmlers Verlagsbuchhandlung.
- Prost, Antoine (1996) *Douze leçons sur l'histoire*. Paris: Éditions du Seuil.
- Rhein, Eduard (1935) *Wunder der Wellen. Rundfunk und Fernsehen dargestellt für jedermann*. Berlin: Ullstein.
- Roberts, Graham (2001) The Historian and Television – a methodological survey. In: *The Historian, Television and Television History*, hrsg. v. Graham Roberts & Philip M. Taylor. Luton: Luton University Press, S. 1–8.

- Scannell, Paddy (1996) *Radio, Television and Modern Life: A phenomenological approach*. London: Blackwell.
- (2004) Broadcasting Historiography and Historicality. In: *Screen* 45, 2, S. 130–141.
- Schildt, Axel (2001) Das Jahrhundert der Massenmedien. Ansichten zu einer künftigen Geschichte der Öffentlichkeit. In: *Geschichte und Gesellschaft*. 27, 2, S. 177–206.
- Schmidt, Susanne K. / Werle, Raymund (1998) *Coordinating Technology: Studies in the International Standardization of Telecommunications*. Cambridge / London: MIT Press.
- Schneider, Irmela / Spangenberg, Peter (Hrsg.) (2002) *Medienkultur der 50er Jahre. Diskursgeschichte der Medien nach 1945*. Bd.1. Wiesbaden 2002: Westdeutscher Verlag.
- Schneider, Irmela u.a.(Hrsg.) (2003) *Medienkultur der 60er Jahre*. Wiesbaden 2003: Westdeutscher Verlag.
- (Hrsg.) (2004) *Medienkultur der 70er Jahre*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schröter, Fritz (Hrsg.) (1937) *Fernsehen. Die neuere Entwicklung insbesondere der deutschen Fernsehtechnik*. Berlin: Springer.
- Seegers, Lu: (2003) *Hör Zu! Eduard Rhein und die Rundfunkprogrammzeitschriften*. Potsdam: Verlag für Berlin-Brandenburg.
- Shih-Hung, Lo (2001) *Mediating national identity: Television politics and audience in Taiwan*. Diss. Univ. London.
- Slotten, Hugh (2000) *Radio and Television Regulation. Broadcast Technology in the United States, 1920-1960*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Smith, Antony / Paterson, Richard (Hrsg.) (1998) *Television: An international history*. New York: Oxford University Press.
- Spigel, Lynn (1992) *Make room for TV. Television and the family ideal in post-war America*. Chicago: Chicago University Press.
- Steinmaurer, Thomas (1999) *Tele-Visionen. Zur Theorie und Geschichte des Fernsehempfangs*. Innsbruck / Wien: Studien-Verlag.
- Sterling, Christopher H. / Kittross, John Michael (2002) *Stay Tuned. A History of American Broadcasting*. Mahwah, N.J.: Wadsworth.
- Stöber, Rudolf (2003) *Mediengeschichte: die Evolution »neuer« Medien von Gutenberg bis Gates: eine Einführung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Teves, Vasco Hovan (1998) *Historia da televisao em Portugal, 1955–1975*. Lisboa: TV Guia Editora.
- Tiltman, Frank Ronald (1933) *Baird of television: the life story of John Logie Baird*. London: Ayer.
- Timberg, Bernard (2002) *Television talk: A history of the TV talk show*. Austin: University of Texas Press.
- Tsaliki, Liza (1995) *The role of Greek television in the construction of national identity since broadcasting deregulation*. Diss. Univ. of Sussex.
- Uricchio, William (2004) Historicizing Media in Transition. In: *Rethinking Media Change. The Aesthetics of Transition*, hrsg. v. David Thorburn & Henry Jenkins. Cambridge, Mass.: MIT Press, S. 23–38.

- Van den Bulck, Hilde (2000) *De rol van de publieke omroep in het project van de moderniteit: een analyse van de bijdrage van de Vlaamse publieke televisie tot de creatie van een nationale cultuur en identiteit (1953-1973)*. Diss. Univ. Leuven.
- Veyrat-Masson, Isabelle (2000) *Quand la télévision explore le temps. L'histoire au petit écran (1953-2000)*. Paris: Librairie Arthème Fayard.
- Weber, Wolfgang (1985) Die deutschen Ordinarien für Geschichte und ihre Wissenschaft. Ein historisch-wissenschaftssoziologischer Beitrag zur Erforschung des Historismus. In: *Lebenslauf und Gesellschaft. Zum Einsatz von kollektiven Biographien in der historischen Sozialforschung*, hrsg.v. Wilhelm Heinz Schröder. Stuttgart: Klett-Cotta., S. 114–145.
- Wehler, Hans-Ulrich (2001) *Historisches Denken am Ende des 20. Jahrhunderts 1945–2000*. Göttingen: Wallstein.
- Weisbrod, Bernd (2001) Medien als symbolische Form der Massengesellschaft. Die medialen Bedingungen von Öffentlichkeit im 20. Jahrhundert. In: *Historische Anthropologie* 9, 2, S. 270–283.
- Wijffjes, Huub (Hrsg.) (1994) *Omroep in Nederland: vijfenzevetig jaar medium en maatschappij, 1919–1994*. Zwolle: Waanders.
- Zeller, Rüdiger (1999) *Die EBU – Union Européenne de Radio-Télévision (UER) – European Broadcasting Union (EBU): Internationale Rundfunkkooperation im Wandel*. Baden-Baden: Nomos Verlag.
- Zworykin, V.K. / Morton, G.A.: *Television. The electronics of image transmission in color and monochrome*. London / New York: Wiley.

Judith Keilbach

# Die vielen Geschichten des Fernsehens

## Über einen heterogenen Gegenstand und seine Historisierung

Das Fernsehen hat (inzwischen) viele Geschichten. Damit widerlegt es seine nicht selten anzutreffende Beschreibung als geschichtsloses Mediums, die vor allem aus der Flüchtigkeit und Immaterialität des Fernsehen resultiert. In ihrer medientheoretischen Fundierung nimmt diese Beschreibung insbesondere das Senden und Empfangen in den Blick, wird aber durch die Archiv(ierungs)praktiken der Rundfunkanstalten und Fernsehsender noch untermauert: Zwar ist es seit der Einführung der Magnetbandaufzeichnung möglich, des flüchtigen Materials habhaft zu werden.<sup>1</sup> Doch die Tatsache, dass viele Sendungen aus Platzgründen in den Archiven und auf Grund der Arbeitsüberlastung der Mitarbeiter (vgl. Zimmermann 1992, 26), aber auch aus betriebswirtschaftlichen Überlegungen – die Magnetbänder lohnten sich in den ersten Jahren erst bei mehrfacher Benutzung (vgl. Kirschner 1992 [1958], 62) – nach ihrer Ausstrahlung einfach gelöscht wurden, scheinen den Befund eines fehlenden Geschichtsbewusstseins jedoch zu bestätigen. Darüber hinaus vermittelt auch die schwierige Zugänglichkeit der Archive, die als Produktionsarchive hauptsächlich der internen Nutzung dienen und deren Konsultation für «externe» Fernsehforscher mit hohen Kosten verbunden ist, den Eindruck von Geschichtsvergessenheit. So liegt zur Geschichtsschreibung inzwischen zwar in materieller Form das parat, was Historiker Quelle nennen würden,<sup>2</sup> doch da sich Geschichte erst durch Historisierung und Historiographie konstituiert, scheint das Fernsehen weiterhin in seiner Geschichtslosigkeit gefangen zu bleiben.

In den letzten Jahren ist die Bereitschaft, dem Fernsehen eine Geschichte zuzugestehen, jedoch erheblich gestiegen. Sowohl die akademische Geschichtsschreibung wie auch das Fernsehen selbst widmen sich der Vergangenheit, Entwicklung und Veränderung des Mediums. In seinem historiographischen Überblick zeigt Andreas Fickers (2005), dass nicht mehr nur Fernsehtechnik

- 1 In der BRD wurden ab 1958 auf Magnetband vorproduzierte Sendungen ausgestrahlt (vgl. Zielinski 1986, 131) wobei es bereits zuvor Filmeinspielungen von Zelluloid gab, Heim-Videorecorder sind in der BRD seit der IFA 1977 im Handel erhältlich (ebd. 228f.)
- 2 Zum problematischen Status bewegter Bilder in der Geschichtswissenschaft vgl. Riederer 2003.

und -institutionen – also ‹klassische› Forschungsfelder der Geschichtswissenschaft – einer historisierenden Betrachtung unterzogen werden, sondern seit den 1980er Jahren auch das Programm und einzelne Genres. Diese Hinwendung zum Gesendeten ist unter anderem der ‹wissenschaftspolitische[n] Neuorientierung› (ebd. 15) zu verdanken, in deren Folge ‹neue› Gegenstände interdisziplinär erforscht und neue Studiengänge eingerichtet wurden. Sie steht aber sicherlich auch mit der Ausbreitung des Videorecorders in Zusammenhang, der es der Fernsehforschung ermöglicht, unabhängig von den Rundfunkarchiven auf das Material zugreifen zu können. Aufzeichnungsgeräte für den Heimgebrauch sind daher als film- und fernsehhistorische Forschungsinstrumente nicht zu unterschätzen.

Allerdings trägt die mediengestützte historische Forschung auch zu erheblichen Transformationen des Fernsehens bei. So brachte die Einführung des Videorecorders neue Rezeptionsweisen und theoretische Zuschauermodelle mit sich (vgl. Ang 1991), die wiederum für Veränderungen in der Programmgestaltung sorgten. Die Fernsehgeschichtsschreibung sieht sich hier mit einem paradoxen Verhältnis von Fernsehen und Forschungsinstrument konfrontiert, insofern die Aufzeichnungsmedien, die das Fernsehen in seiner Geschichtlichkeit festhalten und zugänglich machen, zugleich seine Flüchtigkeit steigern.

Doch nicht nur in der Fernsehwissenschaft, auch im Fernsehprogramm selbst zeichnet sich das neue Interesse an der Geschichte des Mediums ab: Alte Sendungen füllen nun als ‹Fernsehklassiker› die Sendezeit zwischen den Werbeblöcken der kommerziellen Sender oder am ‹Gern-Seh-Abend› der öffentlich-rechtlichen und werden in Rückblick- oder Comedy-Shows ausschnittsweise verwertet. Darüber hinaus haben die Archive vor einigen Jahren damit begonnen, ihre historischen Schätze als DVD oder Videokassette zu vermarkten – von SESAMSTRASSE, RAUMPATROUILLE ORION und DIE HESSELBACHS über die Fußballweltmeisterschaften, Höhepunkte der Tour de France und jährliche RAN-EDITIONEN bis zu SCHMIDTEINANDER, PEEP!, MAINZ BLEIBT MAINZ und den SDR-Werbetrennen ÄFFLE & PFERDLE lässt sich die Fernsehgeschichte inzwischen käuflich erwerben.<sup>3</sup>

Auch dieses mediale und ökonomische Geschichtsbewusstsein beinhaltet eine Transformation des Fernsehens, insofern sich das Interesse an der Medienvergangenheit einerseits im Programm niederschlägt und der Einsatz anderer

3 Diese fernsehhistorischen Dokumente sind vor allem über die *homepages* der Rundfunkanstalten zu beziehen, so dass die Zugänglichkeit zur Fernsehgeschichte durch die ökonomische Struktur des Internets erleichtert wird. Diese intermediale Kopplung mit dem Internet verdeutlicht eine weitere Veränderung des Fernsehens – wenn man hier überhaupt noch von Fernsehen (und nicht von Internet) sprechen möchte.

Medien andererseits erneut veränderte Rezeptionsweisen mit sich bringt. So wird Serialität beispielsweise auf DVD nicht mehr als Strukturierung des Alltags erfahrbar (vgl. Modleski 2002) und verflüchtigt sich der *flow* als zentrales Merkmal des Fernsehens (vgl. Williams 2002). Während die neuen Datenträger die Fernsehgeschichte zugänglich machen, bringen sie die theoretischen Kategorien des Fernsehens gleichzeitig ins Wanken.

## Die Heterogenität des Gegenstands

Die akademischen und populärwissenschaftlichen Darstellungen der Medienvergangenheit tragen ebenso wie die ökonomische und programmbezogene Verwertung der Archive zur Expansion und Vervielfältigung der Fernsehgeschichte bei: Neben Technik und Institutionen geraten das Programm und verschiedene Genres in den fernsehhistorischen Blick, deren Entwicklungen, Veränderungen oder jeweiligen Spezifika wiederum vor dem Hintergrund gesellschaftspolitischer, kulturhistorischer oder wahrnehmungspsychologischer Kontexte erörtert werden (vgl. Bleicher 2003). Diese Ausweitung verdeutlicht einerseits die Vielfalt der möglichen Fragestellungen und Ansätze, und macht andererseits die extreme Heterogenität und Unabgeschlossenheit des Gegenstandsbereichs deutlich, der sich hinter dem Begriff «Fernsehen» verbirgt. Denn Fernsehen ist Technik, Institution und Programm, aber eben auch Seismograph der Gesellschaft, «Produkt der gesellschaftlichen Modernisierung und zugleich Transmissionsriemen sozialer Veränderungen» (Hickethier 1998, 1), Medium der Öffentlichkeit, Kulturtechnologie, ein Modus der Weltwahrnehmung, ein Gerätekasten im Wohnzimmerschrank, eine ästhetische Erfahrung, ein Dispositiv, Teil eines medialen Ensembles, Bilder & Töne, Alltagspraxis, Zuschauen & Mitmachen usw.

Diese Heterogenität ist dem Fernsehen selbstverständlich nicht eigen und kennzeichnet auch den Film oder die Fotografie. Deren Historiographien unterscheiden zwischen techni-



*Einfache Camping-Fernsehantenne*

schen, ästhetischen, ökonomischen und sozialen Aspekten, die jeweils getrennt voneinander Gegenstand der historischen Darstellung werden (für den Film vgl. Allen/Gomery 1985). Und auch für das Fernsehen liegen Technik-, Institutions- und Programmgeschichten vor.

Die Heterogenität kommt beim Fernsehen jedoch besonders zum Tragen, weil ihm eine ‹autorisierte› Gegenstandsdefinition und damit auch eine ‹autorisierte› Geschichte fehlt. Während der Film seine Heterogenität insbesondere durch die Auseinandersetzung mit den ‹alten›, an ästhetischen Kategorien orientierten Konzepten und Geschichten gewinnt, haben die Immaterialität und Flüchtigkeit, aber auch die permanenten Transformationen des Fernsehens die Herausbildung eines ähnlich verbindlichen Medienverständnisses verhindert. Der Schritt von der Film- zur Kinogeschichte vollzog sich als methodologische Entscheidung, wohingegen das Fernsehen nicht aus akademischen Überlegungen sondern auf Grund seiner wissenschaftlichen ‹Nachahmung› ein heterogener Gegenstand ist.<sup>4</sup>

Die Fernsehgeschichtsschreibung behilft sich angesichts dieser Problematik nicht selten stillschweigend mit epochenspezifischen Gegenstandsdefinitionen. So ist Fernsehen in seiner Vor- und Frühgeschichte Technik, wandelt es sich im Nationalsozialismus und in den frühen Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg gerne zur Institution und wird ab den 1950er Jahren dann zum Programm, während sich seine formalen und ästhetischen Merkmale erst ab den 1980er Jahren abzuzeichnen scheinen. Die Abhängigkeit dieser Gegenstandstransformation von den Quellen und Zugriffsmöglichkeiten auf das Fernsehen ist ebenso offensichtlich wie die Möglichkeit, in jeder Epoche auch andere Aspekte zu akzentuieren.<sup>5</sup> Implizit liegt der gängigen Verschiebung des Gegenstands von der Technik über die Institution zum Programm allerdings ein Entwicklungsmodell zu Grunde, das die Transformationen als Resultat eines Ausreifens des vorherigen Zustands nahe legt.

4 Der Begriff ‹Fernsehen› erschwert durch seine semantische Uneindeutigkeit dabei zusätzlich eine präzise Benennung des Gegenstands.

5 Auffällig ist außerdem das Fehlen der Rezeptionsgeschichte. Hier ist die Fernsehgeschichtsschreibung mit ähnlichen methodologischen Problemen wie die Filmgeschichtsschreibung konfrontiert, wobei die Schwierigkeiten, alte Sendungen zu sichten, eine auch auf Textanalyse basierende historische Rezeptionsforschung, wie sie Janet Staiger (1992) für den Film vorschlägt, erschwert. Als empirisches Material lassen sich zwar Leserbriefe und Zuschauerzuschriften heranziehen, deren Aussagewert ist jedoch fragwürdig. Selbst Lynn Spiegel, deren Diskursanalyse die Veränderungen im häuslichen und familiären Umfeld aufzeigt, die mit der Einführung des Fernsehens einhergingen, versteht ihre Arbeit ganz explizit nicht als Rezeptionsgeschichte (Spiegel 1992, 187). Insgesamt führt die Unterscheidung von öffentlicher (Kino) und privater (TV) Medienrezeption dazu, dass die Fernsehrezeption als schwieriger zu erforschen gilt.

## Gegenstandsdimensionen und historische Ansätze

Für die fernsehhistorische Forschung steht angesichts des pluralen und heterogenen Gegenstands zunächst einmal eine Klärung der zu theoretisierenden oder historisierenden Dimension(en) des Mediums an. Dass die Wahl des Gegenstandsbereichs je unterschiedliche Geschichten hervorbringt und gleichzeitig die Gegenstände in je spezifischer Weise durch die historischen Modelle konstruiert werden, verdeutlicht beispielhaft die Vor- oder Frühgeschichte des Fernsehens.

Das Fernsehen wird in den Darstellungen seiner Frühgeschichte bevorzugt als Technik definiert. Die Medienentwicklung stellt sich dabei oft als teleologische Fortschrittsgeschichte dar, in der die stetige Verbesserung der technischen Grundlagen beschrieben wird, deren ‹Ausreifen› schließlich zum Beginn des Programmbetriebs führt. Nicht selten wird das Fernsehen – häufig mit Anekdoten und Geniekult-Versatzstücken durchsetzt – auch als Erfindung von Einzelpersonen beschrieben, bei denen es sich wahlweise (und je nach ‹nationaler› Orientierung des Autors) um Paul Nipkow, John Logie Baird, Philo T. Farnsworth, Vladimir Kosma Zworykin oder andere handelt. Von solchen, an klassischen Erzählprinzipien orientierten Fernsehgeschichten, in denen die Erfinder als geschichtsmächtige Helden oder als Männer, die ihre Träume verwirklichten, erscheinen und in denen das Medium in seiner Entwicklung stetig voranschreitet, unterscheiden sich Darstellungen, die darauf Wert legen, dass Fernsehen *nicht* von einer Einzelperson erfunden wurde und ‹die Ideen [...] *nicht* immer in logischer Folge› kamen (Abramson 2002, XV, Herv. JK). Im Gegensatz zu einer teleologischen und kohärenten Geschichte des Fernsehens werden hier eher Bruchstücke versammelt, wobei auch die Fehlschläge und Sackgassen der Entwicklung Erwähnung finden. Dabei tritt nicht nur die Vielfalt sondern vor allem auch die Gleichzeitigkeit der Entwicklungsarbeit in den verschiedenen Laboratorien hervor. In diesen Mosaikstücken von lichtempfindlichen Leitern, Bildzerlegungsverfahren, Elektronenröhren, Synchronisierungsverfahren, Funktechnik usw. lässt sich schemenhaft eine Technikgeschichte des Fernsehens erkennen, deren Kontingenzen gleichzeitig immer sichtbar bleiben. Trotz ähnlicher Gegenstandsdefinitionen (Fernsehen als Technik) bringen die unterschiedlichen Geschichtsmodelle und historiographischen Verfahrensweisen also sehr verschiedene Fernsehgeschichten hervor.

Kulturhistorische Erzählungen perspektivieren die Vor- und Frühgeschichte des Mediums wiederum aus einem ganz andern Blickwinkel. Hier interessieren unter anderem die Imaginationen und Utopien vom Fernsehen, d. h. es wird die Phase der ‹Ideation›, die der ‹technologischen Performanz› vorausging

(Winston 2001, 12), genauer untersucht sowie den ›Wunschkonstellationen‹,<sup>6</sup> die die Dynamik seiner Entwicklung mitbestimmen, nachgegangen. Wie schon die technikhistorischen so liefern auch die kulturhistorischen Ansätze verschiedene Entwicklungsgeschichten, wobei es letzteren vor allem um Erklärungsmodelle für die Entstehung des Fernsehens geht. Dafür wird unter anderem der «alte Menschheitsraum, sehen zu können, was in der Ferne geschieht» (Elsner/Müller/Spangenberg 1991, 158) ins Feld geführt<sup>7</sup> und dem Telefon eine besondere Rolle zugesprochen, da es den Wunsch nach einer «Ausweitung des visuellen Wahrnehmungshorizontes» (ebd.) zusätzlich genährt und ein «Bedürfnis nach Fernübertragung sich bewegender Bilder» (ebd., 159) geschaffen habe. William Uricchio schlägt hingegen vor, die Erfindungen, aus denen schließlich das Fernsehen hervorging, nicht nur im Hinblick auf die Raum- sondern auch auf die Zeiterfahrung des ›Fernsprechers‹ zu diskutieren, und zeigt, dass die Simultanität, die das Telefon auf auditiver Ebene bot, auch für das Bild erwartet bzw. angestrebt wurde (2002, 292).

Die intermedialen Bezüge dieser Beispiele sind nicht zufällig. Kulturhistorische Ansätze, die nach Imaginationen, Utopien und Inspirationsquellen fragen, erzwingen geradezu eine intermediale Perspektive und unterscheiden sich drin von ›harten‹ Technikgeschichten, in denen oftmals weder die Einheit und Abgrenzbarkeit des Gegenstands in Frage gestellt, noch das Fernsehen definiert wird. Aus den zahlreichen Möglichkeiten der intermedialen Verknüpfung resultiert dabei eine erhebliche Vervielfältigung des Fernsehens und seiner Geschichte(n).<sup>8</sup>

Als Quellengrundlage dienen der kulturhistorisch orientierten Fernsehgeschichtsschreibung weniger die Geräte und Patentschriften, auf denen die Erkenntnisse der Technikgeschichtsschreibung maßgeblich basieren. Sie greift vielmehr auf populäre Literatur wie Albert Robidas 1883 in Paris publizierten Zukunftsroman *Vingtième siècle* sowie Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchillustrationen zurück (vgl. Herzogenrath 1997, 136–141), die unterschiedlichste Szena-

6 Den Begriff «Wunschkonstellationen» gebraucht Winkler (1997, 16f.) im Kontext der Computerentwicklung.

7 Dieser These entsprechend präsentierte die Fernsehhausstellung *Der Traum vom Sehen – Zeitalter der Audiovisionen*, die 1997 und 1998 im Gasometer in Oberhausen präsentiert wurde, um eine Fernrohr.

8 So gewinnt Hartley beispielsweise aus der Verknüpfung von Fernsehgerät und Kühlschrank eine Fernsehgeschichte «der Erfindung, Kapitalisierung und Popularisierung der Häuslichkeit» (2002, 268). Auch die Kopplung von Fernsehen mit der Geschichte der Mode (Hartley 1997), mit der Institution Familie (Spigel 1992, Bernold in Bernold/Ellmeier 1995) oder mit dem Sichtbarkeitsdispositiv in der Küche (Bernold in Bernold/Ellmeier 1995) bringt neben neuen Akzentuierungen des Fernsehens (als Medium des *looks*, der Sichtbarmachung oder der Häuslichkeit) jeweils neue historische Linien und Geschichten mit sich.

rien des Fern-Sehens und Bild-Telefonieren entwerfen. Diese Imaginationen eines noch nicht erfundenen Mediums geben Raum für verschiedene Ausdeutungen von «Funktionsutopien» (Elsner/Müller/Spangenberg 1991). Dies wird beispielsweise an der häufig zitierten Darstellung von *Edison's Telephonoscope* aus dem Jahr 1879 deutlich, die ein älteres Ehepaar in England zeigt, das mit Hilfe einer «elektrischen camera obscura» seine Tennis spielenden Kinder in Ceylon beobachtet. Die technische Beschreibung – «transmits light as well as sound» – wird durch einen unter dem Bild abgedruckten Dialog exemplifiziert.<sup>9</sup> «Come closer, I want to whisper» fordert der Vater seine Tochter Beatrice auf und fragt dann: «Who is that charming young lady playing on Charlie's side?» Die Tochter identifiziert die junge Dame als frisch aus England eingetroffen – womit auf die Dauer «physischer» Reisen angespielt wird – und stellt ihrem Vater dann in Aussicht: «I'll introduce you to her as soon as the game's over».

Diese Zeichnung wird in der Fernsehgeschichtsschreibung nicht nur auf Grund ihrer Vision von den Funktionen des Fernsehens häufig erwähnt, sondern auch auf Grund ihrer Offenheit für unterschiedlichste Lektüren. Sie dient als Beleg für die Utopie der Distanzüberbrückung, erlaubt eine Akzentuierung von Simultanität und Echtzeit, lässt sich aber auch als (väterlich-familiäres) Überwachungsdispositiv oder Apparatur für den voyeuristischen Blick (hier auf den weiblichen Körper) beschreiben. Damit bietet sie sich nicht zuletzt auch für Analogien zum aktuellen Fernsehen an.

Über die Funktion und Gebrauchsweise des Fernsehens bestand in der Frühgeschichte des Mediums noch keine Klarheit. Dementsprechend existieren noch zahlreiche weitere Illustrationen, in denen dem Fernsehen durchaus andere Funktionen zugeschrieben werden. Sie zeigen beispielsweise telephonoskopische Übertragungen eines mathematischen Vortrags, einer Opernaufführung oder von Kampfhandlungen bei militärischen Auslandseinsätzen und schlagen damit eher edukative, informative oder unterhaltende Funktionen vor. In der Fernsehgeschichtsschreibung werden diese Darstellungen erstaunlicherweise selten oder nur als Kuriositäten erwähnt, obwohl sie geradezu dazu einladen, den Programmaspekt des Fernsehens zu untermauern. Die Frage des Programms stellt sich insgesamt jedoch erst für eine späteren Phase der Medienentwicklung. Für die Vor- und Frühgeschichte wird allgemein konstatiert, dass das Fernsehen als Programmmedium nicht vorstellbar war.

9 Die Übertragung von Licht gehört als Problemstellung eher zum Fotografiediskurs, wohingegen das Fernsehen als Umwandlung von Licht in elektrische Signale realisiert wurde. Die Beschreibung entspricht somit nicht ganz der technischen Funktionsweise des Fernsehens. Diesen Hinweis verdanke ich Markus Stauff.

Ähnlich wie in den Technikgeschichten des Fernsehens unterschiedliche Vorläufer konstruiert und Anfangspunkte gesetzt werden – war nun das Telefon, der Telegraf, das Fernrohr, die Fotografie oder der Film sein Wegbereiter, begann es mit der Entdeckung der Leitfähigkeit des Selens oder der Nipkowscheibe, waren gar die Höhlenmalerei (Bruch 1969) oder die Signalfuerketten (Bergmann/Zielinski 1999, 14) seine Inspirationsquellen? – bringt auch die Historisierung des Fernsehen als Programmmedium unterschiedliche Geschichten hervor: So werden wahlweise das Radio, das Kino, die Zeitung oder gar der Moritatengesang als Vorgänger erwähnt und selbst über den Programmbeginn herrscht Uneinigkeit: Startet das Fernsehen mit der Aufnahme eines regelmäßigen Versuchsbetriebs (Deutschland 1935), dem Beginn des regulären Programmbetriebs (BBC 1936) oder gar mit der ersten Demonstration einer *Filmausstrahlung* (USA 1928)<sup>10</sup>?

Während die Frage nach dem Programmstart ganz offensichtlich von einer nationalen Konkurrenz getrieben ist, dient die genealogische Aufzählung der medialen Vorläufer nicht selten zur ‚Veredelung‘ der technischen Fortschrittsidee (vgl. Zielinski 2002, 11) und fungiert darüber hinaus als historische Referenz zur Definition ‚wesenhafter‘ Eigenschaften des Fernsehens. Je nach Medienverständnis erlaubt es der Verweis in die Vergangenheit, unterschiedliche Dimensionen des Fernsehens zu akzentuieren.

## Geschichtsmodelle

In den erwähnten Beispielen deutet sich an, dass in der Fernsehgeschichtsschreibung nicht nur die Dimensionen und Definitionen des Mediums sondern auch Geschichtsmodelle mitverhandelt werden. So finden sich neben der Beschreibung einer linearen Medienevolution von 30-zeiligen Fernsehbildern und Gerätebausätzen für Bastler (vgl. Elsner/Müller/Spangenberg 1991, 163f.) hin zur HDTV-Technologie immer wieder auch Genealogien, die das Anknüpfen an ‚ältere‘ Phasen oder Phänomene, das Weitergehen vermeintlicher Sackgassen hervorheben und damit Diskontinuitäten und zyklische Momente der Entwicklungsgeschichte akzentuieren. Das Faxgerät und Internetdienste können beispielsweise als ‚Nebenprodukte‘ der Fernsehentwicklung angesehen werden (vgl. Bergmann/Zielinski 1999, 30ff.), denen ähnlich wie der möglichen Nutzung der Fernsehtechnologie als Bildtelefon oder Webcam bis vor Kurzem keine Priorität zugesprochen wurde. Diese Funktionen zählten bisher eher zu den Zu-

10 Nach Abramson handelte es sich um die Übertragung es 35mm-Films, der mit 60 Zeilen und 16 Bildern pro Sekunde ausgestrahlt wurde (1998, 15).

kunftsszenarien und konnten unter anderem in Science Fiction Filmen bestaunt werden (vgl. Koszarski 1998) – obwohl sie technisch schon längst möglich waren.

Während die Entwicklungsgeschichte der letzten 50 Jahre in den Darstellungen vieler Autoren als «Herausbildung des Fernsehens als Programmmedium» (Hickethier 1998, 3) erscheint, stellt der gegenwärtige Entwurf eines «neuen Fernsehens», als dessen zentrales Kennzeichen die Geräteindustrie die Erfüllung individueller Wünsche proklamiert (vgl. Stauff 2005), die Definition des Mediums über sein Programm generell in Frage. Die Möglichkeit der individuellen Zusammenstellung von Sendungen über pay per view und damit die Transformation der Programmstruktur in eine «Speicherfernsehen» (Hickethier 1999) stellt die bisherigen Definitionen und theoretischen Konzepte vom Fernsehen in Frage und konfrontiert die noch junge Fernsehwissenschaft mit erheblichen Veränderungen ihres Gegenstands. Insbesondere für eine programmorientierte Fernsehgeschichtsschreibung stellt die potenzielle Auflösung der Programmstruktur und der individuelle Zugriff eine enorme Herausforderung dar.

In einer Fortschrittsgeschichte des Fernsehens lässt sich diese Transformation einfach als weitere Entwicklungsstufe (vom Programm zur Interaktivität o.ä.) anhängen. Sie kann jedoch zu erheblichen Verschiebungen in den historischen Ordnungslinien führen, insofern andere Vorläufer genannt und andere Aspekte aus der bisherigen Geschichte des Fernsehens akzentuiert werden. Gleichzeitig lässt sich das «neue Fernsehen» jedoch auch in zyklische Geschichtsmodelle integrieren, verdeutlicht es doch die Aktualität der «alten» Imaginationen. So wird die individuelle Verfügbarkeit über ein multifunktionales Medium versprochen, die bereits in der Vor- und Frühgeschichte des Fernsehens anzutreffen ist. Darüber hinaus kommt ein «altes» Finanzierungsmodell zur Anwendung, denn bereits in den 1950er Jahren wurde vorgeschlagen, einzelne Sendungen mit Hilfe von Parkuhr-ähnlichen Vorrichtungen im Keller jedes Hauses abzurechnen (vgl. Hilmes 1990). In seinen permanenten Transformationsbewegungen lässt sich die Entwicklung des Fernsehens als punktuelle Rückkehr zu seiner Vergangenheit beschreiben.

Auch in der Aufführungsgeschichte lassen sich bereits bekannte Phänomene ausmachen, die einer linearen Entwicklungsgeschichte des Fernsehens widersprechen. So erinnern die gegenwärtig in Bahnhofshallen anzutreffenden Fernsehgeräte oder die Fußballübertragungen in Kneipen, Multiplex-Kinos und auf öffentlichen Plätzen an das öffentliche Gemeinschaftsfernsehen in den Fernsehstuben der 1930er Jahre sowie an das US-amerikanische *theater television* und das «Schaufensterfernsehen» der 1950er Jahre. Und auch einzelne Sendungen laden zu historischen Vergleichen ein, kann der gegenwärtige Quizshow-Boom doch als Wiederkehr des traditionellen Rate- und Fragespiels und die

Sendung POPSTAR als Neuauflage von TALENTSCHUPPEN verstanden werden (vgl. Keilbach/Thiele 2003, 65).<sup>11</sup> Diese ›Rückbesinnungen‹ lassen sich als Brüche in einer stringenten Entwicklung, als Kontinuität zentraler Medieneigenschaften oder als zyklische Phasen konzipieren, wobei sich die unterschiedlichen Interpretationen jeweils an der Erklärungsmächtigkeit ihrer Aussagen messen lassen müssen. Zunächst zeichnet sich an ihnen vor allem ab, dass Geschichte immer durch die Gegenwart geschrieben wird. Wie hierbei eine ontologische Funktionalisierung der Vergangenheit verhindert und Fernsehgeschichte vielmehr zu einer Entdeckung von «Neue[m], Überraschende[m] im Alten» (Zielinski 2002, 12) werden kann, gilt es an anderer Stelle zu klären.

## Vervielfältigungen

Die Heterogenität des Fernsehens, seine Transformationen und Expansionen stellen die Fernsehgeschichtsschreibung vor die schwierige Aufgabe, den Gegenstand ›in den Griff‹ zu bekommen. Wie bereits erwähnt, versucht sie dies unter anderem durch epochenspezifische Gegenstandsverschiebungen zu bewerkstelligen, in deren Folge sich die Entwicklung des Fernsehens als lineare Geschichte darstellt. Eine solche integrale Geschichtsschreibung, die in der Aneinanderreihung spezifischer Einzelaspekte zu einer historischen Linie besteht, bleibt allerdings nicht zuletzt deshalb unbefriedigend, weil sie die zahlreichen anderen Dimensionen des Mediums aus dem Blick verliert. Dies geschieht zwar auch bei einer «zusammenhängende[n] Gesamtdarstellung» (Hickethier 1998, 5), die sich für eine ›Dominante‹ entscheidet und dieser alle anderen Aspekte unterordnet, ihr geht jedoch zwingend eine Auseinandersetzung mit der Gegenstandsproblematik voraus. So legt Hickethier beispielsweise offen, dass er das Programm akzentuiert und «die Institutionen der Sender, Technik und Produktion zu [dessen] Voraussetzung und die Rezeption [zu seiner] Folge» (ebd.) erklärt.

Demgegenüber halte ich *die* Geschichte des Fernsehens für unerreichbar und plädiere für *Geschichten*, in denen seine Vielfalt berücksichtigt und seine Heterogenität offensichtlich wird. Gerade angesichts der unklaren Gegenstandsdefinition sollte dies einfacher möglich sein, als in den Historiographien anderer Medien. Das Plädoyer für *Geschichten* beinhaltet auch den Vorschlag, die Vervielfältigung weiter voranzutreiben und beispielsweise die intermedialen Di-

11 Solche Vergleiche wollen Matthias Thiele und ich nicht als Gleichsetzungen verstanden wissen, sondern als «Entkontextualisierung, die Erkenntnisse der Differenz und des Wandels» (2003, 65) in Gang setzt.

mensionen und internationalen Relationen des Fernsehens in den Blick zu nehmen.<sup>12</sup> Die methodologischen Schwierigkeiten, die dieser Vorschlag impliziert, sind zwar sicherlich nicht gering, ihre Bewältigung scheint mir aber äußerst lohnend.

## Literatur

- Abramson, Albert (1998) *The Invention of Television*. In: Anthony Smith & Richard Paterson (Hg.) *Television. An International History*. Oxford: Oxford Univ. Press. S. 9–22.
- Abramson, Albert (2002) *Die Geschichte des Fernsehens*. Mit einem Nachwort des Herausgebers zur Geschichte des Fernsehens von 1942 bis heute. Übersetzt und herausgegeben von Herwig Walitsch. München: Fink.
- Allen, Robert C. / Gomery, Douglas (1985) *Film History. Theory and Practice*. New York usw: McGraw-Hill.
- Ang, Ien (1991) *Desperately Seeking the Audience*. London / New York: Routledge.
- Bergmann, Kerstin/ Zielinski, Siegfried (1999) ‚Sehende Maschinen‘. Einige Miniaturen zur Archäologie des Fernsehens. In: Stefan Münkler, Alexander Roesler (Hg.) *Televisionen*. Frankfurt/M.. Suhrkamp. S. 13–38.
- Bernold, Monika / Ellmeier, Andrea (1995) *Zur Geschichte des Sendens. Konsum und Politik im Österreich der 50er- und 60er- Jahre*. Wien: Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr.
- Bleicher, Joan Kristin (2003) Teilbereiche der Fernsehgeschichte und ihre Beziehung zu Modellen der Mediengeschichte. In: *Hamburger Hefte zur Medienkultur 2* (Fernsehgeschichte. Modelle, Theorien, Projekte). Hamburg. S. 3–22.
- Bruch, Walter (1969) *Die Fernsehstory. Ein Pionier des deutschen Fernsehens erzählt die Geschichte der Bildübertragungstechnik – von den Utopisten bis zum Farbfernsehen*. Stuttgart: Telekosmos Verlag.
- Elsner, Monika / Müller, Thomas / Spangenberg, Peter M. (1991) Der lange Weg eines schnellen Mediums: Zur Frühgeschichte des deutschen Fernsehens. In: William Uricchio (Hg.) *Die Anfänge des Deutschen Fernsehens. Kritische Annäherungen an die Entwicklung bis 1945*. Tübingen: Niemeyer. S. 153–207.
- Fickers, Andreas (2005) Nationale Traditionen und internationale Trends in der Fernsehgeschichtsschreibung. Eine historiographische Skizze. In: *Montage/AV 14/1/2005*, S. 7–28.
- Hartley, John (1997) Power Viewing: A Glance at Pervasion in the Postmodern Perplex. In: James Hay, Lawrence Grossberg, Ellen Wartella (Hg.) *The Audience and its Landscape*. Oxford / Boulder: Westview, S. 221–233.

12 Eine Auflistung von Vorschlägen findet sich in Keilbach/Thiele 2003.

- Hartley, John (2002) Die Behausung des Fernsehens. Ein Film, ein Kühlschrank und Sozialdemokratie. In: Ralf Adelman et al.: *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie, Geschichte, Analyse*. Konstanz: UVK. S. 253–280.
- Herzogenrath, Wulf et al. (1997) (Hg.) *TV-Kultur. Das Fernsehen in der Kunst seit 1879*. Amsterdam / Dresden: Verlag der Kunst.
- Hickethier, Knut (1998) *Geschichte des deutschen Fernsehens*. Unter Mitarbeit von Peter Hoff. Stuttgart / Weimar: Metzler.
- Hickethier, Knut (1999) Die Ordnung der Speicher. In: Joachim Paech, Andreas Schreitmüller, Albrecht Ziemer (Hg.) *Strukturwandel medialer Programme. Vom Fernsehen zu Multimedia*. Konstanz: UVK. S. 67–83.
- Hilmes, Michele (1990) Pay Television. Breaking the Broadcast Bottleneck. In: Tino Balio (Hg.) *Hollywood in the Age of Television*. Boston usw.: Unwion Hyman. S. 297–318.
- Keilbach, Judith / Thiele, Matthias (2003) Für eine experimentelle Fernsehgeschichte. In: *Hamburger Hefte zur Medienkultur 2* (Fernsehgeschichte. Modelle, Theorien, Projekte). S. 59–75.
- Kirschner, Ulrich (1992[1958]) Die betriebswirtschaftlichen Vorteile der magnetischen Bildaufzeichnung. In: Siegfried Zielinski (Hg.) *Video. Apparat/Medium, Kunst, Kultur. Ein internationaler Reader*. Frankfurt usw.: Lang. S. 59–65.
- Kozarski, Richard (1998) Coming Next Week: Images of Television in Pre-War Motion Pictures. In: *Film History* Vol. 10. S. 128–140.
- Modleski, Tania (2002[1983]) Die Rhythmen der Rezeption. Daytime-Fernsehen und Hausarbeit. in: Ralf Adelman et al.: *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie, Geschichte, Analyse*. Konstanz: UVK. S. 376–387.
- Riederer, Günther (2003) Was heißt und zu welchem Ende studiert man Filmgeschichte? Einleitende Überlegungen zu einer historischen Methodik der Filmanalyse. In: Bernhard Chiari, Matthias Rogg und Wolfgang Schmidt (Hg.) *Krieg und Militär im Film des 20. Jahrhunderts*. München: Oldenbourg. S. 85–106.
- Spigel, Lynn (1992) *Make Room for TV. Television and the Family Ideal in Postwar America*. Chicago, London: Univ. of Chicago Press.
- Staiger, Janet (1992) *Interpreting Films. Studies in the Historical Representation of American Cinema*. Princeton: Princeton Univ. Press.
- Stauff, Markus (2005) ›Das neue Fernsehen‹. *Machtanalyse, Gouvernamentalität und digitale Medien*. Münster usw.: Lit.
- Uricchio, William (2002) Medien, Simultaneität, Konvergenz. Kultur und Technologie im Zeitalter von Intermedialität. In: Ralf Adelman et al.: *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie, Geschichte, Analyse*. Konstanz: UVK. S. 281–310.
- Williams, Raymond (2002[1975]) Programmstruktur als Sequenz oder *flow*. In: Ralf Adelman et al.: *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie, Geschichte, Analyse*. Konstanz: UVK. S. 33–43.
- Winkler, Hartmut (1997) *Docuverse. Zur Medientheorie der Computer*. München: Boer.

- Winston, Brian (2001) Ein Sturm vom Paradies. Technologische Innovation, Verbreitung und Unterdrückung. Die Informationsrevolution als Hyperbel. In: *Archiv für Mediengeschichte* 1 (Mediale Historiographien). S. 9–22.
- Zielinski, Siegfried (1986) *Zur Geschichte des Videorecorders*. Berlin: Wissenschaftsverlag Spiess.
- Zielinski, Siegfried (2002) *Archäologie der Medien. Zur Tiefenzeit des technischen Hörens und Sehens*. Reinbek: Rowohlt.
- Zimmermann, Peter (1992) Der Apparat löscht sein Gedächtnis. Über dokumentarisches Fernsehen und strukturelle Amnesie. In: Ders (Hg.) *Fernseh-Dokumentarismus. Bilanz und Perspektiven*. München: Ölschläger. S. 23–36.

## «Ich bin da eher ein Historiker»

### Ein Gespräch mit Knut Hickethier über die Geschichte der Fernsehhistoriographie, persönliche Erinnerungen und die Konstruktion von Sinnzusammenhängen

**Judith Keilbach:** *Herr Hickethier, wie kam es, dass Sie Fernsehhistoriker wurden?*

**Knut Hickethier:** Zunächst habe ich Kunstpädagogik studiert, später dann Literaturwissenschaft – und dort gab es die Möglichkeit, sich mit Medien auseinanderzusetzen. Eigentlich war das überhaupt der Grund, weshalb ich in die Literaturwissenschaft gegangen bin. Ich habe mich allerdings nicht von Anfang an mit Mediengeschichte beschäftigt, sondern nach und nach damit begonnen, nach den Entstehungsursachen von bestimmten Phänomenen zu suchen. In den 70er Jahren habe ich z.B. im Rahmen des Grimme-Preises an einem Forum zum Thema Unterhaltung mitgewirkt und sollte dort etwas zu Unterhaltungssendungen im Verhältnis zu anderen medialen Unterhaltungsformen sagen. Dabei ist mir klar geworden, dass ich erst einmal klären muss, wo deren Anfänge liegen. Im Fernsehen haben wir die Show, aber woher kommt die? Was hat das mit dem Varieté zu tun, mit dem Bunten Abend im Radio? Plötzlich wurden viele graue Zonen und weiße Flecken sichtbar. Man wusste beispielsweise nichts über die Geschichte des Varietés und musste zunächst sehr genau suchen, um überhaupt einige Hinweise zu finden.

Diese Fragen kamen mit dem historischen Blick der Geisteswissenschaften zusammen, die ja immer historisch denken – anders als die Kommunikationswissenschaft, die in der Mehrheit eher nicht-historisch denkt. Die Geschichtlichkeit schwang also immer mit. Man kann die Gegenwart des Fernsehens eben nur betrachten, wenn man um die Entstehung weiß: Was heißt <öffentlich-rechtlich>? Wie kam es zu dieser Organisationsform und wie zum Pluralismus der Privatrechtlichen? Was sind die Rahmenbedingungen? Die Gegenwart ist nur vor dem Hintergrund der Vergangenheit verständlich.

*Wie kam es innerhalb der geisteswissenschaftlichen Disziplinen zur Akzeptanz des Fernsehens als einem Forschungsgegenstand?*

Ein Grund war sicherlich, dass im Selbstverständnis der Wissenschaft ein Paradigmenwechsel stattgefunden hat und die Literatur- und Theaterwissenschaft sich den Medien zuwandte. In der Binnenentwicklung der Fächer wurde die

Medialisierung zum Thema – d.h., auch das Buch wurde als Medium verstanden und man begann damit, sich den neuen, attraktiven und auf ein breites Publikum zielenden Medien zuzuwenden. Wenn ein Autor wie Martin Walser nicht nur Romane, sondern auch Drehbücher geschrieben hat und darüber hinaus im Fernsehen als Mitarbeiter und Redakteur tätig war, gerät der Literaturwissenschaft eben auch das Fernsehen in den Blick. Darüber hinaus hat der SFB Bildschirmmedien<sup>1</sup> in den 80er und 90er Jahren die Akzeptanz erheblich beschleunigt, weil mit diesem groß angelegten Forschungsprojekt innerhalb der Germanistik (und auch der Anglistik) deutlich gemacht wurde, was überhaupt alles denkbar ist. Der entscheidende Punkt ist meines Erachtens aber die innerwissenschaftliche Entwicklung der geisteswissenschaftlichen Disziplinen.

*Und inwiefern hat Ihr Buch zum Fernsehspiel etwas mit der Disziplin Literaturwissenschaft zu tun? War eine fernsehhistorische Arbeit damals nur möglich, weil sie an die Literaturwissenschaft andockte?*

Die literaturgeschichtlichen Paradigmen spielten für die Fernsehgeschichte eine ganz zentrale Rolle. *Das Fernsehspiel* war damals der Einstieg, es war mein Dissertationsthema, zu dem ich wie die Jungfrau zum Kinde gekommen bin. Ich war Tutor in einem Seminar über «Literaturverwertung», und das Referat über das Fernsehspiel blieb übrig, so dass ich das als Tutor übernommen habe. Ich habe mir dann die Sekundärliteratur – zwei oder drei Dissertationen gab es darüber – angeschaut und wollte wissen, auf welche Beispiele sie sich eigentlich beziehen. Es wurden immer fünf oder sechs Titel genannt und ich bekam keine Vorstellung von dem, was es als Fernsehspiele gab. Ich habe daraufhin schlicht die *Hör zu* durchgeblättert, alles aufgeschrieben und kam auf 4.500 Fernsehspiele von 1951 bis 1977 – und darüber habe ich dann meine Dissertation geschrieben. Es war klar, dass die Arbeit methodisch wie Literaturgeschichtsschreibung funktioniert. Ich konnte nicht alle 4.500 Sendungen behandeln, ich musste auswählen, kanonisieren, musste Schwerpunkte setzen, Beispielreihen erzeugen. Die literaturwissenschaftliche und geschichtliche Form des Denkens war also für das Buch über das Fernsehspiel sehr wichtig. Es gab einen Begriff,

- 1 Der an der Universität Siegen angesiedelte Sonderforschungsbereich (SFB) *Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien* nahm 1985 seine Arbeit auf und beschäftigte sich in seiner 15-jährigen Laufzeit mit der Geschichte und den Veränderungen insbesondere des Mediums Fernsehen. Ein Überblick über das Forschungsprogramm und die Ergebnisse dieses von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderten Projekts findet sich unter [www.sfb240.uni-siegen.de](http://www.sfb240.uni-siegen.de).
- 2 Hickethier, Knut (1980) *Das Fernsehspiel der Bundesrepublik. Themen, Form, Struktur, Theorie und Geschichte 1951-1977*. Stuttgart: Metzler.

den ich aus einer Diskussion im Studienkreis ›Rundfunk und Geschichte‹ adaptiert habe, nämlich: *Programmgeschichte*. In dieser Debatte wurde Mitte der 70er Jahre heftig darüber gestritten, ob man eine Programmgeschichte des Rundfunks schreiben kann und soll. Ich habe den Begriff auf das Fernsehspiel angewendet: Programmgeschichte des Fernsehspiels. Man sucht innerhalb des Programms nach Linien und schreibt keine Institutionsgeschichte, sondern setzt das Programm als zentrale Ebene.

*Hat Ihre Konzentration auf die Programmgeschichte auch damit zu tun, dass der Zugang zur Institution für externe Wissenschaftler nicht einfach ist?*

Die Fernsehgeschichtsschreibung war bis zu dem Zeitpunkt, als ich damit begonnen habe, hauptsächlich eine Institutionsgeschichte: Der Studienkreis Rundfunk und Geschichte ist ja eine Gründung von Archivaren einerseits und andererseits von Vertretern einer Rundfunkgeschichte, die in ihren Anfängen aus der Wirtschaftsgeschichte kommt. Wilhelm Treue beispielsweise war Wirtschaftshistoriker, der sich mit den Medien beschäftigt hat.

*Wurden diese Fernsehgeschichten aus den Institutionen heraus geschrieben?*

Sie wurden sowohl von innen als auch von außen geschrieben, mehr jedoch von innen, weil eben nur dort die Quellen verfügbar sind. Damals wurde, ähnlich wie bei der Zeitungsgeschichte übrigens auch, zu den einzelnen Sendern gearbeitet. Klaus Wehmeier hatte beispielsweise die Gründungsgeschichte des ZDF geschrieben<sup>3</sup> (und diese Form der ZDF-Geschichtsschreibung wurde fortgeschrieben und Florian Kain in Hamburg schreibt gerade die ZDF-Geschichte für den Zeitraum 1976-1982 weiter). Die Geschichtsschreibung aus der Innensicht auf Basis der Akten hat es also gegeben – es gab eben nur keine andere Form der Medienhistoriographie! Was Fernsehen für die meisten Menschen bedeutet, Sendungsinhalte und Programm, das war damals überhaupt nicht präsent. Das Programm wurde nur als Verlängerung der Institutionsgeschichte, als Umsetzung von Entscheidungen einzelner Vertreter der Institution verstanden. Dass es jedoch eine Diskrepanz zwischen Planung und dem ausgestrahlten Programm gibt, dass es verschiedene Planungen geben kann und diese sich möglicherweise sogar aufheben, das wurde wenig bedacht.

*Mitte der 80er Jahre nahm der «Sonderforschungsbereich Bildschirmmedien» seine Arbeit auf und hat aus neuen Perspektiven über das Fernsehen zu arbeiten begonnen. Wie ist dieser SFB zustande gekommen?*

3 Wehmeier, Klaus (1979) *Die Geschichte des ZDF. Teil 1: Entstehung und Entwicklung 1961–1966*. Mainz: Hase & Koehler.

Helmut Kreuzer, der die treibende Kraft des SFBs war, hatte in seinen Arbeiten zum Literaturbegriff auf Medien gesetzt und sich innerhalb der Germanistik dafür stark gemacht, dass dieser Bereich ausgebaut werden muss. Dann kamen auch Siegfried J. Schmidt, Christian W. Thomsen aus der Anglistik und später Helmut Schanze dazu. Kreuzer hat dann eine günstige Konstellation innerhalb der DFG genutzt (es gab einige Versuche, kommunikationswissenschaftliche SFBs zu gründen, die allerdings alle gescheitert sind), und so hatte das Projekt gute Aussichten. Auch heute werden innerhalb der DFG hauptsächlich naturwissenschaftliche SFBs genehmigt – das hängt vor allem mit der Antragskonstruktion und den Mehrheitsverhältnissen im Bewilligungsausschuss und Senat zusammen. Beim zweiten Anlauf, wenn ich das richtig erinnere, ist das Projekt dann 1986 gestartet worden. Damit konnte in Siegen, nie ein zentraler Unistandort, die Literaturwissenschaft ihren Platz behaupten. Man hat dann systematisch an anderen Universitäten nach Leuten gesucht, um das Projekt zu verstärken, und so bin ich dazu gekommen. Ich war ab 1985 arbeitslos, habe mich publizistisch über Wasser gehalten und da fragte Helmut Kreuzer mich, ob ich eine Vertretung machen wollte. Nach der dritten Vertretung bot er mir dann ein Projekt an – und so kam es zu einem Teilprojekt für den Rahmen einer Programmgeschichte.

Der SFB war von Anfang an stark produktionsorientiert, mit Verweis auf Steuergelder wurde man massiv aufgefordert, permanent zu veröffentlichen. Es sind im Rahmen des SFB ja ca. 3.000 Publikationen entstanden. Man konnte allerdings nur fünf Jahre im SFB beschäftigt sein, die Mitarbeiter mussten also anschließend einen Job finden. Da die Medialisierung im Trend lag und ab 1989 auch neue Arbeitsmöglichkeiten für Wissenschaftler in den neuen Bundesländern dazu kamen, wo medienwissenschaftliche Einrichtungen gegründet wurden, ist das für viele auch möglich gewesen.

*Wie kam es denn zur Struktur des SFBs, die ja stark an einzelnen Fernsehgenres orientiert war?*

Wenn man einen Forschungszusammenhang aufbaut, ist man auch auf Personen und deren Forschungsschwerpunkte angewiesen. Man kann zwar kluge Konzepte erarbeiten, muss diese aber auch personell ausfüllen. Die Programmgeschichte war dafür ein wunderbares Beispiel, weil sie nämlich mit einer vertrauten Methodik arbeitete. Im Zusammenhang mit den fünf bei Fink erschienenen Bänden zur *Geschichte des Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland*<sup>4</sup> gab es

4 Kreuzer, Helmut / Thomsen, Christian W. (Hrsg.) (1993–1994) *Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland*. (5 Bde.). München: Fink.

damals Diskussionen über die Konzeption. Vor allem Irmela Schneider hat für einen ganz anderen, sehr plausiblen Zuschnitt der Bände plädiert, konnte sich aber nicht durchsetzen, weil klar war, dass wir mit den vorhandenen Qualifikationen der Projektmitarbeiter arbeiten mussten. Das führte dann zu der Abbildung dessen, was wir in den Projekten gemacht haben.

*Der Siegener SFB hat sich auf die Fernsehgeschichte der BRD beschränkt, jetzt ist die DDR-Geschichte an der Reihe.<sup>5</sup> Warum gibt es diese doch auch fragwürdigen nationalen Eingrenzungen?*

Die Eingrenzung auf die Bundesrepublik hing mit dem beim DDR-Fernsehen fehlenden Zugang zu Archiven und historischen Sendungen zusammen. Eine DDR-Fernsehgeschichte zu schreiben wäre 1986 von der Bundesrepublik sehr problematisch gewesen. Zur nationalen Geschichtsschreibung: Es ist theoretisch absolut einsichtig, dass wir uns nicht auf eine nationale Mediengeschichte beschränken können. Aber auch hier stellt sich wieder die Frage der Realisierung: Wir müssen ja über die unterschiedlichen Wissensbestände verfügen. Die Praxis der Geschichtsschreibung und auch der Theoriebildung zum Phänomen eines globalen Fernsehens sieht momentan so aus, dass wir Spezialisten für einzelne Länder haben. Wer könnte einen länderübergreifenden Vergleich machen? Wo sind die Kompetenzen dafür? Sie sind gegenwärtig nicht vorhanden. Es sind Zwischenschritte denkbar: Spannend wäre beispielsweise, wie aus einer explizit europäischen Perspektive japanisches oder chinesisches Fernsehen aussieht: handelt es sich um ein Nachholen der europäischen Entwicklung; gibt es eigenständige Traditionen; in welchem kulturellen Kontext steht es? Die internationale Fernsehgeschichte ist also eine Zielvorstellung, auf die wir langsam hinarbeiten. Allerdings muss es immer auch eine Geschichtsschreibung im nationalen oder regionalen Bereich geben! Werner Faulstich hat ja pointiert festgestellt, dass die Geschichte einzelner Medien obsolet ist, und damit viel in Bewegung gesetzt.<sup>6</sup> Zugegeben: wir müssen Fernsehen in den Kontext des gesamten Mediumfelds stellen. Aber dennoch muss ich die Entwicklung jeweils für das einzelne Medium sehen. Wir brauchen weiterhin eine Fernsehgeschichte, um dann auf dieser Basis größere Zusammenhänge, beispielsweise mit Film, Radio, mit der europäischen Entwicklung oder im globalen Kontext überhaupt beschreiben zu können.

- 5 Seit 2001 beschäftigt sich eine von der DFG geförderten Forschergruppe unter dem Titel *Programmgeschichte des DDR-Fernsehens komparativ* aus historischer Perspektive mit der Fernsehen der DDR. Ein Überblick über die Teilprojekte findet sich unter [www.ddd-fernsehen.de](http://www.ddd-fernsehen.de).
- 6 Faulstich, Werner (1991) *Medientheorien*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

*Der Zugang zu den Fernseharchiven in der BRD ist für die Wissenschaft ja nicht einfach. Hatte der SFB Bildschirmmedien denn auch Auswirkungen auf das Verhältnis von Wissenschaft und Fernsehinstitutionen?*

Es gab Verträge zwischen dem SFB und den Fernsehanstalten. Das Verhältnis war geregelt und jede Sendung musste damals mit etwa 10,- DM pro Minute bezahlt werden. Wir haben anhand von Listen Sendungen angefordert, das Ganze hat Unsummen der DFG-Forschungsmittel verschlungen. Bei der Forschergruppe zum DDR-Fernsehen wurde der Archivzugang anders organisiert, das hängt aber auch mit der Aufgabe des Deutschen Rundfunkarchivs zusammen, das im Fall des DDR-Fernsehens nicht produzierende Anstalten vertritt, sondern eine bewahrende Funktion erfüllen soll. Die Zugänglichkeit des gesendeten Materials (ebenso übrigens auch der Schriftgutarchive) ist nach wie vor ein großes und ungelöstes Problem.

*Eigentlich erstaunlich, denn die Fernsehanstalten könnten sich ja auch über das wissenschaftliche Interesse freuen und als endlich stattfindende Aufwertung des Mediums verstehen.*

Ja, aber hier kommt das Selbstverständnis der Rundfunkanstalten ins Spiel, die das Fernsehen als stärker tagespolitisch organisiertes Medium verstehen, das gegenwärtig wirkt. Die eigene Geschichte ist dann eben nicht von Interesse. Das hatte sich in den 80er und 90er Jahren zwar etwas verändert, mit der Entwicklung des privatrechtlichen Fernsehens ist aber das kurzzeitige Interesse an der eigenen Geschichte wieder im Verschwinden. Die privatrechtlichen Sender haben überhaupt kein Verhältnis zu ihrer eigenen Geschichte und löschen unentwegt.

*Verwunderlich finde ich diese Vernichtung von gesendetem Material vor allem, weil die Archivbestände in anderen Ländern ja häufig inzwischen kommerziell ausgewertet werden und die Highlights beispielsweise der Superbowl-Saison oder ganze Serienstaffeln auf Video oder DVD zu kaufen sind.*

Ich glaube, dass die privatrechtlichen Sender dafür noch nicht lange genug existieren. Das Privatfernsehen wurde ja erst 1985 eingeführt und hat zu Beginn nicht viel selbst produziert, sondern vor allem US-amerikanische Sendungen und Serien gesendet. Das für RTL oder SAT1 originäre Material ist daher begrenzt und TUTTI FRUTTI ist für eine nostalgische Rückschau noch wenig geeignet.

*Sie haben vorhin gesagt, dass Sie für das Fernsehspiel-Buch die Zeitschrift Hör zu durchgesehen haben, und das bringt mich auf die Frage nach Ihren Arbeitsgrundlagen. Zeichnen Sie viel aus dem Fernsehprogramm auf? Wie archivieren*

*Sie ihr Material? Welche Ressourcen benötigt man, um so umfassend programmhistorisch zu forschen, wie Sie das machen?*

Die Basis meiner Arbeit für das Fernsehspiel-Buch war eine Sekundärquellenanalyse. Ich benutzte und benutze die Diskussionen, die es um das Medium immer gegeben hat, als Basis zur Rekonstruktion dessen, was gewesen ist. Das Motto hierbei ist, dass das, was spektakulär ist, diskutiert wird und – im Gegensatz zu dem, was nicht bemerkt wird und alltäglich ist – offensichtlich auch für die Entwicklung des Mediums wichtig ist. Hierin steckt natürlich ein methodisches Problem...

Meine Fernsehaufzeichnungen blieben immer begrenzt: Seit Ende der 70er Jahre können wir unabhängig von den Fernsehanstalten aufzeichnen, aber anfangs war auch das sehr mühsam und es gab verschiedene Systeme. Zunehmend habe ich aber auch Sendungen direkt herangezogen.

*Wann haben Sie denn Ihren ersten Videorecorder gekauft?*

Sehr spät. Kurz hatte ich ein Gerät, in das man diese Japan-Standard-1-Bänder einlegte, dann fing das Kassettenfernsehen an und mit ihm die Frage nach dem System. Ich habe mich damals für Betamax-System entschieden, das sich aber nicht durchgesetzt hat. Und so saß ich zehn Jahre später da und musste alles umspielen. Meine Sammlung war allerdings nie besonders umfangreich und stark von den Lehrveranstaltungen geprägt. Ich habe nie systematisch Fernsehsendungen mitgeschnitten.

*Und machen Sie sich Notizen während Sie fernsehen?*

Nein, nie! Ich bin im Fernsehgebrauch eher alltäglich. Ich kann mich schon mal den einen oder anderen Abend hinsetzen und kreuz und quer gucken. Aber eine systematische Programmebeobachtung, wie das z.B. Joan K. Bleicher praktiziert, die ihre Schwerpunkte hat und bestimmte Sendungen nicht auslässt, betreibe ich nicht. Eher bitte ich die Studierenden in den Seminaren, Material mitzubringen – und so lerne ich dann wieder neue Produktionen kennen.

*Für Fernsehwissenschaftler, die permanent das Gefühl haben, wichtige Sendungen zu verpassen, ist Ihre Haltung beruhigend...*

Man kann eben einfach nicht alles zur Kenntnis nehmen. Außerdem zeichnen sich viele Entwicklungen ja auch erst in der Retrospektion als wichtig ab. Für TUTTI FRUTTI hätte ich mich damals beispielsweise nie interessiert, erst im Rückblick wurde die Sendung wichtig. Dann fragt man eben herum, wer einen Mitschnitt hat.

*Das heißt, Sie greifen auf ein Netzwerk von Sammlern zurück?*

Ja, und hier spielen die Archive in den Universitäten eine zentrale Rolle. Das Institut für Theaterwissenschaft der Freien Universität Berlin hat ja schon sehr früh gesammelt, in Hamburg haben wir das dann ebenfalls aufgebaut, in Marburg, Siegen, Osnabrück gibt es große Sammlungen...

*Aber Fernsehsendungen werden doch, zumindest ist das meine Erfahrung, deutlich unwilliger aufgezeichnet, als beispielsweise Spielfilme. Welche Universität archiviert schon Talk Shows, Kindersendungen oder Werbeclips? Und wer schaut Programmabende durch, um sie für die Datenbank zu erfassen?*

Es ist sicherlich richtig, dass Kinospielefilme und Fernsehfilme die Hauptdomäne der Archive sind. Gleichzeitig sind Archive dafür da, viele Dinge bereit zu halten. Wir wissen nicht, was wir später untersuchen werden. Deshalb muss man sehr viel mehr aufnehmen, als man je brauchen wird.

*Welche Relevanz hat Ihre eigene Fernseh Erinnerung für Ihre fernsehhistorische Arbeit?*

Die Erinnerung spielt natürlich schon eine zentrale Rolle, denn man schafft sich ja einen Ordnungsrahmen, eine Anordnung, wie sich alles zueinander verhält, die zwar korrigiert werden kann, in die man aber alles hineinpackt. Häufig, wenn ich fernsehgeschichtliche Seminare mache, passiert es, dass Studierende etwas verabsolutieren. Beispielsweise heißt es dann auf Grund der Texte, dass Fernsehen in den 50er Jahren bildungsorientiert gewesen sei. Das liegt an den Reden der Programmacher, die ständig von Bildung und Kultur handeln, während das Programm tatsächlich vor allem Unterhaltungfernsehen war. Um das zu erkennen, muss man in die Programme hinein schauen und sie ins Verhältnis zur Rede der Intendanten setzen. Hier spielt auch das eigene Gedächtnis eine Rolle. Allerdings bin ich sehr vorsichtig mit meinen Vorlieben, weil ich natürlich auch einen subjektiven Blick habe und diesen wieder an das Material zurückbinden muss.

**Tutti Frutti** -- RTL plus -- "Hörzu" Nr. 16 vom 12.04.1990, S. 112:



Stagnation

Es wird doch immer gesagt, daß diese Sendung drei Millionen Zuschauer sehen. Am vergangenen Sonntag waren es drei Millionen und zwei. Mein Mann und ich sahen die Sendung auch mal an. Und was soll ich Ihnen sagen? Das nächste Mal sind es wieder nur drei Millionen!  
-Ursula K. aus Neuwied 11-

*Leserbrief zu TUTTI FRUTTI*

*Und erinnern Sie sich auch an ästhetische Spezifika oder formale Merkmale? Auf Grund der schwierigen Zugänglichkeit von Sendungen ist das ja eine Ebene, die sich kaum fassen lässt.*

Weniger. Hier wäre ich Erinnerungen gegenüber auch sehr misstrauisch. Ich selbst bin übrigens erst relativ spät zum Fernsehen gekommen, in meinem Elternhaus stand ab 1960 oder 1961 ein Fernsehapparat und ich habe das Programm auch nur am Wochenende mitbekommen, weil ich auf ein Internat ging. Das Fernsehen hatte dadurch etwas besonderes, wobei wir – meine Mutter hat sich leidenschaftlich Krimis angeschaut – nicht die künstlerischen Höhepunkte, sondern eher das normale Fernsehangebot sahen. Was ich erinnere sind eher allgemeine Erfahrungen wie der Geschichtendruck: Ich will eine Geschichte zu Ende sehen! Daraus würde ich aber nie eine bestimmte Ästhetik ableiten wollen.

*Ich frage eigentlich deshalb nach Ihren Erinnerungen, weil mich interessiert, ob man in der Fernsehgeschichtsschreibung mit Zeitzeugen die gelöschten Sendungen und das unzugängliche Quellenmaterial kompensieren kann.*

Mit den Zeitzeugen muss man ebenfalls vorsichtig sein. Bei den Machern sowieso, denn die können im Nachhinein häufig nicht mehr artikulieren, was sie da eigentlich gemacht haben. In einem Projektseminar über Wochenschauen haben wir vor einiger Zeit damalige Kameralente und Cutterinnen befragt, die der Meinung waren, dass sie nur die Realität abgefilmt hätten. Wie sie diese konstruiert haben, ist ihnen jedoch nicht mehr im Bewusstsein. Die Vorstellung hat hier sehr stark die Erinnerung geprägt. Und mit den Zuschauern ist das noch viel schwieriger. Anfang der 80er Jahre, als man *Oral History* ganz groß schrieb, haben wir versucht, mit dieser Methode der Medienbiographie an die Zuschauer Geschichte heranzukommen.<sup>7</sup> In einem Seminar haben die Studenten eine Befragung ihrer älteren Familienangehörigen durchgeführt. Bei der Auswertung der Tonbandprotokolle ist immer nur herausgekommen, dass das, was man ins Interview hineingab, etwas auslöste, dass aber keine eigenständige gestaltende Strukturierung der Medienerinnerung stattfand. Daher würde ich mit den Zeitzeugen sehr, sehr vorsichtig sein.

*Zur Methode der Oral History gehört daher ja notwendigerweise auch immer ein Abgleich der Zeitzeugenerinnerungen mit den historischen Dokumenten.*

7 Hickethier, Knut (1980) Kino und Fernsehen in den Erinnerungen ihrer Zuschauer. In: *Ästhetik und Kommunikation* 11, 42. S.53–66.

*Und eigentlich sind die Interviews vor allem im Hinblick auf die Prozesse und Transformationen von Erinnerung aufschlussreich.*

Das war ja auch das Ergebnis der Studien von Lutz Niethammer. Die Befragung von Zeitzeugen ergibt eine Farbigkeit, sie führt zu einer Anschauung, man bekommt Facetten – aber den großen Rahmen, also das konstruktive Moment in der Geschichtsschreibung, muss man als Historiker schon selbst setzen.

*Und was halten Sie von den notierten Fernsehbeobachtungen einiger Fernsehhistoriker, die ihre Dokumente gewissermaßen selbst erstellen.*

Kurt Wagenführ hat seit den 30er Jahren ein Fernsehstagebuch geführt, das in den 60er und 70er Jahren teilweise in den *Fernseh-Informationen* abgedruckt wurde. Diese Aufzeichnungen sind aber sehr begrenzt, denn Wagenführ hat eigentlich vor allem notiert, wo ein Galgen im Bild war, das Bild rauschte oder ähnliche Fehler aufgetreten sind. Das sind die Notizen eines Kritikers mit der Haltung: «macht das mal gefälliger etwas besser!» Eine Reflexion des Fernsehens, indem es etwa zur aktuellen Lage oder zur kulturellen Situation in Relation gesetzt wird, findet man darin nicht.

*Welche Relevanz hatte Ihr Netzwerk von Sammlern für die Materialbeschaffung für die Geschichte des deutschen Fernsehens?<sup>8</sup>*

Die Basis dieses Buches ist bereits im Zusammenhang mit dem Fernsehspiel-Buch und mit den Seminaren entstanden. Um auf aktuelle Situationen eingehen zu können, habe ich mir angewöhnt, Artikel aus Tageszeitungen zu kopieren oder direkt aufzuheben. Diesen Berg von Ausrissen aus der Zeitung habe ich ganz schlicht chronologisch sortiert, so dass mir für die Programmggeschichte ca. 50 Ordner zur Verfügung standen. Das heißt, ich habe jeweils den aktuellen Diskurs als Ausgangspunkt genommen und von dort aus die Fäden weiterverfolgt und systematisiert.

*Die Periodisierung, die Sie in der Geschichte des deutschen Fernsehens vorschlagen, ist stark an gesellschaftspolitischen Entwicklungen orientiert, insofern Sie das Fernsehen im Kontext von Modernisierung diskutieren. Welche Rolle spielen die Forschungen der Geschichtswissenschaft für ihre Fernsehhistoriographie? Auffällig ist ja, dass Ihre fernsehhistorische Arbeit bis in die Gegenwart reicht und damit auch einen Zeitraum umfasst, mit dem sich die Geschichtswis-*

8 Hieckethier, Knut (1998) *Geschichte des deutschen Fernsehens*. Unter Mitarbeit von Peter Hoff. Stuttgart / Weimar: Metzler.

*senschaft noch nicht beschäftigt. Mit dieser Fortschreibung schlagen Sie eigentlich ein eigenes Gesellschaftsmodell vor!*

Die Zeitgeschichte ist ein wichtiger Bezugspunkt meiner Arbeit. Ich habe mich viel mit Axel Schildt ausgetauscht und auch mit dem Institut für Zeitgeschichte in Potsdam besteht ein Arbeitszusammenhang. Aber klar: die Zeitgeschichte – und das machen die Historiker auch selbst immer wieder zum Thema – beinhaltet nicht die Gegenwart. Je dichter man an diese herankommt, um so schwieriger wird es. Wir konstruieren, wir versuchen, zu mehr oder weniger schlüssigen Erklärungen für gegenwärtige Phänomene zu kommen – und gehen dabei jeweils in sehr diffuse Richtungen. Daher bin ich gegenüber der Ausrufung eines Trends immer sehr misstrauisch, denn im nächsten Monat wird ein neuer Trend ausgerufen.

Ich habe mich aber auch mit den theoretischen Debatten in der Geschichtswissenschaft beschäftigt: Furet, Lepsius usw. Dabei fand ich unter anderem die Zeitreihengeschichte sehr spannend, weil dieses Modell mit meinen Untersuchungen gut zusammenging. Man stellt Zeitreihen für den Medienbereich auf und schaut nach Veränderungen, fragt dann aber vor allem danach, warum sich etwas verändert hat. Die Veränderung ist also nicht das Ergebnis, sondern ein Indiz, das wiederum auf Veränderungen im Alltag und in der Gesellschaft verweist, die es zu erkunden gilt. Die Fernsehgeschichte ist demnach eingebettet in die allgemeine gesellschaftliche Entwicklung. Um diesen Zusammenhang zu fassen, ist ein letztlich funktionalistisches Modell entstanden. Zugespitzt formuliert, damit das Modell sichtbar wird: Alles, was sich in der Medienentwicklung abzeichnet, geschieht auf Grund von gesellschaftlichen Notwendigkeiten. Alles hat eine Funktion für die Gesellschaft. Um es am Programm zu verdeutlichen: Daily Talks, die moralisch vielleicht ganz furchtbar sind, aber in den 90er Jahren eine konstante Zuschauerschaft von etwa 2 Millionen erreichten, müssen für diese Zuschauer offenbar eine Funktion besitzen. Damit nimmt man den moralischen Druck heraus und fragt nach der Funktion dieser Sendungen für den gesellschaftlichen Teilbereich. Und dann setzt eine Konstruktionsarbeit ein, indem man Indizien sucht, die die Argumentation stützen. Man könnte diesen Funktionsansatz natürlich in Frage stellen und feststellen, dass es Sendungen geben kann, mit denen gesellschaftlich etwas aus dem Ruder zu laufen scheint. Das Funktionsmodell geht von einer inneren Logik und Notwendigkeit aus, die man in Zweifel ziehen kann.

*Heißt das, dass Ihr Funktionsmodell der schwer fassbaren Kategorie der Zuschauer eine besondere Aufmerksamkeit schenkt?*

Das Fernsehen erfüllt nicht nur in Bezug auf den einzelnen Zuschauer Funktionen, sondern auch für die Gesellschaft als Ganzes. Denken Sie an die ungeheure systemstabilisierende Funktion des Fernsehens! Ich habe z.B. in einer Diskussion mit Kommunikationswissenschaftlern gefragt, warum es in einer Gesellschaft mit mehr als 4 Millionen Arbeitslosen (denn in Wirklichkeit sind es ja etwa 6 Millionen) – anders als in der Weimarer Republik – nicht zu sozialen Unruhen kommt (ausgenommen die Demonstrationen gegen Hartz IV). Eine Erklärung könnte sein, dass das Fernsehen diese Arbeitslosigkeit absorbiert. Denn im Gegensatz zu Weimar sind heute deutlich weniger Leute auf der Straße. Diese Beobachtung könnte man mit der durchschnittlichen täglichen Sehdauer von inzwischen dreidreiviertel Stunden in Beziehung setzen. Die These von der Absorption der Zeit der Arbeitslosen durch das Fernsehen wäre eine funktionstheoretische Überlegung.<sup>9</sup>

*Hat dieses Funktionsmodell auch für das heutige Fernsehen noch seine Gültigkeit?*

Ich habe manchmal tatsächlich das Gefühl, dass inzwischen manches aus dem Ruder läuft. Das lässt sich an der Fernsehentwicklung selbst festmachen. In den 50er und 60er Jahren lässt sich von einer Abbildfunktion des Fernsehens ausgehen: Es gibt im Fernsehen eine Reflexion dessen, was in der Gesellschaft vorgeht. Heute werden bestimmte gesellschaftliche Phänomene hingegen nicht mehr reflektiert, sondern es gibt eine Komplementfunktion und vorhandene gesellschaftliche Probleme werden oft verdeckt. Ich glaube, dass hier eine neue Reflexion der Relation von Gesellschaft und Medien notwendig ist.

*Müsste man nicht sogar den Modus der Geschichtsschreibung ändern und für die jüngste Fernsehentwicklung nicht mehr das Programm sondern vielmehr die Ökonomie als zentrales Element setzen? Denn inzwischen ist doch die Verbreitung des Programms, die früher noch – wie Sie in Ihrem Buch über das Fernsehspiel schreiben – Ziel und Aufgabe der Institution gewesen sein mag, maßgeblich von ökonomischen Faktoren geprägt.*

Sicher können wir eine zunehmende Ökonomisierung, z.B. in der Fernsehproduktion oder bei Programmentscheidungen feststellen, wobei diese Tendenz die gesamte Gesellschaft durchzieht. Seit der Einführung des Dualen Systems im Rundfunk spielt die Ökonomie, spielen Fragen der Kosten/Nutzen-Rech-

9 Hickethier, Knut (1998) Rezeptionsgeschichte des Fernsehens - Ein Überblick. In: *Medienrezeption seit 1945. Forschungsbilanz und Forschungsperspektiven*. Hrsg. v. Walter Klingler, Gunnar Roters und Maria Gerhards. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. S.125-137.

nung, der Ausbildung mehrerer Märkte und der Konkurrenz auf ihnen eine bedeutende Rolle – und wir müssen fragen, wie dies zu begreifen ist. Dennoch halte ich es nicht für vertretbar, sich ganz von den Inhalten abzuwenden.

*Sie haben vorhin auf die Relevanz der Geschichtswissenschaft und -theorie für Ihre Forschung hingewiesen. Spielt auch die Filmwissenschaft für Sie eine Rolle?*

Die Filmgeschichtsschreibung ist natürlich – wie die Literaturgeschichtsschreibung auch – von großem methodischem Interesse. Aus dem Kontext der Filmgeschichte, die ja nach dem Filmischen fragt, hat sich das Interesse an den medialen Besonderheiten entwickelt. Welche Rolle spielen die Televisualität, der *live*-Aspekt oder die Gleichzeitigkeit der Distribution? Fürs Fernsehen rückt dabei verstärkt die Verbundenheit von Technik und Medialität in den Blick. Die Hinwendung zur Technikgeschichte des Fernsehens ist also über die Filmgeschichtsschreibung vermittelt. Auch im Hinblick auf die Institutionen gibt es einen Zusammenhang, wobei sich die Filmgeschichtsschreibung erst relativ spät den produzierenden Einheiten, etwa der UFA, zugewandt hat. Spätestens seit Ende der 50er Jahre können wir in der BRD nicht mehr über Film und Fernsehen als getrennte Bereiche sprechen. Ökonomisch entsteht mit dem Erwerb der Bavaria- und Realfilm-Studios durch die Rundfunkanstalten eine Film-Fernsehwirtschaft, wir lernen als Rezipienten die meisten Filme im Fernsehen kennen usw. Es gibt also einen starken Film-Fernseh-Zusammenhang, den ich in meinem nächsten Buch gerne etwas näher ausleuchten möchte: Wer sind die Produzenten, wie funktionieren die Vertriebswege, wie sieht die Ökonomie aus? Die Filmgeschichtsschreibung hat hier Defizite. Erst langsam werden Filmbereiche, wie auch der Werbefilm, angegangen und sichtbar gemacht, die wesentlich zum Film gehören und auch im Produktionsgetriebe eine ganz wesentliche Rolle spielen. Beispielsweise hätten die großen Atelierbetriebe nie so lange bestanden, wenn sie nur Spielfilme und nicht auch Dokumentarfilme, Industriefilme und anderes produziert hätten. Also mich interessiert der enge Zusammenhang zwischen Film- und Fernsehgeschichte.

*Auch die Filmhistorikerinnen haben mit dem methodischen Problem zu kämpfen, dass ein Großteil des Materials nicht mehr existiert.*

Provokativ könnte man sagen: Gott sei Dank ist nicht mehr alles vorhanden! Denn durch diese Lücken wird einem bewusst, dass man rekonstruieren muss, dass jede Geschichtsschreibung eine Konstruktion von Sinnzusammenhängen ist.

*Es gibt ja auch Fernsehgeschichten, die entlang der jeweils akzentuierten medialen Eigenschaften geschrieben werden und ohne das gesendete Material auskommen.*

Das findet man vor allem in den Medientheorien, wo große Linien gezogen und dann punktuelle Beispiele gesucht werden. Friedrich Kittlers Argumentation z.B. ist brillant und voller beeindruckender Ideen. Wenn man aber historisch an die Details und Zwischenschritte denkt, geht vieles in seiner Argumentation nicht ganz auf. Im Gegensatz dazu gibt es einen eher historisch differenzierteren Ansatz, der von Widersprüchen, Parallelitäten, Sackgassen in der Geschichte ausgeht und den großen Jahrhunderte übergreifenden Konstruktionen wenig glaubt. Wer die Geschichte und die vielen Verästelungen eines Mediums im Hinterkopf hat, der ist bei den großen medialen Konstruktionen sehr vorsichtig und weiß, dass es auch viele Gegenbeispiele gibt. Ich bin da eher Historiker. Ich finde diese Art der globalen Medientheorie nicht prinzipiell falsch und habe z.B. Jochen Hörischs *Geschichte der Sinne*<sup>10</sup> mit großem Interesse und mit der Frage gelesen, wie bekommt er es zustande, Fernsehgeschichte auf 30 Seiten zu komprimieren. Ich bin da immer neugierig, sehe aber auch, wo es Schwächen gibt und würde dann für das eher Beschreibende plädieren. Denn ein zentraler Punkt der Fernsehgeschichtsschreibung ist ja auch, dass sie bewahren, retten und daran erinnern möchte, was es alles gegeben hat, um diesen Reichtum sichtbar zu machen. Das kann manchmal zu einer Detailverliebtheit führen, aber die geisteswissenschaftliche Haltung des Bewahrens halte ich für sehr wichtig.

*Und wie halten Sie es mit dem Problem, dass es in der Entwicklung immer auch Sackgassen gibt. Abramson hat das in seiner Technikgeschichten so wunderbar gezeigt.*<sup>11</sup>

Das funktioniert meines Erachtens nur in der Form einer Chronik. In der Regel werden ja einzelne Punkte in Verbindung gesetzt, so dass die Entwicklungslinie eines Mediums entsteht. In den Anfängen des Fernsehens gibt es aber keine Linie, sondern einen gesamten Bereich, in dem es (ich habe das in einem Aufsatz gezeigt<sup>12</sup>) um Telematik geht. Die Modelle des Fernsehens haben sich anfangs – schon unter dem Begriff des Fernsehens – beispielsweise auf die Bildtelegrafie

10 Hörisch, Jochen (2001) *Der Sinn und die Sinne. Eine Geschichte der Medien*. Frankfurt/M.: Eichborn.

11 Abramson, Albert (2002) *Die Geschichte des Fernsehens*. München: Fink

12 Hickethier, Knut (2004) «Das Wunder der Technik». Die Genese eines Mediums durch die Erprobung anderer Medienparadigmen: das Fernsehen zwischen Telegrafie, Tonfilm und Radio. In: *Die Medien und ihre Technik. Theorien – Modelle – Geschichte*. Hrsg. v. Harro Segeberg. Marburg: Schüren (Schriftenreihe der Gesellschaft für Medienwissenschaft), S. 183–206.

konzentriert. Mit dem Modell der Telegrafie im Hinterkopf sollte die Bildübertragung ermöglicht werden. Dann kommt das Kino auf, bei dem es plötzlich um bewegte Bilder geht. Fernsehen sollte jetzt eine Art Fern-Kinematographie sein. Damit hat sich das Paradigma des Angestrebten verschoben. Mit dem Aufkommen des Rundfunks wollte man dann Bild-Rundfunk machen – bis man Anfang der 30er Jahre schließlich so weit war, dass man ein Programmmedium schuf, für das der Rundfunk Modell stand. Diese Verschiebungen haben im Bereich der Technikdiskurse stattgefunden und entsprechende Akzente auch in der Praxis gesetzt. Ähnlich vollziehen sich auch andere Technikentwicklungen, so dass die Frage nach einer teleologisch ausgerichteten Entwicklungslinie falsch ist. Das Buch von Albert Abramson ist insofern gut, als er darin das Material sichtbar macht, gewissermaßen seinen Zettelkasten ausleert. Aber, das wäre meine erste Kritik, er strukturiert dieses Material nicht. Meine zweite Kritik, die der angloamerikanischen Fernsehgeschichtsschreibung insgesamt gilt, ist die sehr starke Orientierung auf die USA. Die europäischen Linien, wie die Darstellung des Fernsehens im ›Dritten Reich‹, sind bei Abramson durchaus fehlerhaft. Gut, als Fernsehhistoriker kann man nicht alles abdecken, deshalb sind die nationalen Perspektiven auf die Fernsehgeschichte eben auch weiterhin wichtig.

*Die Darstellungsform von Geschichte hat natürlich auch immer mit der Fragestellung und dem Gegenstand zu tun. Ich halte die Chronik – trotz Ihrer Kritik an Abramson – für eine besonders geeignete Form, um Sackgassen in der Entwicklung sichtbar zu machen. Aber könnte man auch eine Programmgeschichte als Chronik schreiben? Und welche Aspekte würden dadurch in den Mittelpunkt rücken?*

Joan Bleicher hat das ja getan,<sup>13</sup> wobei eine Chronik des Programms ungleich schwieriger zu schreiben ist als die der Technikentwicklung. Angesichts der Fülle von Sendungen muss entschieden werden, welche man in die Chronik aufnehmen muss und welche man auslassen kann. Die Auswahl von Joan Bleicher ist daran orientiert, welche Sendungen öffentlich diskutiert wurden. Dieses Verfahren ist natürlich angreifbar, jeder kann sich beschweren, dass seine Lieblingssendung nicht enthalten ist. Dennoch ist eine solche Programmchronik ein wichtiges Hilfsmittel, weil ich einen Überblick über vieles, was es gegeben hat, bekomme.

13 Bleicher, Joan Kristin (1993) *Chronik zur Programmgeschichte des deutschen Fernsehens*. Berlin: Ed. Sigma.

*Werden fernsehhistorische Darstellungen durch die Narration weniger angreifbar? Ihrer narrativen Geschichte des deutschen Fernsehens beispielsweise liegt ja auch eine starke Selektion zu Grunde.*

Weniger angreifbar würde ich nicht sagen. Ich würde eher umgekehrt argumentieren: Geschichtsschreibung ist immer eine Konstruktion. Man konstruiert Rahmen und Linien, die manchmal übrigens schwer durchzuhalten sind. Ich stimme der Kritik von Markus Stauff durchaus zu, dass der Dispositiv-Gedanke in *Die Geschichte des deutschen Fernsehens* nicht bis ins Letzte durchgehalten ist.<sup>14</sup> Also, der Konstruktionsgedanke ist sehr wichtig: Die Darstellung ist keine Abbildung vollständiger Art, sondern ein Versuch Entwicklungen sichtbar zu machen. Darin besteht meines Erachtens die eigentliche historische Arbeit.

*Und wie ließe sich nun die Materialfülle von Abramson narrativisieren?*

Machbar ist das schon. Jedes historische Erzählen ist immer Konstruktion, indem ich auswähle und das Material in eine Ordnung bringe. Die eigentliche Frage ist eher die nach dem Apriori: Ist die Technikentwicklung, mit Kittler gedacht, das Apriori für alles Weitere? Muss ich mich also um die ästhetischen und dramaturgischen Aspekte nicht weiter kümmern, weil ich das Wesentliche des Mediums bereits mit der Technik erfasse? Oder wird die Technikgeschichte nicht sehr stark von sozialen Anforderungen, von Gegebenheiten, Befindlichkeiten, Wünschen geprägt? Darin steckt implizit die Annahme, dass sich nicht alles, was sich technisch entwickeln kann, auch realisieren muss – und umgekehrt. Von den technischen Möglichkeiten wird nur das zur sozialen Wirklichkeit, wofür es auch einen treibenden Kern gibt. Das ist das Spannungsfeld, wobei inzwischen weitgehender Konsens darüber herrscht, dass wir es mit einem Interdependenzverhältnis zu tun haben. Die Entwicklung einer Technik wird, mit Hartmut Winkler gesprochen, von Wunschkonstellationen angetrieben und wenn die Technik etabliert ist, treibt sie wiederum Entwicklungen voran, wobei eben nicht alles realisiert wird.

*Wie stehen Sie denn zu John Caldwells Geschichtsdarstellung, der die Entwicklung des Fernsehens in Hinblick auf dessen Televisualität beschreibt?*

An der Arbeit von Caldwell zeigt sich eine Entwicklung, die in den 90er Jahren einsetzt. Man fragt nicht mehr nach einem Medium, sondern interessiert sich für die Eigenschaften. Das ist etwas, was wir früher – z.B. am Fernsehspiel – als

14 Stauff, Markus (1998) Das Fernsehen bekommt eine Geschichte. In: *Ästhetik & Kommunikation*, 103, S. 115–118.

fernsehspezifisch abgelehnt haben, und zwar weil die Diskussion um medien-spezifische Eigenschaften in der Fernsehentwicklung sehr stark im ›Dritten Reich‹ geführt wurde. Die Konzeption damals sah vor, dass jedes Medium das macht, was ›artgemäß‹ war. Das ›Artreine‹ eines Mediums, das Medienspezifische, bedingte, so die damalige Auffassung, seinen Erfolg. Das war mir so zuwider, dass ich immer gegen das Fernsehspezifische polemisiert habe. Es war allerdings auch klar, dass in dieser Frage nach der Medienspezifik etwas steckt, das in der NS-Problematik nicht aufgeht. Heute ist ganz klar: Medialität ist ein großes Forschungsfeld, und jeder guckt nach den Besonderheiten und Eigenschaften. Ich würde aus der Perspektive der Fernsehgeschichte allerdings sagen, dass diese Eigenschaften an nachprüfbarere Entwicklungen gebunden sein müssen.

*Das Interesse an der Medialität im allgemeinen hat in den letzten Jahren zur Gründung medienwissenschaftlicher Institute an den Universitäten geführt. Befürchten Sie, dass die Fernsehwissenschaft bei dieser Entwicklung auf der Strecke bleibt?*

Die Gewichtung der einzelnen Medien hängt ja immer auch von den Personen an den Universitäten ab. Generell ist aber festzustellen, dass es die Bildmedien schwer haben, weil die Übersetzung von Bildern in Sprache für viele schwierig ist und große Arbeit bedeutet. Das kann man auch in der Literatur- oder der Kommunikationswissenschaft beobachten: alles was mit Bildern zu tun hat, ist schwierig. Fernsehen ist dabei nochmals schwieriger als Film. Beim Film haben wir es mit geschlossenen Erzählräumen und weitgehend homogenen Welten (selbst im postmodernen Film) zu tun. Dagegen das Fernsehen! Allein bei den Nachrichten die gestaffelten Bildräume, Insert-Bilder, permanente Veränderungen usw. Was da alles durcheinander geht! Es ist ausgesprochen schwierig, das zu fassen. Da sehe ich eine hohe theoretische Herausforderung. Außerdem glaubt jeder, über das Fernsehen Bescheid zu wissen und mitreden zu können. Demgegenüber ist der Film ein Spezialbereich, bei dem sich das nicht jeder traut.

*Wenn das Problem am Fernsehen für viele das Bild ist, wäre aber doch der Rückgriff auf Spezialisten sinnvoll, die mit Bildern umgehen können. Müsste man das Fernsehen also in der Bildwissenschaft verankern?*

Der Gegenstand der Bildwissenschaft ist noch unklar. Ich sehe nicht, wie die gegenwärtig unterschiedlichen Richtungen zusammenzubekommen sind. Außerdem sind die Methoden der einzelnen Disziplinen sehr unterschiedlich. Die Filmwissenschaft betreibt beispielsweise stark formale Analysen bewegter

Bilder, hat sich aber nie darauf eingelassen, was die Kunstwissenschaft z.B. mit der Ikonographie stehender Bilder macht. Dort werden Bilder nach verschiedenen Motiven hin angeschaut und es gibt ein methodisches Repertoire zur Beschreibung. Wenn wir das in der Medienwissenschaft machen, ist das hingegen ganz schwierig, weil in unserer Disziplin das Wissen um ikonographische Traditionen fehlt. Hier sehe ich eine Herausforderung an uns, denn das Fernsehen ist im Hinblick auf diese Bildprägungen eine äußerst wichtige Institution.

*Und hier stoßen wir dann leider wieder auf die geschlossenen Türen der Archive, denn um Bildtraditionen im Fernsehen nachzugehen, müsste man Zugang zu älteren Sendungen haben, um sie zu analysieren.*

In der Tat kann man das nur an gegenwärtigem Material machen. Und selbst wenn ältere Sendungen wiederholt werden – die Programmauswahl orientiert sich nie an unseren Bedürfnissen.

*Herr Hickethier, welche weiteren Hoffnungen und Wünsche haben Sie denn für die zukünftige Fernsehgeschichtsschreibung?*

Die Mediathek! Es ist ein Skandal, dass diese nach 20 Jahren immer noch nicht existiert. 1985 fanden in Berlin die ersten Diskussionen zu ihrer Gründung statt. Es ist ein Unding, dass wir öffentlich immer noch keinen Zugang zum kulturellen Gedächtnis haben, das durch Fernsehen und Radio geprägt ist. Natürlich sind die Archive der Sender Produktionsarchive, dennoch muss es eine Möglichkeit geben, die Rechte abzutreten, um eine Mediathek einzurichten. Ich wünsche mir auch, dass das Archivwesen in den Universitäten besser wird. Leider leben wir in einer Zeit, in der das Sammlungswesen dort immer mehr in Frage gestellt wird – was insbesondere deshalb problematisch ist, weil es keine anderen Institutionen dafür gibt. Außerdem wünsche ich mir junge Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die Fernsehgeschichte immer wieder aus ganz anderen Perspektiven angehen. Jeden neuen Ansatz finde ich spannender als eine Wiederholung dessen, was schon tausendmal gesagt wurde.

*Das Gespräch wurde am 13.11.2004 in Berlin geführt.*

Lorenz Engell

# Jenseits von Geschichte und Gedächtnis

## Historiographie und Autobiographie des Fernsehens

Im folgenden Beitrag geht es darum, die Geschichte des Fernsehens in ein Verhältnis zu setzen zur Geschichte im Fernsehen. Die bislang kaum diskutierte Darstellung der Fernsehgeschichte in den einschlägigen fernsehhistoriographischen Werken scheint mit der oft problematisierten Repräsentation von Geschichte im Fernsehen und durch das Fernsehen<sup>1</sup> zunächst nichts zu tun zu haben. Dennoch wird eine Klärung ihres Verhältnisses dann interessant, wenn man zwei Vorüberlegungen anstellt. Die Darstellung von Geschichte, so die erste Vorüberlegung, ist stets zugleich ein Produktionsverhältnis: Geschichte ist nicht nur Gegenstand, sondern auch Produkt der Geschichtsschreibung. Die historischen Fakten sind nicht weniger als ihr geschichtlicher Zusammenhang ein Konstruktionsresultat. Die Mittel der Konstruktion, die Medien der Geschichtsschreibung also, und die Art ihres Einsatzes haben dabei eine ermöglichende, aber auch eine konditionierende Funktion. Sie ermöglichen bestimmte historische Sichtweisen und setzen sie zugleich unter Bedingungen. Die Repräsentation der Geschichte und ihre Mittel wirken – wie das im übrigen für alle Repräsentationen gilt – an dem, was sie beobachten und beschreiben, im Zuge der Beobachtung und der Beschreibung selbst mit.<sup>2</sup> Das gilt für die Repräsentationen der Fernsehgeschichte nicht weniger als für die Geschichtsrepräsentationen im Fernsehen und durch das Fernsehen.

Die zweite Vorüberlegung ist eine bloße Arbeitshypothese. Sie bezieht sich hier auch ausschließlich auf das Fernsehen, obwohl sie vermutlich auch auf andere Formen der Geschichtsschreibung hin ausgedehnt werden könnte. Die Repräsentation der Geschichte im Fernsehen, so die Hypothese, geschieht nämlich grundsätzlich als Beobachtung der eigenen Geschichte des Fernsehens. Mittel und Gegenstand der Darstellung wechseln die Plätze. In der Geschichtssendung benutzt das Fernsehen die Folie des Historischen, um durch sie hindurch seine eigene Vergangenheit und seine Relation zur Vergangenheit zu beobachten, d.h. zu erzeugen. Die Repräsentation von Geschichte im Fernsehen kann so als ein Parallelunternehmen zur wissenschaftlichen und schriftlichen

1 Siehe stellvertretend Knopp/Quandt 1988, Sobchack 1996, Roberts 2001.

2 Dazu zuletzt Crivellari et al. 2004, siehe auch Engell/Vogl 2001.

oder musealen Historiographie des Fernsehens angesehen werden. Das Fernsehen, so die Behauptung, wartet mit seiner Geschichte nicht auf die Historiographen, sondern es schreibt sie schon immer selbst. Eine Aufgabe der Historiographie des Fernsehens könnte dann sein, diese Autobiographie des Fernsehens in seinen Bildern, Sendungen und Programmen freizulegen.

Bei dem folgenden Versuch, diese Hypothese zu erhärten, wird einer methodischen Unterscheidung, einer Leitdifferenz, eine Schlüsselrolle zufallen. Dies ist die Unterscheidung von Gedächtnis und Geschichte. Die Vergangenheit des Fernsehens wird möglicherweise geschichtsförmig und zugleich gedächtnisförmig erschlossen. Sie verweist zugleich auf den Außenhorizont des Geschichtlichen und auf den Binnenhorizont des Fernsehens selbst. Das Fernsehen würde dann in seinen Geschichtssendungen historisch uns an etwas erinnern und zugleich sich seiner selbst erinnern und vergewissern. Es würde Historiographie und Autobiographie miteinander verschränken. So würden fremdreferenzieller Außenverweis und selbstreferenzieller Binnenverweis in der Einheit ihrer Differenz zusammengebracht. Dann könnte auch ein Vergleichsgrund gewonnen werden, der die wissenschaftliche Historiographie des Fernsehens und ihr televisives Parallelunternehmen, die Produktion eigener Vergangenheit durch das Medium selbst, ins Verhältnis zueinander setzen lässt.

## 1. Geschichte und Gedächtnis

Die Unterscheidung zwischen Geschichte und Gedächtnis ist insbesondere von Maurice Halbwachs (1985, 1991) seit den zwanziger Jahren aufgebracht und entwickelt worden. Sie fand eine erste genauere Kenntnisnahme in den fünfziger Jahren und wurde in Deutschland in den siebziger und achtziger Jahren diskutiert und ausgebaut. Geschichte, so Halbwachs, ist ein hauptsächlich differenzielles, in Unterscheidungen und Abtrennungen verfahrenes Unternehmen (vgl. Halbwachs 1991, 66–77). Sie trennt das Vergangene vom Gegenwärtigen und vom unmittelbaren Erleben ab. Sie objektiviert und rekonstruiert das Vergangene, um dann erst gegebenenfalls die Beziehungen zwischen Vergangenheitem und Gegenwärtigem zu untersuchen. Indem sie diskrete chronologische Schnitte setzt, ermöglicht sie zugleich, in der Differenz zwischen den Schnitten, den Epochen- oder Stilgrenzen beispielsweise, den Wandel zu beobachten.<sup>3</sup> Dabei operiert sie mit der Grundannahme, dass ihre Operationen ver-

3 Die Parallelen des historischen und des kinematographischen Projektes sind verschiedentlich bemerkt worden, so von Kracauer 1985, 115 ff und Kracauer 1971; 15 f, 60–65, 124 f. Siehe dazu auch Müller-Bach 1987.

allgemeinerbar sind, dass die historische Sicht der Dinge über das Einzelindividuum und die einzelne soziale Gruppe, ja sogar über eine einzelne Gesellschaft hinaus Bestand haben kann (vgl. Halbwachs 1991, 71 f). Das schließt konkurrierende Sichtweisen keineswegs aus und widerstreitet auch nicht der Einsicht, dass Geschichtsschreibung grundsätzlich interessegeleitet und gegenwartsgesteuert ist. Es bedeutet lediglich, dass Geschichtsschreibung einen Anspruch auf Verallgemeinerbarkeit einlegt, vor dessen Hintergrund im übrigen ja allein die Differenz der Sichtweisen ausgetragen werden kann und an dem sie sich immer messen lassen muss.

Das Gedächtnis dagegen geht davon aus, dass das Vergangene nicht vergangen, sondern in der Gegenwart weiterhin wirksam und vorhanden ist (vgl. Halbwachs 1991; 39 ff, 68). Es arbeitet kontinuierlich, nicht diskret. Entsprechend macht es auch nicht, wie die Geschichte, den Wandel sichtbar, das, was frühere Zustände voneinander und von gegenwärtigen Zuständen unterscheidet, sondern im Gegenteil das, was über alle erinnerbare Zeit hinweg konstant geblieben ist. Das Gedächtnis erzeugt, so Halbwachs, Identität. Aus diesem Grund artikuliert sich das Gedächtnis auch im und bindet sich bevorzugt an den Raum. Identität ist ohnehin eine grundsätzlich raumlogisch verfasste Größe. Das Gedächtnis wird an bestimmte Orte gebunden, die «Mnemotope» (Halbwachs)<sup>4</sup> oder «lieux de mémoire» (Nora 1984–1992), weniger an Zeitpunkte, wie das für die Geschichte gilt. Und anders als die Geschichte erlaubt und beansprucht das Gedächtnis keine Verallgemeinerung über die das Gedächtnis tragende Instanz hinaus, sei dies das Individuum, sei dies die soziale Gruppe oder gar eine Gesellschaft<sup>5</sup> als Ganzes. Das gemeinsame Gedächtnis begründet die Identität einer Erinnerungsgemeinschaft oder einer sozialen Gruppe. Durch das gemeinsame Gedächtnis grenzen sie sich auch voneinander ab. Die Pluralität der Gedächtnisse, die der Tendenz zur Universalität der Geschichte entgegen steht, begründet die soziale Funktion des Gedächtnisses. Beide, Gedächtnis und Identität, lösen sich auch gemeinsam wieder auf.

Diese Eigenschaft des Gedächtnisses, partikular zu sein, erzwingt, anders als dies für die Geschichte gilt, eine weitere Unterscheidung, nämlich die zwischen individuellem, personalem Gedächtnis einerseits und kollektivem Gedächtnis andererseits. Halbwachs besteht darauf, dass es ein personales, von ihm als «autobiographisch» geführtes Gedächtnis einzelner Menschen überhaupt nur in dem Maße geben könne, in dem ein Einzelwesen als unabhängig von seiner so-

4 Siehe dazu Maurice Halbwachs (1941) *La topographie légendaire des évangiles en terre sainte*. Paris. Zit. n. Assmann 1992, 41 & 60 ff.

5 Halbwachs spricht hier bevorzugt von der «Nation».

zialen Einbettung angesehen werden könne, also nur sehr begrenzt (vgl. Halbwachs 1991, 34). Dem entspricht die Lebenserfahrung. Woran wir uns überhaupt erinnern würden, wenn wir nicht von anderen daran erinnert würden, ist nicht ermittelbar. Das kollektive Gedächtnis als überindividuelle, soziale Instanz der Erinnerung ist an Kommunikation im weitesten Sinne gebunden. Worüber in einer sozialen Gruppe gesprochen wird, was kommunikativ zirkuliert, das macht das kollektive Gedächtnis dieser Gruppe aus. Über Halbwachs hinaus greifend ist dies der Ort, an dem die Medien als Agenten des kollektiven (und folglich des personalen) Gedächtnisses ins Spiel kommen.

## 2. Fernsehen und Gedächtnis

Seltsamerweise und gegen jede Wahrscheinlichkeit hat sich die Theorie des sozialen und kollektiven Gedächtnisses bis heute in nahezu keiner Weise für das Fernsehen interessiert.<sup>6</sup> Ob dies am intellektuellen Hochmut, an der von Cavell (2002) prominent vermuteten Abwehrrangst oder an schlichter Ignoranz liegt, sei dahingestellt. Eine Ausnahme allerdings macht die Systemtheorie, die das soziale Gedächtnis in einem – und zwar sogar einem fundierenden – Zusammenhang mit den Massenmedien und namentlich mit dem Fernsehen betrachtet (siehe Luhmann 1996, 75ff.; Luhmann 1997, 569-594; Esposito 2002, 253–273). Dabei ist die Funktion des Fernsehens für das kollektive Gedächtnis der und in der Gegenwartsgesellschaft extrem augenfällig. Sie braucht hier nur in wenigen Stichpunkten aufgerufen zu werden. Die Zirkulation bestimmter Bilder im Fernsehen und durch Fernsehen, die immer und immer wieder, oft gleichsam rituell an wiederkehrende Termine gebunden sind, sorgt für das Eindringen ins kollektive und, dadurch vermittelt, sogar ins individuelle Gedächtnis: der Terroranschlag am 11. September 2001, die Leuchtpurgeschosse über Bagdad, die Öffnung der Berliner Mauer, aber auch ältere Bilder, Reportagebilder etwa, die das Fernsehen nicht hervorgebracht hat, aber immer weiter und immer wieder auswertet und so wach hält.

6 So findet sich etwa in dem programmatischen Sammelband *Medien des kollektiven Gedächtnisses* ein einziger Beitrag, der überhaupt – und das nur unter anderen Medien – auf das Fernsehen Bezug nimmt (Erlil/Nünning 2004). In dem von Harald Welzer herausgegebenen Band *Das soziale Gedächtnis* fehlt jeder Beitrag zum Fernsehen (Welzer 2001), desgleichen in *Erinnerungskulturen* (Cornelißen/Klinkhammer/Schwentker 2004) und in *Kontexte und Kulturen des Erinnerns* (Echterhoff/Saar 2002). Auch Aleida Assmanns Buch *Erinnerungsräume* weist zwar ein ausführliches Kapitel über Medien auf, erwähnt aber darin das Fernsehen nicht (Assmann 1999).

Aber nicht nur derlei schon fast weltgesellschaftliche Erinnerungsbilder hält das Fernsehen bereit, sondern auch vielerlei partikularere Gedächtniselemente. Ereignisbilder geringerer Reichweite, etwa die Bilder gemeinsam erlebter Katastrophen (man denke an die sächsische Flut 2002), konstituieren schärfer konturierte Gedächtnisse; ebenso die kollektiven Triumphe, besonders im Sport, die vielleicht zuletzt in Bern 1954 – nahezu – ohne Fernsehen, nicht aber ohne Massenmedien denkbar waren. Nebenbei lässt sich die bevorzugt raumbundene Organisation des kollektiven Gedächtnisvermögens auch an der durchgängigen Lokalisierbarkeit solcher Bilder ablesen. Sie wird wiederum von der Übertragungsstruktur des Fernsehens besonders gestützt, und hier wieder in Sonderheit des Live-Fernsehens, dessen Grundprinzip im Raum als Sichtbarmachung eines Objektes (oder Ereignisses) an einem anderen Ort definiert ist.

Die Partikularisierung des kollektiven Gedächtnisses setzt sich im Bereich der Fiktionen fort. Durch Wiederholung von Unterhaltungssendungen werden etwa Generationenidentitäten erinnerbar, aber auch Gedächtnisgemeinschaften etwa der Fans bestimmter Serien oder Showformate. Auch die auslösende und strukturierende Funktion des Fernsehens für das autobiographische, personale Gedächtnis erweist sich deutlich, wenn man beachtet, in welchem Umfang wir beim Betrachten der vom Fernsehen wiederholten, also im kollektiven Gedächtnis zirkulierenden Bilder nicht nur an die gezeigten Ereignisse erinnert werden, sondern uns vor allem daran erinnern, wie und in welcher Situation wir diese Bilder früher, beispielsweise bei ihrem ersten Eintreffen, schon einmal gesehen haben. Die meisten Zuschauer dürften heute noch genau erinnern, wie und wo sie seinerzeit die Bilder der brennenden Türme des World Trade Center gesehen haben.

Andererseits macht das Fernsehen auch immer die Unabhängigkeit des kollektiven Gedächtnisses vom personalen, autobiographischen Gedächtnis sichtbar; die Tatsache, dass das kollektive Gedächtnis beileibe nicht als eine bloße Summe einzelner Gedächtnisse angesehen werden kann. Wir erkennen ein Bild im allgemeinen auch dann als Funktion kollektiven Erinnerns, wenn wir es persönlich zum ersten Mal sehen. Schriftvermerke, syntaktische Einbettungen in den Sendeverlauf, stilistische Hinweise und materiale Spuren weisen darauf hin. Genau darin wird die Präsenz und Eigenständigkeit kollektiven Gedächtnisses so deutlich wie kaum sonst: beim Eintreffen solcher Bilder unterstellen wir, dass sie im personalen Gedächtnis der – generalisierten – Anderen vorhanden sind; dass «das Publikum» mit ihnen vertraut ist oder doch vertraut sein könnte, auch wenn wir es nicht sind. Damit hat das kollektive Gedächtnis Anteil an der Konstitution unseres autobiographischen Gedächtnisses, auch wenn das aktuelle Ereignisbild darin nicht vorkommt.

### 3. Erinnern und Vergessen

Dabei ist auch die Funktion des Vergessens entscheidend (siehe Halbwachs 1985, 368; Assmann 1992, 37 und 70ff.). Das Aussortieren aus dem kollektiven Gedächtnis, also das kollektive Vergessen, ist womöglich die umfangreichere und relevantere Leistung, weil sie die Anpassungsfähigkeit der Gruppe und ihre Weiterentwicklung sichert und dafür sorgt, dass sich die Kapazitäten der Kommunikation nicht in Wiederholungen erschöpfen. Daher wird, so Halbwachs, nur gerade so viel erinnert, wie für die Identität der Gruppe über allen Wandel hinweg notwendig ist. Mehr noch als Halbwachs und nach ihm Jan Assmann (1992, 46) – in der Berufung u.a. auf Kierkegaard (1984 und 1960, 348f.) und Nietzsche (1988, 245–334) – haben Niklas Luhmann (1997) und nach ihm Elena Esposito (2002, 12–43) darauf bestanden. Für sie ist Gedächtnis überhaupt operational begründet, indem es die Unterscheidung von Vergessen und Erinnern durchführt. Gedächtnis ist demnach keinesfalls ein Speicher für Erinnerungen. Es operiert immer und ausschließlich in der Gegenwart und versieht die eintreffenden Ereignisse mit der Unterscheidung zwischen dem Neuen und dem schon Bekannten. Im ersten Fall wird dann Vergessen praktiziert, im zweiten Fall Erinnern.

Esposito (2002, 260–265) weist darauf hin, dass diese Unterscheidung zwischen dem Neuen und dem Bekannten auf der Basis von Vergessen und Erinnern für das System der Massenmedien fundierend ist. Die Unterscheidung des Bekannten oder Redundanten vom Informativen oder Neuen ist das Zentralmerkmal der Massenmedien und ihres Systems,<sup>7</sup> und hier ist in Sonderheit an das Fernsehen zu denken. Das Fernsehen muss immer neu darüber entscheiden, was aus der Zirkulation ausscheidet, damit auch Platz für Neues ist. Dies geschieht offensichtlich in der Wiederholung (vgl. Esposito 2002, 266).

Die Wiederholungstätigkeit des Fernsehens ist von ungeheurer Vielgestaltigkeit und auch von konzeptioneller Feingliederigkeit geprägt. Allein im Bereich des Seriellen und in der Epistemologie des «Instant Replay» ließen sich vermutlich alle Strukturmerkmale nachweisen, die die Philosophie der Wiederholung von Kierkegaard (1998) und Nietzsche bis Deleuze (1997) reflektiert. Hier aber geht es speziell um die Gedächtnisfunktion der Wiederholung als Unterscheidung zwischen dem Bekannten und dem Unbekannten. Die Praxis des Fernsehens<sup>8</sup> reicht hier von den rituellen Wiederholungen ganzer Sendungen (das Paradebeispiel ist *DINNER FOR ONE*, das jedes Jahr am Sylvesterabend etwa zehn Mal ausgestrahlt wird) über die Nachspieltätigkeit (noch während der laufenden Sen-

7 Siehe dazu auch Luhmann 1996, 32–48.

8 Eine Übersicht über diverse Wiederholungsphänomene bietet Felix (2001).

dung wird mitunter der Wiederholungstermin eingeblendet) und die Nachfolgeauswertung etwa in der Kette der Dritten Programme (je nach Saison können drei bis fünf Folgen TATORT pro Woche laufen, und dieselben Spielfilme etwa der JAMES BOND-Reihe werden sowohl in den öffentlich-rechtlichen wie auch in den privaten Ketten immer wieder durchgereicht) bis zur regelmäßigen Wiederaufführung der Nachrichtensendungen früherer Jahrzehnte. In jedem einzelnen Fall wird nicht nur gleichsam redaktionell eine Entscheidung getroffen über die Wiedereinfügung in das laufende Programm oder das Ausscheiden daraus. Weit darüber hinaus wird jede Wiederholung auch als solche kenntlich gemacht. Die Entscheidung über das Erinnern – ich begrüße das Gezeigte als Bekanntes – oder Vergessen – ich versuche im Gezeigten etwas Neues, Interessantes zu sehen – ist beim Betrachten stets neu zu fällen (siehe dazu Kierkegaard 1960, 337 ff.; Engell 1989, 248–256). Sie ist das eigentliche Thema der Wiederholungssendung.

Gerade die offensichtlich weiter zunehmende und in Teilen auch raffinierte Wiederholungstätigkeit des Fernsehens<sup>9</sup> lässt aber, so wären Espositos Überlegungen zu ergänzen, zweierlei Spezifika erkennen. Erstens scheint es im Fernsehen keine binäre Polarität von Erinnern und Vergessen zu geben, sondern einen graduellen Übergang zwischen beiden, ablesbar etwa an der variablen Frequenz und Zeittiefe der Wiederholung bestimmter Bilder. Zweitens ist die Entwicklung des Fernsehens geradezu von einer Verweigerung des Vergessens geprägt. Das funktioniert nur, weil das Sendegeschehen rein quantitativ durch technologische Maßnahmen nahezu unendlich ausdehnbar gemacht wird. Dieser Ausbau, begleitet von einem deutlichen Anwachsen des Wiederholungsgeschehens im Fernsehen, reagiert auf die Unfähigkeit des Fernsehens zum Vergessen. Was das Fernsehen dabei vor allen Dingen nicht vergessen kann, das ist aber seine eigene Vergangenheit.

#### 4. Fernsehen und Geschichte

Die Unterscheidung der Geschichte vom Gedächtnis nun ist keineswegs eine lediglich theoretisch-methodische. Sie ist vielmehr eine Operation des Fernsehens selbst und an sich selbst. Allerdings bezieht das Fernsehen dabei eine besondere Beobachterposition: es betrachtet beide Seiten der Unterscheidung zugleich. Geschichte und Gedächtnis, die distanzierte und diskrete Vergangenheit seiner

9 Man denke in diesem Zusammenhang nicht zuletzt auch an die Sparte der Werbung. Siehe Esposito 2002, 266.

Umwelt und seine eigene, ihm gegenwärtige und identitätssichernde Vergangenheit, fallen in denselben Blick des Fernsehens; ganz so, wie es als Gedächtnis – nämlich in seiner Wiederholungstätigkeit – auch Erinnern und Vergessen zugleich betrachtet (vgl. Engell 1988). Das Fernsehen hat sogar eine privilegierte Sparte für diese Überlagerung von fremdreferenzieller Geschichte und selbstreferenziellem Gedächtnis geschaffen.

Nicht ohne Grund entzieht sich gerade die Geschichtssendung weitestgehend der Polarität von einerseits Nachrichten und Berichten und andererseits Unterhaltungssendungen, die, so erneut Luhmann (1996) und Esposito (2002, 264 ff.), das Fernsehen als Massenmedium überhaupt erst begründet. Anhand dieser Unterscheidung mache das Fernsehen die Differenz von Fremdreferenz, also Bezug auf Außenwelt im Format der Nachricht und des Berichts, und Selbstreferenz, also Bezug auf Innenwelt in den fiktionalen und unterhaltenden Formaten, sichtbar. In beiden Bereichen operiert demnach das Gedächtnis als Unterscheidung von Redundanz – oder Erinnern – und Information – oder Vergessen –, aber eben einmal als eine in der Außenwelt beobachtete Differenz in den Nachrichten und Berichten, einmal als selbstgeschaffene Differenz in den Fiktionen und Unterhaltungssendungen. Dadurch, dass es beide Bereiche strikt trennt, setzt sich das Fernsehen selbst als System in einen Unterschied zu seiner Umwelt, so Esposito (2002, 264). Die Geschichtssendung jedoch, so ist Esposito zu ergänzen, verwischt diesen Unterschied und macht dabei, wie ich noch zeigen werde, Gedächtnis als Einheit der Differenz von Redundanz und Information und zugleich Geschichte als Einheit der Differenz von Bericht und Unterhaltung sichtbar. Schließlich beobachtet es beide zugleich und stellt damit vielleicht jene selbstbegründende Reflexivität der Massenmedien her, deren Möglichkeit Esposito (2002, 267) grundsätzlich bezweifelt.

Die Formen, die das Fernsehen bei seinen Geschichtssendungen einsetzt, sind in erster Linie das Bilddokument und das Bild vom Dokument; das Zeugnis – einerseits als Zeugnis durch Gesprächspartner, die sogenannten «Zeitzeugen», andererseits als Zeugnis des Ortes eines Geschehens –, und die Rekonstruktion, das «re-enactment» historischer Szenen. Zusätzlich wird von Visualisierungen, Karten etwa oder Animationen, Gebrauch gemacht. Diese Erklärungsbilder stehen in enger Beziehung zu den – meist aus dem Off – eingesprochenen Kommentaren und zu den Expertenkommentaren oder -darstellungen. Schließlich ist die Montage als Organisation, als koordinierende Zusammenfügung der verschiedenen Material- und Formenebenen anzuführen. Nicht alle Geschichtssendungen machen zwingend von allen diesen Formen Gebrauch, und in der Art des Einsatzes unterscheiden sie sich zudem sehr stark. Dennoch können signifikante Gemeinsamkeiten festgehalten werden.

## 5. Präsenz und Vergangenheit

Als Bilddokumente finden in den Geschichtssendungen des Fernsehens nahezu ausschließlich technische Bilder, also Photographien, Dokumentarfilmausschnitte und Archivmaterial des Fernsehens selbst Verwendung. Das Interessante dabei ist, dass diese Bilder in den Geschichtssendungen des Fernsehens mit Vorliebe in ihren iconischen Funktionen, nicht aber, wie es doch zu vermuten gewesen wäre, in ihren indexikalischen Funktionen eingesetzt werden.<sup>10</sup> Sie beglaubigen das Dargestellte nicht über die Relation von gezeigtem Ereignis als Ursache und verwendetem Bild als Folge, als Spur des Geschehens selbst, die vom Geschehen ursächlich und apparativ ausgelöst sei. Sie gehorchen nicht dem Barthesschen Diktum vom «So ist es gewesen»,<sup>11</sup> das ja nicht von ungefähr eine historiographische Maxime darstellt (siehe Ranke 1872), sondern einem «So ist es, dabei gewesen zu sein» oder «So habe ich es erlebt», das ebenso wenig zufällig ein Gedächtnismotiv darstellt. Sie beglaubigen das Geschehen über das Moment der Anteilhabe am Geschehen. So verschieben sie das historiographische Motiv der Dokumentation, die das Vergangene distanziert und verallgemeinert, in das Motiv der Erinnerung, die über Identifikation und Partikularisierung abläuft. Entscheidend ist nicht, dass die Dokumentaraufnahmen Aufnahmen eines vorfindlichen Geschehens sind, sondern dass sie aus derselben Situation, aus demselben Raum herkommen, in dem sich auch das Ereignis befindet. Die Dokumentarbilder werden nicht als Produkt der dokumentierten Situation, sondern als ihr Teil begriffen, nicht als ihre Folge, die ja auch zeitlich versetzt sein kann (die Folge folgt auf die Ursache), sondern als unmittelbar gleichzeitig mit dem Geschehen.

Ein gewiss extremes Beispiel kann dies erläutern. Die unglaubliche Präsenz und Wirksamkeit von Film- und Photographiedokumenten der nationalsozialistischen Zeit rührt daher, dass der Aufnahmeapparat und derjenige, der ihn bedient hat, in der gezeigten Szene hat anwesend sein müssen; und die – zweifellos grauenhafte – Faszination dieser Dokumente geht nicht zuletzt davon aus, dass es diese Bilder überhaupt gibt. Sie dokumentieren nicht so sehr das Geschehen selbst als vielmehr die Anwesenheit der bildgebenden Apparatur und ihrer Operateure. Das Dokument ist nicht Spur, sondern Teil dessen, was

10 Die Bestimmung des Icons und des Index erfolgt hier nach Peirce (1983, 64 ff.). Vgl. auch Walther 1979, 62–66.

11 Siehe Barthes 1985, 86 ff. Interessanterweise müsste allerdings der Wortlaut der Barthesschen Formulierung eher mit «Es ist dagewesen» übersetzt werden. Sie konnotiert mithin weniger historisch-positivistisch als vielmehr ontologisch. Die Differenz zum Memorativen, Kommunikationsabhängigen wird jedoch in dieser Formulierung noch deutlicher.

es dokumentiert. Es verweist nicht auf das Geschehen, sondern auf das Dabeisein. Es gehorcht, rhetorisch gesprochen, nicht der Figur der – indexikalischen – monstratio, sondern der des – iconischen – pars pro toto.

Das gilt noch stärker, wenn man die Bilder von Dokumenten, die Dokumente zweiter Ordnung, mit einbezieht, die abgefilmten Schriftstücke, die Bilder von Bildern und von Gegenständen, die in dem dokumentierten oder rekonstruierten Geschehen eine Rolle spielen. In aller Regel geht es hier zum Beispiel nicht um den Text der Schriftstücke, der nicht lesbar wird und der, wenn er denn bedeutsam ist, häufig als typographisch eigenständige Schrift über das Bild gelegt oder als Laufschrift über das Bild gezogen wird. Das Schriftstück selbst bezieht seinen Wert in der Fernsehdokumentation nicht aus dem, was darauf steht, sondern aus seiner iconischen Funktion: es gehört demselben Zusammenhang an, den es dokumentieren soll. Diese Vorliebe für Originalgegenstände hat das Fernsehen keineswegs erfunden, sie ist kennzeichnend für viele populäre und trivialisierende Formen der Geschichtsrepräsentation (siehe Eco 1986). Aber das Fernsehen instrumentalisiert und überformt diese populären Formen.

## 6. Archiv und Fiktion

In diesem Zusammenhang ist auch das Aufsuchen des Originalschauplatzes eines Geschehens sehr wichtig. In nahezu allen Fällen historischer Dokumentation im Fernsehen sehen wir Aufnahmen von den Gebäuden und Orten, an denen das zu rekonstruierende Geschehen stattfand oder stattgefunden haben könnte. Die Bindung des Zugangs zur Vergangenheit an einen festen, begehbaren Ort ist fester Bestandteil der Organisation des Gedächtnisses. Der Historiographie, die das Geschehen ja gerade an dem Ort aufschlüsselt, an dem es nicht stattfand, ist er dagegen fremd. Interessant dabei ist, dass das Fernsehen sich hier seine Grundfunktion zu Nutze macht, ein Übertragungsmedium zu sein, das einen Ort an einem anderen Ort sichtbar macht.<sup>12</sup> Damit trägt der andere Ort – hier: der Originalschauplatz – Züge von Anwesenheit, denn wir sehen den Ort so, wie er hier und jetzt sichtbar wird.

Zugleich aber wird die Distanz, die Differenz eröffnet, denn der andere Ort ist anders nicht nur deshalb, weil er nicht hier – in meinem Wohnzimmer – ist,

12 Das Fernsehen wird von Anfang an verstanden als «eine Apparatur mit dem Zweck, ein an einem Ort A befindliches Objekt an einem Ort B sichtbar zu machen», so die Patentschrift des Kaiserlichen Patentamtes für Paul Nipkow; zit. n. Hickethier 1998, 15.

sondern auch, weil er selbst, so, wie er sich zeigt, nur eine Folgeerscheinung dessen ist, wovon es eigentlich geht. Er ist derselbe Ort und doch nicht derselbe. Erst das Bild kann, notfalls in der Zusammenfügung mit anderen Bildern, zeigen, dass und was vom ursprünglichen Geschehen noch an diesem Ort haftet. Das Bild semiotisiert den Ort. Es wird so selbst zur Quelle des Verhältnisses von einst und jetzt; und es gestaltet dieses Verhältnis erneut einmal selbstreferenziell als Gedächtnis, zum anderen aber fremdreferenziell als Geschichte.

Wo immer die Epistemologie des Dokumentarischen eingesetzt wird, da besitzt sie eine Begleiterin in der Epistemologie des Fiktiven. Von der Möglichkeit, historische Szenen in der Art des Spielfilms nachzuspielen, macht die Geschichtssendung des Fernsehens in aller Ausführlichkeit Gebrauch. Anders als im historischen Spielfilm oder Fernsehspiel jedoch wird gerade in der Geschichtssendung die Fiktionalisierung als eine Strategie der Künstlichkeit ausgewiesen, nämlich als eine medial fabrizierte. Und was für Szenen und Handlungen gilt, das gilt auch für Schauplätze und Objekte. Auch sie können als Kulissen und Requisiten nachgebildet werden; sie ersetzen oder ergänzen das Vorfindliche bzw. eben nicht mehr Vorfindliche.

In signifikant häufiger und auffälliger Weise werden derlei Rekonstruktionen aber auch als solche erkennbar gemacht. Das Fernsehen operiert hier also mit einer Zeitspaltung. Es lässt das Abwesende iconisch anwesend sein und verweist es dennoch zugleich in die modale Distanz als bloßes Re-Konstrukt. Es oszilliert zwischen einem memorativen und einem historiographischen Verfahren. Indem es beide zugleich als verschiedene Perspektiven auf ein- und denselben Vorgang anbietet, stattet es sich selbst mit einer Souveränität, einer Verfügungsgewalt über das Vergangene aus. Es setzt sich als Schaltstelle des Zugangs zur Vergangenheit ein und damit zugleich – und darum geht es hier – auch als Schaltstelle des Zugangs zu seiner eigenen Vergangenheit.

Besondere Aufmerksamkeit gebührt jedoch der Wiederaufführung von Fernsehdokumenten im Zuge der historischen Dokumentation. Hier breitet das Fernsehen umfänglich sein Archiv vor unseren Augen aus. Es markiert dabei seine eigene Wiederholungstätigkeit,<sup>13</sup> und zwar eben in signifikanter Weise als Prozess der Generierung des Historischen. Die zahlreichen Sendungen beispielsweise, die im November 2004 dem Mauerfall im November 1989 gewidmet waren, wiederholten wieder und wieder die seinerzeit ausgestrahlten Nachrichtenbilder von der Schabowski-Pressekonferenz, vom Andrang an den Übergangsstellen und den nächtlichen Begrüßungsszenen. Aber auch historisch weiter zurückreichende Beiträge lassen die Archivbilder des Fernsehens

13 Anders als in der Werbung, die die Wiederholung unmarkiert lässt.

erneut zirkulieren. Heinrich Breloer hat in seinen Fernsehspielen wiederum einen Reflex auf diese Praxis in Gang gesetzt, wenn er, wie in *TODESSPIEL* (WDR 1997), Nachrichtenbilder wieder aufnimmt, den dargestellten Sachverhalt anschließend von Schauspielern nachspielen und schließlich noch einmal von Zeugen vor der Kamera beschreiben lässt. Mittlerweile wird das Archivmaterial des Fernsehens sogar zunehmend in laufende Nachrichtensendungen eingebaut (etwa: Bilder aus der aktiven Zeit eines heute verstorbenen Politikers, Bilder vom Verbrechen eines heute verurteilten Täters). Das Archiv des Fernsehens umgreift dabei auch Bildervorräte, die lange Zeit vor dem Fernsehen beispielsweise durch die Wochenschau angelegt wurden. Die wiederholte Aufführung etwa von Dokumenten aus der Zeit der Naziherrschaft hat diese Bilder dem Fernsehen gleichsam einverleibt als dem Ort, an dem sie ihre Aufführung wieder und wieder erleben können, wohingegen sie aus der Zirkulation in ihrem «eigenen» Verbreitungsraum, dem Kino, faktisch weitgehend ausgeschlossen sind. Das Fernsehen wird zum Gesamtrepertoire aller Bilder, die überhaupt in Umlauf gesetzt werden können, und alle anderen Bilder werden auf diese Weise in eine Art Vorgeschichte des Fernsehens eingereiht.

Jedes Mal wird durch Einblendung oder Kommentar auf den Wiederaufführungs-, den Archivcharakter der Bilder eigens hingewiesen. Damit wird rein operativ eine Unterscheidung in informativ-neues und redundant-wiederholtes Material eingeführt, und zwar tendenziell sogar ganz unbeschadet der «wirklichen» Zeitverhältnisse. Das Fernsehen macht die wieder aufgeführten Bilder, wie oben schon angedeutet, als bereits bekannte, nämlich schon durch die Verbreitungsmaschinerie des Fernsehens hindurchgegangene Bilder auch dann kenntlich, wenn der einzelne Zuschauer sie nicht wiedererkennt. Eben durch die Markierung als Wiederholung produziert das Fernsehen selbst, worauf es sich verlässt, nämlich das kollektive Gedächtnis. Darin realisiert sich nicht nur eine der strukturellen Paradoxien der Wiederholung (logisch eine *petitio principii*). Es macht auch die grandiose Bestätigungserfahrung deutlich, die schließlich zur Identitätsbildung führt, und zwar hier der Behauptung der Identität des Fernsehens mit sich selbst über alle historische Distanz zu dem chronologischen Zeitpunkt der Aufnahmen hinweg. So setzt sich das Fernsehen selbst als Instanz der Anteilhabe ein. Es weist sich als Medium buchstäblich verdoppelten Dabeiseins aus, das in der dokumentierten Szene und noch einmal in ihrer Vergegenwärtigung gegenwärtig ist. Es macht sich damit selbst zum – mehr oder weniger beteiligten – universalen Zeitzeugen (vgl. dazu umfangreich Dayan/Katz 1996).

## 7. Indexikalität und Selbstreferenz

Die iconische Epistemologie der Anteilhabe prägt also den Umgang des Fernsehens mit dem Vergangenen charakteristischerweise nicht allein. Das gilt nicht nur für das «Re-enactment» und andere Rekonstruktionsweisen, sondern auch erneut für die (eigenen) Dokumente. Das technische Bild weist, vor allem die Theorie der Photographie hat immer wieder darauf hingewiesen, grundsätzlich eine Überlagerung des Iconischen und des Indexikalischen auf. Die Geschichtsdarstellung im Fernsehen instrumentalisiert auch die indexikalische Schicht. Sie nutzt sie aber in spezifischer Weise, nämlich als Komplement zur positiven iconischen Kopräsenz des Vergangenen mit dem Gegenwärtigen. Indexikalisch wird umgekehrt die Negation, die zeitliche Distanzierung zum Vergangenen vollzogen. Die dokumentarischen Bilder werden als «alt» ausgewiesen. Dazu dienen in erster Linie materielle Spuren und Indices, Kratzer etwa in und Sprünge zwischen den Bildern; Farbgebungen, Farbfehler und dergleichen. Dazu kommen stilistische Merkmale des Bildes selber. Lichtsetzung und Kadrierung etwa können erkennbar früher geltenden Standards entsprechen, ebenso das Verhalten der Personen vor und zur Kamera, beispielsweise die Art des Blicks in die Kamera oder ein einfaches Merkmal wie das Rauchen im Studio. Als abgeleitete Indices<sup>14</sup> werden Merkmale eingesetzt, die der außerbildlichen, alltagskulturellen Wirklichkeit in ihrer Zeittiefe zugeordnet sind, Frisuren, Brillen, Moden, Autotypen, das Aussehen von Gebäuden und Orten. Diese Distanznahme lässt mithin einen abgestuften Übergang zwischen selbstreferenziellen und fremdreferenziellen Zügen erkennen, je nachdem, ob der Zeitindex durch die materialen Spuren des Mediums selbst, durch die Beziehung zwischen dem Bild und dem Aufgenommenen oder schließlich durch die Verweise des Bildes über das Bild hinaus realisiert wird.

Mit diesem Übergang ist ein weiterer Zwischenschritt verbunden. Der Zeitindex nämlich als Distanznahme zum Vergangenen kann sowohl als eine Gedächtnisleistung wie auch als eine historiographische Funktion interpretiert werden. Er kann auf Geschichte ebenso verweisen wie auf Gedächtnis. Für das individuelle, psychische Gedächtnis hat Edmund Husserl diese Markierung des Erinnerten als Erinnertes, als zeitlich Distantes, als Nicht-Gegenwärtiges, Negiertes beschrieben (siehe Husserl 1966). Für die Geschichtsschreibung ist die Distanzierung und die chronologische Markierung ohnehin, wie oben mit Halb wachs und Assmann gefasst, eine Grundvoraussetzung. Besonders die ab-

14 Der Begriff des «abgeleiteten Index» wird hier ebenfalls nach Peirce verwendet. Siehe dazu Walther 1979, 65.

geleiteten Indices, die auf Mode und Stile früherer Alltagskultur verweisen, sind für diese Überlagerung des Historischen mit dem Memorativen wichtig. Ein Charakteristikum dabei ist die Markierung des Vergangenen im Rahmen von Epochen- und Phasenbildung; etwa im Sinne eines «typischen 50er Jahre-Looks». Derlei Zuschreibungen sind genuin historiographische Techniken, und nicht selten werden sie zur Sicherheit vom Kommentar noch unterstützt. So wirken die Bilder als Aufzeichnung, als Dokument historiographisch; zugleich aber sind sie in die kollektive und oft – bei entsprechend geringer Zeitdistanz – auch in die individuelle Erinnerung eingelassen.

Für unseren Zusammenhang entscheidend ist dabei der Mechanismus, in dem das individuell, kollektiv und medial Erinnernte als Historisches aufgezeichnet, entäußert und ausgebreitet wird. So, wie das kollektive Gedächtnis dabei zugleich durch die Fernsehaufzeichnung ins Historisch-Entfernte gerückt wird, so wird auch die Autobiographie des Mediums, sein selbstreferenzielles Gedächtnis, historisiert. Das Fernsehen erinnert sich an sich selbst und schafft sich so eine überzeitliche Identität; zugleich aber schreibt es diese Erinnerung historiographisch auf, distanziert und objektiviert sie damit und tritt in geschichtliche Distanz zu sich selbst. Vervollkommnet wird dieses Verfahren, wenn die fernsehhistorischen Indices, die über das Material gelegt werden, schließlich sogar künstlich angebracht werden können. Damit schwingt sich das Fernsehen zum Herrn über seine eigenen Dokumente auf. Es kann jetzt – tendenziell: die Verfahren funktionieren noch keineswegs überzeugend – eigene Archivalien verfertigen.<sup>15</sup> Es schreibt dann Geschichte, indem es seine eigene Geschichte umschreibt, etwa sich als präsent in Szenen ausgibt, denen es nie beigewohnt hat. Die ganze Geschichte wird so virtuell zum Gedächtnisraum des Fernsehens.

Verstärkt gilt dies für den allfälligen Einsatz bildlicher und zunehmend digital gestützter Animationssequenzen. Die Bildtechnologie gestattet rekonstruktive Teilhabe an beliebigen historischen Szenen. Besonders gern wird dabei der Grenzbereich zwischen mythischem Gedächtnis und historischen Rekonstruktionen aufgesucht, wie etwa Troja und Atlantis oder die frühen Pharaonenreiche; oder völlig fiktive Episoden der Naturgeschichte wie das Leben der Drachen; oder sogar eine Projektion zukünftiger Naturgeschichte: die Welt in 50 Millionen Jahren. Die Art des Einsatzes unterscheidet sich dabei klar von der

15 VIRTUAL HISTORY nennt der Fernsehsender *Discovery Channel* seine Sendereihe, in dem Mangel an «neuen» Archivmaterialien durch komplex verfertigte, in digital-analogen Mischverfahren erzeugte künstliche Archivalien ergänzt bzw. ersetzt werden. Später einmal, so die verwegene Voraussage, werde man die künstlich verfertigten Archivalien von den «echten» nicht mehr unterscheiden können. Für diesen wertvollen Hinweis bin ich meinem Kollegen Wolfgang Kissel sehr dankbar.

des historischen Spielfilms. Während der historische Spielfilm klassischer Provenienz wie auch die Geschichtsschreibung historistischer Provenienz einen unmittelbaren Zugriff auf die rekonstruierte Vergangenheit suggeriert, unterlässt dies das Fernsehen. Im Gegenteil, es greift stets durch sein eigenes Verfahren hindurch auf das Vergangene zu und weist es als Produkt dieser Verfahren aus. Alle Vergangenheit ist ihm seine eigene Vergangenheit, alle Geschichte seine eigene Geschichte. Der Selbstreferenzhorizont des Fernsehens für Geschichte ist nicht Geschichte, sondern Fernsehen. Gerade diese Bezugnahme auf das eigene Verfahren der Beglaubigung ist es, die die verschiedenen Formate des Genres miteinander verbindet. Das heißt natürlich noch keineswegs, dass eine Sendereihe wie die berühmte ZDF HISTORY mit einem Fernsehspiel Breloers, einer animierten Bebilderung des Pyramidenbaus oder gar der oben erwähnten VIRTUAL HISTORY identisch wäre. In allen diesen Fällen aber werden erstens verwandte Verfahren der Iconisierung und der Indexikalisierung angewandt, und zweitens haben alle diese Formate die Tendenz, die Präsentation und Thematisierung des Verfahrens vor die Repräsentation des historischen Vorkommnisses zu stellen. Dies kann implizit durch innere Kommentarverhältnisse geschehen wie bei Breloer, explizit durch Schematisierung und Quellenkritik wie bei Guido Knopp, oder performativ wie in der Virtual History, die uns stolz die technische Leistungsfähigkeit der Instrumente vorführt. Jedes Mal wird die repräsentierte Geschichte als Produkt des Repräsentationsvorgangs ausgewiesen und damit das Fernsehen als Quelle aller Quellen, d.h. als äußerste Grenze der Geschichte selbst markiert.

## 8. Zeugen und Experten

Ein weiteres Merkmal der Geschichtsrepräsentation im Fernsehen ist die Befragung von Zeitzeugen einerseits, von Experten und Historikern andererseits. Auch hier sind die Arbeiten Guido Knopps zweifellos standardsetzend; etwa wäre die Praxis der bildlichen Inszenierung der Zeugen in einem eigenschaftslosen Lichtraum eine eigene Betrachtung wert. Die Zeitzeugen belegen selbstverständlich, ähnlich wie oben für die Dokumente aufgezeigt, eine iconische Funktion der Anteilhabe am historischen Geschehen. Aus diesem Grund wird in der Regel durch Einblendung der Stellenwert ihrer Erinnerung für das Gesamtgeschehen deutlich gemacht, etwa: als Opfer, als Täter, als Unbeteiligte, als Nachfahre usw. Was für die Zeugen selbst Erinnerung, das ist für das Bild jedoch schon Geschichte. Der komplementäre Verweis auf die historische Distanz entfällt hier, wenn es sich nicht, in komplexeren Fällen als denen der ZDF

HISTORY, wiederum um historische, frühere Interviews handelt. Sie werden dann wieder als Fernsehdokumente eingeführt und verweisen unmittelbar auf die historiographisch-memorative Funktion des Fernsehens und auf die Geschichte des Fernsehens selbst.

Das Komplement zur Aussage des Zeitzeugen ist in der Regel das Expertengespräch. Viele Geschichtssendungen verwenden Historikeraussagen. Auf diese Aussagen trifft, von der Beteiligungslosigkeit bis zum Verallgemeinerungsanspruch, grundsätzlich die Kennzeichnung als historiographische, Vergangenheit als Geschichte entfernende und wieder aneignende Prozedur zu. Weder durch Anteilhabe noch durch Ursächlichkeit, sondern durch Verfahren, durch Vergleich von Quellen etwa, durch methodische Diskussion, durch Relativierung mit den vergangenen Geschehnissen verbunden, folgen die Expertengespräche einer relationalen Epistemologie, einer symbolischen Erkenntnis- und Repräsentationsweise. Nur am Rande bemerkt sei die paradoxierende Sonderform des Experten in eigener Sache; des Zeitzeugen, der das Geschehen nicht iconisch und positiv über die eigene Anteilhabe, sondern symbolisch und relativ über das zeitlich und nicht selten auch sachlich distanzierte Fachwissen hindurch vergegenwärtigt.

An die Stelle des Historikers oder zu seiner Ergänzung wird oft der Off-Kommentar herangezogen, die meist anonyme Stimme des impliziten Autors, also der personifizierten Selbstrepräsentation des Beitrags. Der Off-Kommentar setzt das Bildschirmgeschehen selbst als Experten, als Historiker ein, wo die Strategie der Dokumentation, wie ausführlich gesehen, es als Subjekt und Instanz des Gedächtnisses einsetzt. Damit gehorcht das Fernsehen selbst der Form des Experten in eigener Sache. Das gilt nicht zuletzt für die Montageformen, die zwischen den verschiedenen Dokumentar- und Interviewebenen den Zusammenhang herstellen. Zwischen den verschiedenen Quellen- und Rekonstruktionsebenen, den Beschreibungen und Kommentaren wird hin- und hergeschaltet; sie sind einander beigeordnet oder in wechselnder, revidierbarer Weise untergeordnet.

Die Anstrengung der Geschichtssendung gilt mithin charakteristischerweise nicht der rekonstruktiven historischen Darstellung eines Sachverhaltes mit anschließender Verstellung des rekonstruktiven Charakters. Vielmehr widmet sich das Fernsehen der Repräsentation der Rekonstruktionsanstrengung selbst. Die verschiedenen Zeitebenen und Zeitverhältnisse können wie in einem Regieraum zugriffsfrei angesteuert, ausgewählt und aktualisiert werden. Das Fernsehen breitet sich als ein Gang durch die eigenen Produktionsstätten und dabei vor allem durch sein eigenes Archiv, aber auch seine Animations- und Redaktionsabteilungen, vor uns aus. Genau das aber, nämlich der Verfahrens-

oder Funktionscharakter, ist kennzeichnend für die Arbeitsweise des Gedächtnisses. In den Geschichtssendungen macht das Fernsehen sein Gedächtnis sichtbar, also die Operation, in der es zwischen Erinnern und Vergessen unterscheidet; und damit zugleich die zweite Operation, durch die es zwischen selbstreferenziellem Gedächtnis und fremdreferenzieller Geschichte unterscheidet.

## 9. Fernsehgeschichte und Universalgedächtnis

Geschichte und mit ihr die ihr eingeschriebene Geschichte des Fernsehens wird vom Fernsehen nicht wie ein Gegenstand, sondern als ein Verfahren des Fernsehens dargestellt. Das unterscheidet die medienwissenschaftliche Beschreibung der Fernsehgeschichte in den Standardwerken von der Sichtweise des Fernsehens auf seine eigene Vergangenheit. Die Geschichte bewohnt das Gedächtnis des Fernsehens, d.h. seinen operativen Innenraum. Das Fernsehen beschreibt sich und seine eigene Vergangenheit dabei historiographisch selbst als den Ort, an dem das – idealisierte – Ganze und Eine der Geschichte als eine Art übersummenhafter Effekt aus der unendlichen Summe der partikularen Gedächtnisse entsteht. Es wird zu einem sich selbst reproduzierenden Universalgedächtnis.

Folgt man Aleida Assmann (1999, 130–143), dann ist ein solches Gedächtnis der Gedächtnisse – ein solches Gedächtnis zweiter Ordnung, das das Gedächtnis erster Ordnung erst ermöglicht oder aber re-memorierend beobachtet – nichts anderes als eben die Geschichte. Dieser Gedanke, obschon er systemtheoretischen Grundannahmen, die von einer Trennung des Historischen vom Gedächtnis als zwei verschiedenen Horizonten der Selbstreferenz ausgehen, widerspricht,<sup>16</sup> ist hier in Bezug auf das Fernsehen interessant, gerade weil er, wie dieses Medium, die Polarität von Gedächtnis und Geschichte abschwächt. Assmann spricht statt dessen von (memorativem) «Funktionsgedächtnis» und (historiographischem) «Speichergedächtnis». Das Fernsehen, so wäre Assmanns Gedanke auszuweiten, würde dann in seinen Geschichtssendungen das «Speichergedächtnis» als (Unter-)Funktion des «Funktionsgedächtnisses» produzieren. Es bewerkstelligte dann den Übergang zwischen den beiden Ordnungen der Vergangenheit, aber notwendigerweise begleitet durch den Umstand, dass es sich selbst und sein (Funktions-)Gedächtnis als Grundlage und Horizont aller – auch seiner eigenen – Geschichte ansehen muss.

16 Siehe zum Beispiel Luhmann 1997, 573 f und 576 f.

Das Fernsehen bewegt sich in einem Raum jenseits der Differenz von Geschichte und Gedächtnis, genauer: es beobachtet die Einheit dieser Differenz. Es bewegt sich stets auf beiden Seiten der Differenz zugleich. Es markiert dabei revidierbar und wiederholbar – wie das dem Fernsehen entspricht – einmal die eine, einmal die andere Seite. Je nach Perspektive und Zusammenhang gibt es seine eigene Geschichte, seine Historiographie als größtmögliches und zugleich hoch differenziertes kollektives Gedächtnis zu lesen; oder aber sein eigenes Erinnerungsverfahren, seine Autobiographie als zugleich universale wie spezialisierbare Geschichte. Die Geschichte des Fernsehens ist die Geschichte seines Gedächtnisses; sein Gedächtnis ist das Gedächtnis seiner Geschichte. Die Geschichte der Welt wird, vom Fernsehen aus betrachtet, zu seiner und ihrer Autobiographie. Das Fernsehen ist der Simultanraum, in dem alle Schichten der Vergangenheit nebeneinander liegen, und eben auch alle Schichten der Fernsehgeschichte. Diese nicht mehr chronologische, lineare und kausale, sondern horizontale, eventuelle und kontingente Autobiographie, das Universalgedächtnis des Fernsehens, das seine Identität begründet, aufzuschreiben, wäre eine Geschichte, die sich wohl lohnen könnte, wenn sie dabei nicht Gefahr liefe, fast zwangsläufig auf Fernsehgeschichtsschreibung verkürzt zu werden.

## Literatur:

- Assmann, Alaida (1999) *Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kollektiven Gedächtnisses*. München: Beck.
- Assmann, Jan (1992) *Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen*. München: Beck.
- Barthes, Roland (1985) *Die helle Kammer. Bemerkung zur Photographie*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Cavell, Stanley (2002) Die Tatsache des Fernsehens. In: *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft*. Hg. v. Ralf Adelman, Jan O. Hesse, Judith Keilbach et al. Konstanz: UVK, S. 125–164.
- Cornelissen, Christoph / Klinkhammer, Lutz / Schwentker, Wolfgang (Hg.) (2004) *Erinnerungskulturen. Deutschland, Italien und Japan seit 1945*. Frankfurt/Main: Fischer.
- Crivellari, Fabio / Kirchmann, Kay / Sandl, Marcus / Schlögl, Karl (Hg.) (2004) *Die Medien der Geschichte. Historizität und Medialität in interdisziplinärer Perspektive*. Konstanz: UVK.
- Dayan, Daniel / Katz, Elihu (1996) *The Live Broadcasting of History*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Deleuze, Gilles (1997) *Differenz und Wiederholung*. München: Fink.

- Echterhoff, Gerald / Saar, Martin (Hg.) (2002) *Kontexte und Kulturen des Erinnerns. Maurice Halbwachs und das Paradigma des sozialen Gedächtnisses*. Konstanz: UVK.
- Eco, Umberto (1986) Reise ins Reich der Hyperrealität. In: Ders.: *Über Gott und die Welt. Essays und Glossen*. München: Hanser, S. 36-99.
- Esposito, Elena (2002) *Soziales Vergessen. Formen und Medien des Gedächtnisses der Gesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Engell, Lorenz (1988) Wechselwirtschaft und vertauschte Ansprachen. In: *Tumult*, 11, S. 102-115.
- (1989) *Vom Widerspruch zur Langeweile. Logische und temporale Begründungen des Fernsehens*. Frankfurt am Main u.a.: Lang.
- / Vogl, Joseph (Hg.) (2001) *Mediale Historiographien*. Weimar: Verlag der Bauhaus-Universität (= Archiv für Mediengeschichte, Bd. 1).
- Erll, Astrid / Nünning, Ansgar (Hg.) (2004) *Medien des kollektiven Gedächtnisses*. Berlin / New York: de Gruyter.
- Felix, Jürgen (Hg.) (2001) *Die Wiederholung*. Marburg: Schüren.
- Halbwachs, Maurice (1985) *Das Gedächtnis und seine sozialen Bedingungen*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- (1991) *Das kollektive Gedächtnis*. Frankfurt/Main: Fischer.
- Hickethier, Knut (1998) *Geschichte des Deutschen Fernsehens*. Stuttgart/Weimar: Böhlau.
- Husserl, Edmund (1966) *Zur Phänomenologie des inneren Zeitbewusstseins*. Den Haag: Nijhoff.
- Kierkegaard, Sören (1960) Wechselwirtschaft. In: Ders.: *Entweder – Oder*. Köln: HeGENER.
- (1984) Die Wiederholung. In: Ders.: *Die Wiederholung. Die Krise*. Frankfurt/Main: Syndikat.
- Knopp, Guido / Quandt, Siegfried (Hg.) (1988) *Geschichte im Fernsehen*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Kracauer, Siegfried (1971) *Geschichte – vor den letzten Dingen*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- (1985) *Theorie des Films. Die Errettung der äußeren Wirklichkeit*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1996) *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- (1997) *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Mülder-Bach, Inka (1987) Der Umschlag der Negativität. Zur Verschränkung von Phänomenologie, Geschichtsphilosophie und Filmästhetik in Siegfried Kracauers Metaphysik der Oberfläche. In: *Deutsche Vierteljahresschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte*, 61, S. 359-361.
- Nietzsche, Friedrich (1988) Von Nutzen und Nachtheil der Historie für das Leben. In: Ders.: *Unzeitgemäße Betrachtungen*. Zweites Stück. KSA. München u.a.: dtv, S. 245-334.
- Nora, Pierre (1984-1992) *Les Lieux de mémoire*. Tome 1-3. Paris: Gallimard.

- Peirce, Charles Sanders (1983) *Phänomen und Logik der Zeichen*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Ranke, Leopold von (1872) *Abhandlungen und Versuche*. Leipzig: Duncker & Humblot (= Sämtliche Werke, Bd. 24).
- Roberts, Graham (2001) *The historian, television, and television history*. Luton: University Luton Press.
- Sobchack, Vivian (Hg.) (1996) *The Persistence of History. Cinema, Television, and the Modern Event*. New York/London: Routledge.
- Walther, Elisabeth (1979) *Allgemeine Zeichenlehre*. Stuttgart: DVA.
- Welzer, Harald (Hg.) (2001) *Das soziale Gedächtnis. Geschichte, Erinnerung, Tradierung*. Hamburg: Hamburger Edition.

Vrääth Öhner

# Konstitutive Unvollständigkeit

## Zur Archivierung und Rekonstruktion von Fernsehprogrammen<sup>1</sup>

Wiedersehen macht Freude. Das gilt nicht nur für verliehene Gegenstände, sondern auch für solche, die aus der Sicht des Gedächtnisses entweder bereits gänzlich vergessen waren oder von denen bloß eine notwendig undeutliche Erinnerung noch existierte. Es gehört zu den Segnungen archivarischer Sammlungs- und Aufbewahrungstätigkeit, dass diese das Vergessen ebenso wie die undeutliche Erinnerung mit Gegenständen konfrontieren kann, deren Integrität und Unversehrtheit sie behauptet. Sieht man einmal davon ab, dass Integrität und Unversehrtheit nichts anderes sind als der Ausdruck jener Fiktion von der Aufhebung der Zeit, die ihrerseits nicht unwesentlich zur Entstehung von Archiven, Museen und Sammlungen beigetragen hat, so macht es tatsächlich einen Unterschied, ein Buch wieder zu lesen, dessen Inhalt man vergessen oder nur mehr in groben Zügen erinnert hatte. Die unterbrochene Kommunikation mit dem Werk wird in einer erneuten Lektüre entfaltet, deren Gewinn kaum von dem Umstand geschmälert wird, dass es nicht dasselbe Buch ist, das man liest – «Die Wiederholung», sagt Gilles Deleuze, «ändert nichts am sich wiederholenden Objekt, sie ändert aber etwas im Geist, der sie betrachtet» (1992, 99). Noch könnte die Lektüre jemals dieselbe Erfahrung wiederholen, die man in der Vergangenheit mit dem Buch gemacht hat. Obwohl der Sieg über die Zeit also nur ein scheinbarer ist, würde dennoch kein historisches Bewusstsein der Differenz zwischen Vergangenheit und Gegenwart sich ohne die materielle Stütze des Aufbewahrten ausbilden können.

## Praktiken der Archivierung

Im Vergleich mit anderen Medien ist das Fernsehen ein relativ junges Medium. Trotzdem muss, wie Aycha Riffi schreibt,

1 Der vorliegende Text wurde erstmals unter dem Titel «Wiedersehen macht Freude» in *Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaft* 12,4, 2001, S. 30–41 veröffentlicht. Er erscheint hier in überarbeiteter Form.

vor dem Hintergrund der (...) Forderung nach der umfassenden bzw. gesamten Sicherung des kulturellen Erbes für den Bereich «Archivierung audiovisuellen Materials – Fernsehen» heute von einer «verlorenen Vergangenheit» ausgegangen werden. Das Fernseharchiv als Speicherort allen deponierten Wissens ist unvollständig und kann nicht mehr wiederhergestellt werden (1999, 8).

Dieser Befund wird nur jene überraschen, welche in der technischen Reproduzierbarkeit eines Abbildes schon die hinreichende Bedingung für dessen weitere Überlieferung erkennen wollten. Hinter der Feststellung des Verlusts aber verbergen sich andere Begründungen als solche technischer Natur: Zunächst muss man sich vergegenwärtigen, dass die Forderung, audiovisuelle Medien als Teil des weltweiten Kulturerbes zu sichern, von der UNESCO erst 1980 erhoben wurde. Zuvor ließ sich im internationalen Rahmen offenbar die Entscheidung, audiovisuelles Material als bewahrenswerten Teil des kulturellen Erbes zu betrachten, nicht durchsetzen. Die späte internationale Anerkennung (im Fall des Films über 80 Jahre nach seiner Entstehung) mag seinen populärkulturellen Quellen ebenso geschuldet sein wie der marktförmigen Verwertungslogik audiovisueller Produkte und der gesellschaftlich marginalen Position jener, die dem Film eine Geschichte geben wollten. Sie kann aber auch als versteckter Hinweis auf die hohen finanziellen und personellen Kosten gelesen werden, welche die Archivierung von audiovisuellem Material mit sich bringt.

In einer der ersten mehrbändigen Historiografien der Filmkunst, der *Histoire de l'art du cinéma des origines à nos jours* von Georges Sadoul (1949), sind bereits jene Sachverhalte und Widersprüche vermerkt, welche auch in der Diskussion um die Archivierung von Fernsehmaterial entscheidenden Stellenwert beanspruchen:

Eine Kunst ist unter unsern Augen entstanden. Viele ihrer Pioniere, ja sogar ihrer Erfinder, sind noch am Leben, und dennoch ist es schwierig, die Anfänge dieser Kunst zu erforschen. In einer Zeit, da die Menschen die wichtigsten Zeugnisse ihrer wichtigsten Taten aufbewahren, wurden die Archive dieser jungen Kunst in alle Winde verstreut, ehe man auch nur zu verstehen begann, dass der Film eine neue Sprache entwickelt hatte. Der Forscher muss daher vorgehen wie ein Paläontologe, der ein Tier auf Grund einiger übrig gebliebener Knochen wieder aufbaut, in der Hoffnung, dass nicht spätere Entdeckungen alle seine Hypothesen über den Haufen werfen mögen ([1949] 1982, 11).

Neben der Reserve, die Sadoul für den Wahrheitsgehalt seiner Darstellung einbehält, fällt vor allem die Begründung auf, welche die Darstellung in ihr Recht setzt, obwohl sie streng genommen deren Resultat sein müsste. Vom Film als Kunstform könnte erst gesprochen werden, wenn die Einzigartigkeit der Sprache, derer er sich bedient, erwiesen wäre: Das ist so lange unmöglich, als der empirische Korpus für diese Hypothese fehlt. Zugleich aber wäre die Versammlung der in alle Winde verstreuten Überbleibsel einer neuen Sprache unmöglich, würde nicht die Hypothese von der Filmkunst Auswahl und Sammlung bereits angeleitet haben.

Sadouls Rede von der Paläontologie verdeutlicht die veränderte Situation, in der über die Gründung audiovisueller Archive nachgedacht wird: nämlich in der scheinbaren Allgegenwart und Verfügbarkeit audiovisuellen Materials. Gegen diesen Eindruck wendet sich Sadouls Skandalisierung, welche die Unwiederbringlichkeit des bereits Verlorenen feststellt, obwohl sie den Verlust notdürftig über die eigene wie auch über die Erinnerung der Pioniere und Erfinder zu überbrücken trachtet. Indem der Wertmaßstab «Filmkunst» die Logik der Darstellung begründet, zugleich jedoch im Ungewissen bleibt, ob die Sprache dieser Kunst schon richtig verstanden wurde, tritt für Archivierungspraktiken, die sich beispielsweise Sadouls Ansatz zu Eigen machen wollen, ein Problem auf. Ein Problem, für dessen Existenz Pierre Nora gerade den Verlust jenes «gelebten Gedächtnisses» verantwortlich gemacht hat, auf das Sadoul sich explizit stützt: Ohne dieses Gedächtnis nämlich ließe sich Nora zufolge «unmöglich im Voraus beurteilen, woran man sich später einmal wird erinnern müssen» (1990, 20) – was, wie er weiter ausführt, zur unweigerlichen Folge hätte, dass schlicht alles aufbewahrt würde. «Die Liquidierung des Gedächtnisses», so Nora, habe zu einer «allgemeinen Aufzeichnungswut» geführt (ibid.).

Pierre Nora ist nicht der einzige, der die Medien als Agenten eines sorgenvollen Geschichtsbewusstseins beschreibt, das seine Verankerung in der Tradition eines gelebten Gedächtnisses verloren hat. Dabei geht er nicht so weit zu behaupten, die Medien hätten diese Entwicklung allein zu verantworten, im Gegenteil: Die Beschleunigung der Geschichte sei den westlichen Industriegesellschaften immanent. Als «heiße» Gesellschaften, um ein Wort von Claude Lévi-Strauss zu gebrauchen, verinnerlichen sie ihre Geschichte, um sie zum Motor ihrer Entwicklung zu machen. Der Zeitpfeil, nach dem sie ihre Besorgungen verrichten, zeigt ausschließlich in Richtung Zukunft, wobei die Vergangenheit – als bewahrenswerter Bestand zwar registriert, dadurch aber gleichzeitig ihrer Wirkmächtigkeit beraubt – nur noch als vergangene erscheint. Nora beschreibt die gegenwärtige Haltung gegenüber der Vergangenheit als Spiegelung, als Versuch zu entschlüsseln, «was wir sind, im Lichte dessen, was

wir nicht mehr sind» (ibid., 25). An die Stelle einer notwendig vergesslichen Kontinuierung, die über das Vergessen hinweg die Verbindung zu Universalien wahrt, welche die Abstammung einer Gemeinschaft ausdrücken, tritt heute eine Bewahrungssucht und Archivierungswut, der es scheinbar nur noch auf die bloße Möglichkeit der augenblicklichen Rekonstruktion des Vergangenen ankommt. Die Geschichte sei zu unserem «Ersatz-Imaginären» geworden, meint Nora, und weist damit auf jene Differenz hin, welche die historische von der augenblicklichen Rekonstruktion trennt.

Für Archive, die an effizientem Funktionieren interessiert sind, kann es – gerade wenn es sich um audiovisuelles Material handelt – natürlich weder darum gehen, alles aufzuheben, noch darum, die Aufbewahrung einer einzigen Prämissen zu unterstellen. Einer Totalarchivierung von audiovisuellem Material stehen die hohen finanziellen Kosten eines solchen Vorhabens ebenso entgegen wie Probleme der Lagerung, der inhaltlichen Erschließung (die bei audiovisuellen Quellen aufwändiger ist als bei anderen) oder der Haltbarkeit der Trägermaterialien. Aber auch der legitime Anspruch der Archive auf Bewertung der Materialien (vgl. Riffi 1999, 6) lässt die Idee der Totalarchivierung als problematisch erscheinen. Umgekehrt führt der Anspruch, den Pierre Nora mit der schönen Wendung «Kunst der kontrollierten Vernichtung» umschrieben hat, allerdings unweigerlich zu strukturellen Absenzen, falls sich das Leitparadigma wissenschaftlicher Untersuchungen ändert.

Die Kriterien, die beispielsweise in vielen Filmarchiven angewendet werden und festlegen, welche Filme bewahrenswert sind und welche nicht, stammen, wie William Uricchio (1995) festgehalten hat, aus einer historisch spezifischen Konfiguration im Feld der Filmwissenschaft, innerhalb derer das Paradigma vom «Film als Kunst» allein schon aus dem Grund verfolgt werden musste, weil es die Legitimationsgrundlage für Filmwissenschaft im Allgemeinen darstellte. Allerdings habe, so Uricchio weiter, die Infragestellung von Kanons und Geschmackshierarchien, die von Vertretern der Cultural Studies vorgebracht wurde, später gezeigt, dass der Schwerpunkt «Film als Kunst» in vielen Fällen den Schwerpunkt «Film als Kultur» behindert, weil die Texte, die für letzteren Zugang notwendig wären, von der archivarischen Aufbewahrungspolitik unter Umständen ausgeschlossen werden. Als Beispiel für diesen Sachverhalt führt Uricchio Werbefilme an, die im Vergleichszeitraum eines Jahres von fünf- oder sechsmal mehr Zuschauern gesehen werden als die erfolgreichsten Blockbuster, und die dennoch zumeist den gängigen Archivierungspolitiken zum Opfer fallen. Als Texte in ihrem eigenen Recht, als kulturelle Objekte und als zentrale Komponenten, welche die Rezeptionsbedingungen jener Filme konstituieren, die auf sie folgen, haben diese Werbefilme laut Uricchio eine nicht zu unter-

schätzende Bedeutung. Und obwohl die meisten Filmarchive heutzutage ihre Auslastungsgrenze schon mit der Konservierung von gefährdetem Material erreichen, schlägt Uricchio im Hinblick auf Lücken innerhalb des Archivbestandes, die von einem neuen Leitparadigma sichtbar gemacht werden könnten, einen intensiveren Austausch zwischen den traditionell antagonistischen Lagern der Forscher und der Archivare vor.

## Zugang und Erschließung

Nun sind die durch gängige Archivpolitiken verursachten strukturellen Absenzen nicht die einzigen Restriktionen, welche die Bandbreite wissenschaftlicher Forschung einschränken. Zu diesen gesellt sich, was William Uricchio den «kontrollierten» bzw. «eingeschränkten» Zugang zu vorhandenem Material nennt, aber auch jene Eindeutigkeit des Aufbewahrten, die ihrerseits zur Privilegierung des Faktischen gegenüber den Ambiguitäten widerstreitender Diskurse verführt. Alle diese Einschränkungen treffen in hohem Maß auf die Fernseharchive in Österreich wie in Deutschland zu. Das zeigt sich sowohl im Hinblick auf ihre Funktion als auch in der Art und Weise der Erschließung des Materials oder im Bereich der freiwilligen Gewährung des Zugangs Dritter. Anders als in Schweden, Frankreich oder England, wo eigenständige Archive existieren, die entweder über ein Gesetz, das die verpflichtende Abgabe von Sendungen regelt, mit Material versorgt werden wie das beim französischen *Institut national de l'audiovisuel* (INA) der Fall ist oder über eine mit dem Sender geschlossene Vereinbarung wie beim englischen *National Film and Television Archive*, unterstehen die Fernseharchive im deutschsprachigen Raum der Verfügungsgewalt der Sender.<sup>2</sup> Tendenziell handelt es sich bei diesen also um gewissermaßen «private» Firmenarchive, die zunächst im Sinn ihrer eigenen Verwertungsinteressen handeln, selbst wenn die Sendeanstalt eine öffentlich-rechtliche Einrichtung sein sollte, wie etwa die Sender der ARD, das ZDF oder auch der ORF. Es wird kaum jemanden überraschen, dass die Frage des Zugangs zu diesen Archiven von ihrem gleichsam privaten Charakter strukturiert wird:

2 Das *Deutsche Rundfunkarchiv* (DRA) und die *Österreichische Mediathek* sind zwar ebenfalls unabhängige Einrichtungen, die über audiovisuelles Material verfügen, allerdings wird das DRA von der ARD finanziert und befriedigt in der Mehrzahl Programmrecherchen der Anstalten, während die Mediathek zwar eine öffentliche Einrichtung ist, Fernsehsendungen in Eigenregie aber nur selektiv aufnimmt, und das auch erst seit 1980.

In Deutschland, Italien, Österreich und anderen Ländern, in denen keine öffentlichen Fernseharchive existieren, bieten die Fernsehanstalten selbst und je nach momentanen finanziellen, räumlichen und technischen Gegebenheiten Einblick in ihre Archive. Rechtsanspruch besteht hier allerdings keiner, was kontinuierliche wissenschaftliche Forschung schwer macht (Mattl 1997, 269).

Insgesamt kann im deutschsprachigen Raum also keineswegs von einem öffentlichen Zugang zu Archivmaterial des Fernsehens die Rede sein. Es wäre allerdings von den Sendeanstalten zu viel verlangt, wenn diese sich für die Veröffentlichung ihrer Archivbestände allein und aus eigenem Antrieb einsetzen. Es würde schon genügen, wenn sie sich einem solchen Unterfangen nicht widersetzen. Wie die Diskussion um die Einrichtung einer «Mediathek» in Deutschland zeigt, bricht sich der vorhandene politische Wille an den Unklarheiten der Finanzierung. «Bislang sind die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland nicht dazu bereit, die Mediathek mitzutragen», weiß etwa Aycha Riffi von einer Haltung zu berichten, die es notwendig erscheinen lässt, «die konkreten Vorteile bzw. den Nutzen einer Deutschen Mediathek auch den Fernsehmachern aufzuzeigen» (1999, 58f.). Dass der Veröffentlichung des Archivierten darüber hinaus die schwierige urheberrechtliche Situation bei audiovisuellen Produktionen entgegensteht, die in einem hochgradig arbeitsteiligen Prozess hergestellt werden, soll hier als weiteres Hindernis für die Einrichtung von Mediatheken in naher Zukunft angeführt werden, welche interdisziplinäre kulturwissenschaftliche Forschungsinteressen befriedigen könnten.

Was nun die Archivierungspraktiken von Fernseharchiven betrifft, so unterscheiden diese sich von traditionellen Archiven auf Grund der je spezifischen Geschichte der Sendeanstalten sowie ihrer Funktion und Erschließungspraxis. Die Einrichtung des Historischen Archivs des ORF beispielsweise erfolgte erst 1984 im Zusammenhang mit der groß angelegten historischen Dokumentation zur österreichischen Nachkriegsgeschichte ÖSTERREICH II (vgl. Dusek 1997). Erst seit diesem Zeitpunkt gibt es eine systematische Rückwärtserschließung des noch vorhandenen Materials – eine Verspätung im internationalen Vergleich, welcher der Hauptabteilungsleiter Fernseharchiv des ORF, Peter Dusek, wenigstens den einen Vorteil abgewinnen kann, dass die späten Konservierungs- und Aufarbeitungsbemühungen *nach* der «digitalen Revolution» einsetzen und der ORF aus diesem Grund heute über «eines der modernsten Medienarchive der Welt verfügt» (ibid., 9).

Dass vieles unwiederbringlich verloren ist, verdankt sich aber nicht nur der verspäteten Aufarbeitung der Bestände, sondern ist zum Teil auch direktes Re-

sultat einer Erschließungspraxis, die Material zunächst nach der programmlichen Relevanz für zukünftige Ausstrahlung bewertet, eine Praxis, die Susanne Pollert (1996) als «Ad-hoc-Erschließung» bezeichnet hat. Diese Art der Erschließung arbeitet der gängigen Praxis redaktioneller Tätigkeit zu, indem sie das Faktische vor dem Fiktiven privilegiert, den narrativen und ästhetischen Zusammenhang einer einmal ausgestrahlten Sendung wieder auflöst, das thematisch relativ unabhängige Bildmaterial indiziert und es auf diese Weise für beliebig viele Wiederholungen nutzbar macht. Eine Folge dieser Praxis besteht darin, dass Dokumentationen, Reportagen oder Features inhaltlich konkreter erschlossen werden als zum Beispiel Fernsehspiele; eine andere bringt es mit sich, dass Sendungen meist nur zwischen Vor- und Nachspann oder als Einzelbeitrag archiviert und dokumentiert werden. Die Möglichkeiten für eine Rekonstruktion der Programmgeschichte, die auf die Korrelation von integralen Beiträgen angewiesen wäre, sind damit aber erheblich eingeschränkt: Beispielsweise werden Ansagen, Moderationsteile, Programmüberleitungen, Überleitungen zwischen einzelnen Nachrichtenbeiträgen, Werbeeinblendungen etc. nicht bzw. nicht im Zusammenhang der Ausstrahlung archiviert und erschlossen. Das hat laut Pollert zur Folge, dass «der lückenlose Programmablauf eines Sendetages in keiner der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik auf der Grundlage ihres archivierten bewegtbildlichen Programmvermögens nachvollzogen werden kann» (1996, 36).

Das Fehlen von Ansagen, Moderationsteilen oder Programmüberleitungen stellt nicht nur gegenwärtige bzw. künftige Forschungen vor erhebliche Probleme, sondern zuweilen auch die Produktionen der Fernsehanstalten selbst, wie am Beispiel der Sendereihe DÉJÀ VU (ORF 2001) abzulesen ist. Die vom ehemaligen Generalintendanten des ORF, Thaddäus Podgorski, moderierte sechsteilige Sendereihe, die im Sinn kritisch-heiterer «Anmerkungen zur Fernsehgeschichte» gestaltet ist und mit dem Wiedersehen von Fernsehlieblingen und Programmhöhepunkten, von Kuriosen und so genannten «Hoppalas» auch sentimental-nostalgische Emotionen wecken will, lässt nichts unversucht, um die Lücken in der eigenen Sammlung zu überbrücken. So werden etwa die Texte historischer Nachrichtenmeldungen von sichtlich ergrauten Moderatoren vor einer ZEIT IM BILD-Kulisse aus den frühen 1980er Jahren verlesen, die nicht immer zum Datum der Meldung passt. Die einzige visuelle Verbindung zur Vergangenheit wird dabei über ein Morphing hergestellt, welches eine historische Aufnahme des Moderators in sein gegenwärtiges Aussehen transformiert. Fehlt nicht das Bild, sondern bloß ein Bestandteil des Bildes, beispielsweise der Originalton, so wird dieses Fehlen mit dem Einsetzen von irgendwie stimmiger Musik (Marschmusik zu Trachtenaufzügen) lückenlos überbrückt.

Aber auch beim Wiedersehen mit Fernsehlieblichen hat man eher das Gefühl, dass nicht die Originalität des Ausschnitts Kriterium der Auswahl ist, sondern lediglich dessen Verfügbarkeit. Immerhin bestätigte Podgorski in der dritten Folge das Lamento seines Studiogastes Paulus Manker, dass viele der vergangenen Programmschätze nicht wieder aufzutreiben sind. Allerdings wird dieses Eingeständnis mühelos vom Unterhaltungswert des noch Vorhandenen aufgefangen. Zurück bleibt insgesamt einmal mehr jener Eindruck, den Lynn Spiegel so auf den Punkt brachte: «Fernsehen steht für eine Art des historischen Bewusstseins, welches die Vergangenheit nur erinnert, um an den Fortschritt der Gegenwart zu glauben» (1995, 20; Übers. V.Ö.).

Es versteht sich von selbst, dass Sendungen wie DÉJÀ VU die an der Programmgeschichte interessierte Forschung höchstens zufällig auf etwas aufmerksam machen können, das – wider erwarten – doch aufbewahrt wurde. Im Gegensatz zu Wiederholungen historischer Programme, wie sie etwa auf 3SAT zum fixen Programmbestandteil gehören, lässt sich aus den Vergangenheitschnipseln, die DÉJÀ VU präsentiert, keine Fernsehgeschichte rekonstruieren. So gesehen liefert DÉJÀ VU in noch einem anderen Sinn als dem oben erwähnten selbst den besten Beweis dafür, dass ohne Ansagen, Moderationsteile oder Programmüberleitungen die Vergangenheitsschnipsel wertlos wären: Interessant ist die Sendung nicht wegen des historischen Materials, sondern auf Grund der Art und Weise, wie dieses über Ansagen, Moderationsteile oder Programmüberleitungen perspektiviert wird.

## Werk und Rekonstruktion

«Nichts wäre weniger sicher, als dass es eines Tages eine <Geschichte des Fernsehens> geben wird» – ausgehend von dieser Überzeugung hat Serge Daney ([1987] 2000, 192) unter dem Titel *Das Fernsehen und sein Schatten* einige der Unterschiede aufgezählt, die empirisch für die Möglichkeit einer Film- und gegen die Möglichkeit einer Fernsehgeschichte sprechen:

Die Parallele Kino/Fernsehen wird durch die Zahlen selbst entkräftet. Das Fernsehen existiert seit mindestens vierzig Jahren, und wir verfügen immer noch über nichts, was einer «Geschichte des Fernsehens», einem kleinen Sadoul für künftige «Fernsehphile» mit Legenden, Sagas und Filmografien gleicht. Jede sentimentale Erwähnung der Fernsehvergangenheit geht nicht über eine Litanei von zwei oder drei zu Mythen gemachten Magazinen hinaus (...). Als würde das genügen, die Illusion einer so reichhaltigen Geschichte wie der des Films hervorzurufen (ibid., 193).

Das Kino hingegen habe zwischen 1910 und 1950 «eine unglaubliche Anzahl großartiger Monumente hervorgebracht, Meisterwerke, die weltberühmt sind und laufend Publikum hatten» (ibid., 194). Unverkennbar nimmt Daney die Position des Cinephilen ein, der das audiovisuelle Material im Maßstab ästhetischer Wertschätzung beurteilt. Der ästhetischen Bedeutungslosigkeit des Fernsehens entspreche die Perfektionierung seiner sozialen Funktion, die Serge Daney in dem Umstand realisiert sieht, dass die Bilder, die das Fernsehen ausstrahlt, weder eine zeitliche noch eine räumliche Beziehung zu seinem «Anderen» unterhalten: «Schon jetzt ist das Fernsehen nicht <wie> das Kino: seine Zeit ist nicht dieselbe. (...) Und da es Sklave einer reinen Gegenwart ohne Tiefe ist (darin liegt seine Größe), ist es nicht weiter verwunderlich, dass es nichts von sich weiß und, da es nichts weiß, weder seine Geschichte noch seine Historiker hervorgebracht hat (ibid.).»

Tatsächlich fehlt dem Fernsehen, was in ästhetischen Kategorien als Werk bezeichnet werden kann. Wie Lorenz Engell ausgeführt hat, «ist Fernsehen nicht mehr auf Objekte und Subjekte des kreativen Prozesses als Kern der Zeit zu bringen, es entzieht sich daher jeder Auffassung von Kunst und Kunstwerk» (1997, 480). Im Gegensatz zum ästhetischen Versprechen des Films, endlich eine Kunst mit Massenbasis hervorzubringen, die – entgegen den engen Begrenzungen, die der Hervorbringung dieser Kunst durch Industrie, Wirtschaft, Gesellschaft und Technik gesetzt sind – die Massen zu ihrem Ausdruck ebenso wie zu ihrem Recht kommen lässt, ist das Fernsehen im Nachkriegs-Europa als ein Medium der Massenkommunikation eingerichtet worden, das der öffentlich-rechtlichen Kontrolle staatlicher Institutionen untersteht. Während das Kino, wie Thomas Elsaesser salopp formuliert hat, im «Was-wäre-wenn-Modus» funktioniert, und damit als Ausdruck sowohl der Ängste, Befürchtungen und Fantasien, als auch der Hoffnungen, Utopien etc. im Sinne einer «Geschichte des Imaginären» interpretiert werden kann (vgl. Elsaesser/Blümlinger 1997), wird das Imaginäre des Fernsehens von den pluralistischen Begrenzungen der ausschließlich an der unmittelbaren Gegenwart orientierten Definitionsversuche gesellschaftlicher Wirklichkeit eingeschränkt.

Zusammengenommen mag das dazu beigetragen haben, dass es tatsächlich bis heute keine Geschichte des Fernsehens gibt, die mit jener des Films vergleichbar wäre; unmöglich gemacht wird eine solche dadurch aber noch nicht. Schon Serge Daney hat eingeräumt, dass «es natürlich immer möglich sein wird, in diesen Bildern [des Fernsehens, V.Ö.] unzählige für den Historiker (...) oder den Soziologen brauchbare objektive Informationen über die Epoche zu finden» (2000, 193), auch wenn er damit die Untersuchung des televisuellen Materials auf den Aspekt der Spurensuche nach Fragmenten sozialer Realität be-

schränkte. An diese Einschränkung könnte sich aber die Frage anschließen, ob für das Fernsehen etwa nicht gelte, was Thomas Elsaesser für den Film festgestellt hatte: Dass dieser «eben nicht die Spur eines Ereignisses, sondern selbst Ereignis ist» (Elsaesser/Blümlinger 1997, 571).

Dem Film eigne ein schwieriger epistemologischer Status «zwischen Objekt und Spur», ein Umstand, aus dem Elsaesser auf die Notwendigkeit schließt, Film nicht nur im Sinne der Filmgeschichte als Objekt bzw. im Sinne einer Gesellschaftsgeschichte als Spur zu untersuchen, sondern dem Film auch mit einer symptomatischen Lektüre zu begegnen, die in der «Berücksichtigung des Möglichen» besteht, in der Berücksichtigung «der alternativen und anderen Geschichten, die im Filmbild vorhanden sind» (ibid., 572). Indem aber Elsaesser einerseits diese Möglichkeit einer «Symptomatologie» eng an den bereits erwähnten «Was-wäre-wenn-Modus» der filmischen Fiktion bindet, und andererseits andeutet, dass «Tempus und Erzählmodi des Fernsehens noch einmal ein Kapitel für sich» seien, scheint eine theoretische Vorentscheidung über die Möglichkeit einer «Geschichte des Fernsehens» von der Beantwortung der Frage abzuhängen, ob nicht auch in den Fernsehbildern alternative und andere Geschichten vorhanden sind.

Natürlich bietet es sich an, diese Frage mit einem leichtherzigen «Warum nicht?» zu beantworten, aber so einfach ist die Sache nicht. Denn offenbar kollidiert die Frage nach den alternativen und anderen Geschichten in den Fernsehbildern mit der (materiellen) Verfügbarkeit dieser Bilder. Lorenz Engell jedenfalls kommt in seiner Auseinandersetzung mit dem Negativbild, das Gilles Deleuze vom Fernsehen gezeichnet hat,<sup>3</sup> zu dem Schluss, dass die Zweifel und Vorwürfe, die Deleuze vorbringt, wohl nur mit Hilfe einer detaillierten Archäologie zu entkräften wären – wobei eine solche ihre Grenze zunächst und vor allem in der zuvor beschriebenen Archivsituation finden dürfte. Darüber hinaus weist Engell im selben Atemzug darauf hin, dass eine detaillierte Archäologie des Fernsehbilds «ohne Autor und ohne Objekt» wird auskommen müssen, dass damit also die gängigen Orientierungspunkte von Filmtheorie ebenso wie von Filmgeschichte wegfallen:

3 Stellvertretend für die vielen verstreuten Anmerkungen zum Fernsehen von Gilles Deleuze mag diese aus einem Brief an Serge Daney stehen: «Die sozialen Funktionen des Fernsehens (Unterhaltungssendungen, Nachrichten) ersticken seine mögliche ästhetische Funktion. In diesem Zustand ist das Fernsehen der Konsens *par excellence*: es ist die unmittelbar soziale Technik, die keinerlei versetzte Beziehung zum Sozialen bestehen lässt, es ist die Sozialtechnologie im Reinzustand» (1992, 110).

Während der Film immer (...) vom Bild und vom Rahmen, von Einstellung und Montage aus aufgebaut gedacht wird, ist das Fernsehen immer vom Punkt, vom Intervall, vom Sprung, vom ununterbrochenen Fluss aus zu denken. Wo der Film, um Zeit-Bild zu werden, auf das Spiel mit und zwischen den gegebenen Größen des filmischen Bildes, der *Mise-en-scène*, der Kadrierung und Montage, der Erzählung angewiesen bleibt, wo der Film immer noch und immer wieder motivisch und thematisch verfahren muss, wo er ent-grenzen muss, weil er be-grenzt ist, da befindet sich das Fernsehen als Zeit, die Bild wird, immer schon jenseits eines solchen Spiels, da, wo es gar nichts mehr abzubilden gibt. Eben daher geht der Terminus Bild hier, beim Fernsehen, in die Irre (1997, 479).

## Das Fernsehen und die Geschichte domestizierter Aktualität

Fernsehen als Zeit, die zum Bild wird: Wäre das etwa so zu verstehen, dass das Fernsehen die Zeit direkt in ein Bild übergehen lässt? Und würde das bedeuten, dass die Zeit auf diese Weise überdauert oder wäre gerade die Zeitvorstellung als solche durch diesen Übergang aufgehoben? Die Antwort lautet: weder noch. Lorenz Engell charakterisiert das Fernsehbild nicht im Sinne unbegrenzter Offenheit, sondern im Sinne eines vorläufigen Faktums, eines Prozessresultats, das seinerseits notwendig unabgeschlossen bleiben muss. Er deutet die immanente Logik des Fernsehbilds in den Begriffen von Gilles Deleuze als die eines Kristallbildes, das ständig seine Vorder- mit seiner Rückseite vertauscht, das in einem ständigen Übergang begriffen ist zwischen Aktuellem und Virtuellem, ohne auf den offenen oder geschlossenen Rahmen eines Werks bezogen werden zu können.

So verstanden muss bei einer Rekonstruktion der Geschichte des Fernsehens – und zweifellos wäre es hier angebrachter, von Geschichten des Fernsehens zu sprechen (vgl. Keilbach/Thiele 2003) – den Fernsehbildern eine andere Art der Vorsicht entgegengebracht werden als den Bildern des Kinos. Während letzteres Thomas Elsaesser gemäß heute als Identitätsmaschine fungiert, und zwar gerade auf Grund jener Erfahrung eines lust- oder angstvoll erlebten «Anderen», welche die Gelegenheit zur temporären Aufhebung subjektiver Identität bietet, funktioniert das Fernsehen als das genaue Gegenteil:

Weder braucht es Anderssein, noch toleriert es Andersheit, denn es macht jeden mit jedem bekannt und erschafft die Welt noch einmal nach dem Bild der Sitcom-Familie. Fernsehen weiß, wo es zuhause ist, spielt Ratgeber und Hand-

lungsreisender, ist der wohlgezogene Gast im Wohnzimmer, wenn es nicht den liebenswerten Moderator eines Dorffestes oder den Showmaster auf den Geburtstagspartys des Lebens mimt. Fernsehen will das Spiegelbild unserer Fantasien von Häuslichkeit sein, während Kino uns Fantasien des Fremdgehens vor Augen hält (2002, 13f.).

Eine symptomatologische Lektüre des Fernsehbilds, die ähnlich verfahren wollte wie Thomas Elsaesser dies für das Filmbild skizziert hat, wäre demnach weniger auf die Suche nach im Fernsehbild vorhandenen alternativen oder anderen Geschichten angewiesen, sondern vielmehr auf die Rekonstruktion der Art und Weise, die widerständige und unvorhersehbare Aktualität zu domestizieren. Keine «Geschichte des Imaginären», sondern eine Geschichte domestizierter Aktualität: Wenn das Fernsehen tatsächlich als Zeit betrachtet werden muss, die Bild wird, dann folgt aus der fundamentalen Instabilität, die sich aus diesem Bild-Werden ergibt und die das Fernsehen in seiner Erscheinungsweise ebenso wie in seiner Geschichtlichkeit konstituiert, dass das «Spiegelbild unserer Fantasien von Häuslichkeit» von einem gesprungenen Spiegel erzeugt wird. Wie Richard Dienst (1994) bemerkte, etabliert das Fernsehen zwar die Mechanik einer globalen Repräsentation, ohne aber in der Lage zu sein, diese zu verwirklichen: Kein anderes Fernsehbild und auch nicht das «Andere» des Fernsehbilds würde sich damit als Gegenstand einer symptomatologischen Lektüre anbieten, sondern die konstitutive Unvollständigkeit des Fernsehbildes und aller vom Fernsehen übertragenen Bilder, die sich nicht zuletzt in der Unvollständigkeit der Fernseharchive selbst bereits angekündigt hatte.

## Literatur

- Daney, Serge (2000) Das Fernsehen und sein Schatten. In: *Von der Welt ins Bild. Augenzeugenberichte eines Cinephilen*. Hg. v. Christa Blümlinger. Berlin: Vorwerk 8, S. 192–194.
- Deleuze, Gilles (1992) *Differenz und Wiederholung*. München: Fink.
- Deleuze, Gilles (1993) Optimismus, Pessimismus und Reisen. In: *Unterhandlungen 1972–1990*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 101–118.
- Dienst, Richard (1994) *Still Life in Real Time. Theory after Television*. Durham: Duke University Press.
- Dusek, Peter (1997) Die «Gnade» der späten Reform oder Das Methodendefizit der Historiker im Medienzeitalter. In: *Medien & Zeit* 1, S. 4–12.

- Elsaesser, Thomas / Blümlinger, Christa (1997) Filme, Kinos, Geschichten, Archive, Forschungen. In: *Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften* 8,4, S. 567–586.
- Elsaesser, Thomas (2002) «Un train peut en cacher un autre». Geschichte, Gedächtnis und Medienöffentlichkeit. In: *Montage/AV* 11,1, S. 11–25.
- Engell, Lorenz (1997) Fernsehen mit Gilles Deleuze. In: *Der Film bei Deleuze*. Hg. v. Oliver Fahle & Lorenz Engell. Weimar: Verlag der Bauhaus-Universität Weimar, S. 468–481.
- Keilbach, Judith / Thiele, Matthias (2003) Für eine experimentelle Fernsehgeschichte. In: *Hamburger Hefte zur Medienkultur* (Themenheft Fernsehgeschichte, hg. v. Joan Kristin Bleicher) 2, S. 59–75.
- Mattl, Siegfried (1997) TV-Archive in Europa. Dokumentarische Beispiele. In: *Zeitgeschichte* 24,7/8, S. 268–269.
- Nora, Pierre (1990) *Zwischen Geschichte und Gedächtnis*. Berlin: Wagenbach.
- Pollert, Susanne (1996) *Film- und Fernseharchive. Bewahrung und Erschließung audiovisueller Quellen in der Bundesrepublik Deutschland*. Potsdam: Verlag für Berlin-Brandenburg.
- Riffi, Aycha (1999) *Zur Archivierung des Fernsehens*. Phil. Dipl. Bochum: Ruhr-Universität Bochum.
- Sadoul, Georges (1982) *Geschichte der Filmkunst* (frz. Orig. *Histoire de l'art du cinéma des origines à nos jours*, Paris 1949). Frankfurt/Main: Fischer.
- Spigel, Lynn (1995) From the dark ages to the golden age: women's memories and television reruns. In: *Screen* 36,1, S. 16–33.
- Uricchio, William (1995) Archives and absences. In: *Film History* 7, S. 256–263.

Lilli Hobl

# Wege durch die Irrgärten deutscher Fernseharchive

Aufzeichnungen einer Fernsehhistorikerin

*Helmut Kreuzer und Peter Hoff gewidmet*

Die Rekonstruktion der historischen Entwicklung von Fernsehprogrammen, -programmformen und -sendungen erfordert eine genaue Kenntnis der jeweiligen formalen Präsentationsformen und Inhalte. Die von den Sendeanstalten schriftlich fixierten Programmkonzeptionen und -schemata reichen dafür als alleinige Quellen nicht aus. Vielmehr gilt es, Quellen zu finden, die zumindest Ausschnitte des Programmflusses anschaulich machen.

In Gestalt des Archivs als einer Sammlungsstätte des gesendeten Bildmaterials besitzt das Medium Fernsehen sein eigenes visuelles Gedächtnis. Doch wie beim menschlichen Gedächtnis scheint auch hier das Vergessen die Voraussetzung für ein Erinnern zu sein. So signalisieren die Bestände eines Archivs das, was aus der Perspektive des Mediums aus dem kontinuierlichen Programmfluss in einer bestimmten Zeit als erhaltenswert galt, verweisen aber auch auf das, was als löschenswert galt. Auch dieses Verhältnis von Bewahren und Entsorgen ist Teil der Programmgeschichte, denn bei diesen Entscheidungen wechseln ja die Interessen der jeweils verantwortlichen Hierarchen. Gilt es für die historische Forschung Fernsehkunst oder Informationssendungen zu erhalten? Oder soll auf Grund einer marktwirtschaftlichen Perspektive eher Sendungsmaterial für künftige Produktionen bereitgestellt werden? An den jeweiligen Archivbeständen wird das mediale Wertesystem einer Epoche erkennbar. Gerade die Unterhaltung, aber auch Teilbereiche der aktuellen Information schienen hier oft verzichtbar.

Nicht nur die Senderhierarchen und Archivare auch die Medientechnik beteiligt sich auf eigene Weise am Entsorgen des visuellen Gedächtnisses. So führte ein besonders kostengünstiger Ankauf von Videokassetten aus japanischer Produktion im Archiv einer großen deutschen Sendeanstalt über einen längeren Zeitraum hinweg zur Tabula Rasa der Erinnerung. Dass die Kassetten nicht funktionstüchtig waren, bemerkten die Archivare nämlich viel zu spät. Ganze Phasen der Programmerinnerung sind für diese Sendeanstalt dem Vergessen anheim gegeben.

Die aufbewahrten Sendungsmaterialien zu sichten ist in Deutschland ein sehr problematisches und vor allem kostspieliges Unterfangen. Zwischen dem Fernsehhistoriker und dem Archiv steht – der Personenkonstellation von Franz Kafkas *Gesetz* vergleichbar – der Archivar. Aus der Perspektive des Bildsuchenden ist der Archivar eine mit beeindruckender Machtfülle ausgestattete Person. Ihr oberstes Ziel ist die Wahrung des Bestehenden. So erscheint aus der Sicht des Archivars die Abwehr wissenschaftlicher Forschungsaktivitäten unverzichtbar.

Vielfältig nutzen Fernseharchive ihre Kreativität bei der Entwicklung immer neuer Abwehrstrategien. Als erstes erklärt man das Bestehende für unsichtbar. Entweder ist eine Fernsehsendung nicht vorhanden, oder sie ist gerade nicht auffindbar. Die erfolgreichste Abwehrstrategie der Archive ist jedoch die Kostenfalle. Allein für die Begrüßung des Fernsehwissenschaftlers berechnete der Archivar einer deutschen Sendeanstalt 60 DM Beratungshonorar, und für das Kopieren einzelner Sendungen waren in einem anderen Fall schnell 300 € Kopiergebühr fällig. Für einen Aufsatz, dem vier Sendungsbeispiele aus den frühen fünfziger Jahren zu Grunde liegen, kommen auf diese Weise schnell 1200 € Archivgebühr zusammen.

Für die Wiederverwertung lassen sich jedoch all die Hindernisse überwinden, die sich der wissenschaftlichen Forschung entgegenstellen. Haben Wissenschaftler erst einmal ihr Interesse bekundet und die notwendigen Kopiergebühren entrichtet, so tauchen die entsprechenden Sendungen garantiert einige Monate später als Wiederholungen auf *3sat* wieder auf.

Diese Abwehr der Archive löst natürlich das Jagdfieber der Fernsehhistoriker und damit trickreiche Gegenreaktionen aus. Gerade die allzu menschlichen Schwächen von Archivmitarbeitern erweisen sich dabei als nützlich und lassen sich von den Wissenschaftlern hervorragend für einen Zutritt zu den Beständen nutzen. So führte das Mitbringen einer Flasche Whiskey zu einem mehrtägigen, ungestörten Archivzugang und obendrein zu umfangreichen Erinnerungsberichten des so beglückten Archivars.

Die Wertschätzung der Sendeanstalten für ihre Vergangenheit verdeutlicht auch die Art der Lagerung des Archivmaterials. Die Bereitschaft, für ein Forschungsprojekt zur Sendergeschichte umfangreiches Material aus dem eigenen Schriftenarchiv bereitzustellen, hätte die Wissenschaftler schon misstrauisch machen können. Doch der Anblick der Orte, an denen die Berge von Aktenordnern und Kartons gelagert worden waren, löste bei ihnen einen Schock aus. Scheunen der Umgebung hatten als Senderarchiv herhalten müssen. Viele der durchfeuchteten Akten mussten erst mal ein professionelles Trockenverfahren durchlaufen, bevor sie in ein öffentlich zugängliches Archiv transferiert werden konnten.

Auch der Zufall hebt Zugangseinschränkungen auf und bringt häufig Vielfältiges zu Tage. Ein Anruf aus einem renommierten Forschungsinstitut informierte eine Fernsehwissenschaftlerin über unbekanntes Archivmaterial. Beim Aufräumen auf dem Dachboden seien Mitarbeiter auf merkwürdige Kisten gestoßen und nun wolle man eine Einschätzung des Inhalts in Auftrag geben. Nach vielen Treppen kam es zu einer ersten Begegnung mit verstaubten Umzugskartons, die sich als wahre Schatztruhe entpuppten. In ihnen fanden sich neben zahllosen Hör- und Fernsehspielmanuskripten die fast vollständigen Drehbücher der ersten Fernsehserie des NWDR-Programms *UNSERE NACHBARN HEUTE ABEND – DIE FAMILIE SCHÖLERMANN*. Der Bericht über die Entdeckung führte sogleich zur Archivierung im eigenen Haus.

Noch immer verborgen sind hingegen die Schätze, die sich in den Privatarchiven der Wohnungen von Redakteuren, Regisseuren, Fernseh Technikern und Fernsehhistorikern befinden. Manche Redakteure benötigen ein eigenes Haus, um ihre gesammelten Materialien unterbringen zu können. In dem Privatarchiv eines Fernsehhistorikers in Ostberlin stapelten sich Videokassetten auf dem Boden und in den Regalen. In Ordnern und auf Papierbergen versteckten sich die nicht immer ganz legal erworbenen Sammlungen aus den Beständen von Fernsehredakteuren und vom Sender in Berlin Adlershof.

Viele Fernsehhistoriker entpuppen sich im Gespräch als lebende Archive auf zwei Beinen. Das Nennen von Sendungstiteln reicht völlig aus, um sowohl umfassende Beschreibungen von Form und Inhalt als auch Angaben zu den Produktionskontexten zu erhalten. Eigene Interpretationen werden ohne kostenpflichtige Berechnung von Bearbeitungsaufwand mitgeliefert. Diese «Personenarchive» stellen ihr Material bereitwillig auch anderen Forschern zur Verfügung. Sie hoffen im Gegenzug auf Kassetten, mit denen sich die Lücken ihres Bestandes schließen lassen.

Angesichts dieser Situation in der bundesrepublikanischen Fernsehgeschichtsforschung muten viele Forschungsreisen ins Ausland wie eine Begegnung mit Utopia an. Amerikanische Rundfunkmuseen wie etwa in New York bieten einen unbegrenzten und meist kostenfreien Zugang zu ihrem Archivmaterial, das vor Ort in eigenen Räumen visioniert werden kann. Auch Unterhaltungssendungen haben dort die Zeiten überdauert und werden als Produkte mit



Einlegen einer VCR-Cassette in den Recorder

kultureller Aussagekraft ernst genommen. In Frankreich werden alte Fernsehsendungen online zur Analyse bereitgestellt, Möglichkeiten zur elektronischen Bildanalyse werden dabei gleich mitgeliefert.

Hierzulande bleibt uns das Erinnern in Bruchstücken. Und mit dem Mangel an vorhandenen Sendungen wächst die Lust am Fragment. Es wandelt sich der Quellenmangel in eine schier unübersehbare Fülle an Quellen. Jubiläen der Fernsehgeschichte oder Senderjubiläen bieten Anlässe, Fernseherinnerungen im laufenden Programm als vielfältige Erinnerungsschnipsel an vergangene Fernsehepochen zu präsentieren. Aber auch die Integration bestehender Sendungsausschnitte in aktuelle Fernsehparodien gibt einen Eindruck von den ästhetischen und dramaturgischen Konventionen vergangener Tage. Auch jüngste Programmvergangenheit wird auf diese Weise aufgewertet. Oliver Kalkofes 2004 auf *Pro Sieben* ausgestrahlte, ironisch polemische Rückblicke auf das laufende Programm beziehen sich nicht nur auf das Programm der letzten Woche, sondern in diversen Specials auf die gesamte deutsche Fernsehgeschichte.

Die Unzugänglichkeit der Materialien aus frühen Phasen der Programmgeschichte legt bei vielen Fernsehwissenschaftlern die Überlegung nahe, auf historische Untersuchungen doch lieber gleich zu verzichten und stattdessen das laufende Programm in den wissenschaftlichen Blick zu nehmen, denn dafür liefert ja das eigene Privatarchiv bereits Material. Doch es bleibt die nostalgische Sehnsucht nach den vergessenen Sendungen. Und so geraten viele Treffen von Fernsehhistorikern zur Tauschbörse besonders seltener Fundstücke.

William Uricchio

# Formierung und Transformation des frühen deutschen Fernsehens

Vorsicht: Lücke!

In unserer Kultur- und Technikgeschichte nimmt das frühe deutsche Fernsehen einen eigentümlichen Platz ein.<sup>1</sup> Dabei hat es einiges vorzuweisen: Fast ein Jahrzehnt lang strahlte es täglich Sendungen aus, über welche die Öffentlichkeit allseits informiert war, es verzeichnete 1936 über 160.000 Zuschauer anlässlich der Olympischen Spiele und lockte jährlich ungefähr 300.000 Besucher in die Rundfunk-Ausstellungen – und dennoch: Allein die Existenz eines deutschen Fernsehens vor den 50er Jahren scheint dem öffentlichen Gedächtnis irgendwie entschlüpft zu sein. Zwar wurde es weithin und regelmäßig in internationalen Zeitungen, im Radio und in technischen Fachzeitschriften besprochen, und es war mit amerikanischen, englischen, tschechischen, ungarischen und französischen Konzernen durch diverse Lizenzen verflochten: Doch da die Fernsehgeschichtsschreibung die Entwicklung des Mediums als eine je nationale betrachtet, wird der deutsche Vorläufer praktisch in allen ausländischen Historiographien ausgeklammert.

Dies ist umso verblüffender, wenn wir in Betracht ziehen, in welchem Maße das deutsche Fernsehen im öffentlichen Diskurs präsent war. Zwar hatte es trotz seiner reichen Programmgestaltung, seiner zahllosen technologischen Innovationen und seiner beträchtlichen Infrastruktur mit der Alltagswirklichkeit zwischen 1935 und 1944 wenig zu tun. Doch um zu demonstrieren, dass man als erste Nation ein tägliches Fernsehprogramm ausstrahlte,<sup>2</sup> also technisch eine

1 Viele der Argumente dieses Aufsatzes basieren auf meinen früheren Publikationen, zum Beispiel Uricchio 2001, 1992 und 1991. Weitere Nachweise siehe dort.

2 Hadamovskys vielfach wiederholter Anspruch auf den weltweit ersten «offiziellen» Sendebeginn im März 1935 übersieht die Tatsache, dass andere Staaten wie die USA, Großbritannien und Frankreich ähnliche oder sogar längere Sendezeiten vorzuweisen hatten, ihrem Publikum aber trotzdem signalisierten, dass sich der Betrieb noch im Versuchsstadium befinde. Deutschland fürchtete offenbar, dass die Engländer ebenfalls den Anspruch erheben würden, das Fernsehen als Erste eingeführt zu haben; doch sein Eifer, die Pionierstellung zu erringen, zwang die Ingenieure, an der bereits veralteten 180-Zeilen-Technologie festzuhalten, während die Briten und Amerikaner mit dem 400+System experimentierten. Der deutschen Industrie

führende Rolle spielte, war man auch nicht unbedingt auf eine große Zahl von Zuschauern angewiesen. Es war eindrucksvoll genug, dass Deutschland sein Programm nicht nur aufrecht erhielt, nachdem das britische Fernsehen bereits wieder eingestellt worden war, sondern sogar die Sendezeiten erweitern und sich neue Märkte erschließen konnte (zum Beispiel im besetzten Paris). Um sich in der Öffentlichkeit präsent zu halten, stützte sich das deutsche Fernsehen auf die anderen Medien – auf Presse, Film und Radio –, die seine Erfolge bei der großen Mehrheit der Zuschauer verbreiteten: bei Zuschauern, die de facto nie ein Fernsehprogramm zu Gesicht bekommen hatten.<sup>3</sup>

Die Elektroindustrie stand dem Eifer des Propagandaministeriums, das neue Medium zu lancieren, in nichts nach – wenn auch aus anderen Gründen. Sie tat ihr Bestes, um das Publikum mit dem Gedanken vertraut zu machen, dass es sich neue Geräte anschaffen müsse. Und sie tat ihr Bestes, um dem deutschen Fernsehen weitere Märkte zu erschließen, und zwar in Lateinamerika, Osteuropa und bei Anlässen wie der *Exposition Internationale des Arts et Techniques de la vie Moderne* 1937 in Paris. Auch Kontroversen über das angestrebte Publikum, über die Kosten, die Funktion und die Zukunft des Fernsehens trugen dazu bei, den Menschen das neue Medium bewusst zu halten, auch wenn es für sie kaum mehr bedeutete als ein neues Wort.<sup>4</sup> Ob im Inland oder Ausland, ob die Tagespresse damit prahlte oder alliierte Agenten Industriespionage betrieben, das deutsche Fernsehen, das kaum jemand gesehen hatte, war in aller Munde.

Wie konnte das frühe deutsche Fernsehen also in Vergessenheit geraten? Wie lassen sich die Lücken in unserer Kulturgeschichte und in der Fernsehgeschichtsschreibung erklären? – Auf diese Fragen gibt es viele Antworten. Zum Vergessen beigetragen hat zum Beispiel die Ungewissheit, wie es mit dem neuen Medium weitergehen sollte; beigetragen haben auch die widersprüchlichen Metaphern, mit denen man es zu beschreiben suchte; außerdem die Umstrukturierung des deutschen kollektiven Gedächtnisses nach dem Krieg; oder die verschiedenen Ansätze der anderen Länder, das Fernsehen als je nationale Entwicklung mit je eigener Geschichte zu fassen; und schließlich die heikle Vergangenheit all jener westlichen multinationalen Konzerne, die lange mit

gelang es schließlich im Jahre 1938, die Nachteile ihrer voreiligen Bekanntgabe zu überwinden – gerade noch rechtzeitig, um im Materialmangel der Kriegswirtschaft stecken zu bleiben.

- 3 Für einen Überblick über die Entwicklung des frühen deutschen Fernsehens vgl. Steinmaurer 1999, Winker, 1996; außerdem die Hinweise in Fußnote 1 und die Standardwerke von Knut Hickethier und Peter Hoff sowie von Albert Abramson.
- 4 Ein Indiz dafür bildet eine zeitgenössische Karikatur, in der ein Fernsehändler seinen Kunden erklärt, die Belieferung mit Empfangsgeräten liege noch in weiter Ferne.

dem «Dritten Reich» kollaboriert hatten und dabei auch mit dem Fernsehen verflochten waren. Ich werde im Folgenden kurz auf diese Faktoren eingehen.

Relevanter und spezifischer für unser Thema ist allerdings ein weiterer Gesichtspunkt, nämlich die Rolle der Archive. Michel Foucault hat das Archiv als ein System beschrieben, das festlegt, was gesagt werden darf und was nicht.<sup>5</sup> In diesem Verständnis der Institution ist die Vorstellung von Diskontinuität enthalten; Diskontinuität bestimmt sowohl die Auswahl des archivierten Materials wie dessen konzeptuellen und historischen Deutungsrahmen. Nur im Kontext von Brüchen lassen sich unsere Gedächtnislücken und ebenso unsere selektiven Erinnerungen greifen.

Bevor ich die Rolle im Einzelnen betrachte, die das Archiv für unsere Erinnerung an das frühe deutsche Fernsehen spielt, lohnt es sich jedoch, die Rolle des Vergessens zu bedenken, das unweigerlich jeden Versuch affiziert, die Vergangenheit zu erfassen. Schließlich sind es ja die Sedimente unseres kulturellen Gedächtnisses, aus denen wir – im Rückblick und aus der Warte unserer sich ständig wandelnden Gegenwart – die Geschichte immer wieder neu zu konstruieren suchen. Das historische Rohmaterial setzt sich aus dem zusammen, woran wir uns erinnern, und dem, was wir mühsam über die Vergangenheit recherchieren. Doch insbesondere im Nachzeichnen der Erinnerung neigt die Geschichtsschreibung dazu, sich auf Material zu stützen, das bereits mit Bedeutung gesättigt ist. Diese Neigung verdankt sich einerseits der Prominenz und Zugänglichkeit solchen Materials; andererseits der beruhigenden Gewissheit, dass unsere Erkenntnisse den bisherigen, unzulänglicheren Deutungsversuchen überlegen sind.

Nun ist aber die Abwesenheit von historischen Zeugnissen ebenso aufschlussreich, wie es die tatsächlichen Sedimente der Geschichte im Archiv sind, auf die wir unsere Darstellungen der Vergangenheit gründen. Was wir nicht haben, setzt dem Grenzen, womit wir arbeiten können, und von daher ist das Projekt des Vergessens dem des Erinnerns reziprok. In seinen triumphalen Augenblicken evoziert das Vergessen (wie jede Abwesenheit überhaupt) Wittgensteins siebten Satz aus dem *Tractatus logico-philosophicus*: «Wovon man nicht sprechen kann, darüber muss man schweigen» (1979, 115). Wie dem auch sei, auch das Abwesende hat seine Strukturen, seine Muster, seine Grenzen (und das Vergessen prägt sie nur zu einem kleinen Teil). Es mag zwar weniger befriedigend sein, sich auf die Lücken in der Geschichtsschreibung einzulassen als auf das Erinnete, Bewahrte – doch auch die Lücken haben ihre je eigene Textur, je nachdem, welcher Natur sie sind und welchen Faktoren sie sich verdanken: das

5 Foucault 2002 (1969), vgl. vor allem Teil 3 und 4.

Ephemere, das zu flüchtig ist, als dass wir unsere Aufmerksamkeit darauf richten könnten; oder das Unzusammenhängende, das unser Verständnis übersteigt; oder das Unverträglich – nämlich all das, was außerhalb des Interesses einer bestimmten Gesellschaftsordnung liegt, die sich dem Archiv einschreibt, indem sie andere Stimmen verdrängt; oder die Opfer des Zahns der Zeit, der die Spuren der Vergangenheit gemäß seiner eigenen, willkürlichen Logik tilgt. Manchmal lässt sich das Abwesende, insbesondere das Vergessene, auch auf überraschende Weise zurückholen. Doch dies soll keine teleologischen Hoffnungen wecken, dass sich eines Tages alles Verdrängte wieder in die Historie einfügen wird. Denn zweifellos werden unsere Fähigkeit, Dinge aus dem Gedächtnis zu löschen, und unsere selektive Wahrnehmung dafür sorgen, dass auch weiterhin vieles in Vergessenheit gerät, so dass auch in Zukunft Lücken entstehen, die unser Verständnis der Geschichte strukturieren. Noch wichtiger ist allerdings, wie Foucault uns einschärft, dass der Prozess der Transformation mit seinem ständig sich wandelnden Relevanzrahmen, unter dem wir die Materialien im Archiv verstehen und bewerten, immer neue und andere Erkenntnisse zeitigt und zu immer neuen Fragestellungen führt, unter denen wir die Vergangenheit betrachten.

## Mildernde Umstände

Bevor wir uns den Besonderheiten des frühen deutschen Fernsehens und seiner Überlieferung im Archiv zuwenden, gilt es zunächst, einige weitere Komplikationen ins Auge zu fassen, die im vorliegenden Fall unseren Umgang mit dem Gedächtnis und dem Verstehen beeinträchtigen; denn sie wirken sich auf das gesamte Projekt Archiv, seine Prozesse der Formierung und Transformation aus. An anderer Stelle habe ich bereits ausgeführt, welche Kämpfe sich die verschiedenen politischen, staatlichen und wirtschaftlichen Interessen des «Dritten Reiches» darüber geliefert haben, wie das neue Medium überhaupt zu definieren sei – ein zentraler Faktor, wie ich glaube. Erstaunlich unterschiedliche Vergleiche wurden in Umlauf gesetzt: Das Fernsehen sei wie das Radio (Empfang zu Hause, individuelle Rezeption, ein live gesendetes Programm, das Fernsehen als Hätschelkind des Postministeriums und der Elektroindustrie); es sei wie der Film (Empfang im öffentlichen Rahmen, kollektive Rezeption, konservierte Sendungen, das Fernsehen vom Propagandaministerium und dem sozialistischen Flügel der NSDAP lanciert); es sei wie das Telefon (verbinde die Menschen punktuell miteinander und werde vom Postministerium über das ganze Land vernetzt); und schließlich habe es eine Art simultane Fernwirkung,

eine Telepräsenz (denn es verlängere den menschlichen Aktionsradius, ermögliche ferngelenkte Bomben und werde vom Reichsluftfahrtministerium installiert und ausgebaut). Diese und andere Vorstellungen – und ebenso ihre jeweiligen Advokaten – lagen im Wettstreit miteinander. Heute halten wir eine be-



*Fernsehen als Bildtelefon in Fitz Langs METROPOLIS*

stimmte Form des Fernsehens für selbstverständlich und gliedern abweichende Formen, zum Beispiel das automatische Überwachungssystem, einfach aus, wenn wir ein Modell des Mediums entwerfen. Aber während des ersten Jahrzehnts, in dem das Fernsehen in Deutschland etabliert wurde, waren noch alle Möglichkeiten offen. Heimfernsehgeräte, lange versprochen und angekündigt, wenn auch nie ausgeliefert, rivalisierten in den Köpfen der Bevölkerung mit den Berliner «Fernsehstuben» und einem postalischen Netzwerk von Bildtelefonen. Artikel in Zeitungen und Fachblättern, Karikaturen und Filme propagierten eine ganze Palette solcher Vorstellungen, während das Publikum im Unklaren blieb, wie das Medium nun eigentlich beschaffen sei und was man sich von ihm erwarten sollte (Elsner/Müller/Spangenberg 1990). Diese Unsicherheit, die aus widersprüchlichen Behauptungen und Aufforderungen (mit je anderen ideologischen Konsequenzen) resultierte, scheint zum schnellen Verschwinden des Mediums aus dem öffentlichen Gedächtnis beigetragen zu haben. Und dies hat sich zum Teil in der Ausformung der Fernseharchive niedergeschlagen.

Ein weiterer Faktor für das kollektive Vergessen des frühen deutschen Fernsehens ist das allgemeine Problem, nationalsozialistische Errungenschaften in Wissenschaft, Technik und Kultur zu feiern und damit von ihrem historischen Hautgout zu reinigen. Es zählt zu den deutschen Altlasten, dass man immer noch glaubt, jede Entwicklung, die vom damaligen Staat verordnet und unterstützt wurde, als kontaminiert und irgendwie verdächtig betrachten zu müssen. Die ethischen Schwierigkeiten, den technischen Fortschritt von dem übergreifenden Prozess der Unterdrückung und Ausbeutung zu trennen, dem er sich verdankt, sind nach wie vor gewaltig. Daher ist es schlichtweg leichter, den

Umgang mit der Vergangenheit in probate ritualisierte Bahnen zu lenken und der Kritik einfach auszuweichen, die unweigerlich erfolgt, wenn man die Erregenschaften dieser dunklen Jahre in irgendeiner Weise öffentlich würdigt.

Dieses spezielle Problem hat noch weitere pikante Seiten. Die deutsche Technologie wurde in den letzten Tagen des Zweiten Weltkriegs von den Alliierten geplündert. Dies gab dem Begriff der Kriegsbeute einen neuen, angemessen spätkapitalistischen Sinn und erlaubte es außerdem anderen Nationen, auf technische Neuerungen Anspruch zu erheben, die man im «Dritten Reich» erfunden hatte. Chemische Verfahren, Herstellungstechniken, Raumfahrt-Technologie, medizinische Fortschritte und natürlich der elektronische Sektor wurden gleichermaßen im Interesse der Aufklärung und im Interesse des Profits vereinbart. Eigens ausgebildete technologische Spezialisten begleiteten die alliierten Truppen auf ihrem Marsch durch Deutschland. Sie hatten die Aufgabe, sich zu Fabriken und technischen Zentren Zugang zu verschaffen und alles mitzunehmen, was von Wert erschien. Die Bedeutung dieser Aktion wird unterstrichen durch die Tatsache, dass Konzerne wie RCA (Radio Corporation of America) oder IT&T (International Telephone and Telegraph) kurz vor Ende des Krieges einen Teil ihrer Spitzenkräfte als Offiziere an die Front entsandten, um dort Aufklärungsaufgaben zu übernehmen. Dabei scheinen sich die Grenzen zwischen der Erbeutung geistigen Eigentums durch die Regierung einerseits und durch Konzerne andererseits bis zur Unkenntlichkeit verwischt zu haben.

Ein weiteres Indiz für die Relevanz dieser Aktionen liegt in den gegenseitigen Beschuldigungen der Alliierten, ihre jeweiligen Nachrichtenabteilungen hielten wichtige Informationen voreinander geheim. Die amerikanische *Field Intelligence Agency Technical Division* (FIAT) und das britische *Intelligence Objectives Sub-Committee* (BIOS) verfolgten rivalisierende Interessen beim Wettlauf um neue Patente und Herstellungstechniken, und beide haben sich gleichermaßen schuldig gemacht, indem sie insgeheim Informationen ausschließlich an die Firmen ihres Heimatlandes weitergaben. Ihre Streitereien und gegenseitigen Verdächtigungen führten schließlich zur Gründung des *Combined Objectives Sub-Committee* (CIOS), einer Unterkommission, die für eine allseits offene und faire Verteilung der Beute sorgen sollte. Noch gründlicher schlugen die sowjetischen Streitkräfte zu. Sie begnügten sich nicht mit geistigem Eigentum, sondern rissen – wie amerikanische und britische Nachrichtenquellen belegen – alles, was nicht niet- und nagelfest war, aus den Fabriken heraus. Im Falle der Blaupunkt-Werke, die Fernsehröhren herstellen, verschleppten sie sogar die ganze Belegschaft in die Sowjetunion.

Die Aktionen richteten sich also speziell auch auf das Fernsehen, und die Aufklärungsberichte, die von den Kommissionen verfasst wurden, liefern

wichtige Aufschlüsse über den Stand der Technik im nationalsozialistischen Deutschland. Dort ist die Technologie zwar dokumentiert, leider werden unsere Einblicke aber durch das doppelte Ziel der Beutezüge, sowohl Regierungs- wie kommerziellen Zwecken zu dienen, erschwert. De facto wurden technische Details an Elektrokonzerne in England und den USA übermittelt und in der Folge so behandelt, als seien sie dort werkintern entwickelt worden. Die deutsche Fernsehelektronik wurde als eine Art Geschäftsgeheimnis gehütet. Als legitime Kriegsbeute diente auch sie dem beginnenden industriellen Wiederaufbau der Siegermächte. Wie im Fall des deutschen Raumfahrtprogramms, dessen V2 eines Tages stillschweigend als amerikanische Titan-Rakete wieder auferstand, wurden gewisse technologische Errungenschaften (gemeinsam mit ihren Schöpfern) unter der fähigen Leitung von Wernher von Braun und seinem ehemals deutschen Team einfach in die USA verpflanzt und damit national neu verortet. Und kaum ein Historiker wollte sich den Mund verbrennen, um die Historie richtigzustellen und die technologischen Fortschritte der Amerikaner wieder auf das Konto der Nazis zu verbuchen. So blieb die Fernsehgeschichte, trotz der ursprünglichen Ungewissheit, ob es sich um eine nationale und/oder eine multinationale Technologie handeln sollte, nach dem Krieg in den verhärteten nationalistischen Diskursen stecken. Und trotz des eindrucksvollen Stands der Forschung in den 30er Jahren erhoben die Deutschen nun so gut wie keinen Anspruch mehr darauf, das Fernsehen erfunden zu haben.

Auch ein weiterer wichtiger Faktor, der unser Vergessen des frühen deutschen Fernsehens erklären kann, betrifft die Verflechtungen der multinationalen Konzerne mit der deutschen Wirtschaft. Insbesondere Konzerne wie RCA, das Mitte der 30er Jahre Lizenzen für seine Fernsehtechnologie an Hitlerdeutschland und die Sowjetunion Stalins vergeben hatte, wollten dies nicht publik machen. Bedenkt man, dass Subunternehmen multinationaler Konzerne wie IT&T noch nach dem Kriegseintritt der USA in Deutschland aktiv waren, um die Entwicklung fernsehgestützter Leitsysteme für Angriffswaffen voranzutreiben, kann man sich die Zurückhaltung dieser Konzerne in der Nachkriegszeit (und bis zum heutigen Tag) vorstellen, diese Tatsachen an die Öffentlichkeit zu bringen. Sie waren seinerzeit jedoch nicht gänzlich geheim geblieben. Im Falle von IT&T etwa beobachtete die amerikanische Regierung alle Firmenaktivitäten außerhalb der USA und zapfte selbst die Telefone des Vorstands an. Kurz nach Kriegsende war man sogar bereit gewesen, gegen IT&T wegen Kollaboration mit dem Feind Anklage zu erheben. Zum Glück für den Konzern richtete sich das Interesse der USA im Kalten Krieg jedoch zunehmend auf seine Telefonanlagen in Ostdeutschland, der Tschechoslowakei und Polen. So wurde die Anklage nicht nur fallen gelassen, sondern der Konzern er-

hielt auch erhebliche Wiedergutmachung für Kriegsschäden an seinem deutschen Eigentum (wobei sogar direkte Beteiligungen an der Waffenproduktion mit berücksichtigt wurden!). Wiederum enthielten diese Verstrickungen sowohl für die Regierung wie für den Konzern heikle Details, die besser vergessen als an die große Glocke gehängt wurden.

Kurz, niemand hatte Interesse daran, sich um das frühe deutsche Fernsehen zu kümmern. In Deutschland war man nicht gerade erpicht darauf, die eigene Rolle bei der Entwicklung technischer Innovationen zu feiern, die so eng mit der nationalsozialistischen Propagandamaschinerie verbunden waren. Und da sie diese Innovationen erbeutet hatten, wollten auch die Nutznießer lieber den Mantel des Schweigens darüber decken. Ebenso wenig waren die Sprecher jener Firmen, die mit in den USA ansässigen multinationalen Konzernen verflochten waren oder deren Lizenzen nutzten, bereit, die Widersprüche eines nationalistischen Krieges und die Logik multinationaler Wirtschaftsstrategien zu erörtern. Deutschlands frühes Abenteuer mit dem Fernsehen gab, insbesondere zur Zeit seiner Wiedererfindung als Staatsinstrument (in Ländern wie Frankreich) oder als öffentliche Dienstleistung (wie in Großbritannien) oder als wirtschaftliches Unternehmen (wie in den USA), einfach zu mehr Fragen Anlass, als man beantworten konnte. Es war offensichtlich leichter, alles zu vergessen.

## Der Zuschnitt der Vergangenheit

Die erwähnten Faktoren, die unsere Erinnerung an das frühe deutsche Fernsehen behindert haben, manifestieren sich natürlich in vielerlei Gestalt. Aber sie laufen auch an einem Ort zusammen: im Archiv. Sie wirken sich ganz wesentlich auf den Zuschnitt der Archive aus und ebenso auf den Bedeutungsrahmen, unter dem das Vergangene von der Geschichtsschreibung transformiert, interpretiert und mit Sinn erfüllt wird. Die Formierung der Archive, in denen die Materialien zum frühen deutschen Fernsehen lagern, ist in der Tat sehr ungewöhnlich und vermag bestimmte Prozesse zu erhellen, die sich ansonsten meist unterschwellig vollziehen. Aus diesem Grund soll der Rest dieses Aufsatzes diesem Thema gewidmet sein.

Unser heuristischer Ansatzpunkt wird sich auf die beiden genannten Aspekte der Archive beziehen und dabei die bisherigen Überlegungen mit einbeziehen. Der erste Aspekt betrifft, wie gesagt, den Zuschnitt, die Natur dessen, was gesammelt wurde: Welcher Art Erfahrungen sind hier gespeichert und als Indizien oder als Daten katalogisiert worden? Welche Tendenzen und Vorannahmen bestimmen die archivarischen Auswahlkriterien? Welchen modifizieren-

den Einflüssen (sei es durch die Sammler, sei es durch Katastrophen) ist die Existenz und Zugänglichkeit der Sammlungen zu verdanken? Was ist überhaupt die Leitvorstellung des jeweiligen Archivs, und wie schlägt sie sich in seinen Beständen nieder? – Der zweite Aspekt betrifft die transformierende Bearbeitung, die Frage danach, wie die Forscher an das Material herangehen und ihm Sinn geben. Dabei geht es einerseits um die Bestände (sind die Materialien geordnet und indiziert worden und, gegebenenfalls, wie? Welche Stichwörter, Kategorien und anderen Hilfsmittel gliedern die Bestände? Sind sie transparent?). Andererseits um das Konzept (unter welchen ideologischen und historiographischen Leitvorstellungen vollzieht sich die Recherche? Welche übergeordneten Diskurse bestimmen unsere Fragestellungen, strukturieren, was wir suchen, geben ihm Sinn und Ausrichtung?). Wir mögen Berge von Informationen archiviert haben, aber ohne klare Zugangsschneisen und ohne Interpretationsrahmen lassen sie sich nicht in historisches Wissen transformieren. Natürlich sind sich die Historiker der Grenzen des Dokumentierten bewusst, ziehen in Betracht, unter welchen Umständen welche Ereignisse materielle Spuren hinterlassen haben oder nach welchen Maßgaben das Überlieferte gefiltert und eingeordnet wurde. Doch im Alltag der Praxis tendiert man dazu, das Vorhandene dem Nicht-Vorhandenen vorzuziehen; die Historiker wollen ihre Geschichtsschreibung vorantreiben, statt sich lange mit dem aufzuhalten, was sich gar nicht schreiben lässt, oder darüber nachzudenken, wie sie zu ihrer Schwerpunktsetzung gekommen sind.<sup>6</sup>

Die beiden Aspekte des Archivs durchdringen einander und stehen in einem sukzessiven Verhältnis (wie der Ausdruck «Trans-formation» suggeriert). Denn dieselben Normen, welche zu einem bestimmten Zeitpunkt die Geschichtsschreibung leiten, leiten auch die archivarische Praxis, schlagen sich in dem nieder, was gesammelt und kraft seiner Bewahrung als relevant erklärt wird. So hat sich etwa der erwähnte Kampf der verschiedenen Interessengruppen um die Definition des Fernsehens in der Auswahl dessen niedergeschlagen, was man wo archivieren und wie man es zugänglich machen wollte. Zum Beispiel war die Elektroindustrie, wie oben schon gezeigt, darauf bedacht, ihre Profite zu maximieren, indem sie die Regierungsparole «Rundfunk in jedes deutsche Haus» für sich nutzte und kurzerhand das Wort «Rundfunk» durch das Wort «Fernsehen» ersetzte. Und obwohl die deutsche Industrie mit der tatkräftigen Unterstützung des Postministeriums einen relativ preiswerten Fernsehapparat entwickelt hatte – den «Volksfernsehempfänger», analog zum ent-

6 Dieser Aspekt ist von vielen Historikern behandelt worden, unter anderen von Hayden White, Frank Ankersmit und Robert Berkhofer.

sprechenden Radiogerät, dem «Volksempfänger» – , sah es sich dem Widerstand des Propagandaministeriums und des linken Flügels der NSDAP ausgesetzt. Das Ministerium und vor allem Goebbels und der damalige Direktor des Rundfunks, Hadamovsky, glaubten, Propaganda funktioniere dann am Besten, wenn man den psychologischen Druck und die Mechanismen gegenseitiger Kontrolle ausnutzte, die sich bei großen Zuschauerkollektiven entwickeln. Man kann diese Auffassung von «öffentlicher Rezeption» in ihren theoretischen Schriften nachlesen, was spannende Einsichten in die damals herrschenden Vorstellungen von Zuschauerschaft eröffnet. Der linke Flügel der NSDAP teilte zwar die grundsätzliche Tendenz zu einem kollektiven Fernsehen, aber aus gänzlich anderen Gründen. Sein Argument war, das Fernsehen dürfe nicht zum Spielzeug der Reichen werden; vielmehr solle es erst auf den Markt kommen, wenn es zu einem für breite Schichten erschwinglichen Preis verkauft werden könnte.<sup>7</sup>

Die rivalisierenden Anreize: Profit der Konzerne, theoretische Propagandakonzepte und soziale Gleichstellung, wurden also über divergierende Vorstellungen vom Publikum als Kundschaft, als Objekt der Beeinflussung und als gleichrangige Volksgenossen ausgetragen. Diese Vorstellungen führten ihrerseits wieder zu unterschiedlichen Verkaufsstrategien, unterschiedlichen Maßnahmen zur ideologischen Gleichschaltung und zur Identitätsbildung in einer klassenlosen Gesellschaft. In dieser Weise beeinflusste der Rezeptionsdiskurs all jene, die zentral mit dem Fernsehen befasst waren; und die unterschiedlichen Kriterien sollten sich direkt auf den Produktionsprozess auswirken und die Bedingungen formen, unter denen das Publikum fernsah.

Die unstrittene Vision vom Medium Fernsehen wurde durch seine Verwaltungsorganisation innerhalb des «Dritten Reichs» noch verkompliziert. Vor 1933 hatte hauptsächlich das Postministerium die Entwicklungen koordiniert, das mit der deutschen Elektroindustrie formell und informell tief verflochten war. Zunächst hatte sich die Strategie der Behörden, sowohl die Lieferanten der Hardware wie diejenigen der Software zu integrieren, nicht von der Praxis des

7 Typisch für diese Ansicht ist die Zeitschrift *Die Sendung*, bevor die Linke der NSDAP zerschlagen wurde. In einem Artikel mit dem Titel «Volkssender! Fernsehen! Volksempfänger!» vom 28. Mai 1935 wurden die wirtschaftlichen Hindernisse dafür, dass jedermann ein Fernsehgerät besaß, in den Kontext eines nationalsozialistischen Deutschland gestellt, in dem jede kulturelle Entwicklung der arbeitenden Bevölkerung zugute kommen sollte. Rundfunkdirektor Hadamovsky, der eigentlich aus der Sicht der Propagandatheorie die kollektive Rezeption befürwortete, verbündete sich in dieser Sache strategisch mit der Linken. Er zeigte auf, dass England ein Fernsehen für die Reichen schuf, während Deutschland ein populäres Medium anstrebte, das in den Arbeitervierteln und Arbeitslagern zu empfangen wäre («Der Stand des Fernsehens», ebd., 12. Juli 1935).

Auslands unterschieden; und diese hatte sich unabhängig davon entwickelt, ob man, wie viele Staaten Europas, eher von der Seite der Regierung oder, wie die Vereinigten Staaten, von der kommerziellen Seite aus dachte. Doch nach 1933 erhielt der deutsche Rundfunk seine ganz spezifische Struktur. Das Propagandaministerium übernahm die Verantwortung für das Programm, das Postministerium jene für die technologische Standardisierung und für die Infrastruktur. Eine dritte verantwortliche Behörde verkomplizierte die Situation noch zusätzlich: Görings Reichsluftfahrtministerium oblag die Nutzung des Mediums für Angriffs- und Verteidigungszwecke. Diese dreifache Aufteilung verweist auf die mangelnde Konzeptualisierung des Fernsehens (was es genau leisten könnte, blieb Objekt der Spekulation, vor allem in Görings Zuständigkeitsbereich) und legt Zeugnis ab von den Machtstreitigkeiten und diffusen Zuständigkeiten, die bis zum Ende des «Dritten Reichs» das Bild beherrschten.

Das Postministerium war mit Karrierebürokraten und Ingenieuren besetzt, die eine professionelle Tradition pflegten und aufs Schärfste mit den Parteidilettanten und Ideologen kontrastierten, die im neu geschaffenen Propagandaministerium die Oberhand hatten. Dieser Kulturstreit wurde durch Goebbels' Machtposition weiter verschärft sowie durch die Tatsache, dass das Propagandaministerium die traditionellen Zuständigkeiten des Postministeriums untergrub, was sich auf die Einkünfte auswirkte, die durch Radiolizenzen hereinkamen. Daraus entstand nicht nur ein ständiges Hickhack (sowie ein ausgefeiltes System von Zwischenorganisationen, die das Fernsehen vorantreiben und realisieren wollten); vielmehr verfolgte man, wie bereits dargestellt, auch von Grund auf unterschiedliche Zielsetzungen, welche jeden Konsens über das eigentliche Wesen des Fernsehens behinderten.

Es kann nicht überraschen, dass die beiden so verschiedenen Ministerien, die über ganz unterschiedliche Kulturen verfügten, auch unterschiedliche Absichten hegten und von unterschiedlichen Gruppen gestützt wurden, und ebenso, dass sie dank ihrer rivalisierenden Visionen vom Medium auch ganz unterschiedliche Spuren in den Archiven hinterlassen haben. Dabei überraschen weniger ihre auseinander gehenden Pläne, Anliegen, schriftlichen Umgangsformen, Verwaltungskulturen usw. Unter normalen Umständen hätte man die nach dem Krieg eingerichteten Archive mit anderem überlieferten Material – mit Zeitungen, populären und Fachjournalen, Konzernakten, Patent- und Lizenzverträgen, Programmberichten sowie den schon erwähnten Papieren der Nachrichtendienste der Nachkriegszeit (wie CIOS, BIOS oder FIAT) ergänzt. Aber die Aufteilung des zusammengebrochenen Reiches in Besatzungszonen, die Gründung von DDR und BRD und das Wiederaufflammen der ideologischen Spannungen zwischen den sich neu formierenden Supermächten USA und UdSSR sollte sich

nachhaltig auf die deutsche Fernsehhistoriographie auswirken. Mit der Teilung des Landes ging eine Aufteilung der Archive einher, die im Laufe der Entwicklung auseinanderdrifteten – sowohl im engeren Sinne bezüglich ihrer Bestände wie im weiteren bezüglich ihres ideologischen und historischen Interpretationsrahmens. Insbesondere im Verlauf des Kalten Krieges entfalteten sich ganz unterschiedliche Konzepte zum Verständnis der nationalsozialistischen Vergangenheit.

Der Westen, der über die Industriezentren Deutschlands verfügte und sich permanent um neue Märkte bemühte, wollte zur Tagesordnung übergehen und seine Geschäfte betreiben. Auch wenn es eine Fülle divergierender Vorschläge gab, wie die jüngste Vergangenheit historiographisch anzugehen sei, zielten tendenziell alle in dieselbe Richtung: auf die totalitäre Struktur des «Dritten Reichs» – ein Deutungsansatz, der sich im Rückblick aus der Besorgnis über das politische System der Sowjetunion erklären lässt. Bevorzugte Forschungsthemen bildeten die Instrumente einer Herrschaft von oben – vom Staatsterror bis zum Propagandapotenzial der Medien. Der Kadaver des «Dritten Reichs» schien in der Tat ein geeignetes Erkenntnisobjekt abzugeben, anhand dessen man die Logik des neuen sowjetischen Feindes diagnostizieren konnte. In diesen Kontext fiel auch die Forschung zum Fernsehen. Nicht nur entsprach dies dem «Masternarrativ» von der Kontrolle der Nation von oben mithilfe der Propaganda, es entsprach auch dem Profil der Medienwissenschaft jener Zeit, die vor allem Wirkungsforschung betrieb. Hitler von der Wilhelmstraße aus zu verkaufen oder Seife von der Madison Avenue aus erschien wie zwei Seiten derselben Medaille.

Im Gegensatz dazu begriff der entsprechende sowjetische Pol der Historiographen den Aufstieg der Nazis zur Macht als eine Art Amoklauf des Kapitalismus. Man blickte nach Westen und auf die unzähligen Kontinuitäten der nationalsozialistischen Vergangenheit innerhalb der kapitalistischen Gegenwart, da der Westen die Industriekonzerne (und viele ihrer Magnaten), auf denen die Stärke des «Dritten Reichs» beruht hatte, schonte und schützte. Und bei genauerem Hinsehen ergaben sich noch weitergehende Kontinuitäten in der Verflechtung von westlichen (vielfach auch amerikanischen) Finanzinstitutionen und der chemischen, der Elektro- und der Automobilindustrie mit dem deutschen Staat – zumindest bis 1941, in einigen Fällen auch während des gesamten Krieges. Statt die Entwicklungen des «Dritten Reichs» als Werk einer ideologischen Randgruppe oder einer Gruppe Verrückter anzusehen, die mit dem Zuckerbrot ihrer mächtigen Propaganda lockte, aber mit der Peitsche des Polizeistaates herrschte, verstand man sie als systematische Aktivitäten eines stromlinienförmigen und beschleunigten Nationalkapitalismus, der seine Arbeiter rücksichtslos unterdrückte und die Bevölkerung ausbeutete.

Die deutschen Archive waren, wie die Nation, gespalten. Mit einigen bemerkenswerten Ausnahmen landeten die Akten zur Programmstruktur des Fernsehens, die aus dem Propagandaministerium stammten, in der BRD; die Dokumente hingegen, die mit der Technologie und Infrastruktur zu tun hatten und aus dem Postministerium stammten, in der DDR. Die Folgen waren tiefgreifend. Im Westen sah man sich im Besitz unumstößlicher Beweise für die vorherrschende Lesart der Nachkriegszeit: Die Nazis hatten das deutsche Volk übertölpelt, und es war von Goebbels' Propagandamaschine einer Gehirnwäsche unterzogen worden. In der sowjetischen Besatzungszone dagegen dokumentierten die Akten des Postministeriums die umfassende Kollaboration von Konzernen wie IT&T und RCA mit der Naziregierung, und zwar nicht nur bei der Entwicklung von Telefon- und Fernsehtechnologien für die Verbraucher, sondern auch bei der militärischen Nutzung für Angriffswaffen. Dies lieferte den östlichen Ideologen die Indizien, die sie brauchten, um eine kapitalistische Verschwörung anzusetzen.

Auf Grund der gegenseitigen Verdächtigungen während des Kalten Krieges wurde nicht nur die Analyse des Nationalsozialismus zu einem höchst belasteten Thema, auch der wissenschaftliche Austausch zwischen den beiden deutschen Staaten verkümmerte. Zwei im wesentlichen voneinander abgeschottete Realitäten existierten nebeneinander, und die wenigen Informationen, die von einer Seite der Grenze zur anderen durchsickerten, wurden meist als Propaganda abgetan. Westliche Historiker hatten schlicht keinen Zugang zu den Akten des Postministeriums, die dessen Vision vom Fernsehen umrissen, und östlichen Historikern blieben die Akten aus dem Propagandaministerium unbekannt. Im Falle des Fernsehens stimmte die Aufteilung der Archive perfekt mit den Vorgaben überein, die im Osten respektive Westen das Denken bestimmten. Und die grundsätzlichen Zugangsbeschränkungen von und für beide Seiten ließ beide im Glauben, dass ihr jeweiliges Gegenüber keine historische Forschung betrieb, sondern ideologische Kriegsführung.

Die deutsche Medienwissenschaft der Nachkriegszeit spiegelt die ideologische und physische Spaltung des Landes in BRD und DDR. Doch der Begriff der Transformation suggeriert bereits, dass das Projekt, eine nationale Geschichte zu entwerfen, in der die kurze Existenz des Fernsehens selektiv gewürdigt oder kritisiert wird, auf jeden Fall mit den größeren Fragen nach Kontinuität und Wandel der nationalen Identität verbunden ist. So kann der beschränkte Zugang zu den Archiven, deren Benutzer zugleich übergeordneten ideologischen Denkmustern unterworfen waren, wenn sie die jüngste Vergangenheit zu verstehen suchten, den Prozess erhellen, der hier mit «Transformation des Archivs» beschrieben ist. Und dieser Prozess lässt gewisse Tendenzen erkennen.

Im Lichte des ungeheuren Wandels in der Vorstellung von deutscher nationaler Identität, der nach 1989 einsetzte, fallen die damaligen ideologischen Muster besonders deutlich ins Auge und zeugen von einem Generationswechsel, der die Strukturierung von Geschichte ermöglicht.

Im Folgenden kann aus heuristischen (und aus Platz-) Gründen die Forschung, welche die westlichen respektive östlichen Ansätze einer Fernsehgeschichte vor der Wende charakterisieren, nur in größten Zügen skizziert werden. Im Vergleich der Ausführungen verschiedener Wissenschaftler, wie und warum Deutschland seinerzeit keine Fernsehempfänger auf den Markt brachte, lassen sich die divergierenden Blickpunkte schnell darlegen. Indem wir tendenzielle Ähnlichkeiten der verschiedenen Autoren betonen, müssen allerdings wichtige Nuancen und Unterscheidungen unberücksichtigt bleiben; doch zugleich erlaubt uns dieses Vorgehen, gemeinsame Reaktionen auf begrenztes Quellenmaterial und übergeordnete ideologische Muster herauszuarbeiten, um so die Generationsbrüche an einem Beispiel zu erhärten.

Als erste Studie ist Gerhard Goebels *Das Fernsehen in Deutschland bis zum Jahre 1945* hervorzuheben, ein sehr frühes und angesehenes westdeutsches Buch, das versucht, die archivarischen Bestände sowohl aus dem Propagandaministerium wie aus dem Postministerium einzubeziehen und miteinander zu verrechnen. Hier scheint sich noch manches mit der DDR-Forschung zu überkreuzen; Goebel verwendet das Material jedoch vor allem, um technologische Daten zu gewinnen, weniger um die organisatorischen Strukturen aufzudecken, und er liegt damit auf einer Linie mit vielen westlichen Wissenschaftlern dieser Zeit. Das Buch basiert auf genauen Untersuchungen der Akten des Patentamts, der Fachjournale, auf technischen Berichten und auf Interviews, um die Evolution der Fernsehtechnologie nachzuzeichnen. Obwohl er in seinem Überblick auch Programmstrukturen analysiert und die wirtschaftlichen Konturen der Industrie umreißt, orientiert sich der Autor im Großen und Ganzen an den technischen Interessen des Postministeriums (in dem er selbst tätig war), ohne jedoch auf dessen Archive oder auf interne Papiere zurückzugreifen. So bleibt die Studie auf die öffentliche Darstellung und Rezeption beschränkt. In dem Maße, wie das Postministerium sich nur um begrenzte Belange kümmerte, streicht auch Goebels einflussreiche Arbeit die technologische Evolution – die Erfindung, Veränderung und Ausreifung – als Faktor heraus, der die Herstellung von Fernsehempfängern in Deutschland verzögerte.

Heinz Pohles Studie von 1956 und Winfried Lergs Analyse von 1967 stützen sich beide überwiegend – wie Goebel – auf Zeitschriften und veröffentlichte Berichte, während sie Archivquellen nur am Rande beiziehen. Anhand von Fachjournalen und Zeitungen interpretieren sie zum Beispiel die Ereignisse um

die gesetzgeberischen Kontroversen, die mit der zeitweiligen Kontrolle des Fernsehens durch das Reichsluftfahrtministerium einhergingen, weitgehend in Übereinstimmung mit dem Propagandaministerium. Noch bedeutsamer dürfte sein, dass sie, da sie nur deutsche Zeitschriftenliteratur verwenden, die Perspektive dieses Ministeriums übernehmen. Sie verbinden die übertreibende Rhetorik des Propagandaministeriums mit den tatsächlichen Entwicklungen der Technik und kommen im Wesentlichen zum Schluss, die Herstellung von Fernsehgeräten sei ins Stocken geraten, weil die Industrie allzu voreilig gehandelt habe: Indem sie den Weisungen des Propagandaministeriums gefolgt sei, habe sie sich selbst ins Hintertreffen manövriert, wovon sie sich nicht mehr habe erholen können. Beide Autoren verweisen darauf, dass das Ministerium de facto die Interessen des Kapitals untergraben habe, jedoch ohne diese Behauptung mit Belegen zu erhärten.

Zwar bestärken die Bestände der BRD-Archive diese Sichtweise in der Tendenz. Die Akten des Propagandaministeriums beschäftigen sich konkret mit dem Fernsehen, aber angesichts der aufgeteilten Verantwortung und der unübersehbaren Interessenskonflikte, die seit 1935 zu verzeichnen sind, liefern sie nur einen Baustein eines weit komplexeren Gefüges. Entsprechend der Meinung vieler westlicher Historiker, dass sich das «Dritte Reich» dem Willen einer relativ kleinen Gruppe von Ideologen verdanke, die sich durch physische Gewalt (sowohl Polizei- wie Terrormaßnahmen) und demagogische Manipulation (durch Kontrolle der Presse und direkte Propaganda) an die Macht gebracht habe, bezeugen die Akten aus dem Propagandaministerium zwar, dass die Fernsehprogramme die Bevölkerung politisch beeinflussen sollten. Aber genug Indizien sprechen auch gegen diese Position und für ein Erklärungsmodell, das sich stärker auf das «Dritte Reich» als eine Form von Staatskapitalismus konzentriert (so existieren zum Beispiel Kopien des einschlägigen Schriftwechsels zwischen dem Postministerium und dem Finanzamt oder der Reichskanzlei). Die genannten Studien vernachlässigen also die Perspektive des Postministeriums, seine industriellen Interessen und Sensibilitäten.

Im Gegensatz dazu hat sich die Forschung der DDR – exemplarisch dafür ist das Werk Manfred Hempels – vor allem auf die archivierten Materialien aus dem Postministerium gestützt und damit eine wichtige Ergänzung zur westlichen Geschichtsschreibung geliefert. Durch das Postministerium hatte Hempel Zugriff auf die fortlaufenden Auseinandersetzungen zwischen Staat und Industrie, so dass er sich detailliert auf den Verlauf multinationaler Investitionen, die Kämpfe innerhalb der Industrie und auf staatlich-industrielle Koordinationsprozesse einlassen konnte. Hempel erklärt das Scheitern des frühen deutschen Fernsehens, ein Publikum zu finden, mit den Streitereien zwischen Telefunken

und der Fernseh AG (inklusive ihrem jeweiligen multinationalen Rückhalt), deren Auswirkungen noch verstärkt wurden, da beide Unternehmen sich rasch dafür entschieden, die Entwicklung preiswerter Empfänger fallen zu lassen, um sich der lukrativeren Rüstungsproduktion zuzuwenden. So ist die mit Voll-dampf weiter betriebene Fernsehforschung (trotz Abkehr vom Verbrauchermarkt) und die schnelle Expansion verwandter Technologien im Lichte des Industrieprofits zu lesen. Wie seine Kollegen in der BRD konnte auch Hempel seine Befunde auf Archivmaterial stützen – in seinem Fall, um die Annahmen des DDR-Marxismus über die Verflechtungen des Faschismus mit dem Monopolkapital zu untermauern. Eine solche Argumentation hätte er kaum führen können, wenn ihm – wie seinen westlichen Kollegen – allein die Akten des Propagandaministeriums zur Verfügung gestanden hätten.

Als die Spannungen des Kalten Krieges nachließen und die jeweiligen Erklärungsmodelle von Ost und West für die nationalsozialistische Vergangenheit unter der Last größerer Komplexitäten zusammenbrachen, spiegelte auch die Geschichtsschreibung zum frühen deutschen Fernsehen diesen Wandel. Gegen Ende der 70er Jahre begannen neue Fragestellungen, der nun mögliche Zugang zu allen Archivbeständen sowie neue wissenschaftliche Methoden die alte Polarität aufzuweichen. Erwin Reiss machte viele Ergebnisse Hempels im Westen bekannt. Und es ist Wissenschaftlern wie Friedrich Kahlenberg, Ansgar Diller, Knut Hickethier, Peter Hoff, Winfried Lerg, Manfred Hempel und Gruppen wie dem Studienkreis «Rundfunk und Geschichte» oder dem Siegener «Bildschirm-Projekt» zu verdanken, dass sich die Forschung nun der Rezeption, der Programmstruktur, den Beziehungen zwischen Fernsehen und Film oder den Genrekonventionen zuwandte und – in den wenigen Fällen, wo tatsächlich Sendungen überliefert sind – sogar genaue Textanalysen erstellt wurden. Mit dem Fall der Mauer profitierte eine neue Generation von Fernsehhistoriographen von neuen Trends der Geschichtsschreibung (wie «Alltagsgeschichte» oder die angloamerikanischen «Cultural Studies»), um wiederum das Archiv zu transformieren, indem sie andere Fragen an das Material richteten und es mit anderen Augen betrachteten. Arbeiten von Siegfried Zielinski, Müller/Elsner/Spangenberg, Winker, Steinmauer, Hickethier, dem Verfasser und vielen anderen verdanken sich dieser Zäsur und Öffnung auf größere ideologische und historiographische Zusammenhänge. Neue Interpretationsrahmen, neue Ansätze in der Geschichtsschreibung, unbeschränkter Zugang zu den Archiven der früheren DDR und BRD und neue Fragestellungen, die das immer internationaler werdende Feld der Medienwissenschaft eröffnete, wirkten zusammen, um das Archiv «transformativer» zu nutzen, als die schieren materiellen Bestände es vorgaben.

## Schluss

1986 begann der Sonderforschungsbereich «Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien» an der Universität-Gesamthochschule Siegen ein fünfzehnjähriges Forschungsprojekt zum Fernsehen, das in der internationalen Wissenschaftsgeschichte einmalig ist. Seine über zweitausend Veröffentlichungen enthalten viele bahnbrechende neue Einsichten, und es ist diesem Projekt zu verdanken, dass die Fernseh- und Medienwissenschaft in Deutschland floriert. Dabei hatte man zunächst mit einem traditionellen historiographischen Verständnis des Mediums begonnen, und entsprechend fehlte die Vorgeschichte des deutschen Fernsehens.<sup>8</sup> Trotz seiner enormen finanziellen wie personellen Ressourcen konzentrierte sich das Projekt explizit auf das deutsche Nachkriegsfernsehen, und zwar das der BRD – als sei es ganz unproblematisch, die nationalsozialistische Phase oder die in der Tat noch weiter, ins 19. Jahrhundert zurückreichende Konzeption und Entwicklung des Mediums durch Paul Nipkow einfach auszulassen. Natürlich gab es fachliche und methodische Gründe für diese Beschränkung (auch ging es dem Projekt nicht primär um Geschichtsschreibung), aber die verfehlt Chance, das Medium historisch anders zu fassen, erwies sich als äußerst folgenreich. Das «Bildschirmmedien-Projekt» umgriff zwei sehr verschiedenartige Perioden deutscher Fernsehgeschichtsschreibung, aber es ist unübersehbar, dass es sich vor allem an der älteren Tradition orientierte.

Ich erwähne dies nicht, um Kritik zu üben (sei es negativ oder positiv), sondern um wiederum darauf hinzuweisen, dass der Bedeutungsrahmen unseres historischen Verständnisses – und, mit ihm, die Praxis der Archive – ständigem Wandel unterworfen ist. Im Falle von Deutschland ist dieser Wandel sehr fassbar und eröffnet der Fernsehforschung eine vorzügliche Gelegenheit, die Formierung und Transformation der Archive am lebendigen Beispiel zu betrachten. Wie ich zu zeigen versucht habe, befindet sich das kulturelle Gedächtnis derzeit auf dem Prüfstand. Doch das bedeutet nicht, dass man aus dem größeren Projekt des Vergessens nicht noch vieles lernen könnte. Das Vergessen mag bestimmten Mustern folgen, aber es eröffnet uns zugleich besondere Möglichkeiten, die Vergangenheit genauer zu veranschlagen; auch wenn seine Erklärungsmacht nicht allzu groß ist, kann es uns schärfer sehen lehren, was wir de facto wissen. Und mit etwas Glück enthüllt sich uns manchmal, weshalb wir etwas dem Vergessen anheim gegeben haben.

*Aus dem Amerikanischen von Christine N. Brinckmann*

8 Auch wenn man grundsätzlich das Fernsehen der BRD erforschte, entstand der bahnbrechende Artikel von Elsner/Müller/Spangenberg zum frühen deutschen Fernsehen in diesem Kontext.

## Literatur

- Abramson, Albert (2002) *Die Geschichte des Fernsehens (The History of Television 1880 to 1941, 1987)* München: Fink.
- Elsner, Monika / Müller, Thomas / Spangenberg, Peter M. (1990) The Early History of German Television: The Slow Development of a Fast Medium. In: *The Historical Journal of Film, Radio and Television*, 10, 2. S. 193–220.
- Foucault, Michel (2002) *Archäologie des Wissens (L'archéologie du savoir, 1969)*, Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Goebels, Gerhard (1953) Das Fernsehen in Deutschland bis zum Jahre 1945. In: *Archiv für Post- und Fernmeldewesen* 5, 5. S. 259–393.
- Hempel, Manfred (1969) *Der braune Kanal. Die Entstehung und Entwicklung des Fernsehens in Deutschland bis zur Zerschlagung des Hitlerregimes*. Berlin: Deutscher Verlag der Wissenschaft.
- Hempel, Manfred (1970) Fernsehen unterm Hakenkreuz. Teil 1: Das Fernsehkapital und sein Bruder Reichspost. In: *Mitteilungen des Postmuseums der DDR*, Band 3/4. S. 33–75.
- Hempel, Manfred (1981) Fernsehen unterm Hakenkreuz. Teil 2: Krieg der Reichspost gegen Europas Fernsehen. In: *Mitteilungen des Postmuseums der DDR*, Band 5. S. 51–76.
- Hickethier, Knut (1998) *Geschichte des deutschen Fernsehens*. Unter Mitarbeit von Peter Hoff. Stuttgart / Weimar: Metzler.
- Lerg, Winfried (1967) Die Entstehung des Fernsehens in Deutschland. In: *Rundfunk und Fernsehen* 15, 4. S. 349–375.
- Pohle, Heinz (1956) Wollen und Wirklichkeit des deutschen Fernsehens bis 1943. In: *Rundfunk und Fernsehen* 4,1. S. 59–75.
- Reiss, Erwin (1979) «Wir senden Frohsinn». *Fernsehen unterm Faschismus. Das unbekannteste Kapitel deutscher Mediengeschichte*. Berlin: Elefanten-Press-Verlag.
- Steinmaurer, Thomas (1999) *Tele-Vision. Zur Theorie und Geschichte des Fernsehempfangs*. Innsbruck: Studien Verlag.
- Uricchio, William (1992) Television as History: Representations of German Television Broadcasting, 1935–1944. In: *Framing the Past: The Historiography of German Cinema and Television*. Hrsg. v. Bruce A. Murray und Christopher J. Wickham. Carbondale: Southern Illinois University Press. S. 167–196.
- Uricchio, William (2001) Reflections on a Forgotten Past: Early German Television as a History of Absences. In: *Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften* 12, 4 (TeleVisionen. Historiografien des Fernsehens), S. 42–59.
- Uricchio, William (Hg.) (1991) *Die Anfänge des Deutschen Fernsehens. Kritische Annäherungen an die Entwicklung bis 1944*. Tübingen: Niemeyer Verlag.
- Winker, Klaus (1996) *Fernsehen unterm Hakenkreuz: Organisation, Programm, Personal*. Köln: Böhlau.
- Wittgenstein, Ludwig (1979) *Tractatus logico-philosophicus. Logisch-philosophische Abhandlung (1921)*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Zielinski, Siegfried (1989) *Audiovisionen. Kino und Fernsehen als Zwischenspiel in der Geschichte*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Anna McCarthy

## Regieren per Fernsehen?

### TV-Filme im Dienste der Öffentlichkeit und die Archive der Frühzeit des US-amerikanischen Fernsehens

Gebrauchsfilme, die in den frühen Jahren des kommerziellen US-amerikanischen Fernsehens einen wichtigen Teil des Programms ausmachten, sind in den letzten Jahren dank digitaler Infrastrukturen wie dem Internet einem immer breiteren Publikum zugänglich geworden.<sup>1</sup> Heutige Zuschauer machen sich gerne lustig über die aufgesetzte Lehrhaftigkeit und die technische Unbeholfenheit dieser Filme. Für Fernsehhistoriker allerdings eröffnen solche medialen Artefakte die Möglichkeit, den Horizont ihrer Forschung zu erweitern und neben den bekannten und oft auch schon auf DVD edierten Sendungen aus den 1950er Jahren, dem so genannten «Goldenen Zeitalter» des amerikanischen Fernsehens, auch marginale Programmteile wie Industriefilme, religiöse Sendungen und Propagandafilme mit in den Blick zu nehmen. Vor allem in den ersten Jahren pflegten lokale Fernsehstationen ihr Tagesprogramm mit diesen Sendungen aufzufüllen.

Zum Kanon der Fernsehunterhaltung gehören diese kurzlebigen Programme und PR-Werbepbotschaften nicht. Sie unterscheiden sich kategorial von anderen Formen des Fernsehens ihrer Zeit, insofern sie Promotionszwecken dienen oder pädagogische Ziele verfolgten und nicht die für Mainstream-Fernsehprogramme typische Verbindung von Produktwerbung und Unterhaltung aufwiesen. Bei vielen dieser Filme handelte es sich um Lehrfilme oder Kulturprogramme, die von privater Hand finanziert wurden und zur Gattung der *institutionals* zählten, zu einer mittlerweile veralteten Kategorie von sponsorenfinanzierten und von bestimmten Institutionen getragenen Fernsehprogrammen. In der Regel enthielten solche vermeintlich nicht-kommerziellen Programme auch eine Unterhaltungskomponente, sei es in Form eines kleinen Theaterstücks, einer

1 Zu erwähnen ist insbesondere die Sammlung von Gebrauchsfilmen oder «ephemeral films», die der New Yorker Sammler Rick Prelinger seit den 1970er Jahren zusammengetragen und vor kurzem der Library of Congress vermacht hat und von der ein wichtiger Teil im Internet zugänglich ist: <http://www.archive.org/movies/prelinger.php>. Ferner von Interesse ist das AV Geeks Archive, zu finden unter <http://www.archive.org/movies/collection.php?collection=avgeeks>.

historischen Biografie oder eines kurzen Dokumentarfilms. Zugleich aber waren die Sendungen mit «Botschaften» durchsetzt und zielten beispielsweise darauf ab, einem Massenpublikum die Haltung der Großkonzerne zur Frage der staatlichen Regulierung von Marktmonopolen zu erläutern. Wieder andere wurden von nicht-profitorientierten Organisationen wie politischen Interessenverbänden, Gewerkschaften, Kirchen und anderen gemeinnützigen Vereinigungen produziert und dienten dem Zweck, der breiten Bevölkerung bestimmte moralische und politische Haltungen ans Herz zu legen. Diese Sendungen wurden den lokalen Fernsehstationen zur Ausstrahlung im Rahmen der gesetzlich vorgeschriebenen Sendezeit für Inhalte von öffentlichem Interesse kostenlos zur Verfügung gestellt – für die Fernsehstationen eine Gelegenheit, ohne eigene Investition an Sendungsinhalte zu kommen, die von vielen Programmleutenden gerne wahrgenommen wurde.

In diesem Beitrag werde ich mich mit der Frage befassen, welche Implikationen diese pädagogischen Fernsehfilme, die in den Nachkriegsjahren von zahlreichen Sponsoren im Sinne eines Dienstes an der Öffentlichkeit angeboten wurden, für die Geschichtsschreibung des amerikanischen Fernsehens haben. Aus verschiedenen Gründen lässt sich die Frage nach dem Wert dieser Filme für die historische Forschung nur schwer beantworten. Um ihre Relevanz zu verstehen, muss man sich als Historikerin zunächst mit ihrer didaktischen Adressierung und ihren propagandistischen Zielen befassen, die so offensichtlich sind, dass man sich nur allzu leicht davon abhalten lässt, die Filme einer detaillierten und nuancierten Analyse zu unterziehen. Dieser Herausforderung will ich mich in diesem Beitrag stellen. Anhand einer Reihe von Beispielen, die von verschiedenen Sektoren des industriellen und gesellschaftlichen «Establishments» in den Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg finanziert und entwickelt wurden, möchte ich darlegen, welche Formen der Analyse für solche Filme angemessen sind und welche tiefgreifenden Implikationen eine solche Auseinandersetzung hat. Aus der Sicht der Historikerin, so meine ich, sollte man die propagandistischen Filme aus der Frühzeit des Fernsehens als Versuche des *Regierens per Fernsehen* verstehen. Es gilt mithin den Status dieser Sendungen als Formen des Sponsorings von Massenmedien ernst zu nehmen, die unverhohlen darauf abzielen, den «Massen» in einem «top down»-Verfahren Bürgersinn einzuflößen.

Anerkennt man aus der Perspektive der Historikerin den regierungstechnologischen Anspruch dieser Programme, dann bedeutet dies allerdings noch keineswegs, dass man den Filmen auch ungebrochene Wirksamkeit attestiert und davon ausgeht, dass sie auf Ideen und Verhaltensweisen der breiten Bevölkerung direkt und zuverlässig Einfluss nahmen. Man sollte vielmehr aus Grün-

den, auf die ich weiter unten eingehen werde, davon ausgehen, dass die kulturelle Wirkungsmacht und die längerfristige Bedeutsamkeit dieser Filme nicht in ihrer unmittelbaren Wirkung auf die Rezipienten lagen, also in ihren behaupteten Auswirkungen auf Meinungen und Haltungen der Zuschauer. Wie ich im Folgenden darlegen möchte, erschließt sich uns die kulturelle Bedeutsamkeit dieser Filme erst über eine auf Archivrecherchen beruhenden Untersuchung ihres Herstellungsprozesses. Insbesondere erlaubt uns ein solcher Ansatz besser zu verstehen, dass und inwiefern Bildungsfernsehen und Fernsehen im Dienste der Öffentlichkeit<sup>2</sup> in der Nachkriegszeit eine Arena für eine gesellschaftliche Auseinandersetzung bildeten, die wiederum auf das kommerzielle Fernsehen im Hinblick auf dessen gesellschaftlichen und politischen Wirkungsmöglichkeiten nachhaltigen Einfluss haben sollte.

Ich möchte kurz die Grundzüge meiner Argumentation darlegen, weil diese in zentralen Punkten von den gängigen Lesarten und Historiographien der Politik öffentlicher Dienstleistungsprogramme im kommerziellen Fernsehen abweicht. Eine Reihe von Untersuchungen hat sich mit den vielfältigen Bemühungen von politisch linken Gruppen und Erziehungsinstitutionen befasst, die im Verlauf des 20. Jahrhunderts mit abnehmendem Erfolg immer wieder versuchten, Rundfunk und Fernsehen in den USA in der öffentlichen Hand zu halten und einen Raum für nicht-kommerzielle Programme und alternative Stimmen zu schaffen. Wie Tom Streeter überzeugend darlegt, war der kommerzielle Rundfunk in den USA seit seinen Anfängen in den 1920er Jahren von einem liberalen Unternehmergeist geprägt, der ein Modell der privaten Verwaltung öffentlicher Ressourcen favorisierte. Entsprechend haben sich Rundfunk und Fernsehen im Laufe ihrer Geschichte stets an den sich wandelnden politischen Programmen eines avancierten Liberalismus orientiert.<sup>3</sup> In diesem Sinn lässt sich etwa die faktische Abschaffung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und Fernsehens in den USA seit den 1980er Jahren als beispielhafte Umsetzung der neoliberalen Deregulierungspolitik der Reagan-Administration im Bereich der Massenmedien verstehen.

- 2 [«Public service television» umfasst in den USA nicht nur das in seiner Reichweite und seinen finanziellen Ressourcen stark eingeschränkte öffentlich-rechtliche Fernsehen, sondern auch Sendungen im öffentlichen Interesse im kommerziellen Fernsehen. Wir verwenden «Fernsehen im Dienste der Öffentlichkeit» als Übersetzung von «public service television» in diesem weiteren Sinn. Anm.d.Ü.]
- 3 Vgl. Streeter 1996. Für eine exemplarische Geschichte politischer Initiativen zugunsten eines öffentlich-rechtlichen Fernsehens in den USA und zugunsten von Fernsehprogrammen im Dienste der Öffentlichkeit vgl. McChesney 1993.

Wenn nun aber die etablierten Historiographien des Fernsehens diese Geschichte als Drama einer «Niederlage der Demokratie» im Bereich der Medien deuten, dann liegt das zu einem guten Teil daran, dass sie Rundfunkmedien, die im öffentlichen Interesse agieren, in erster Linie in Begriffen von Rundfunkpolitik und deren technologischer Umsetzung definieren. Gemäß einer solchen engen Bestimmung gelten im kommerziellen Fernsehen nur solche gemeinnützige Sendungen als Programme von öffentlichem Interesse, die – wie dies bis 1960 noch der Fall war – dem Spiel der Marktkräfte entzogen sind, also Programme, die durch Gebühren finanziert und in gesetzlich dafür vorgesehenen Sendefenstern ausgestrahlt werden.<sup>4</sup> Gemäß solchen Modellen stellt Fernsehen im Dienste der Öffentlichkeit stets eine gefährdete, dem Verschwinden anheim gestellte Ressource dar, die gegen Übergriffe von Unternehmen und, was im Wesentlichen auf dasselbe hinausläuft, gegen eine drohende Befleckung durch die Populärkultur verteidigt werden muss.<sup>5</sup>

Man verstehe mich nicht falsch: Solche Analysemodelle haben ihre Berechtigung und ich will sie nicht pauschal zurückweisen. Gerade in den Bereichen Rundfunkpolitik sowie Bildung und Erziehung leisten sie wichtige Dienste als Grundlage für politisches Handeln. Andererseits haben sie uns lange Zeit daran gehindert zu sehen – und der Tatsache mit unserer Forschung Rechnung zu tragen –, dass der Begriff des Dienstes an der Öffentlichkeit breiter und flexibler ist, als dies eine strikt auf Rundfunkpolitik fokussierte Definition nahe legt, die nur unbezahlte bzw. gebührenfinanzierte Programme in dieser Kategorie gelten lassen will. Tatsächlich strahlte das amerikanische Fernsehen neben Sendungen, die einer engen Definition von Fernsehen im Dienste der Öffentlichkeit entsprachen, immer auch schon eine schattenhafte Nebenkategorie von Programmen aus, die teilweise oder zur Gänze von der privaten Hand und von Unternehmen finanziert wurden, oder die indirekt für bestimmte Unternehmen und ihre Produkte warben, dabei aber gleichwohl den Anspruch erhoben, eine Mitteilung im öffentlichen Interesse zu machen. So produzierte etwa die National Association of Manufacturers, der nationale Verband der Industrieunternehmen, eine Dokumentarfilmserie mit dem Titel «Industry on Parade», die als Programm von öffentlichem Interesse vermarktet wurde. Genau besehen aber rückte die Serie eine Reihe von Konsumprodukten ins Zentrum, um den Beitrag des Industriesektors zum ökonomischen und kulturellen Wohler-

4 [Eine solche enge Bestimmung läuft auf eine Gleichsetzung von Fernsehen im Dienst an der Öffentlichkeit mit öffentlich-rechtlichem Fernsehen hinaus, wie sie in der deutschsprachigen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft gängig ist. Anm.d.Ü.]

5 Über das Ausblenden populärer Inhalte in den Anfangsjahren des staatlich finanzierten öffentlich-rechtlichen Fernsehens in den USA vgl. Ouellette 2002.

gehen der Nation hervorzuheben und zugleich die öffentliche Meinung gegen die Gewerkschaften aufzubringen. Bisweilen präsentierten auch einzelne Unternehmen ihre Anliegen in Form von nicht-kommerziellen Mitteilungen von erzieherischem Wert, etwa wenn es darum ging, die über das Kriegsende hinaus bestehenden regulatorischen Gesetze des New Deal zu diskreditieren. Ein Beispiel ist die vom Chemiekonzern Du Pont produzierte Serie «Cavalcade of America», die aus einer Reihe von Biografien historischer Persönlichkeiten bestand und gegen Bezahlung in für Werbung vorgesehenen Programmfenstern ausgestrahlt wurde, obwohl die Serie den Anspruch erhob, ein Programm im Dienste der Öffentlichkeit zu sein. Während Dienstleistungsprogramme historisch gesehen vor allem als Plattform für die Verbreitung von progressiven politischen Anliegen wie der Forderung nach Bürgerrechten für die afroamerikanische Minderheit genutzt wurden, kam es überdies auch vor, dass solche Programme von Gruppen finanziert wurden, die gegen linke Anliegen und die Forderung nach sozialer Gerechtigkeit agitierten, unter anderem vom Ku Klux Klan.<sup>6</sup> Politisch, finanziell und ästhetisch gesehen war die Erscheinung von Konzepten eines Dienstes an der Öffentlichkeit im kommerziellen Rundfunk demnach ein zutiefst unreines Phänomen, das die Grenzen, die der Staat mit seiner Rundfunkpolitik zog, bei weitem sprengte.

Angesichts dieser Tatsache schlage ich einen historiographischen Ansatz vor, der den Dienst an der Öffentlichkeit im amerikanischen kommerziellen Fernsehen als flexible diskursive Beziehung zwischen Zuschauern, Sponsoren und Rundfunkstationen auffasst. Zudem schlage ich vor, diese Beziehung als politische zu sehen, also als Beziehung, die von der Frage bestimmt ist, wie sich das Fernsehen am besten als Werkzeug einer gutmeinenden liberalen Regierungstechnologie nutzen lässt, mit dem Ziel ein Massenpublikum zu eigenverantwortlichen Staatsbürgern zu erziehen – ein Ziel, das in der Nachkriegszeit von einer Vielzahl von politischen Gruppen und Interesseverbänden verfolgt wur-

### James Dean PSA for Driving Safety

Starring - James Dean Gig Young

James Dean in an ironic PSA (public service announcement) for driving safety with Gig Young. A disinterested Dean tells young kids to drive safely and that the life you might save, could be his.



James Dean and Gig Young

6 Zu Fernsehprogrammen, die vom Ku Klux Klan finanziert wurden, vgl. Claasen 2004.

de. Ein Ansatz, wie ich ihn vorschlage, beschränkt seine Quellen nicht auf Sendungen, die im Sinne der engen Richtlinien der Federal Communication Commission jener Zeit als Fernsehen im Dienste der Öffentlichkeit galten, auch wenn sie keineswegs unberücksichtigt bleiben. Hingegen deckt ein solcher Ansatz jede Art von Sendematerialien mit ab, die – aus welchen Gründen auch immer – gezielt so aussahen, als hätten sie mit Kommerz und Markt nichts zu tun und würden das öffentliche Interesse artikulieren, auch wenn sie dabei keine offenkundigen demokratischen Anliegen vertreten. Wählt man einen solchen diskursanalytischen Ansatz, dann umfasst der Begriff des «public service», des Dienstes an der Öffentlichkeit, einen ganzen Fächer von institutionellen Beziehungen und ästhetischen Formen, zu denen nicht zuletzt auch von Sponsoren bezahlte Fernsehprogramme zählen. Als roter Faden zieht sich durch einen so verstandenen Dienst an der Öffentlichkeit eine spezifische moralische, epistemologische und ästhetische Auffassung von Sponsoring: Sponsoring dient nicht «bloßer» Unterhaltung, sondern zielt stets über reines Profitstreben hinaus auf Höheres.

Bedenkt man den durchaus opportunistischen Zugang der Sponsoren zum Dienst an der Öffentlichkeit, dann wird noch einmal deutlich, worauf schon Tom Streeter und Lynn Spiegel in ihren Arbeiten zur Frühzeit des Fernsehens hinweisen:<sup>7</sup> Dass der «public service» stets mit «public relations» einher geht, mit Öffentlichkeitsarbeit, und damit letztlich auch mit «public opinion management», mit der Steuerung der öffentlichen Meinung. Was zu klären bleibt ist die Frage, welche Implikationen diese Engführung von «public service», «public relations» und «public opinion management» für Versuche des Regierens per Fernsehen hat, wie sie im Verlauf der amerikanischen Geschichte immer wieder unternommen wurden.<sup>8</sup> Definiert man den Dienst an der Öffentlichkeit nicht als politische Schutzzone, sondern als verfüg- und usurpierbaren Diskurs, dann bestimmt man ihn, wie ich im Folgenden zeigen möchte, als kulturellen Bereich, in dem die vielfältigen Probleme der unterschiedlichen Ansätze, die in den 1950er Jahren liberale Politik in den USA bestimmten, zur Sprache gebracht und ausgetragen werden konnten. Das Ideal des Dienstes an der Öffentlichkeit im Rundfunk schuf die Möglichkeit, von einem Standpunkt aus zu sprechen, der nicht von materiellen und persönlichen Interessen bestimmt war. Entsprechend bemühten sich die verschiedensten Gruppierungen, von den Gewerkschaften über Bürgerrechtsaktivisten und linksliberale Internationalisten

7 Tom Streeter, zitiert nach Spiegel 1998, 72.

8 Für eine hervorragende Analyse dieses Vorgangs im Rahmen der Einrichtung des *American Public Broadcasting System* in den späten 1960er Jahren vgl. Ouellette 2002.

bis hin zu Großunternehmen, in der öffentlichen Wahrnehmung die Position eines vernünftigen und vermeintlich neutralen Aussagens einzunehmen. Das Publikum aus der Warte des Dienstes an der Öffentlichkeit anzusprechen, verlieh einem die Autorität des universellen liberalen Subjektes, das über das nötige Wissen verfügt, um anderen tatkräftig zu helfen. Auf wundersame Weise verwandelte sich Sponsoring so in gelebten Bürgersinn.

In der Praxis allerdings gestaltete sich die Inanspruchnahme dieser begehrten diskursiven Position äußerst schwierig. Tatsächlich stießen bei der Produktion einzelner Sendungen mitunter höchst widerstrebende Interessen und Auffassungen einer Ästhetik des Regierens durch Medien aufeinander. Daher läuft jeder Versuch, den Prozess der Inanspruchnahme einer vernünftig-neutralen Sprecherposition zu rekonstruieren, auf ein genealogisches Vorgehen im Sinne Michel Foucaults hinaus. Will man das hervorbringen, was sich als Geschichte der Gegenwart bezeichnen ließe, dann kommt man nicht umhin, die Unvereinbarkeiten und historischen Brüche mit zu bedenken, die in die Gegenwart mit eingehen. Eine Untersuchung der Produktion dieser Sprecherposition im Dienste der Öffentlichkeit in den verschiedenen Bereichen des sponsorenfinanzierten Fernsehens – eine Untersuchung, zu der ich in der kurzen nun folgenden Analyse nur einen Anfang machen kann – läuft in einem diachronischen Sinne darauf hinaus, die Herausbildung medialer Signifikanten nachzuzeichnen, die Staatsbürgerschaft in Begriffen von persönlicher Verantwortung, Freiheit und kultureller Differenz definieren. Diese Begriffe kommen einem nur allzu bekannt vor, wenn man mit der neoliberalen Sprache von Moralität und sozialem Wissen vertraut ist, die den aktuellen öffentlichen Diskurs bestimmt. In einer stärker synchronischen Perspektive kann die genealogische Methode aufzeigen, wie oppositionelle Diskurse wie der Bürgerrechtsdiskurs in den Nachkriegsjahren im Diskurs des Dienstes an der Öffentlichkeit aufgehen und damit ihren Teil zur Herausbildung der besagten neoliberalen Stimmungslage beitragen. Dem genealogischen Zugang entsprechend, der einen wichtigen Beitrag zur Situierung der Geschichte des kommerziellen Fernsehens innerhalb der Politikgeschichte der Nachkriegsjahre leisten kann, betone ich in diesem Text auch die zentrale Rolle der Archivrecherche. Eine jeweilige Sendung mag oberflächlich gesehen als kohärenter Ausdruck des Bemühens erscheinen, durch die Medien politisch Einfluss zu nehmen. Letztlich aber resultiert es stets aus einer Vielzahl von Verhandlungen und Kompromissen. Wie Toby Miller festhält, sind die Prozesse der politischen Einflussnahme durch populäre Medientexte «nicht nur anfällig für Widersprüche, sie basieren geradezu darauf.»<sup>9</sup>

9 Vgl. Miller 1998, 13.

Erhalten wir uns als Medienhistoriker bei unseren Studien über die frühen Fernseh-Gebrauchsfilmern im Dienste der Öffentlichkeit einen Sinn für diese Widersprüche, dann werden wir ohne Zweifel neue und aufschlussreiche Erkenntnisse über die Rolle des Mediums in der politischen Kultur der Nachkriegsjahre gewinnen können.

## Propaganda und ihr Publikum

Ich möchte mit meiner Analyse bei dem offensichtlichsten textuellen Aspekt dieser Filme ansetzen: Ihrer Lehrhaftigkeit. Worin genau besteht das Problem eines solchen Modus' der Ansprache? Obwohl ich letztlich der Ansicht bin, dass der Begriff der *Propaganda* mehr Probleme schafft als löst, bildet er meines Ermessens einen guten Ausgangspunkt zur Beantwortung dieser Frage, rückt er in seiner gängigen Bedeutung doch genau das zentrale Problem didaktischer Texte in den Blick. In seiner gängigen Bedeutung ist der Begriff Propaganda in sich widersprüchlich, und genau dieselbe Widersprüchlichkeit kennzeichnet auch die Annahmen, auf denen die Produktion und die Rezeption von TV-Filmen im Dienste der Öffentlichkeit oder von Imagefilmen von Großunternehmen beruhen. Bezeichnen wir im alltäglichen Sprachgebrauch etwas als Propaganda, dann meinen wir damit eine Form der Überredung des Publikums, die auf die eine oder andere Weise mit einer Täuschung oder einer absichtlichen Fehldarstellung einhergeht. Zugleich kritisieren wir mit dem Begriff der Propaganda, dass etwas ungeschickt gemacht und allzu offensichtlich einer bestimmten Tendenz verpflichtet ist. Wir sehen mit anderen Worten Täuschung am Werk, stellen aber zugleich fest, dass das Werk der Täuschung misslingt. Gute Propaganda hingegen, so die Unterstellung, ist als Propaganda nicht zu erkennen, sondern stellt sich als etwas anderes dar: Als Unterhaltung oder als Information. Dieser offenkundige Widerspruch wird oft aufgelöst, indem man dem Publikum, an das sich die Propaganda richtet, bestimmte Attribute zuschreibt. Wird den Produzenten der Propaganda schon Unaufrichtigkeit unterstellt, so geht man komplementär dazu mit der gleichen Selbstverständlichkeit davon aus, dass das hypothetische Publikum gänzlich naiv und nicht in der Lage ist, die doch allzu durchsichtige Manipulation als solche zu erkennen. Der Begriff der Propaganda postuliert so gesehen immer zwei unterschiedliche Publika: Das Publikum, das auf die Täuschung hereinfällt, und das Publikum, das dagegen gefeit ist – das Publikum der Kritiker, die die Täuschung auffliegen lassen.

Diese doppelte Arbeit des Propagandabegriffs liefert uns eine elementare Motivation, um über die Filme selbst hinauszugehen und die institutionellen

und sozialen Netzwerke zu untersuchen, in die sie eingebettet sind. Nimmt man an, dass Propaganda manche Zuschauer täuscht und andere nicht, dann schließt man damit eine ganze Reihe von anderen Möglichkeiten aus, namentlich auch die durchaus wahrscheinliche, dass alle Zuschauer den offenkundig manipulativen Charakter dieser Sendungen auf einer gewissen Ebene durchschauen, sich dabei aber ihrerseits einen Begriff von einem Publikum machen, das – anders als sie selbst – naiv ist und sich übertölpeln lässt. Um diese anderen möglichen Rezeptionsformen zu untersuchen, reicht es nicht aus, Publikumsforschung zu betreiben. Zu untersuchen gilt es vielmehr, wie Zuschauer mit Medienwirkungsforschern interagieren und wie der Prozess der Datenerhebung über die Haltung der Zuschauer unterschiedliche und möglicherweise miteinander in Konkurrenz stehende Konzeptionen des Publikums hervorbringt. Zu fragen ist also: Wie interpretieren Zuschauer die Form der Zuschauerschaft, die in den Studien konstruiert wird, an denen sie als Versuchs- und Auskunftspersonen teilnehmen? Und welchen Aufschluss geben ihre Antworten über ihre Selbstwahrnehmung als Mitglieder einer bestimmten Zuschauergruppe und, allgemeiner gesprochen, des Massenpublikums?

Für die Beantwortung solcher Fragen fehlt Fernsehhistorikern der direkte ethnografische Zugang zur Interaktion zwischen Zuschauern und Publikumsforschern. In den USA zumindest hat man hingegen Zugang zu Archiven, in denen die Resultate der einschlägigen Publikumsforschung aufbewahrt werden, die Produzenten von propagandistischen Filmprogrammen in den Nachkriegsjahren in Auftrag gaben.<sup>10</sup> Namentlich das Geschäftsarchiv des Chemiekonzerns Du Pont, der zu den aktivsten Sponsoren von Informationsprogrammen im Fernsehen zählte, ist in vollem Umfang zugänglich. Obwohl man die Frage stellen muss, bis zu welchem Punkt sich aus einem einzelnen Beispiel verallgemeinernde Schlüsse ziehen lassen, stellt dieses Archiv eine unschätzbare Quelle für Forscher dar, die sich dafür interessieren, wie die Sponsoren von «institutioneller» Werbung mit ihrem Publikum interagierten. Memoranda und unpublizierte Materialien aus diesem Archiv belegen, wie wenig sich die Du

10 Eine Untersuchung von Archivmaterialien, die im Zusammenhang mit der Produktion solcher Programme stehen, bereitet mitunter natürlich erhebliche Schwierigkeiten. In den USA werden einige Firmenarchive von Fernseh-Senderketten in öffentlichen Archiven aufbewahrt (so die Geschäftspapiere von NBC und DuMont aus den 1940er und 1950er Jahren). Die entsprechenden Bestände sind allerdings nicht vollständig, und sie betreffen nur eingeschränkte Zeiträume. Die Firmenarchive der Sponsoren sind noch schwieriger zugänglich. Von besonderem Interesse wäre es, die Papiere der Werbeabteilungen von General Electric, Ford und anderen großen Unternehmen zu studieren, die in der Frühzeit des Fernsehens als Sponsoren von institutionellen Fernsehprogrammen auftraten. Leider sind nur wenige dieser Archive öffentlich zugänglich. Vgl. dazu auch Bird 1999, Fones-Wolf 1994.

Pont-Werbeverantwortlichen darüber im Klaren waren, wer ihr Publikum war, und sie zeigen, wie rastlos sie nach einem System der wissenschaftlichen Messung und Bestimmung von Zuschauerdispositionen suchten, das es ihnen erlauben würde, auf der Grundlage eines «Sender-Empfänger»-Modells ideologische Inhalte zielgenau und zuverlässig ans Publikum zu übermitteln.

Die Ergebnisse der entsprechenden Studien liefen den Erwartungen der Werbeverantwortlichen zuwider, nicht zuletzt, weil die Zuschauer, von denen sie sich sicher waren, dass sie keine Kenntnis von den vermeintlich versteckten PR-Zielen der Firma hatten, sich über diese durchaus im Klaren waren. So stellte die Firma nach der Ausstrahlung einer Fernsehkampagne über die Segnungen von Monopolstrukturen in der amerikanischen Wirtschaft eine Gruppe von professionellen Publikumsforschern an, um die Wirkung der Werbefilme zu überprüfen. Die Antworten der Befragten helfen nicht zuletzt unser Verständnis von «Propaganda» zu schärfen. Anstatt ein für alle Mal die Gutgläubigkeit des Publikums zu beweisen, zeigen sie, dass die Zuschauer ganz klar wussten, dass sie es mit Werbebotschaften propagandistischen Charakters zu tun hatten. Ein Befragter wies den in den Filmen formulierten Anspruch der Firma, uneigennützig zu handeln, mit besonderer Vehemenz zurück: «Sie behaupten, dass sie mit Kleingewerblern zusammenarbeiten, was einfach nur Blödsinn ist. Du Pont interessiert sich nur für Du Pont.» Ein anderer ging weiter und beurteilte die Wirkung der Filme in Begriffen des Dienstes an der Öffentlichkeit: «Du Pont nimmt in der Forschung eine führende Rolle ein, und die Firma dient anderen Industrien in allen Bereichen... Das waren schon gute Werbefilme. Sicherlich die besten, die ich in diesem Jahr gesehen habe. Sie hatten auch einen erzieherischen Wert, abgesehen davon, dass sie als Werbefilme gut funktionierten.»<sup>11</sup>

Schon diese wenigen Antworten verdeutlichen, wie wichtig Archivrecherche für jede Auseinandersetzung mit Propaganda ist. Anstatt das Bild des Publikums als Haufen von Naivlingen zu bestätigen, die sich aus der Distanz und von oben herab leicht führen lassen, zeigen die Archivbestände, dass sich die Beziehung zwischen den Eliten und denen, die sie durch Medien zu beeinflussen versuchten, erheblich komplexer gestaltet. Das Publikum erweist sich als bewusste, durchaus im Einvernehmen mit den sie ansprechenden Institutionen agierende Vielfalt, deren Mitglieder den Vorgang der Publikumsbefragung als konsultativen Prozess auffassten, in dem *sie* als Experten für die Beurteilung von Medienwirkungen auftraten. Obwohl es nur zu einer kleinen Anzahl von

11 Box 18 Folder 1 Du Pont Collection, Hagley Business Museum and Library, Wilmington Delaware.

frühen Fernsehprogrammen so ausführliche Dokumentationen in den Archiven gibt, kann man als Fernsehhistorikerin die Einsichten, die aus diesen Unterlagen zu gewinnen sind, auf andere, weniger gut dokumentierte Sendungen ausdehnen. So zeigt sich, dass man in der Publikumsforschung im Umgang mit propagandistischen Texten stets davon ausgehen muss, dass sich das Publikum über die Natur der Botschaft nicht täuschen lässt. Ganz in diesem Sinn sollte man als Historikerin auch stets die Möglichkeit in Betracht ziehen, dass ein zeitgenössisches Fernsehpublikum mit genau demselben wissenden Lachen auf solche Filme reagierte, wie heutige Zuschauer, die sich die Filme aus dem Internet herunterladen.

Worin liegen nun die Konsequenzen, die sich daraus für die Erforschung der Kulturgeschichte des Fernsehens ergeben? Keinesfalls sollte man aus der Möglichkeit der Existenz eines wissenden Publikums den Schluss ziehen, dass die Alternative zum traditionellen Propaganda-Modell der Medienwirkungsforschung in einer Vereinfachung des Paradigmas vom «widerständigen Publikum» besteht; man würde damit nur in einer Karikatur der *cultural studies* die bekannte binäre Alternative von hegemonialen und subversiven Lesarten wiederholen. Sinnvoller scheint es mir, die Interaktion zwischen Publikum und Publikumsforschern selbst als ein Moment des Regierens durch Medien aufzufassen. In dieser Perspektive können die Zuschauer die in Frage stehenden Filme immer noch als instrumentell und propagandistisch auffassen. Es ist aber auch möglich, dass sie die Teilnahme an einer Publikumsumfrage als Aufforderung verstehen, aus ihrer Sicht die Grenzen des Zulässigen für eine politische Einflussnahme von Großkonzernen auf die Öffentlichkeit festzulegen. So gesehen erweist sich Publikumsforschung als Form der Eröffnung von Handlungsmöglichkeiten in der öffentlichen Sphäre, gibt sie den Zuschauern doch die Gelegenheit, sich ihrer bürgerlichen Freiheiten zu versichern, in dem sie sich dazu äußern, wie weit Sponsoren, der Staat oder Großkonzerne gehen dürfen.

Diese Möglichkeit ist deshalb wichtig, weil sie nahe legt, dass wir durch Archivrecherchen einen erheblich komplexeren Begriff davon bekommen können, wie Macht durch Medien ausgeübt wird, als dies die Behauptung der Propaganda von oben herab oder die humanistische Vorstellung des widerstandswilligen Zuschauers zulassen. Genau dieses Ziel verfolgen medienwissenschaftliche Arbeiten, die sich auf Foucaults Begriff der «Gouvernementalität» beziehen und Medieninstitutionen, Medientechnologien und Programme als Wege betrachten, auf denen die politische Rationalität des avancierten Liberalismus Gestalt gewinnt – und zwar genau in Momenten, in denen «die Sphäre des Populären und die Sphäre des Bürgerlichen aufeinander treffen.»<sup>12</sup> In dem er den Fokus der Aufmerksamkeit vom Staat abzieht, rückt der Begriff der Gouverne-

mentalität die Etablierung und Ausbreitung einer Vielzahl von zerstreuten Techniken der Selbstregulierung in den Blick, die alle letztlich darauf abzielen, ein «Führen der Führung» hervorzubringen.<sup>13</sup>

Allerdings birgt die Anwendung von Foucaults Modell auf die Medienwissenschaft eine erhebliche Gefahr des Reduktionismus. Allzu leicht kann das Gouvernementalitätsmodell auf ein deterministisches Modell der Reproduktion sozialen Verhaltens verkürzt werden, das Fernsehprogrammen eine sehr begrenzte Rolle als Vehikel für die Herstellung von Subjektivität auf der Grundlage der Wirkung nicht näher beschriebener Mechanismen zuweist – eine Vorstellung, die stark an althussersche Ideologiekritik alter Schule erinnert.<sup>14</sup> Paradoxerweise scheinen die meisten Medienformate *allzu* perfekt den Anforderungen zu entsprechen, die man an das Projekt des «Regierens auf Distanz» stellen kann. Indes fehlt Lesarten, die Fernsehsendungen als gelungene Beispiele dessen interpretieren, was man «telegovernance», Führen per Fernsehen, nennen könnte, in der Regel der Foucaultsche Sinn für Diskontinuität und Kontingenz, ebenso wie das Gespür für die genealogische Analyse, d.h. für ein Verfahren der Beschreibung, das der positiven Wirkung von Kräften des Widerstreits Rechnung trägt.<sup>15</sup>

Das Archivbeispiel des sachkundigen, aktiven Publikums von Du Pont-Filmen eröffnet eine andere Perspektive der Anwendung von Foucaults Theorie der Gouvernementalität auf die Medien. Wie ich im nächsten und abschließenden Teil meines Beitrags zeigen möchte, kann die Mediengeschichtsschreibung nur mit Hilfe von Archivrecherchen zu den Produktionshintergründen über das hinaus gelangen, was O'Malley et al. so treffend als allgemeine Tendenz der Literatur zur Gouvernementalität beschreiben: produzieren die entsprechenden Studien doch eine endlose Reihe von «ritualisierten und repetitiven Beschreibungen des «Regierens» in unterschiedlichsten Kontexten».<sup>16</sup> Archivrecherchen zum Regieren durch Medien sind notwendig und nützlich, weil wir im Archiv nicht voll ausformulierten Herrschaftsprojekten begegnen, sondern eine äußerst konkrete Sicht auf die Medienproduktion als Stätte des «andauernden Ausarbeitens und Aushandelns politischer Rationalitäten» gewinnen.<sup>17</sup> Auf diese Weise können wir auch den positiven Beitrag von Propagandafilmen und

12 Miller 1998, 4.

13 Foucault 2000.

14 Ich verdanke diese Formulierung Micki McGee. Für Beispiele von Untersuchungen, die auf diese Weise gelesen werden können, vgl. Hay 2003 und Ouellette 2004.

15 O'Malley et al dehnen diese Kritik auf die Literatur zur Gouvernementalität im Allgemeinen aus. Vgl. O'Malley et al. 1997, 501–551.

16 O'Malley et al 1997, 514.

Fernsehprogrammen im Dienste der Öffentlichkeit zur politischen Kultur klarer fassen. Tatsächlich ist es genau ihr Scheitern an der Aufgabe der hegemonialen Herrschaft, ihr Unvermögen, die Gedanken des Publikums zu kontrollieren und zu lenken, das ihre Vervielfältigung und Verbreitung notwendig macht. Ihr offenkundiges Versagen als Umsetzungen von Herrschaft zwingt die Sponsoren, Produzenten und Sendervertreter ferner dazu, noch einmal neu über die Frage zu diskutieren, wie man durch die Verbreitung von Wörtern, Tönen und Bildern überhaupt Herrschaft ausüben kann. Diese Diskussion brachte in der Frühzeit des Fernsehens einflussreiche Vertreter des sogenannten «Establishment» zusammen, die sich letztlich gegenseitig in der Ansicht bestärkten, dass das Regieren per Fernsehen eine gute Sache im allgemeinen Interesse sei. Bei ihren gemeinsamen Treffen versicherten sich die funktionalen Eliten, die als Sponsoren von Fernsehprogrammen im Dienste der Öffentlichkeit auftraten, aber nicht nur ihres selbst erteilten Mandats für eine Nutzung der Medien zu Steuerungs- und Regierungszwecken. Sie verständigten sich auch auf eine Epistemologie des Fernsehpublikums, auf deren Grundlage die Wirksamkeit der Sendungen erkennbar und messbar werden sollte, und sie legten sich, wenn auch im Widerstreit, auf eine Sprache fest, mit der sie die Bevölkerung adressieren wollten.

Die Treffen dieser Eliten waren indes nicht konspirativ; vielmehr dienten sie der Lösung konkreter Probleme. Wie der nächste Abschnitt nahe legt, kann man ein umfassendes Verständnis der Bedeutung der propagandistischen Fernsehfilme für die politische Kultur nur dann gewinnen, wenn man bedenkt, dass im Herstellungsprozess dieser Filme eine ganze Spannweite unterschiedlicher Meinungen darüber eingingen, welche Ausprägungen der Selbstregulierung und Selbst-Regierung das Fernsehen bei den Zuschauern bewirken kann. Von Interesse ist dabei insbesondere die Frage, wie Sponsoren und Produzenten ihrer Ideen über das Publikum gemeinsam in konkrete Darstellungs- und Anspracheformen zu übersetzen versuchten, die auf die Verfestigung bestimmter Leitbilder von Staatsbürgerschaft abzielten. Wie ich zeigen möchte, prägen Spannungen zwischen und innerhalb bestimmter Herrschaftsprojekte diesen Prozess, aber auch lokale und eher diffuse Konflikte.<sup>18</sup>

17 Ibid, 511.

18 Für eine ausführliche Diskussion der theoretischen und politischen Relevanz einer Analyse der Diskrepanz zwischen «Programmen der Herrschaft» und ihrer Ins-Werk-Setzung, die zugleich mit einer ausführlichen und sorgfältigen Erörterung der Leistungen und Grenzen der Forschungsliteratur zur Gouvernamentalität bis 1997 einhergeht, vgl. O'Malley et al. 1997.

## Sponsoren und Bürger

Archivdokumente erlauben es uns, Fernsehfilme im Dienste der Öffentlichkeit nicht als Formen der Kommunikation zwischen «Eliten» und «Massen» zu verstehen, sondern als komplexe Formen der Kommunikation von Eliten *untereinander*. Im Zug der Organisationsprozesse, die für die Herstellung der Propagandafilme notwendig waren, machten sich die Beteiligten eine Vielzahl von Vorstellungen ihres möglichen Publikums. Bald bestand das Publikum aus anderen Mitgliedern des «Establishment», und zwar aus «Alliierten» wie aus «Gegnern», dann wieder aus Medienunternehmern, die man überzeugen musste, die Sendungen auszustrahlen, aus Politikern und Vertretern der staatlichen Regulierungsbehörden oder aus Vertretern von Großunternehmen und Wirtschaftsverbänden, die man mit der bloßen Möglichkeit sponsorenfinanzierter Fernsehprogramme mehr noch als mit dem Inhalt der jeweiligen Filme zu beeindrucken hoffte, und schließlich richtete man sich auch an Vertreter des Staates, die sich gar nicht mit Medienpolitik befassen, aber trotzdem für die gute Sache gewonnen werden sollten.<sup>19</sup>

Wie dieser Prozess verlief, lässt sich unter anderem anhand der Produktion von Fernsehprogrammen über Bürgerrechte verfolgen, ein Bereich des sponsorenfinanzierten Fernsehens, der im Verlauf der 1950er und 1960er kontinuierlich wuchs. Auf den ersten Blick stellten solche Programme den Versuch dar, das Massenpublikum als Gemeinschaft von «schwarzen» und «weißen» Staatsbürgern anzusprechen und so das Verhalten und das Denken der Adressaten zu steuern. Weniger offensichtlich, aber weitaus bedeutsamer für ein genealogisches Verständnis des Fernsehens im Dienste der Öffentlichkeit ist die Tatsache, dass diese Programme für Weiße mit Macht und Einfluss auch eine Möglichkeit darstellten, unter- und füreinander zu den Ansprüchen afroamerikanischer US-Bürger auf rechtliche und politische Gleichstellung Position zu beziehen. Entsprechend spiegeln die sponsorenfinanzierten Filme und Sendeprogramme zur Bürgerrechtsfrage den Input einer großen Zahl von designierten Publikumsgruppen wieder, von denen jede ihre eigene Agenda verfolgte und bestimmte Modi der Darstellung bevorzugte, und zu denen nicht zuletzt auch die kreativen Kräfte zählten, die solche Programme im Auftrag von Sponsoren und Fernsehanstalten herstellten.

Zwei in Archiven dokumentierte Fälle von Filmen über die Bürgerrechtsfrage mögen dies veranschaulichen. Das erste stammt aus den Akten einer linksli-

19 Die Formulierung meines Verständnisses von der Vielfältigkeit des Publikums einer bestimmten Programmform verdankt sich ganz wesentlich Heather Hendershots Ausführungen zu den unterschiedlichen Publikumsgruppen, die mit Kinderfernseh-Programmen angesprochen werden. Vgl. dazu Hendershot 1998.

beralen philanthropischen Organisation mit dem Namen «Fund for the Republic», die in den Public Policy-Archiven der Universität Princeton liegen. Das zweite Beispiel stammt aus den Akten des «Advertising Council» aus dem Archiv der University of Illinois, einer Freiwilligenorganisation, die sich zum Ziel gesetzt hatte, der Werbeindustrie und der Wirtschaft im Allgemeinen zu einem günstigen Ansehen zu verhelfen, und die wahrscheinlich die wichtigste Lobbyorganisation für sponsorenfinanzierte Informations- und Bildungsprogramme im kommerziellen Fernsehen der Nachkriegsjahre darstellt. In beiden Fällen führten die Beteiligten ausgiebige Verhandlungen über Darstellungsformen und Zuschauerschaft. Dabei generierten sie einen impliziten «Zuschauer-als-Staatsbürger», der das Produkt vielfältiger, sich überschneidender Ideale von Herrschaft darstellt. Anhand der Archivmaterialien kann man erkennen, wie dieses Produkt zustande kam und weshalb sich bestimmte Strategien der Darstellung durchsetzten und andere nicht.

Am Beispiel des «Fund for the Republic» fällt auf, mit welchem Mangel an Flexibilität die wohlmeinenden linksliberalen Eliten, die den Fund ins Leben gerufen hatten, ihr Ziel verfolgten, die bürgerlichen Freiheiten und Bürgerrechte auszubauen. Die Sendung, um die es hier geht, war das erste Fernsehprojekt, das Vertreter des Funds entwickelten und 1954 dem Network NBC zur Ausstrahlung anboten. Zu diesem Zweck wurde ein Pilotfilm über alltägliche Vorfälle gedreht, die auf Rassenvorurteile zurückzuführen waren. Das Programm bestand aus Spielszenen mit typischen Beispielen von Rassismus im Alltag, verbunden mit «humorvollen» Kommentaren des Cartoon-Zeichners Al Capp, der den Zuschauern die Absurdität und Vernunftwidrigkeit der Rassendiskriminierung deutlich machen sollte. Voller Hoffnung führte der «Fund» den Pilotfilm dem Präsidenten von NBC, Sylvester «Pat» Weaver vor. Weavers Reaktion fiel vernichtend aus. In einem Memorandum an W.H. Ferry, einen Leiter des Fund, berichtet ein Mitarbeiter, dass Weaver mit offenem Missfallen auf den Film reagierte und den Humor der Darstellung ebenso kritisierte wie die allzu direkte Thematisierung des Rassismusproblems. Laut Memorandum erklärte Weaver, der Film entspreche nicht den Regeln der NBC für die Darstellung des Rassenproblems. Die Strategie von NBC im Kampf gegen die Diskriminierung bestand demnach darin, «schwarze Schauspieler überall dort einzusetzen, wo ihre Verwendung sich aufdrängte, ohne auf die Tatsache ihrer Verwendung besonders hinzuweisen.<sup>20</sup> Es versteht sich von selbst, dass NBC darauf verzichtete, die Sendung ins Programm aufzunehmen.

20 Edward Reed, Memo für Ping Ferry, 9. Januar 1954. Box 108, Folder 5, Fund For the Republic Papers, Seeley Mudd Library, Princeton University.

Solche Momente verdeutlichen den Nutzen der Archivrecherche für unser Verständnis des Fernsehens im Dienste der Öffentlichkeit und sie zeigen, wie sehr der Kampf um das Fernsehen als Mittel der politischen Einflussnahme gerade in diesem Bereich ausgetragen wurde. Insbesondere erlauben es uns Archivadokumente, eine Geschichte von fehlgeschlagenen Projekten des Regierens per Fernsehen zu schreiben. Auch illustriert das Beispiel die unterschiedlichen Grade von Entspanntheit im Umgang mit dem Gesamtphänomen der Populärkultur, den die Eliten in ihrem Zugang zum Fernsehen im Dienste der Öffentlichkeit an den Tag legen. Dass Weaver es nicht für klug hielt, eine so offen didaktische Tonlage zu wählen, zeigt an, wie nuanciert sein berufsbedingter Sinn für das Publikum und dessen Aufnahmebereitschaft war. Während der Fund das Publikum als stets empfängliches Gefäß für Ideologie betrachtete, ging Weaver von Zuschauern aus, die widerborstig und resistent gegen jede Belehrung von oben herab sind.

So weit die Interaktionen von Produzenten und Sponsoren in den Archiven dokumentiert sind, belegen sie auch, wie unterschiedliche Einschätzungen der Fernschwirkungen bestimmten, was man als Formen der staatsbürgerlichen Belehrung für angemessen hielt. Weavers Reaktion ist instruktiv, weil sie die offenkundigen Unterschiede, aber auch die versteckten Ähnlichkeiten aufzeigt, die zwischen der durchaus linksliberalen Darstellungspolitik einer großen Fernsehsenderkette und den Vorstellungen der Vertreter des Funds bestehen. Beide Gruppen glaubten an die Kraft des Exempels und hielten das illustrative Beispiel für einen Schlüsselmechanismus der staatsbürgerlichen Erziehung durchs Fernsehen, doch gingen ihre Einschätzungen der Wirkungsweise von Exempeln weit auseinander. Nach Weavers Meinung ließ sich ein gesellschaftlicher Veränderungsprozess am besten durch eine unmerkliche Darstellung schwarzer Menschen bewirken. Die unausgesprochene und das Problem letztlich pathologisierende Voraussetzung seiner Politik lautete, dass eine solche Behandlung die Schwarzen in der Wahrnehmung der Weißen mit der Zeit normal erscheinen lassen wird. Die Vertreter des Funds wiederum wollten Exempel des Verhaltens statuieren. Ihr Ziel war es linksliberale *Haltungen* zu normalisieren und nicht bestimmte Bevölkerungsgruppen.

Das verweist auf die Grundlagen, auf denen nach dem Verständnis des Funds das Verhältnis zwischen Fernsehkonsum und staatsbürgerlichem Verhalten beruhte, ein Verständnis, von dem die Vertreter des Funds selbst angesichts hartnäckiger Infragestellungen durch Fachleute aus der Fernsehindustrie nicht abrücken wollten.<sup>21</sup> Die Vertreter des Funds gingen von einem Fernsehzuschauer

21 Beispiele für die Zurückweisung von Ratschlägen von Fachleuten finden sich in den folgenden Dokumenten: H. Hoffmans handgeschriebene Antwort auf der Umschlagseite des Memoran-

aus, für den das Ablegen rassistischer Vorurteile eine Frage der rationalen Entscheidung war. Die Aufgabe des Fernsehens bestand darin, die Zuschauer zu dieser Entscheidung zu motivieren, indem es deren gesellschaftlichen Vorzüge illustrierte. Diese Vorstellung vom Subjekt als freiem Individuum in einer liberalen Gesellschaft, das in der Lage ist, von seinen unmittelbaren Interessen zu abstrahieren und auf sein Handeln zu reflektieren, entsprach der allgemeinen Zielsetzung des Funds, den Gründungsprinzipien der amerikanischen Republik neues Leben einzuhauchen. Tatsächlich stellten sich die Vertreter des Funds, wenn sie bei ihren Projekten auf Probleme stießen, als erstes stets die Frage, ob das jeweilige Programm geeignet war, bei ihnen selbst einen Reflexionsprozess auszulösen. Obwohl sie der Populärkultur nur Verachtung entgegenbrachten, vermochten sich die Vertreter des Funds den Fernsehzuschauer nicht anders vorzustellen denn als rationales, liberales Subjekt, das sich wie sie selbst vollständig über die gesellschaftlichen Folgekosten von Rassenvorurteilen im Klaren war. Weil sie nicht in der Lage waren, den Widerspruch zwischen ihrem Verständnis des Mediums und ihrer Vorstellung des Zuschauers aufzulösen, scheiterte der Fund bei fast allen Versuchen, seine Projekte im Fernsehprogramm unterzubringen.

Im Unterschied zum Fund, der das Fernsehen als Gebrauchsanleitung für ein rationales staatsbürgerliches Verhalten des universalen liberalen Subjekts verstand, sprachen die Fernsehaktivitäten des Advertising Council den Zuschauer als konkreten sozialen Akteur mit einer starken Verankerung in einem bestimmten Milieu und einer bestimmten geografischen Region an. Nach der Verabschiedung des wegweisenden Stimmrechtsgesetzes im Jahr 1965 startete der Council eine Kampagne zur Förderung «besserer Beziehungen zwischen den Rassen». Wie auch schon bei früheren Kampagnen des Council zu Themen wie Geisteskrankheit oder ökonomische und öffentliche Sicherheit baute diese Kampagne auf einem Modell von Staatsbürgerschaft auf, das gemeinschaftliche Selbstverwaltung staatlicher Regulierung vorzog. Obschon die Einführung eines neuen Wahlrechts ihren Anlass bildete, erhob die Kampagne nicht das Wählen zum Paradigma der aktiven Teilnahme am staatsbürgerlichen Geschehen. Vielmehr fokussierte sie auf gemeinschaftliche Strukturen wie die von freiwilligen Aktivisten ins Leben gerufenen «gemischtrassigen Komitees». Laut dem Vorsitzenden des Council einer Versammlung der Association of National Advertisers, dem landesweiten Verband der Werbeindustrie, führte der Rat

dums von Edward Reed an Hoffman vom 26. Januar 1956, Box 109 Folder 4; Kritik von Schuebel vom 28. März 1955, Box 108 Folder 8, Fund For the Republic Papers, Seeley Mudd Library, Princeton University.

sein Mandat auf Gespräche mit schwarzen Amerikaner über ihre Beziehung zu Weißen zurück:

Die vorherrschende Haltung unter den Schwarzen, so sagte man uns, ist eine der Frustration, die aus dem Gefühl erwächst, dass niemand etwas *mit* ihnen gemeinsam tun will, obwohl viele Weiße Dinge *für* die Schwarzen tun wollen. Die Erfahrung zeigt aber schon jetzt, dass die rassenbezogenen Probleme einer Gemeinschaft in der Regel gemindert oder sogar gelöst werden können, wenn Schwarze und Weiße nur zusammen sitzen und gemeinsam darüber diskutieren.<sup>22</sup>

Die Kampagne des Council beruht durchaus auf ähnlichen Grundlagen wie die des Fund for the Republic, zielte sie doch darauf ab, mittels des Fernsehens auf staatsbürgerliches Verhalten einzuwirken und dieses zu verändern. Allerdings legte die Kampagne den Fokus auf zwischenmenschliche Beziehungen statt auf die persönlichen Entscheidungen eines Individuums, und sie zog die Lösung konkreter Probleme in einem zivilgesellschaftlichen Rahmen den traditionellen Mechanismen des Staates vor. Damit sprach die Kampagne den Zuschauer als Akteur in einem alltäglichen Geflecht von Beziehungen zwischen Schwarz und Weiß an und nicht, wie die Kampagnen des Fund, als Richter über solche Beziehungen.

Diese Kontextsensitivität erstreckte sich auch auf den Prozess der Ausarbeitung von Darstellungsstrategien dieser Sendungen. Der Council führte die Kopie eines Werbefilms einer aus Gewerkschaftsvertretern, Bürgerrechtsaktivisten und Vertretern von Wohltätigkeitsvereinen bestehenden Kommission vor, die als Public Policy Advisory Committee des Council eingesetzt wurde, um «kontroverse» Kampagnen vor ihrer Ausstrahlung zu begutachten und abzusegen. Die Sitzungsprotokolle machen deutlich, dass in dieser Kommission insbesondere über Identifikations- und Repräsentationsprobleme diskutiert wurde, die in Darstellungen von Rassenbeziehungen unweigerlich auftreten. Der Gewerkschaftsführer Joseph Beirne etwa hielt fest, dass der Film schwarze Zuschauer verstimmen müsse, weil die «Kamera die Schwarzen nicht zeigte, wenn sie sprachen». Diese Bemerkung legte nahe, dass der Film umgeschnitten werden musste. Sie bildete aber auch den Anlass für eine Aufwallung von Resentiments unter den Weißen am Tisch. Helen Hall, eine namhafte Sozialarbeiterin, unterstützte Beirne in seiner Beobachtung und hielt in einem aus heutiger

22 Vortrag von Edwin W. Ebel vor der Association of National Advertisers vom 11. Mai 1965. 113/2/207 Historical File Folder 1230. Advertising Council Archives, University of Illinois Library.

Sicht gekränkt wirkenden Tonfall fest, dass dieses Detail wichtig sei, weil «es heutzutage nicht mehr möglich ist, eine Gruppe von Schwarzen zu Besuch zu haben, ohne dass sie auf die Anzahl der Schwarzen unter der Belegschaft achten und genau studieren, ob die Schwarzen mit derselben Höflichkeit und demselben Respekt behandelt werden wie die Weißen».<sup>23</sup> Die Sitzung der Kommission diente also nicht zuletzt als Plattform für die Klagen von Weißen, aber auch als Ort, an dem Weiße – wenn auch oft widerstrebend – auf die Kritik von Schwarzen reagierten und dieser in den Adressierungsweisen von Fernsehprogrammen im Dienste der Öffentlichkeit Rechnung trugen.

Vergleich man die Diskussionen über Fragen der Sichtbarkeit, der Gemeinschaft und des Respekts, wie sie von den Vertretern des Advertising Council geführt wurden, mit den fehlgeschlagenen Anstrengungen des deutlich weiter links stehenden Fund for the Republic, dann fällt einem als ebenfalls eher links stehenden Kulturkritikerin und Historikerin ins Auge, wie sehr die Produktion dieser Filme auf eine Instrumentalisierung der Bürgerrechte für die neoliberalen Ziele dieser Organisation hinausläuft. Die wirtschaftsfreundliche, regulierungskritische Agenda des Advertising Council gewann nicht in den kruden Formen der Propaganda Gestalt, wie Du Pont und andere institutionelle Werbekunden sie bevorzugten, sondern in einer Rhetorik der persönlichen Verantwortung.<sup>24</sup> Während progressive Stimmen wie der Fund for the Republic mit ihren Versuchen der politischen Einflussnahme nicht zuletzt deshalb keinen Zugang zum Fernsehen fanden, weil sie einen lehrhaften Tonfall wählten und fehlgeleitete Vorstellungen von Zuschauerschaft zu Grunde legten, gelang es den Wirtschaftslobbyisten des Advertising Council, denen die Bürgerrechte nur als Vorwand für die Promotion eines unternehmensfreundlichen Modells von Staatsbürgerschaft dienten, erfolgreich die neutrale, auf Fairness bedachte Sprecherposition einzunehmen, die das Fernsehen im Dienste der Öffentlichkeit kennzeichnet.

Wie ich in der vorausgehenden Skizze zu zeigen versuchte, ermöglicht es die Archivrecherche dem Medienhistoriker, die zusehends leichter verfügbaren propagandistischen Filme aus der Frühzeit des Fernsehens genealogisch zu per-

23 «Report of the Public Policy Committee Annual Meeting, November 10, 1965.» 13/2/209 Public Policy Committee Box, keine Mappennummer. Advertising Council Archives, University of Illinois Library.

24 Vgl. dazu Paletz et al. 1977. Das wohl berüchtigste Beispiel eines solchen Gebrauchs von Fernsehen im Dienste der Öffentlichkeit ist die «Keep America Beautiful»-Kampagne, die von Abfüll-Firmen finanziert wurde und Abfallentsorgungsmethoden zu popularisieren versuchte, die auf Selbstverwaltung basierten, um einem von der Regierung verhängten Flaschenpfand vorzubeugen.

spektivieren und jenseits der tiefenfreien Offensichtlichkeit der Filmtexte selbst die Formen der Unvereinbarkeit und des Konflikts aufzuspüren, die das Projekt des Regierens per Fernsehen in der Nachkriegszeit prägten. In ihrer Rivalität um den Zugang zu Sprecherpositionen des Rundfunks im Dienste der Öffentlichkeit verständigten sich verschiedene Bereiche der politischen Kultur mit anderen Eliten über die Bedingungen, zu denen die divergierenden Sichtweisen unterschiedlicher Gruppen in den Adressierungsweisen des Fernsehens unter einen Hut zu bringen waren, auch wenn die Gegensätze oft weiter bestehen blieben. Natürlich variiert die Archivlage innerhalb eines bestimmten nationalen Kontexts und von Land zu Land ganz erheblich. Forscher, die sich außerhalb der USA mit Formen der politischen Einflussnahme durchs Fernsehen befassen, werden möglicherweise eine weniger ergiebige Archivlage vorfinden. Immerhin aber hoffe ich, dass ich mit meiner Vorstellung einer Auswahl von Fundstücken aus meiner eigenen Arbeit und mit meiner Diskussion der weiterführenden Frage, wie wir die Einschreibung des Publikums und seine Adressierung in den fertigen Text lesen sollen, dazu beitrage, all jenen Forschern neue Analysewege zu eröffnen, die davon ausgehen, dass visuelle Texte den Zugang zur Vergangenheit einer Kultur erschließen.

*Aus dem Amerikanischen von Vinzenz Hediger*

## Literatur:

- Bird, William L. (1999) *Better Living: Advertising, Media, and the New Vocabulary of Business Leadership, 1935–1955*. Evanston, Ill: Northwestern University Press.
- Claasen, Stephen (2004) *Watching Jim Crow: The Struggles over Mississippi TV, 1955–1969*. Durham, N.C.: Duke University Press.
- Fones-Wolf, Elizabeth (1994) *Selling Free Enterprise: The Business Assault on Labor and Liberalism, 1945–1960*. Urbana, Ill: University of Illinois Press.
- Foucault, Michel (2000) Die <Gouvernementalität>. In: Ulrich Bröckling, Susanne Kramann und Thomas Lemke (Hg.) *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*. Frankfurt/M.: Suhrkamp. S. 41–67.
- Hay, James (2003) Unaided Virtues: The (Neo-)Liberalization of the Domestic Sphere and the New Architecture of Community. In: Jack Bratich, Jeremy Packer und Cameron McCarthy (Hg.) *Foucault, Cultural Studies, Governmentality*. New York: SUNY Press. S. 165–206.
- Hendershot, Heather (1998) *Saturday Morning Censors: Children's Television Regulation Before the V-Chip*. Durham: Duke University Press.

- McChesney, Robert W. (1993) *Telecommunications, Mass Media, and Democracy*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Miller, Toby (1998) *Technologies of Truth: Cultural Citizenship and the Popular Media*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- O'Malley, Pat / Weir, Lorna / Shearing, Clifford (1997) Governmentality, Criticism, Politics. In: *Economy and Society*, Vol. 26. S. 501–51.
- Ouellette, Laurie (2002) *People Like You? How Public TV Failed the People*. New York: Columbia University Press.
- Ouellette, Laurie (2004) Take Responsibility for Yourself: Judge Judy & the Neoliberal Citizen. In: Susan Murray und Laurie Ouellette (Hg.) *Reality TV: Remaking Television Culture*. New York: NYU Press. S. 231–250.
- Paletz, David L. / Pearson, Roberta E. / Willis, Donald L. (1977) *Politics in Public Service Advertising on Television*. New York: Praeger.
- Spigel, Lynn (1998) The Making of a TV Literate Elite. In: Christine Geraghty und David Lusted (Hg.) *The Television Studies Book*. London: Arnold. S. 63–85.
- Streeter, Thomas (1996) *Selling the Air: A Critique of the Policy of Commercial Broadcasting in the United States*. Chicago: University of Chicago Press.

Eggo Müller

# Performativ, transformativ, interaktiv

## Fernsehen als Dienstleistungsagentur im digitalen Medienensemble

Angesichts der Konvergenz von Fernsehen, Internet und mobiler Telephonie scheint wieder einmal das Ende des Fernsehens in Sicht. Fernsehdokumentationen wie *IT'S THE END OF TV AS WE KNOW IT* (Felix/Wolting, NL 2000)<sup>1</sup> oder wissenschaftliche Publikationen wie *Television after TV* (Spigel/Olsson 2004) stimmen den Abgesang auf das Fernsehens in seiner uns vertrauten Form an, und ein längst überholter Mythos des Fernsehens feiert dabei seine Wiederauferstehung: Das nostalgische Bild vom Fernsehen als Rundfunkmedium, dessen gemeinschaftsbildende Programme, ausgestrahlt durch einige wenige Sender, in der häuslichen Umgebung im Kreise der Familie konsumiert werden – als ob die Neuregulierung des Fernsehmarktes nicht stattgefunden hätte und der gesellschaftliche Ort und die kulturelle Bedeutung der Institution Fernsehen in den vergangenen 20 Jahren sich nicht grundsätzlich gewandelt hätte. Im Lichte des Neuen erscheint das Alte oft vertrauter als es jemals war.

Solche nostalgischen Bilder «alter» Medien sind typische Begleiterscheinungen historischer Umbrüche im Mediensystem. Sie dramatisieren den Umbruch und produzieren ideologische Bilder des alten wie des zukünftigen Zustandes (vgl. Boddy 2003, 191). Doch die zu erwartenden Transformationen des Fernsehens als gesellschaftlicher Institution und die technologischen Veränderungen des häuslichen Medienensembles, die sich derzeit abzeichnen, erscheinen weit weniger eingreifend, wenn man den Wandel des Fernsehens in den vergangenen 20 Jahren genauer betrachtet und unser zeitgenössisches Fernsehen statt mit dem *Potenzial* der neuen «Neuen Medien», das in vielen medienphilosophischen Abhandlungen gepriesen wird, mit der *Realität* der «Neuen Medien» vergleicht. Ausgehend von der Transformation des Fernsehens seit seiner Neuregulierung Anfang der achtziger Jahre in Westeuropa will ich in diesem Beitrag den gesellschaftlichen Ort des Fernsehens anno 2005 bestimmen und dabei eine frühere Skizze der «Funktionsphasen des Fernsehens» fortschreiben, in der ich

1 Zweiteilige Dokumentation des niederländischen VPRO, ausgestrahlt am 26.3. und 2.4.2000 auf Net 3; Teile der Dokumentation stehen online: <http://www.vpro.nl/programma/dnw/afleveringen/2454984/>.

das Fernsehen seit 1985, also der Phase, die hier zur Debatte steht, «als Motor der Individualisierung, des Konsumismus und forcierter Kapitalisierung» (Müller 1997, 52) beschrieben habe. Dabei geht es mir darum, die Stellung des Fernsehens *in* der Gesellschaft zu beschreiben und nicht seine Stellung *zur* Gesellschaft (vgl. Heller 1984, 16). Anhand der symptomatischen Entwicklung von performativen, transformativen und – wenn auch nur in begrenztem Maße – interaktiven Fernsehprogrammen will ich in einem alles andere als nostalgischen Blick zeigen, dass sich die Rolle des Fernsehens als gesellschaftliche Institution in den vergangenen 20 Jahren einschneidend verändert hat: Fernsehen etabliert sich als Institution, die soziale Prozesse nicht nur repräsentiert und kommentiert, sondern mehr und mehr auch in sozialen Prozessen vermittelt, berät und Wünsche und Interessen des Zuschauers als konsumierendem Bürger und mündigem Konsumenten nicht nur weckt, sondern diese auch aufgreift, vertritt, moderiert oder sogar realisiert – kurz: Fernsehen ist eine Institution der Dienstleistung geworden.

## I. Konsumierende Bürger und mündige Konsumenten

Es ist unbestritten, dass die Zulassung privat-kommerzieller Rundfunkveranstalter, die Öffnung nationaler Märkte für Kabel- und für transnationales Satellitenfernsehen und die Digitalisierung der Distribution von Fernsehprogrammen der Dominanz einiger weniger öffentlich-rechtlicher Sendeanstalten in den geschützten nationalen Gebieten (West-)Europas in den achtziger Jahren den Garaus gemacht und Fernsehen zu einem durch und durch kommerziellen Medium geformt haben (vgl. Tracey 1998).<sup>2</sup> Der Mehrwert eines zukünftigen interaktiven Fernsehens, wie es von Rundfunkveranstaltern und kommerziellen Konsortien derzeit entworfen und auf den Markt gebracht wird,<sup>3</sup> dürfte gegenüber dem derzeitigen hybriden Zustand des häuslichen Medienensembles vor allem in seiner Gebrauchsfreundlichkeit liegen, denn Fernsehen ist schon längst nicht mehr nur das Empfangsgerät für einige wenige Programme. Viele

- 2 Die Herausbildung von werbefreien, rein öffentlich-rechtlichen Reservaten wie KiKa, Phoenix, arte gehört zum Prozess der Kommerzialisierung: Es bilden sich Nischen für Zielgruppen heraus, die entweder einen spezifischen Markt erschließen oder Teil einer Gesamtstrategie der Legitimation des öffentlich-rechtlichen Status von ARD und ZDF in Deutschland sind; vgl. dazu auch Meier 2003.
- 3 Kim (2001) zeigt in seiner Analyse der «organisierenden Ideologie» interaktiven Fernsehens, wie es von den etablierten Rundfunkanbietern und Medienkonsortien entworfen wird, dass in diesen Entwürfen ein zentralistisches System der Produktion und Distribution und damit die Idee von Macht und Kontrolle nach wie vor das Leitbild formt.

Versprechen des interaktiven Fernsehens sind schon heute ansatzweise realisiert: Eine Unzahl verschiedenster Programme sind via Satellit zu empfangen; neben kommerziellen Unterhaltungsprogrammen ist eine große Zahl von Themen- und Spartenkanälen, zum Teil als Bezahlfernsehen, entstanden; elektronische Programmzeitschriften sind zugänglich und können angeschlossene Festplattenrekorder speisen; Shoppingkanäle laden rund um die Uhr zum Einkaufen ein; Programm begleitende Websites bieten Hintergrundinformationen zu beinahe jeder Sendung an; über konventionelles Telefon oder Handy können Fernsehzuschauer an *Call in*-Programmen teilnehmen, eine SMS live auf den Schirm bringen oder über das Wohl und Wehe von Politikern, Schlagern, Containerbewohnern oder zukünftigen Superstars abstimmen.

Ebenso einschneidend wie diese technologischen und institutionellen Veränderungen des Dispositivs Fernsehen sind die Konsequenzen der neoliberalen Wirtschafts-, Medien- und Kulturpolitik der Ära Reagan-Thatcher-Kohl, die sich im Programm zeigen. Diese sind als «Boulevardisierung» (Hamm 1995) oder – in der angelsächsischen Variante des Begriffs – als «Tabloidisierung» (Glynn 2000; Sparks 2000) beschrieben worden, wobei vor allem die «Entertainisierung» der Politik (Dörner 2001; van Zoonen 2005) oder – im weiteren kulturellen Rahmen – das Entstehen einer globalen Unterhaltungs- und «Spektakelkultur» (Kellner 2003) Aufmerksamkeit erregt hat. Dieser Wandel hat das Fernsehen als Ganzes erfasst, da auch öffentlich-rechtliche Programmanbieter gezwungen sind, mit der Entwicklungen kommerzieller Angebote zu konkurrieren, auch wenn sie ein öffentlich-rechtliches Profil wahren müssen, um ihre an die in Deutschland so genannte «Grundversorgung» gekoppelte Finanzierung durch Rundfunkgebühren zu legitimieren (vgl. Glotz et al. 1998). Schlagwortartige Hinweise auf neue Genres und Phänomene wie Infotainment, Dokutainment, Politainment, Lifestyle-Fernsehen, auf die konzertierte Produktion spektakulärer Medienereignisse oder die Dominanz internationalen Formatfernsehens mögen die Programmentwicklung des Fernsehens in den vergangenen 20 Jahren hier illustrieren, selbst wenn die genannten Hybridgenres die traditionellen Reinformen der Nachrichten, der Dokumentation, des politischen Magazins, der großen Unterhaltungsshow, der Ratgebersendung oder der Sportberichterstattung nicht völlig verdrängt haben.<sup>4</sup> Doch auch diese Entwicklung gehört, wie die Phänomene der Programmdiversifizierung, der Boulevardisierung und der Dominanz des Formatfernsehens zu einem Prozess, der den gesellschaftlichen Ort der Institution Fernsehen neu definiert.

4 Bekanntlich erhalten manche klassischen Genres des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Spartenkanälen teilweise mehr Sendezeit für ein spezifischeres Publikum; vgl. zur Segmentierung des Fernsehmarktes und des Publikums am Beispiel des ZDF Meier 2003, insbes. S. 350ff.

David Morley und Kevin Robins haben diese Veränderung des Fernsehens seit seiner Neuregulierung in Begriffen der ‹Konstruktion› und ‹Adressierung› des Fernsehpublikums zu fassen gesucht und festgestellt, dass sich das Fernsehen von einem Medium der institutionellen Politik, das seine Zuschauer als Bürger einer Nation anspricht, zu einem Medium des privaten Konsums gewandelt hat, das seine Zuschauer als Zielgruppen bedient (1995, 11). Konsequenterweise kann dann nicht mehr von einem *Publikum* im Sinne einer nationalen politischen oder kulturellen Öffentlichkeit gesprochen werden; vielmehr ‹produziert› Fernsehen *Zuschauer* oder – in der Terminologie des Marketing – *Zielgruppen*.<sup>5</sup>

Doch während diese Kennzeichnung des Umbruchs des Fernsehens, das sein Publikum als Gruppen von Konsumenten statt als nationale Bürger adressiert, vor zehn Jahren noch als prinzipieller Gegensatz gedacht wurde, der für sich zu sprechen schien, ist das Verhältnis zwischen Konsumismus und Bürgerschaft in den letzten Jahren als ein komplexerer Zusammenhang gefasst und diskutiert worden. Zum einen haben differenzierte Theorien und Analysen der Konsumkultur (Slater 1997) gezeigt, dass Konsum eine wesentliche Form der gesellschaftlichen Reproduktion in modernen Marktgesellschaften westlicher Prägung darstellt und damit als ein wesentlicher Teil der Kultur betrachtet werden muss:

[...] consumption is central to social and cultural reproduction. All acts of consumption are profoundly cultural. Even ostensibly ‹natural› and mundane processes such as eating invoke, mediate and reproduce those structures of meaning and practice through which social identities are formed and through which social relations and institutions are maintained and changed over time. [...] In the extended process of consumption – shopping, buying, using – people raise and negotiate the most central questions as to who they are and what they need. (Slater 2003, 147)

Konsumgesellschaften sind das Ergebnis von Modernisierungsprozessen, in denen traditionelle Institutionen an Bedeutung verlieren, während politische und kulturelle Orientierungen zunehmend diversifizieren und individualisieren. Diese Prozesse haben durch die neoliberale Politik seit den achtziger Jahren eine immense Beschleunigung erfahren, indem alle zentralen gesellschaftlichen Systeme wie Erziehung, Bildung, Verkehr, Gesundheitswesen, Medien

5 In der angelsächsischen Terminologie wird deutlich unterschieden zwischen *public* im Sinne einer nationalen politischen Öffentlichkeit und *audience* im Sinne einer dispersen Masse von Zuschauern oder spezifischer im Sinne von Zielgruppen, die sich von Bedürfnissen, Vorlieben und Geschmack leiten lassen; vgl. Ang 1995.

und der ideologischen Konsequenz nach auch die institutionelle Politik selbst dem Marktmodell unterworfen worden sind. Gut 20 Jahre später scheint dieses Modell weitgehend entfaltet zu sein, geht man von Slaters Charakterisierung einer entwickelten Konsumgesellschaft aus:

In a consumer culture, then, key social values, identities and processes are negotiated through the figure of <the consumer> (as opposed to, say, the worker, the citizen or the devotee); central modern values such as freedom, rationality and progress are enacted and assessed through consumerist criteria (range of choice, price calculations and rising affluence, respectively); and the cultural landscape seems to be dominated by commercial signs (advertising, portrayals of <lifestyle> choices through the media, obsessive concern with the changing meanings of things). (ibid.)

In dieses Bild einer entwickelten Konsumkultur lassen sich die oben genannten Kennzeichen der technischen, organisatorischen und programmlichen Entwicklung des Fernsehens in den vergangenen 20 Jahren mühelos einfügen. Das ist angesichts der Tatsache, dass das Fernsehen als gesellschaftliche Institution selbst Gegenstand neoliberaler Neuregulierung war und zudem als wichtiger kultureller Katalysator des neoliberalen Umbaus der europäischen Gesellschaften fungierte, nicht weiter erstaunlich. Programmervielfachung und -diversifizierung, Verspartung, Boulevardisierung und Lifestyle-Programme gehen von einem Zuschauer aus, der fortwährend aus den Angeboten zur Befriedigung seiner kulturellen und materiellen Bedürfnisse wählt und sich dadurch in der Gesellschaft orientiert und sozial und kulturell verortet. Dies hat Hans J. Wulff als den tieferen ideologischen Grund für das Umschaltverhalten, das <Zappen> des «spätkapitalistischen Subjekts» beschrieben:

Es geht nicht nur um die Interpretationsaktivität des Publikums, um seine Souveränität und die Kriterien, um die herum es seine Aktivitäten gruppiert. Nein, viel weitergehender würde man damit die umschaltende Teilnahme am Fernsehen als eine elementare und existentielle Technik des Subjekts bestimmen, sich in einer transitorischen Gesellschaftsform immer wieder neu in die Bezugssysteme einzufinden und so symbolisch zu vergesellschaften. (1994, 894)

In diesem Sinne ist auch der Konsum von Fernsehprogrammen oder besser gesagt des *flows* der Fernsehangebote ein zutiefst gesellschaftlicher Akt der – wie es bei Slater heißt – «sozialen und kulturellen Reproduktion» (2003, 147). Das Zapping des zeitgenössischen Zuschauers erscheint damit nicht als eine passive, desorientierte oder sinnzerstörende Tätigkeit, sondern im Gegenteil als

ein Ausdruck der Orientierung und identitätsstiftenden Sinnsuche. Der Akt des Konsumierens ist also weder asozial noch ist es sinnvoll, diesen als apolitisch zu konzeptualisieren. In der entfalteten Konsumgesellschaft scheint die Unterscheidung zwischen «Bürger» und «Konsument», wie sie im demokratietheoretischen Diskurs üblich ist (vgl. Gandy 2003, 448ff), überkommen, denn konsumierende Zuschauer bilden zugleich auch ein Publikum von partizipierenden Bürgern und vice versa.<sup>6</sup> Toby Miller (1999, 282) spricht deshalb von einer komplizierten Wechselbeziehung zwischen dem Bürger als einer «schrumpfligen Kreatur der Vergangenheit» und dem Konsumenten als einem «naiven Phänomen des 19. Jahrhunderts», die einander gleichsam beschatten. Daran anknüpfend hat Nick Couldry in einem forschungsprogrammatischen Text vorgeschlagen, die Dichotomie von Bürger und Konsument völlig aufzugeben und stattdessen vom «produktiven Konsumenten als zerstreutem Bürger» zu sprechen:

[...] we must frame research agendas beyond any arbitrary division between consumption and citizenship, the economy and politics, precisely to allow into view new practices that search for public connection across that divide. (2004, 28)

Couldry zielt dabei vor allem auf neue Möglichkeiten der Partizipation, die Entwicklungen der digitalen Medienkultur mit sich bringen. Doch auch im «traditionellen» Fernsehen haben sich in den vergangenen 20 Jahren, zunächst noch ohne Zuhilfenahme digitaler Medientechnologien, neue Formen der Partizipation entwickelt, die das Verhältnis zwischen der Institution Fernsehen und seinem Publikum, zwischen dem Programm und seinen Zuschauern und damit den gesellschaftlichen Ort des Mediums neu definiert haben. Dies hat aber zugleich die Formen und Funktionen der möglichen Partizipationen verändert, weshalb statt der populistischen Umarmung eines «aktiven», «reaktiven», «interaktiven» und «partizipierenden» Zuschauers eine differenziertere Bestimmung des gesellschaftlichen Charakters der neuen Formen medialer Partizipation vonnöten ist. Fernsehen spielt dabei alles andere als die Rolle eines «unschuldigen» alten Mediums, sondern steht als das traditionelle Interface im Wohnzimmer im Zentrum des Interesses der Online-Ökonomie.<sup>7</sup>

6 Ulrich Beck hat die Entmachtung institutioneller Politik zugunsten neuer Formen der Subpolitik, zu denen auch der gezielte Konsum oder Nicht-Konsum zählt, als Konsequenz der «reflexiven Moderne» beschreiben; vgl. Beck 1993, insbes. S. 149ff.

7 Vgl. als ein Beispiel das Windows Media Center, Edition 2005 und die Werbekampagne zu seiner Einführung mit den Slogans «Have more fun» und «Experience more» (<http://www.microsoft.com/windowsxp/mediacenter/evaluation/whatsnew.msp>; Zugriff am 15.1.2005).

## II. Performativ und transformativ: Lifestyle-Fernsehen als Dienstleistung

Viele der schlagwortartig beschriebenen Entwicklungen des Fernsehens der vergangenen 20 Jahre könnten als Beispiele dienen, um den grundsätzlichen Wandel der Institution Fernsehen zu illustrieren. Ich will im Folgenden einige Spielarten des ›Realitätsfernsehens‹ herausgreifen und als ein Symptom beschreiben, das kennzeichnend für den Wandel des Verhältnisses zwischen der Institution Fernsehen und dem Publikum ist. Dabei werde ich in einem ersten Schritt vor allem auf den symbolischen Charakter von performativen, transformativen und interaktiven Programmformen eingehen, die den Zuschauer zur Partizipation einladen und als souveränen Konsumenten adressieren, ehe ich im darauf folgenden Abschnitt die politökonomische Kehrseite dieser neuen Formen der Zuschauerteilhabe im Lichte der Online-Ökonomie diskutieren will.

›Realitätsfernsehen‹ bildet bekanntlich neben der Präsenz von Daily Soaps, Infotainment, Comedies und anderen Formen des Formatfernsehens eine der ersten auffälligen und heftigst kritisierten «Verfallserscheinungen» des Fernsehens seit seiner Kommerzialisierung. Mit dem Genre-Etikett ›Reality-TV‹ werden im «lebendigen Genrebewusstsein» (Schweinitz 1994, 113) verschiedenste Formen belegt:<sup>8</sup> Sendungen mit versteckter Kamera (BANANA SPLIT; AMERICA'S FUNNIEST HOME VIDEOS) und kriminalistische Programme (UNSOLVED MYSTERIES; CRIMEWATCH UK) zählen ebenso zum Realitätsfernsehen wie Daily Talkshows (THE OPRAH WINFREY SHOW; JERRY SPRINGER), Dating- und Beziehungsshow (BLIND DATE; LOVE LETTERS), Infotainment-Programme über Unglücke und Rettungsaktionen (RESCUE 911; EXPLOSIVE), Doku-Soaps (AIRPORT; THE REAL WORLD; THE CRUISE), Reality-Soaps (BIG BROTHER; SURVIVOR) und Makeover-Programme (CHANGING ROOMS; THE SWAN). Dabei sind es nicht so sehr die Gegenstände und Themen des Realitätsfernsehens wie vielmehr die hier verwandten Formen der Thematisierung und Adressierung, die es zu einem signifikanten Genre des Umbruchs gemacht haben. Die Prototypen des Reality-TV, denen das Genre seinen Namen verdankt, waren die eher journalistischen Programme über Unfälle und Rettungsaktionen mit einem deutlichen ›Human Interest Touch‹, die sich auf den einzelnen Unglücksfall, die Rettungsarbeit und die Emotionen der Opfer richteten (vgl. Wegener 1994, 15ff;

8 Ich nenne hier wie im Folgenden allein die englischen Originaltitel der Formate, die in verschiedensten Variationen Teil des globalen Formatfernsehens ausmachen; vgl. Müller 2002. Vgl. zu diesen Formaten im deutschen Fernsehen die einschlägigen Studien von Wegener 1994; Keppler 1994; Müller 1999; Reicherts 2000.

Wulff 1995). Die Opfer werden in ihrer privaten Umgebung gezeigt, das Unglück wird ausführlich erinnert und oft auch im Bild nachgestellt, um intensive emotionale Reaktionen der Protagonisten zu provozieren. Die Inszenierung betont durch stereotype Musik, Großaufnahmen sprachloser oder tränenüberströmter Gesichter und *slow motion*-Effekte die Gefühle der Beteiligten und thematisiert das vergangene Schreckensereignis als einen Wendepunkt im Leben des Verunglückten. Die Dramaturgie dieser Form des Realitätsfernsehens zielt darauf, beim Zuschauer Rührung und Mitgefühl hervorzurufen. Dies ist für Reality-TV im Allgemeinen kennzeichnend: Betont werden individuelle, persönliche und emotionale Reaktionen gewöhnlicher Menschen im alltagsmoralischen Rahmen, ohne dass die dokumentierten oder reinszenierten Ereignisse in einem breiteren gesellschaftspolitischen Rahmen wie in idealtypischen Formen des Fernsehens mit gesellschaftlichem Auftrag stünden. Darum wird das vor allem zur Unterhaltung angebotene Reality-TV auch als «Affektfernsehen» (Bente/Fromm 1997) oder «Emotionsfernsehen» (Beunders 2002) bezeichnet.

Viele Spielarten dieses Realitätsfernsehens beschränken sich indes nicht auf die Dokumentation oder Reinszenierung emotionalisierender Ereignisse und Erfahrungen, sondern arrangieren Situationen, in denen gewöhnliche Menschen Entscheidungen treffen müssen oder die Ritualen Form geben und – indem sie dies tun – die Entscheidung oder das Ritual auch *wirklich*, d.h. sozial verbindlich ausführen. Angela Keppler hat diese Formen des Fernsehens als «performatives Realitätsfernsehen» beschrieben, in dem «soziale Handlungen ausgeführt [werden], die *als solche* bereits das alltägliche soziale Leben der Akteure verändern.» (Keppler 1994, 9; Herv.i.O.)

In dieser Tradition haben sich in den vergangenen Jahren immer neue, zum Teil äußerst spektakuläre, vielfach aber auch recht gewöhnliche Sendeformen entwickelt, in denen im Sinne von Keplers Kennzeichnung des performativen Realitätsfernsehens soziale Handlungen ausgeführt werden, die als solche eine Veränderung in der Wirklichkeit der Akteure mit sich bringen. Dabei kann es sich um die Metamorphose eines kleinen Hausgärtchens in der Großstadt handeln (SMALL TOWN GARDENS; GARDEN INVADERS), um das gegenseitige oder gemeinsame Renovieren einer Wohnung (CHANGING ROOMS; THE BLOCK; EXTREME MAKEOVER HOME EDITION), um das praktische oder therapeutische Check-up von Kleiderschrank, Putzgewohnheiten oder des gesamten Lifestyles (WHAT NOT TO WEAR; LIFE LAUNDRY; QUEER EYE FOR THE STRAIGHT GUY; 5 STEPS TO A NEW YOU), um die Verwandlung eines Arbeitslosen zum Arbeitnehmer, eines Talents zum «Superstar» (THE APPRENTICE; IDOLS) oder um die Verwandlung eines «hässlichen Entleins» zum «Schwan» durch einen plas-

tisch-chirurgischen Eingriff (EXTREME MAKEOVER; THE SWAN) oder schließlich um den Umzug einer Familie in eine gänzlich neue Welt (GET A NEW LIFE).<sup>9</sup> Diese Formen des Makeovers von häuslicher Umgebung, Lifestyle, Körper, Beruf oder gesamter Lebensumgebung lassen sich einem Vorschlag von Steve Spittle (2002, 58) folgend als «transformatives Lifestyle-Fernsehen» beschreiben, als Fernsehen, das für Zuschauer als Teilnehmer und Teilnehmerinnen an der Produktion des Programms *wirkliche* Veränderungen mit sich bringt.<sup>10</sup> Bei diesen Transformationen wird das Fernsehen ganz materiell zum Vermittler oder Manager der Ausführung und Verwirklichung von Wünschen.

Dabei bilden die Programme des plastisch-chirurgischen Makeover (vgl. Moseley 2000) nur ein besonders spektakuläres Beispiel all derjenigen Programmformen, bei denen Fernsehen Dienstleistungen vermittelt oder managt, die traditionell zum Aufgabenbereich sozialstaatlicher Institutionen oder zum Bereich privater Dienstleistung oder nachbarschaftlicher Hilfe zählen. In diesen Programmen etabliert sich das Fernsehen als eine Agentur, die Dienstleistungen für einzelne Zuschauer übernimmt und sich damit materiell wie symbolisch die Funktion einer Dienstleistungsagentur zumisst.

Nun könnte man einwenden, dass manche dieser Programme altehrwürdige Vorläufer im öffentlich-rechtlichen Fernsehen haben: Clemens Wilmenrod hat seit 1953 in seinem Kochprogramm BITTE, IN ZEHN MINUTEN ZU TISCH (NDR 1953–1964) dem Publikum den Konsum der neuesten Zutaten gelehrt (vgl. Haltenberger 2001), AKTENZEICHEN XY (ZDF seit 1976) hat Polizeiarbeit übernommen, das Fernsehgericht hat ebenfalls schon in den 60er Jahren getagt (NDR 1961–1978) und – wenn auch nur im Stehgreif – wirkliche Streitfälle verhandelt, auch damals sind Showbegabungen im TALENTSCHUPPEN (SWF 1967–1985) aufgespürt worden und wurde in Sendungen zum Kennenlernen die SPÄTERE HEIRAT NICHT AUSGESCHLOSSEN (WDR 1974–1981). Doch diese Sendungen bildeten nur einen geringen Teil des Gesamtprogramms, während performative und transformative Lifestyle-Programme heute einen wesentlichen An-

9 Als Indikator für die Menge und Typen des transformativen Lifestyle-Fernsehens können die beiden britischen digitalen *uktv style* und *uktv style plus 1* gelten, die Anfang 2005 insgesamt 59 verschiedene Programme der international verbreiteten Formate des Makeover-Fernsehens im engeren Sinne ausstrahlen. Dabei sind hier die Spielarten des plastisch-chirurgischen Makeovers, der Dating- und Beziehungssows sowie aller Formen der Rechts-, Arbeits- oder Gesundheitsvermittlung nicht einmal vertreten; vgl. die Website von *uktv style* auf <http://www.uktvstyleco.uk/index.cfm/uktvStyle/standardHomepage.sections/sID/206.shtml> (Zugriff am 15.1.2005).

10 Vgl. zur Bedeutung von Lifestyle-Programmen in der Konsumkultur am Beispiel von Gartenprogrammen Taylor (2002) sowie am Beispiel von *Do it yourself*-Programmen Spittle 2002.

teil des Gesamtangebots ausmachen und ihre Rhetorik Stil prägend ist für den Gestus und Modus weiterer Programmbereiche.

Der Wandel des Fernsehens von einem Leitmedium institutioneller Öffentlichkeit hin zu einem Forum des Lifestyles und einer Dienstleistungsagentur zeigt sich insgesamt im Wechsel vom autoritär-paternalistischen Ton des traditionellen öffentlich-rechtlichen Fernsehens zu einer Rhetorik der Dienstleistung. So dominiert – um nur zwei symptomatische Beispiele herauszugreifen – in der politischen ebenso wie in der Sportberichterstattung der Anspruch auf eine entsprechende Leistung, die der mündige Konsument und der konsumierende Bürger von hoch bezahlten Fußball- oder Politik-Profis erwarten darf. So wie die «Fußballmillionäre» spannende Spiele abliefern müssen, die die Zuschauer unterhalten, müssen Politiker eine «bürgernahe» Politik betreiben, welche für die Befriedigung der Bedürfnisse des Publikums sorgt. Dabei stilisiert sich das Fernsehen in seiner Berichterstattung zum Anwalt des Publikums und fordert die versprochenen Dienstleistungen von Sportlern wie von Politikern oft in ausgesprochen autoritärem Ton ein. Der Dienstleistungsdiskurs des Fernsehens macht zwischen diesen beiden gesellschaftlichen Räumen keinen wesentlichen Unterschied mehr. Er klagt das Recht des konsumierenden Bürgers und mündigen Konsumenten auf die Erbringung der sportlichen, kulturellen oder politischen Dienstleistung ein, für die der Zuschauer durch Steuern und Rundfunkgebühren, durch im Warenkorb versteckte Aufschläge für Reklamekosten sowie durch täglich durchschnittlich gut drei Stunden seiner Freizeit, in denen er fernsieht, bezahlt.

Dies sind nur zwei Beispiele, die als Hinweis darauf dienen sollen, wie der Gestus des Fernsehens als Dienstleistungsagentur, der sich in performativen und transformativen Formaten gleichsam in Reinform zeigt, zum dominanten Diskurs des Fernsehens in der Unterhaltungsgesellschaft geworden ist. Das Fernsehen inszeniert sich als eine Institution, die neben die traditionellen staatlichen und privaten tritt und gleichsam als Stellvertreter Interessen und Wünsche des Zuschauers weckt, aufgreift, vertritt oder sogar realisiert. Aber solche Dienstleistungen, zumal privat-kommerzieller Fernsehveranstalter, sind in der neuen Medienökonomie niemals gratis zu haben und weisen deshalb auch eine politökonomische Kehrseite auf. Diese zeigt sich am deutlichsten in interaktiven Sendeformen des Realitätsfernsehens, die das derzeit in technologischer Hinsicht noch hybride Medienensemble von Fernsehen, Internet und Telefon respektive Handy nutzen, um Zuschauer zu erweiterten Möglichkeiten der Partizipation am Programm einzuladen.

### III. Interaktive Partizipation: Fernsehen in der neuen Medienökonomie

Einer der schärfsten Kritiker der neuen Medienökonomie, Mark Andrejevic, hat neben einer Reihe von Analysen neuerer medialer Formen wie der Webcam-Kultur (Andrejevic 2004), des personalisierten Fernsehens am Beispiel von TiVo oder der Online-Tauschbörsen am Beispiel von Napster (Andrejevic 2002) auch das Reality-TV einer gründlichen politökonomischen Analyse unterzogen (Andrejevic 2003). Seine Studien stehen in der Tradition der angelsächsischen Politökonomie der Medien, die das Zuschauen als eine Form wertschöpfender Arbeit beschrieben hat, bei der Zuschauer ihre (Frei-)Zeit investieren und als Gegenleistung das Programm erhalten, während Fernsehanstalten die <produzierte> Zuschauerzeit an die werbetreibende Industrie verkaufen können (vgl. Smythe 1977; Jhally/Livant 1987). Bekanntlich kalkuliert die Reklameindustrie mit spezifischen Zielgruppen und bedarf möglichst genauer Informationen über ihre Zusammensetzung, um Werbung effektiv betreiben zu können. Diesem Bedürfnis kommen, so zeigt Andrejevic in seinen Analysen, interaktives Reality-TV und die Online-Ökonomie der neuen Medien auf ideale Weise entgegen:

We are not just facing a world in which a few select members of the audience are entering the celebrity rank and cashing in on their 15 minutes of fame, but one in which non-celebrities – the remaining viewers – are being recruited to participate in the labor of being watched to an unprecedented degree by subjecting the details of their daily lives to increasingly pervasive and comprehensive forms of high-tech monitoring. Their viewing habits, their shopping habits, even their whereabouts are subject not just to monitoring but to inclusion in detailed marketing databases, thanks to the advent of the computer-based forms of interactive media. (Andrejevic 2002, 233)

Wer online interagiert und partizipiert, <enthüllt sich selbst> und gibt dabei für die Werbeindustrie verwertbare Daten preis.<sup>11</sup> Andrejevic spricht deshalb vom Zuschauen als Arbeit, wie es der Untertitel seines Buches über das Realitäts-

11 Die stolze Mitteilung der Betreibergesellschaft von TiVo, einem US-amerikanischen Personal Video Recorder-System, am Tag nach «Nippelgate» – Janet Jacksons scheinbar unbeabsichtigter Enthüllung ihrer linken Brustwarze –, dass dieser Moment der durch die Zuschauer am häufigsten zurück gespulte und wiederholt betrachtete Fernsehmoment in der Geschichte von TiVo war, war zugleich die Mitteilung darüber, dass TiVo das Zuschauerverhalten genauestens überwacht und registriert.

fernsehen formuliert: *The Work of Being Watched*. Dieses Verhältnis zwischen Medium und Zuschauer analysiert Andrejevic als eines der Überwachung und Disziplinierung im Foucaultschen Sinne, wobei dieses Panoptikum seine Macht gerade in der produktiven Verführung zur Interaktion und Partizipation entfalte (Andrejevic 2002, 234).

Beispiele dieser Macht des neuen Medienensembles, seine Zuschauer zu Interaktion, Partizipation und «Selbst-Enthüllung» zu verführen, sind Legion. Sie spricht aus der ungeheuren Zahl an Anmeldungen zur Teilnahme an interaktiven Programmen wie BIG BROTHER oder IDOLS (DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR), aus den Einschaltquoten dieser Programme und den Hits ihrer Websites sowie aus der großen Zahl von Teilnehmern an den Abstimmungen über die Kandidaten via Telefon und SMS. So haben in den Niederlanden mit einer Gesamtbevölkerung von gut 16 Millionen Menschen, von denen knapp 12 Millionen wahlberechtigt sind, in der ersten Saison von IDOLS im Jahr 2003 bis nahezu 5 Millionen Zuschauer die Finalrunden mit Publikumsentscheid am Bildschirm verfolgt.<sup>13</sup> Nach Schätzungen haben jeweils 10 bis 15 Prozent dieser Zuschauer über Telefon oder SMS an den Abstimmungen teilgenommen (vgl. Reijn 2003), während die Website von IDOLS mit ca. 50 Millionen Zugriffen im Monat des Finales von IDOLS (vgl. Elburg 2003) als eine der bestbesuchten niederländischen Websites seit dem Bestehen des Internets gilt.<sup>14</sup>

Dieser Publikums- und Partizipationserfolg schlägt sich entsprechend als außergewöhnlicher ökonomischer Erfolg des Produzenten, der Holland Media Groep, nieder. Diese ist Eigentümerin der beiden ausstrahlenden Sender Yorin (Vorrunden und IDOLS-BACKSTAGE) und RTL4 (Finalrunde) und gehört, wie die Bertelsmann Music Group, die die Option auf die Plattenverträge aller Teilnehmer der Endrunde von IDOLS besitzt, zum Bertelsmann-Konzern. Einer durch die Hol-

12 Die Kultur der Computerspiele ist ein herausragendes Beispiel für die Faszinationskraft interaktiver *settings* für ihre *user* (vgl. Fitz 1995) wie für den wissenschaftlichen Diskurs, in dem technische oder dramaturgische «Interaktivität» nur allzu oft mit gesellschaftlicher «Partizipation» verwechselt werden; vgl. z.B. die Beiträge des Konferenzbands der internationalen *Digital Games Research Conference* (Copier/Raessens 2003) oder den Tenor der Beiträge zum Thema *Das Spiel mit dem Medium: Partizipation, Immersion, Interaktion* auf der GfM-Tagung 2004 in Braunschweig, die von Britta Neitzel und Rolf Nohr herausgegeben werden.

13 Die 4.973.000 Zuschauer (über 5 Jahre alt) des Finales von IDOLS entsprachen einem Marktanteil von 64,7 %. Dieser wurde nur durch die Quote des alles entscheidenden Qualifikationsspiels für die Fußballeuropameisterschaft 2004 der Niederlande gegen Schottland mit 5,5 Mio. Zuschauern, einem Marktanteil von 69,7 % übertroffen; für die Angaben vgl. Stichting KijkOnderzoek, Jaarrapport 2003, S. 4 (<http://www.wlkijkonderzoek.nl/php/downloads/902834750983/rapjaar2003.pdf>; Zugriff am 15.1.2005).

14 Für Einschaltquoten und Sendermarktanteile der deutschen Version von DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR vgl. Wolf 2003.

land Media Groep nicht dementierten Schätzung zufolge stehen den Produktionskosten von ca. 3,5 Mio. Euro 14,7 Mio. Euro an Einnahmen gegenüber. Diese setzen sich aus Einnahmen von 6,4 Mio. für Reklame, 2,8 Mio. für Telefonanrufe und SMS, 4 Mio. an Sponsoring und 1,5 Mio. Euro für das IDOLS-Magazin zusammen. Nicht mitgerechnet sind dabei ein unbekannter Betrag aus dem Merchandising und – für den Gesamtkonzern gesehen – schätzungsweise 6 Mio. Euro aus dem Verkauf von CDs der erfolgreichen Kandidaten in den ersten zwei Jahren nach der Ausstrahlung des Programms (vgl. Reijn 2003). Insofern stellt das Format einen groß angelegten Test der Marktchancen von jungen Talenten dar: Unter Umgehung der kostspieligen und finanziell risikoreichen Produktion von Singles, die dann erst in einem langwierigen Wettbewerb die Radio-Charts erobern müssen, bekommen Produzenten vom Zielpublikum, das dafür auch noch selbst bezahlt, eine direkte Rückmeldung über die Marktchancen der Idole. Genau hierin liegt der eigentliche ökonomische Erfolg dieses Formats.

Solche Erfolge des kommerzialisierten Fernsehens zeigen, dass Fernsehen als gesellschaftliche Institution seine integrative Kraft, die ihm vor allem als «Modernisierungsinstrument» (Hickethier 1998, 175) westlicher Demokratien in der Nachkriegszeit zugeschrieben wird, nicht verloren hat. Es kann gerade in seinen technologisch avanciertesten Formen Medienereignisse schaffen, bei denen große Teile der Bevölkerung nicht nur als Zuschauer angesprochen werden, sondern an denen sie interaktiv partizipieren. Doch ist die Frage, welchen Charakter diese Art der Vergesellschaftung annimmt und welche Gesellschaftsgruppen die neue Form des Fernsehens integrieren kann. Andrejevic entwickelt in seiner politökonomischen Machtanalyse eine düstere Vision der verschärften Kolonisierung der Alltagswelt und der Privatsphäre durch das Kapital global operierender Konzerne:

Interactive media are rapidly being assimilated into an economic framework in which participation has nothing at all to do with power sharing. [...] Instead of power sharing, the contemporary deployment of interactivity exploits participation as a form of labor. Consumers generate marketable commodities by submitting to comprehensive monitoring. They are not so much *participating*, in the progressive sense of collective self-determination, as they are *working* by submitting to interactive monitoring. The advent of digital interactivity does not challenge the social relations associated with capitalist rationalization, it reinforces them and expands the scale on which they operate. (Andrejevic 2003, 196f, Herv.i.O.)

Gegenüber dieser Vision, die das gesellschaftliche Verhältnis von Produzenten und Rezipienten allein in Begriffen der rationalisierenden Macht des internatio-

nenalen Kapitals beschreibt, betont Couldry in einem Plädoyer für eine differenziertere Sicht dieses Verhältnisses, dass auch die produktiven Praktiken von Konsumenten, in denen neue Räume des sozialen Kontaktes und des öffentlichen Austausches entstehen, in den Blick genommen werden müssen. Er führt aus:

I am not limiting these to the realm of formal politics; by using <citizen> in scare quotes, I allow for debates about the scale(s) on which public connection should or can work. Crucial here are precisely the possibilities for more dispersed symbolic production (image making, information distribution) embedded within new models of consumption – possible new hybrid forms of production/consumption [...] that may tell us something significant about the current crisis in political and social <belonging>. (Couldry 2004, 24)

In dieser Debatte scheint die alte Auseinandersetzung um die Konzeption der Zuschauer als entweder entfremdete, passive und manipulierte Masse oder aber als hoch differenzierte Menge aktiver, selbstbestimmter und bewusst handelnder Individuen erneut aufzubrechen. Auch im mittlerweile recht gebräuchlichen Kompositum des «Prosumers», des *produktiven* oder *professionellen* Konsumenten, der als Trendsetter eine wichtige Rolle im Produktionsprozess spielt (vgl. Toffler 1981, 286), ist dieser Widerspruch enthalten. Einerseits steht der Prosumer für den pro-aktiven, kritischen Konsumenten, andererseits werden sein Konsumverhalten und sein Feedback im Kreislauf der neuen Ökonomie wiederum zur Optimierung von Produkten und für das zielgruppenspezifische Marketing gebraucht (vgl. Krishnamurthy 2004).

Angesichts der hier beschriebenen performativen, transformativen und interaktiven Formen des Fernsehens scheint es nicht sinnvoll, diese Pole als Widerspruch zu denken, sondern besser als zwei sich wechselseitig bedingende Seiten eines Prozesses, in dem die Transformation des gesellschaftlichen Ortes der Institution Fernsehen sich parallel zur Transformation des Verhältnisses von Medium und Zuschauer, von Politik und Unterhaltung, von Kultur und Konsum vollzieht. An die Position des Fernsehens als Moderator institutioneller Politik und Kultur ist ein durch und durch kommerzialisiertes Fernsehen als Agentur der Dienstleistung getreten.<sup>15</sup> Und die neuen Formen des Fernsehens sind dabei nicht

15 Mit diesem Resultat des neoliberalen Projekts, das seit den achtziger Jahren von den Regierungen der westlichen Industriestaaten vorangetrieben wird, hat die institutionelle Politik nun bekanntlich selbst zu kämpfen: Schwindende Aufmerksamkeit für Parteienpolitik, Mitgliederschwund bei den traditionellen «Volksparteien» oder die steigende Zahl nicht mehr zu kalkulierender Wechselwähler sind nur drei Beispiele für diese Entwicklung.

nur Symptome einer Veränderung des gesellschaftlichen Orts eines Mediums im Übergang, sondern arbeiten an der Definition des gesellschaftlichen Charakters des zukünftigen Medienensembles mit. Welches technologische System dabei das Rennen machen wird, wird nicht allein darüber mitentschieden, wer den ökonomisch lukrativen Zugang zu den Daten der Konsumenten bekommt, sondern auch darüber, welche spezifischen Formen der Partizipation die technologischen, institutionellen wie kulturellen Strukturen des zukünftigen Medienensembles dem konsumierenden Bürger und partizipierenden Konsumenten einräumen.

Im zeitgenössischen Fernsehen, das sich als Dienstleistungsmanager inszeniert und den Zuschauer zur Partizipation einlädt, prägen bereits heute Reality-Formate einen Diskurs, der in einem zukünftigen integrierten Medienensemble und seiner Ökonomie zur vollen Entfaltung kommen wird. *THE BAR*, ein Format der schwedischen Produktionsfirma Strix Television AB, das am Erfolg von *BIG BROTHER* anzuknüpfen versucht und das Format weiter entwickelt hat, stellt ein romantisches Sinnbild dieser Entwicklungen dar. In der 2002 im niederländischen Fernsehen auf Yorin ausgestrahlten Version betreiben zwei konkurrierende Teams in einem Rotterdamer Gebäude zwei Bars, die für das Fernsehpublikum zugänglich sind. Aus dem Team der Bar, das durch attraktive Angebote das Publikum zu mehr Konsum verführt, wählen die Zuschauer schließlich den Sieger des Spiels. Konkurrenz und Erfolgsdruck produzieren auch in diesem Format Gruppendynamiken, die, angefacht durch Internetabstimmungen der Zuschauer über das Ausscheiden aus dem Team, den Erzählstoff dieser Reality-Show bilden. Zur Umsatzsteigerung entwickeln die konkurrierenden Teams Strategien, die geradezu idealtypisch dem Handbuch der Erlebnisökonomie (Pine/Gilmore 1999) entsprungen zu sein scheinen. Kulturelle Events wie Popkonzerte oder ein Beachvolleyball-Turnier werden organisiert, um das Publikum anzulocken und einen Erlebnismehrwert für den Getränkekonsum zu produzieren. Aber auch das Fernsehen selbst bildet einen solchen Erlebniswert im Vergleich zur gewöhnlichen Kneipe, wie die Beschreibung des Formats im Online-Katalog der Produktionsfirma verspricht:

*THE BAR* is a completely interactive programme where both viewers and net surfers are part of the action. More than 25 web cameras in the bar and the contestants' apartment are on-line twenty-four hours a day and the viewers are urged to take decisions affecting the story lines. The bar is real and uniquely interactive, meaning anyone can drop by for a beer, hang out and talk to the contestants.<sup>16</sup>

16 Online-Katalog der Strix Television AB (<http://www.strix.se>; Zugriff am 15.1.2005); dieses interaktive Format ist vom deutschen Fernsehen nicht übernommen worden.

Zumindest der lokale Zuschauer kann sich eben mal aufs Fahrrad schwingen, sein Bier «im Fernsehen» trinken und dort über die Qualität der Kandidaten, der Events oder des Formats fachsimpeln, während und *indem* er selbst am Programm partizipiert. Die Romantik der leiblichen Präsenz in dieser Form der Unterhaltungsöffentlichkeit ist offensichtlich, doch die Frage ist, welche Formen der gesellschaftlichen Partizipation sich in solch öffentlich-privaten Räumen bilden werden, die das neue Medienensemble und seine Online-Ökonomie ermöglicht, und wie diese sinnvoll zu beschreiben und zu begreifen ist, ohne alte Dichotomien wieder zu beleben oder sie in Komposita wie dem des «Prosumers» nur scheinbar aufzuheben. Dichotomien wie «Bürger vs. Konsument», «Politik vs. Unterhaltung», «Publikum vs. Zielgruppen» oder auch «Kultur vs. Konsum» sind jedenfalls nicht geeignet, um die Eigenart neuer Formen der Partizipation zu bestimmen, welche die derzeitige Entwicklung des Fernsehens im digitalen Medienensemble mit sich bringt. Angesichts des performativen, transformativen und interaktiven Dienstleistungsfernsehens sind sie schon jetzt nicht mehr adäquat.

## Literatur:

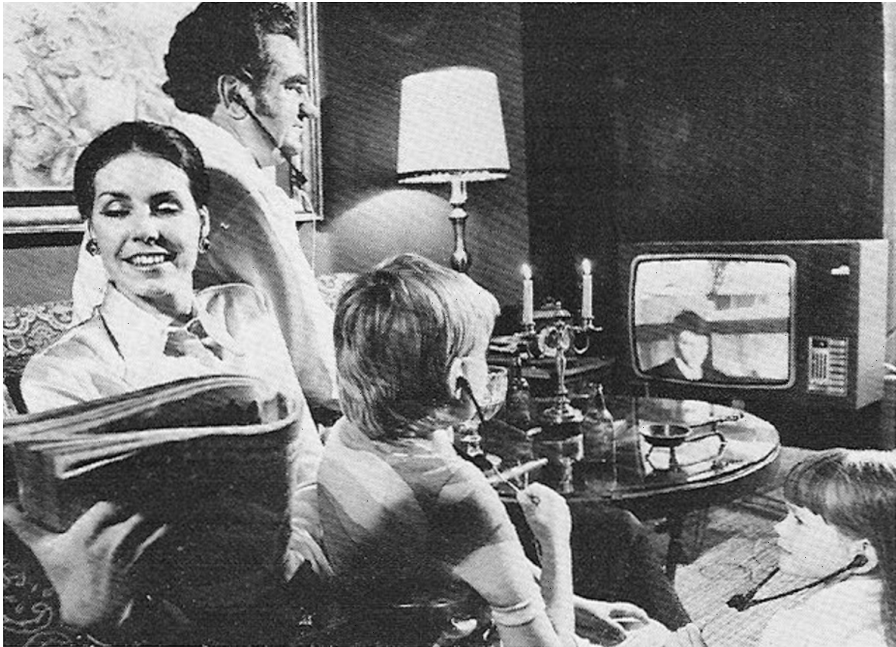
- Andrejevic, Mark (2002) *The Work of Being Watched: Interactive Media and the Exploitation of Self-Disclosure*. In: *Critical Studies in Media Communication* 19,2, S. 230–248.
- (2003) *Reality TV: The Work of Being Watched*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- (2004) *The Webcam Subculture and the Digital Enclosure*. In: *Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age*. Hg. v. Nick Couldry & Anna McCarthy. London/New York: Routledge, S. 193–208.
- Ang, Ien (1995) *The Nature of the Audience*. In: *Questioning the Media. A Critical Introduction*. 2. Aufl. Hg. v. John Downing, Ali Mohammadi & Anna Sreberny-Mohammadi. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage, S. 207–220.
- Beck, Ulrich (1993) *Die Erfindung des Politischen*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Bente, Gary / Fromm, Bettina (1997) *Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen*. Opladen: Leske + Budrich.
- Beunders, Henri (2002) *Publieke tranen. De drijfveren van de emotiecultuur*. Amsterdam/Antwerpen: Contact.
- Boddy, William (2003) *Redefining the Home Screen: Technological Convergence as Trauma and Business Plan*. In: *Rethinking Media Change. The Aesthetics of Transition*. Hg. v. David Thornborn & Henry Jenkins. Cambridge, M.A./London: MIT Press, S. 192–200.
- Copier, Marinka / Raessens, Joost (2003) *Level Up. Digital Games Research Conference*. Utrecht: Universiteit Utrecht.

- Couldry, Nick (2002) *Media Rituals: A Critical Approach*. London/New York: Routledge.
- (2004) The Productive <Consumer> and the Dispersed <Citizen>. In: *International Journal of Cultural Studies* 7,1, S. 21–32.
- Dörner, Andreas (2001) *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Elburg, Danton van (2003) Snel en goedkoop. In: *Emerce*, Nr. 35 v. 19.6.2003 (<http://www.emerce.nl/artikel.jsp?id+54767>; Zugriff am 15.1.2005).
- Fitz, Jürgen (1995) Modelle und Hypothesen zur Faszinationskraft von Bildschirmspielen. In: Ders. (Hg.): *Warum Computerspiele faszinieren. Empirische Annäherungen an Nutzung und Wirkung von Bildschirmspielen*. Weinheim/München: Juventa, S. 11–38.
- Gandy Jr, Oscar H. (2003) The Real Digital Divide: Citizens Versus Consumers. In: *Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTs*. Hg. v. Sonia Livingstone. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage, S. 448–460.
- Glötz, Peter / Groebel, Jo / Mestmäcker, Ernst-Joachim (1998) Zur Wirklichkeit der Grundversorgung. Über den Funktionsauftrag öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten. In: *Fernsehen auf dem Prüfstand. Aufgaben des dualen Rundfunksystems*. Hg. v. Ingrid Hamm. Gütersloh: Bertelsmann-Stiftung, S. 87–101.
- Glynn, Kevin (2000) *Tabloid Culture: Trash Taste, Popular Power, and the Transformation of American Television*. Durham: Duke University Press.
- Hallenberger, Gerd (2001) Clemens Wilmenrod. Zeichen von Esskultur. In: *Montage/AV* 10,1, S. 123–129.
- Hamm, Ingrid (Hg.) (1995) *Bericht zur Lage des Fernsehens für den Präsidenten der Bundesrepublik Deutschland*. Gütersloh: Bertelsmann-Stiftung.
- Heller, Heinz-B. (1984) *Literarische Intelligenz und Film. Zu Veränderungen der ästhetischen Theorie und Praxis unter dem Eindruck des Films 1910–1930 in Deutschland*. Tübingen: Niemeyer.
- Hickethier, Knut (1998) *Geschichte des deutschen Fernsehens*. Unter Mitarbeit von Peter Hoff. Stuttgart/Weimar: Metzler.
- Jhally, Sut / Livant, Bill (1987) Watching as Working: The Valorization of Audience Consciousness. In: *Journal of Communication* 36,3, S. 124–143.
- Kellner, Douglas (2003) *Media Spectacle*. London/New York: Routledge.
- Keppler, Angela (1994) *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung*. Frankfurt a.M.: Fischer TB.
- Kim, Pyungho (2001) New Media, Old Ideas: The Organizing Ideology of Interactive TV. In: *Journal of Communication Inquiry* 25,1, S. 72–88.
- Krishnamurthy, Sandeep (Hg.) (2004) *Contemporary Research in E-Marketing. Vol 1*. Washington: Idea Publishing Group.
- Meier, Henk Erik (2003) Beyond Convergence. Understanding Programming Strategies of Public Broadcasters in Competitive Environments. In: *European Journal of Communication* 18,3, S. 337–365.
- Miller, Toby (1999) Television and Citizenship: A New International Division of Cultural Labor? In: *Communication, Citizenship, and Social Policy*. Hg. v. Andrew Calabrese & Jean-Claude Burgelman. Lanham [etc.]: Rowman & Littlefield, S. 279–292.

- Morley, David / Robins, Kevin (1995) *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. London/New York: Routledge.
- Moseley, Rachel (2000) Makeover Takeover on British Television. In: *Screen* 41,3, S. 299–314.
- Müller, Eggo (1997) Funktionsgeschichte des Fernsehens. Eine Skizze zur Periodisierung. In: *Der Film in der Geschichte*. Hg. v. Knut Hickethier, Eggo Müller & Rainer Rother. Berlin: Edition Sigma, S. 43–55.
- (1999) *Paarungsspiele. Beziehungsshow in der Wirklichkeit der neuen Medien*. Berlin: Edition Sigma.
- (2002) Unterhaltungsshow transkulturell: Fernsehformate zwischen Akkomodation und Assimilation. In: *Transkulturelle Kommunikation*. Hg. v. Andreas Hepp & Martin Löffelholz. Konstanz: UVK, S. 456–473.
- Pine II, Joseph / Gilmore, James H. (1999) *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Reichert, Jo (2000) *Die Frohe Botschaft des Fernsehens. Kulturwissenschaftliche Untersuchung medialer Diesseitsreligion*. Konstanz: UVK.
- Reijn, Gerard (2003) De BV Idols. In: *De Volkskrant* v. 15.2.2003, M 1.
- Schweinitz, Jörg (1994) <Genre> und lebendiges Grennbewußtsein. Geschichte eines Begriffs und Probleme seiner Konzeptualisierung in der Filmwissenschaft. In: *Montage/AV* 3,2, S. 99–118.
- Slater, Don R. (1997) *Consumer Culture and Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- (2003) Cultures of Consumption. In: *Handbook of Cultural Geography*. Hg. v. Kay Anderson et al. London [etc.]: Sage, S. 147–163.
- Smythe, Dallas (1977) Communications: Blindspot of Western Marxism. In: *Canadian Journal of Political and Social Theory* 1,3, S. 1–27.
- Sparks, Collin (2000) Introduction. In: *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Hg. v. Collin Sparks & James Tulloch. Lanham [etc.]: Rowman & Littlefield, S. 1–42.
- Spigel, Lynn / Olsson, Jan (Hg.) (2004) *Television after TV: Essays on a Medium in Transition*. Durham: Duke University Press.
- Spittle, Steve (2002) Producing TV – Consuming TV. In: *The Changing Consumer: Markets and Meanings*. Hg. v. Steven Miles, Alison Anderson & Kevin Meethan. London/New York: Routledge, S. 56–73.
- Taylor, Lisa (2002) From Ways of Life to Lifestyle. The <Ordinari-zation> of British Gardening Lifestyle Television. In: *European Journal of Communication* 17,4, S. 479–493.
- Toffler, Alvin (1981) *The Third Wave*. London: Pan Books.
- Tracey, Michael (1998) *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting*. New York: Oxford University Press.
- Wegener, Claudia (1994) *Reality TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information*. Opladen: Leske + Budrich.
- Wolf, Sarah (2003) *DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR. Analyse der Erfolgsfaktoren*. Bachelorarbeit am Fachbereich Medien der Fachhochschule Mittweida.
- Wulff, Hans J. (1994) Fußball, Kohl und Callas-Arien. Zu einer Aneignungsform des Fernsehens. In: *Universitas* 49, H. 579, S. 890–897.

– (1995) Reality-TV. Von Geschichten über Risiken und Tugenden. In: *Montage/AV* 4,1, S. 107–123.

Zoonen, Liesbet van (2005) *Entertaining the Citizen. When Politics and Popular Culture Converge*. Lanham: Rowman & Littlefield.



*Kopfhörerwiedergabe des Fernsehens im Familienkreis macht ungestört andere Freizeitbeschäftigung möglich*

# «Wir halten das Fernsehen für einen Moment an»

## Das Programm als Exponat

Ein Gespräch mit Gerlinde Waz und Peter Paul Kubitz,  
Kuratoren am Filmmuseum Berlin/Fernsehmuseum

**Judith Keilbach:** *In den Räumen des Berliner Filmmuseums/Fernsehmuseums haben bisher drei Ausstellungen zum Fernsehen stattgefunden: «Fernsehen macht glücklich», «Wo Karrieren beginnen» (über «Das kleine Fernsehspiel» des ZDF) und zuletzt «Die Kommissarinnen». Wie lässt sich Fernsehen überhaupt ins Museum bringen?*

**Gerlinde Waz:** Wir haben selbst erst durch die Ausstellungen gelernt, wie man mit dem Medium umgehen und es präsentieren kann. Es gibt ja kaum Vorbilder. In New York befindet sich das Museum of Television and Radio, in dem Fernsehen allerdings nicht wirklich ausgestellt, sondern über ein umfangreiches Programmangebot präsentiert wird. Zwar gibt es eine kleine Fotogalerie mit Monitoren, aber von einer Ausstellung im eigentlichen Sinne kann man nicht sprechen. Hier in Deutschland, in Oberhausen, gab es vor einigen Jahren eine große Ausstellung, «Der Traum vom Sehen». Fernsehen ist also bisher nicht häufig ausgestellt worden. Das zeigt sich besonders im Vergleich mit dem Film, der mittlerweile als Kunst anerkannt und für ausstellungswürdig befunden wurde. Allein in Deutschland gibt es fünf Filmmuseen.

**Judith Keilbach:** *Die Einrichtung eines Fernsehmuseums bzw. der Mediathek zieht sich schon länger hin. Wie verlief die Geschichte dieser noch zu gründenden Institution?*

**Peter Paul Kubitz:** Angeregt wurde sie von Eberhard Fechner, der feststellen musste, dass viele seiner Filme, die er für den NDR produziert hat, nicht mehr existieren, weil sie gelöscht worden waren. Ende der 80er Jahre hat Fechner diese Erfahrung in der Akademie der Künste hier in Berlin publik gemacht und eine Institution zur Aufbewahrung von Fernsehfilmen und -sendungen eingefordert.

**Gerlinde Waz:** Warum die Gründung der Mediathek so lange gedauert hat, hat viele Gründe. Das hat vor allem mit Medienpolitik zu tun, aber auch mit der Schwierigkeit, alle Sender unter ein Dach zu bekommen. In Frankreich ist das

viel einfacher. Dort gibt es das INA [Institut National de l'Audiovisuel], das zwar kein Fernsehmuseum ist, aber *alles* sammelt, was im Fernsehen läuft und in Frankreich produziert oder koproduziert wurde. Das INA beschäftigt 70 wissenschaftliche Dokumentare, die das gesammelte Material aufarbeiten. In Frankreich ist die Kulturpolitik zentral geregelt, und die Sender sind dazu verpflichtet, von jeder Sendung ein Exemplar an das INA abzuführen. Davon können wir hier in Deutschland nur träumen.

Fernsehen im Museum zu präsentieren und ernst zu nehmen ist in Deutschland noch immer ungewöhnlich. Das zeigt sich übrigens auch in der Pressearbeit. Bei unserer ersten Ausstellung «Fernsehen macht glücklich» musste noch viel Grundsätzliches geklärt werden. Den Redakteuren war häufig unklar, wo Besprechungen zu platzieren sind: Gehören sie ins Feuilleton oder auf die Medienseite? Dort werden jedoch meist nur einzelne Sendungen besprochen. Es handelt sich aber auch nicht um Kunstaussstellungen... Wohin gehören also Besprechungen von Fernsehausstellungen?

**Britta Hartmann:** *Das Fernsehmuseum ist heute in der Kinemathek beheimatet, und es bestehen Verträge mit den Fernsehanstalten. Wie sieht deren Beteiligung konkret aus?*

**Peter Paul Kubitz:** Zunächst ist das Programmmaterial von den Sendern die wichtigste Basis des Fernseh museums. Es ist verabredet, dass wir Programmbeistellungen bekommen und dass das Material – soweit die Rechte bei den Sendern selbst liegen – rechtfrei abgegeben werden. Ohne diese Vereinbarung ließe sich das Fernseh museum überhaupt nicht verwirklichen!

**Gerlinde Waz:** Es gibt allerdings einen Unterschied zwischen Privatsendern und den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, insbesondere was die Rechtsfragen betrifft. Oft haben die Privatsender kein Interesse an den Rechten und wissen oft gar nicht mehr, wo diese liegen. Eine der umfangreichsten Arbeiten für ein Fernseh museum ist es daher, Rechteinhaber ausfindig zu machen, die oft in der ganzen Welt verstreut sind.

**Judith Keilbach:** *Besteht denn bei den Sendern Interesse an der Einrichtung eines Fernseh museums bzw. einer Mediathek?*

**Peter Paul Kubitz:** Ja. Das Geschichtsinteresse der Sender zeigt sich ja bereits daran, dass das 24-Stunden-Programm mit der eigenen Historie gefüllt wird, mit historischen Rückschauern, mit Wiederholungen alter Sendungen, mit Nostalgie-Shows.

**Judith Keilbach:** *Könnt ihr schon etwas über das Konzept des Fernseh museums sagen?*

**Gerlinde Waz:** Das Fernseh museum wird insgesamt über fünf Räume im 3. und 4. Stock des Filmhauses verfügen. Wir planen unter anderem einen «Spie-

gelsaal» mit den großen Momenten der Fernsehgeschichte, in dem sich die Zeitgeschichte widerspiegeln wird, wobei noch zu klären ist, welches diese großen Momente sind und für wen sie das sind...

**Peter Paul Kubitz:** ...es wird so sein, dass sich unterschiedliche Generationen mit je eigenen Fernseherfahrungen die Ausstellung ansehen werden.

**Britta Hartmann:** *Werden nur die emblematischen Bilder <großer Momente> gezeigt, oder findet auch das Alltägliche des Fernsehens Platz in der Ausstellung?*

**Peter Paul Kubitz:** *Es wird um beide Ebenen gehen...*

**Gerlinde Waz:** ...zumindest die großen Momente in der Programmgeschichte ja doch eher selten sind. Es wäre daher falsch, nur diesen Aspekt auszustellen. Es geht uns zum einen um eine nationale Geschichte des Fernsehens und zum anderen darum, bei den Besuchern Biografisches anzusprechen. Fernsehen hat etwas von einem Fotoalbum, das konnte man bei «Fernsehen macht glücklich» beobachten, einer Ausstellung, in der in fünf Räumen zahlreiche Programmausschnitte aus der deutschen Fernsehgeschichte präsentiert wurden. Ohne das Alter der Besucher tatsächlich zu kennen, konnte man es allein über die Reaktionen, darüber, was wiedererkannt und kommentiert wurde, erschließen. Die Ausstellung setzte Kindheitserinnerungen in Gang. Genau diesen Effekt möchten wir auch im Fernsehmuseum erzielen. Fernsehen ist aber auch das audiovisuelle Gedächtnis einer Nation. Dabei denke ich nicht nur an Bilder von historischen Ereignissen, sondern beispielsweise auch an Serien, mit denen sich eine ganze Generation identifiziert – beispielsweise «GZSZ». Würden wir uns nur auf die großen Momente beschränken, entgingen uns solche Phänomene.

**Judith Keilbach:** *Und welche Rolle spielen die US-amerikanischen Sendungen in dieser nationalen Geschichte?*

**Peter Paul Kubitz:** Es geht uns um alles, was hier im Fernsehen lief. Mit «national» meinen wir: was zur nationalen Erinnerungskultur gehört – und das können selbstverständlich auch ausländische Produktionen wie LASSIE oder DALLAS sein.

**Gerlinde Waz:** Wir würden keine amerikanische Serie zeigen, die Vorbild für eine deutsche Produktion war, solange sie nicht im deutschen Fernsehen ausgestrahlt wurde, sondern wir zeigen diejenigen Sendungen, die hier liefen und die Menschen geprägt haben.

**Peter Paul Kubitz:** Und dann haben wir mit unserem Vorhaben, die deutsche Fernsehgeschichte auszustellen, natürlich das Problem, dass es durch die beiden deutschen Staaten keine kohärente Gesellschaft und daher auch zwei Fernsehgeschichten gibt: die der DDR und die der Bundesrepublik.

**Britta Hartmann:** *Liegt der Fokus des Fernseh Museums auf der Programmgeschichte, oder wird auch die Geschichte der Institutionen und der Technikentwicklung ausgestellt?*

**Gerlinde Waz:** Im ersten Raum geht es zunächst um das Wiedererkennen und die großen «nationalen» Bilder, um den Besuchern einen emotionalen Einstieg in die Ausstellung zu ermöglichen und sie neugierig auf das zu machen, was hinter diesen Bildern steht. Der zweite Raum fungiert dann als *time tunnel*, in dem die Geschichte rückwärts bis zu den frühen Fernsehvisionen und den ersten Zeilenbilder erzählt wird. Dabei geht es allerdings weniger um Technikgeschichte, zumal die Entwicklung der Geräte ja bereits im Deutschen Technikmuseum detailliert gezeigt wird. Wir werden keine Geräteausstellung machen, sondern höchstens einzelne Exponate mit starker Aussagekraft, wie beispielsweise den ersten tragbaren Fernseher, berücksichtigen.

**Peter Paul Kubitz:** Im zweiten Raum wollen wir vor allem das Wechselspiel von Medium, Politik und Zeitgeschehen erzählen.

**Judith Keilbach:** *Wie lässt sich denn ein so abstraktes Thema wie das Verhältnis von Medium und Politik konkret ausstellen? Präsentiert Ihr da dann vor allem Dokumente und Aktenstapel?*

**Gerlinde Waz:** Wir dokumentieren diesen Aspekt mit Grafiken, mit Flachbildschirmen für bewegte Dokumente und weniger über einzelne Exponate.

**Peter Paul Kubitz:** Bei den Exponaten ist der Unterschied von Film und Fernsehen frappierend: Requisiten und Kostüme aus Fernsehsendungen haben längst nicht die gleiche Aura wie Ausstattungsgegenstände aus Filmen. Im Fernsehen gibt es außerdem keinen Starkult, der auch nur annähernd mit dem Kult um Filmstars vergleichbar wäre. Im Fernsehen ist vieles schnelle Ware und auch das wirkt sich auf die Ausstellbarkeit von Fernsehen aus.

**Gerlinde Waz:** Außerdem existieren für das Fernsehen einfach viel weniger Exponate. Für Filmausstellungen gibt es beispielsweise wunderbare Zeichnungen vom Setdesign oder Kostümentwürfe. Die Fernsehanstalten hingegen archivieren auf Grund der Schnellebigkeit des Mediums viel weniger Material. Ich finde es allerdings eher als Herausforderung, dass Fernsehen auf Grund dieses «Mangels» anders als Film ausgestellt werden muss, denn schließlich ist Fernsehen auch etwas ganz anderes.

**Britta Hartmann:** *Wenn man das Besucherbuch der bisherigen Fernsehausstellungen durchblättert, fällt auf, dass sich die Besucher durchweg positiv äußern, wohingegen die Fernsehmacher eher skeptisch sind und ihren eigenen Gegenstand abwerten.*

**Peter Paul Kubitz:** Da gibt es sicherlich Unterschiede in Abhängigkeit vom Genre, in dem die «Macher» tätig sind. Dass es einen gewissen Grundzynismus in der Branche gibt, liegt vor allem an der Produktionsweise. Es ist etwas anders, über mehrere Jahre hinweg an einem Film zu arbeiten und diesen dann ins Kino zu bringen, als Tag für Tag «Sendeware» zu produzieren. Das führt zu einem anderen Verhältnis den eigenen Bildern gegenüber.

**Britta Hartmann:** *Es scheint aber doch zwei Einstellungen gegenüber dem Fernsehen und der Fernsehgeschichte zu geben: zum einen eine sentimentale oder nostalgische Haltung, zum anderen Abwertung und Distanz zum Medium. Wie geht man in einer Fernsehhausstellung mit diesen beiden Perspektiven um?*

**Peter Paul Kubitz:** Wir machen die Ausstellung für die Zuschauer, die mit ihren eigenen Kompetenzen ins Museum kommen. Wir machen auch keine Ausstellung, um den Gegenstand abzuwerten oder ironisch zu betrachten.

**Judith Keilbach:** *Und welchen Stellenwert hat der ‹Fensehtrash› in der Ausstellung?*

**Peter Paul Kubitz:** Das ist eine Gratwanderung: Das Fernsehen produziert ja unglaublich viel Müll, und wenn wir den ausstellen, dann selbstverständlich nicht positionslos. Die Frage ist vor allem, wie und in welchem Verhältnis man Trash einerseits und die ‹hohen Momente› des Fernsehen andererseits präsentiert.

Wir wollen mit unseren Ausstellungen *auch* ein Gespür für den sogenannten Zeitgeist entwickeln. Bei der Materialsichtung aus den Archiven machen wir immer wieder Entdeckungen, über die es überhaupt keine wissenschaftliche Literatur gibt, bei denen man aber das Gefühl hat, das Material ist ein Schlüssel zur Zeit.

**Judith Keilbach:** *In der Ausstellung ‹Fernsehen macht glücklich› wurde extrem viel Material auf zahlreichen Bildschirmen präsentiert. Als Besucherin war es unmöglich, alles zu sehen, so dass einem nur das ‹Zapping› quer durch die Ausstellung blieb. Diese fragmentierte Rezeption unterscheidet sich grundsätzlich von dem Konzept, vollständige Sendungen an Sichtplätzen zu zeigen – wie beispielsweise im Museum of Television and Radio in New York...*

**Gerlinde Waz:** Bei uns wird es neben den bisher beschriebenen Präsentationsformen von Fernsehen auch die Möglichkeit geben, sich in der ‹Programmalerie› Sendungen vollständig anzuschauen. Wir werden mit ca. 500 Sendungen beginnen, das Programmangebot aber ständig erweitern.

**Britta Hartmann:** *Wie weit reichen die Sendungen zurück?*

**Gerlinde Waz:** Bis 1952. Die Ansprache des ehemaligen NWDR-Intendaten Werner Pleister zum Fernsehstart ist beispielsweise vorhanden.

**Judith Keilbach:** *Und wie orientiert man sich als Ausstellungsmacher und Kurator in der enormen Menge von Sendungen, die das Fernsehen in über 50 Jahren produziert hat?*

**Gerlinde Waz:** Speziell bei der DDR haben wir uns ein Jahr lang quer durch die ostdeutsche Fernsehgeschichte gesehen und dabei quasi Nachhilfeunterricht genommen, weil wir beide westsozialisiert sind.

**Peter Paul Kubitz:** Diese lange Sichtungsphase bringt eine enorme Vertrautheit mit den Personen, Geschichten und Strukturen und dadurch auch Zugriffssicherheit mit sich – sowohl beim Trash als auch bei den großen Fernsehmomenten. Dieses durch die Sichtung erworbene Wissen mit der bereits wissenschaftlich aufgearbeiteten Geschichte zu paaren – darin besteht unsere Aufgabe.

**Gerlinde Waz:** Wissenschaftliche Texte beziehen sich häufig – wie übrigens auch in der Filmgeschichte – auf die immergleichen Beispiele. Wir haben uns hingegen darum bemüht, Sendungen auszuwählen, die auch heute noch ‚das gewisse Etwas‘ haben, die einen berühren oder auch anrühren – das kann auch randständiges Material sein.

**Peter Paul Kubitz:** Zum Glück gibt es diesen wissenschaftlich erstellten Kanon, weil er ja auch als Korrektiv bei den Materialsichtungen dient. Man muss sich aber auch wieder von ihm befreien können. Fernsehen ausstellen ist keine originär wissenschaftliche Tätigkeit. Wir betrachten das Fernsehen aus einer von uns gewählten Perspektive.

**Judith Keilbach:** *Ist die Auswahl nicht immer auch durch die Archive vorstrukturiert – etwa durch dort getroffene Entscheidungen, was aufbewahrt und was gelöscht bzw. was nicht auf das neueste Speichermedium umkopiert wird?*

**Gerlinde Waz:** Ja. Beim Umkopieren fallen oft Sendungen heraus, die in den Jahren zuvor nicht nachgefragt wurden. Es fehlen uns aber auch frühe Sendungen, vor allem aus den 50er Jahren, weil es damals noch keine MAZ gab. Manchmal existiert nur noch der Ton oder nur noch das Bild, so dass keine Rekonstruktion mehr möglich ist.

**Peter Paul Kubitz:** Die Archive bemühen sich allerdings um die Rettung ihres Bestands; es gibt bei den Rundfunkanstalten große Digitalisierungsprojekte – obwohl das Fernsehen häufig nicht fürs Aufbewahren, sondern fürs Vergessen produziert.

**Judith Keilbach:** *Ihr verleiht dem flüchtigen Medium mit eurer Ausstellung insofern Stabilität.*

**Gerlinde Waz:** Wir halten das Fernsehen gewissermaßen für einen Moment an...

**Peter Paul Kubitz:** ...und simulieren eine archäologische oder ethnografische Situation. Es gibt keinen besseren Seismographen für die Befindlichkeit einer Zeit als das Fernsehen.

*Das Gespräch wurde am 11. März 2005 im Berliner Filmmuseum/Fernsehmuseum am Potsdamer Platz geführt.*

Sabine Lenk

## «Es war ein Fest der Erinnerungen»<sup>1</sup>

### Einige Gedanken über das Ausstellen von Fernsehgesehichte im Museum

Vom 24.7. bis 17.10.2004 fand im Filmmuseum Landeshauptstadt Düsseldorf eine Ausstellung mit dem Titel «Feierabend – Fernsehzeit» statt. Sie deutete anhand von rund 150 Ausschnitten aus dem gesamtdeutschen Fernsehalltag an, wie sich das Bildmedium ästhetisch, formal und inhaltlich zwischen 1952 und 2002 entwickelte und wie sich seine Parameter veränderten. Auch Parallelen und Differenzen zwischen DDR- und BRD-Sendungen waren in Ansätzen zu erkennen.<sup>2</sup> Objekte wie Fernseh-Geräte, Merchandising-Produkte, Plakate, Fotos, Fernsehzeitschriften sowie die Möbel aus dem so genannten «Rosi-Zimmer» der Geißendöfer-Produktion LINDENSTRASSE ergänzten die laufenden Bilder. Das Ensemble stand unter dem Motto von Moderator Günther Jauch: «Fernsehen macht die Klugen klüger und die Dummen dümmer.»

Die Ausstellung ging der Frage nach: «Was ist Fernsehen?» und gab darauf 12 mögliche Antworten. Auch wies sie in Illustrationen und Text auf die Übernahme von Sendeformaten aus der NS-Zeit durch die Programmverantwortlichen in der BRD hin. Eine Besucherbefragung ergänzte das Projekt.

Auf Grundlage der praktischen Erfahrungen, Fernsehgeschichte in einem Filmmuseum auszustellen, stehen die nachfolgenden Reflexionen. Sie sollen einige der Ambitionen des Vorhabens skizzieren, die Rahmenbedingungen für die Umsetzung eines solchen Museumsprojekts kurz ansprechen sowie durch die Analyse der Reaktionen der Besucher aus der Umfrage auf das Gesehene Rückschlüsse ziehen für weitere Ausstellungen über Fernsehen, aber auch Film.

1 Antwort einer 50-Jährigen aus Schwalmen (Niederlande) zur Ausstellung im Filmmuseum.

2 Knapp zwei Drittel des TV-Materials erhielten wir vom Filmmuseum Berlin (unser Dank geht an Gerlinde Waz und Bernd Eichhorn für ihre Hilfe), welches die Ausschnitte bereits in der anregenden Ausstellung «Fernsehen macht glücklich» verwendet hatte. Aus konzeptuellen, rechtlichen, zeitlichen und finanziellen Gründe übernahmen wir die Zusammenstellung nur teilweise bzw. ergänzten oder aktualisierten sie. Für Themen, die in Berlin nicht angesprochen wurden, erstellten wir eigene Kompilationen.



## Ziele der Ausstellung

Angeregt durch Nachfragen von Besuchern organisierte das Filmmuseum Düsseldorf die Sonderausstellung «Feierabend – Fernsehzeit». Trotz des ausdrücklich bekundeten Interesses waren

jedoch einige der Gäste überrascht über unsere Wahl. Eine 38-jährige Besucherin aus Köln drückte es so aus: «Fernsehenausstellung [sic] im Filmmuseum?» Sie und andere sahen die oft enge Beziehung zwischen Kino und Fernsehen nicht, was uns verdeutlichte, wie wichtig es ist, deren Verflechtungen deutlich zu machen.<sup>3</sup>

Die generelle Intention jedes Museums ist das *Gewinnen neuer Besucher*, die es bisher nicht erreichte, sowie die *Pflege der «Stammkunden»*. Wechselausstellungen spielen hierbei eine wichtige Rolle. Die Chance, mit einer Darstellung von 50 Jahren *Fernsehen* im Filmmuseum Düsseldorf ein neues Publikum anzuziehen, schien uns größer als die Gefahr, die Freunde des Hauses zu verärgern.

Generell gilt: Je nach Art der Kundschaft entscheidet sich ein Museum für die *Herangehensweise* an ein Thema: spielerisch oder ernst, interaktiv oder konsumierend, breit oder aus reduziertem Blickwinkel etc. Die Natur der Präsentation hängt von der erwarteten Zielgruppe ab, für die das Ereignis organisiert wird. Interaktivität und «unterhaltend Lernen», bei unserer Dauerausstellung elementare Faktoren, sollten auch «Feierabend – Fernsehzeit» bestimmen. Die Auswahl der Exponate und audiovisuellen Beispiele waren daher von der Frage bestimmt: Wie kann das heterogene Zielpublikum (Schüler- und Lehrergruppen, erwachsene Besucher aller Altersschichten aus Gesamtdeutschland, Familien mit Kindern aus der Region) erreicht werden? Ziel war vor allem, die verschiedenen Generationen zu verbinden: Mit der Auswahl der 12 Stationen und den einzelnen Moni-

3 «Feierabend – Fernsehzeit» wird allerdings wohl für längere Zeit die einzige wissenschaftliche Beschäftigung des Filmmuseums in Düsseldorf ausschließlich mit der «Mattscheibe» bleiben. Wir sehen die Vermittlung von Film im Sinne von «Werk» (d.h. nicht als «material» oder «Vermittlerinanz») als unsere Hauptaufgabe an. Dabei konzentrieren wir uns auf das Kino und behandeln den Fernsehfilm nur am Rande, wengleich er sicher auch ein spannendes und weites Untersuchungsfeld ergeben würde.

tor-Beiträgen galt es, die Älteren mit Medienereignissen jüngerer Zeit wie *BIG BROTHER* zu konfrontieren, aber auch die Begegnung der Jüngeren mit Fernseh-idolen vergangener TV-Epochen, die bisher nicht von (Privat-)Sendern regelmäßig ausgestrahlt wurden, zu organisieren. Bei einigen Gästen scheint dies ge-glückt: Eine Achtjährige aus Berlin war froh, «dass ich gesehen hab, was es frö-her gab», und eine 37-jährige Duisburgerin meinte: «Meine Tochter und ich, wir haben uns gut amüsiert – jetzt kennt auch sie Peter Frankenfeld und Hänschen.»

Neben der Informationsvermittlung wollten wir noch weitere Einblicke er-möglichen:

1. *ästhetisch*: Die (mehrheitlich westdeutschen) Besucher sollten anhand optisch-akustischer Beispiele historische Veränderungen von Sendegenres seit den Anfängen der ARD bis heute erkennen und daraus eigene Schlüsse ziehen. Eine Texttafel pro Bereich konnte bei Interesse herangezogen werden, um die Sicht der Ausstellungsmacher nachzulesen. Eine Vielzahl von Formaten, Gen-res, Sendelängen oder Programmausrichtungen demonstrierten lang- und kurzlebige Trends. Auch sollten die Gäste die Ähnlichkeit der TV-Unterhalt-ung in Ost- und Westdeutschland am Monitor nachvollziehen können und immer wieder die thematische Nähe der beiden entdecken.

2. *sozio-historisch*: Der geschichtliche Überblick, der bis zu den «Fernsehstu-ben» der 1930er Jahre zurückreichte, informierte über die Entstehung des BRD-Fernsehens im Anschluss an seine «Testphase» im «Dritten Reich». Die Kontinuität bei Inhalten und Personen sollte deutlich werden. Zusätzlich legte die Ausstellung Wert auf die Darstellung der bereits seit den Anfängen vorhan-denen Nähe bzw. Ferne von Fernsehen und Kinofilm.

3. *inhaltlich*: Ein Gegenüberstellen von Aussagen prominenter Persönlichkei-ten aus den ersten Tagen des westdeutschen Sendebetriebs zum «Fernsehen als Kulturfaktor» und zur «Verantwortung der Programmverantwortlichen für die positive ethische Ausrichtung» des damals neuen Unterhaltungsmediums<sup>4</sup> mit Ausschnitten aus der heutigen privaten und öffentlich-rechtlichen TV-Landschaft – darunter die Kurzfassung einer *BIG BROTHER*-Staffel – sollte die

4 Hierzu liefen Zitate aus Reden von Fernsehverantwortlichen wie Adolf Grimme, Generaldi- rektor des NWDR: «Worauf es deshalb im Fernsehen ankommt ist, daß das Getränk in dieser Schale ein Heiltrank wird, der die guten Seiten, die doch in jedes Menschen Herz nur auf den Weckruf warten, stärkt. Das ist das Ziel, mit dem vor Augen wir nun an diese neue Arbeit ge- hen wollen» (1953). Ein Mann, 33 Jahre, aus Jüchen-Neuhochkirch sah dies als Bevormun- dung und zog für sich folgenden Schluss: «Fernsehen ist Information, die Entwicklung von hochmütiger Aufklärung zu Information, die man selbst interpretieren kann.»

geänderte Einstellung der Sender gegenüber ihren «Produkten» (Stichwort: Quote) und der Zuschauer gegenüber den Angeboten (Stichwort: Akzeptanz der Rundum-Kameraüberwachung, «Exhibitionismus») deutlich machen. Mit Hinweisen auf vergangene Debatten rund um das (damals junge) Medium – «Wie sehe ich richtig fern?», Fernsehsucht, Vereinsamung des Einzelnen, Verrohung der Jugend etc. – wollten wir den Wandel der gesellschaftlichen Einstellung zur «Glotze» verdeutlichen.

4. *rezeptionsbezogen*: Das Aufzeigen u.a. von Zuschauerbindungsmethoden der Anstalten und Inszenierungstechniken der Produktionsfirmen zur Vorstrukturierung der Wahrnehmung sowie der Hinweis auf tägliche Zuschauerrituale sollten das Bewusstsein des Besuchers für das eigene Fernsehverhalten schärfen.<sup>5</sup>

5. *ideell*: Der Streifzug durch (fast ausschließlich) deutsche Familienserien, Ratgebersendungen, Politmagazine, Sportprogramme, Quiz- und Talkshows oder Aufnahmen von Ereignissen, die um die Welt gingen etc., weckte naturgemäß viele Erinnerungen. Die Besinnung auf die eigene Sozialisation durch die «Mattscheibe» zu wecken, war ein beabsichtigtes Ziel. Ein Antizipieren der Erwartung der TV-Fans sowie ein Zurückholen längst vergessener (positiver) Erinnerungen («Nostalgie-Faktor») sichern jeder Ausstellung zudem eine höhere Anziehungskraft. Die Präsentation von Set-Teilen oder Accessoires – in Düsseldorf das so genannte «Rosi-Zimmer» aus der LINDENSTRASSE – erlauben zudem, auf die Arbeitsweise des Fernsehen hinzuweisen.<sup>6</sup> Allerdings war der eine oder andere Besucher von der Nahansicht der Dekoration enttäuscht, da sie auf dem Bildschirm in ihren Augen anziehender wirkte.<sup>7</sup>

6. *analytisch*: Durch die während der dreimonatigen «Laufzeit» von «Feierabend – Fernsehzeit» durchgeführte Besucherbefragung versuchten wir, einen Eindruck von der Reaktion auf das Ausgestellte zu erhalten. Daneben erkundigten wir uns bei den Gästen nach dem für sie wichtigsten Fernseh-Erlebnis. Unser Interesse galt der Prägung der Zuschauer durch emotional anrührende Bilder fiktionaler und nicht-fiktionaler Art, um Rückschlüsse auf die Globalisierung des Gedächtnisses (internationale Ausstrahlung), welches die private

5 Auch hierzu ein Zitat aus der Besucherbefragung: «Wie unter Hypnose, den Artikel [Bereichstext, Anm.d.Verf.] fand ich am interessantesten. Weil einem bewusst gemacht wird, wie Politik + Fernsehen einen beeinflussen kann [sic]!» (m, 24 Jahre, Düsseldorf).

6 Eine Anzahl Besucher bekundete großes Interesse an Blicken hinter die Kulisse, die sie sich allerdings bereits durch Gastauftritte bei Talkshows oder durch die Anwesenheit bei der Produktion einer Sendung geholt hatten.

7 Eine 36-jährige Düsseldorferin war vor allem von Rosis Wohnzimmer aus der Lindenstrasse berührt, «weil es so überraschend hässlich ist».

TV-Geschichte jedes Einzelnen (persönliche Rezeptionsumstände) ergänzt, ziehen zu können.

## Rahmenbedingungen für eine Fernsehausstellung

Jede Ausstellung ist ein *Zusammenspiel* unterschiedlicher Elemente: der Selektion der gewünschten Exponate nach vorher festgelegten Gesichtspunkten, der Disponibilität der avisierten Objekte, der Größe bzw. Gestalt des Wechselausstellungsraums, der urheberrechtlichen Fragen, des Ausstattungsbudgets, der vorhandenen bzw. ausleihbaren Technik (Anzahl disponibler Monitore, Abspielgeräte, Vitrinen, Lampen u.ä.). Hinzu kommen die persönlichen Interessen des/r Kurators/en am Thema, die den Inhalt und das spätere Aussehen der Ausstellung maßgeblich bestimmen.

Eine Ausstellung kann immer nur eine *bestimmte Anzahl von Aspekten* eines untersuchten Gegenstands bieten. Eine Thematik in ihrer Gänze wiedergeben zu wollen, ist prinzipiell in diesem Kontext nicht möglich. Die Beleuchtung aller Details gelingt auch nicht durch die Publikation eines Katalogs<sup>8</sup> oder – im Fall einer Film- bzw. Fernsehausstellung – durch die Projektion einer ergänzenden Filmreihe. Die *Auswahl* repräsentativer Exponate durch den Kurator verschafft dem Besucher nur einen groben Überblick, sollte ihm aber Denkanstöße gegeben, um gegebenenfalls auf eigene Faust das Thema zu vertiefen. So verwundert es nicht, dass sich unter den 305 fast durchwegs positiven Reaktionen dennoch zwei befanden, die sich «mehr Tiefgang» gewünscht hätten. So schrieb eine 47-Jährige aus Köln: «Ich habe etwas mehr Fernseh-Philosophie/ Psychologie erwartet, etwas mehr hintergründige Information.» Und deshalb enthielt die Befragung auch Hinweise auf vermisste Lieblingsprogramme: «Wo ist Turnen mit Adalbert Dickhut?» (w, 53 Jahre, Winsen an der Luhe) oder: «Es fehlen all die Jugendsendungen: Formel 1, Musikladen, Beat-Club, 11-99 (dff), Disco.» (m, 22 Jahre, Jüchen-Hochneukirch)

Texttafeln mit möglichst kurze Texte, da diese von den meisten Besuchern bevorzugt werden, liefern nur zusätzliche Informationen. Die «Hauptarbeit», *Verständnis für den Gegenstand* der Ausstellung zu wecken, leisten die Exponate und die auditiven und visuellen Beispiele, die per Monitor und/oder Beamer (bzw. Hörstationen) angeboten werden. Gerade bei einer Ausstellung wie

8 Ein Ausstellungskatalog richtet sich gewöhnlich an ein breites Publikum und möchte dessen (angenommenen) Interessen entgegen kommen. Daher handelt es sich in erster Linie um ein Objekte für den Verkauf im Museumshop und nicht um eine wissenschaftliche Publikation im engen Sinne.

«Feierabend – Fernsehzeit», die aus unzähligen verfügbaren Sendeausschnitten die (aus der Sicht der Kuratoren) aussagekräftigsten und repräsentativsten zeigen will, sind die angebotenen rund 150 Beispiele nur ein mikroskopischer Ausschnitt aus der überwältigenden Fülle des potenziellen Materials.

Bei der großen Anzahl von Fragmenten mit einer Gesamtlänge von knapp vier Stunden (230 Minuten) verloren einige Besucher die *Übersicht über das Angebot*, auch wenn unter jedem Monitor ein schriftlicher Hinweis auf die Titel der jeweils gezeigten TV-Sendungen sowie auf ihre Reihenfolge zu finden war. Weniger Programmbeispiele kamen für uns nicht in Frage, da wir einen Überblick bieten wollten, der jedoch auch mit unseren 12 Stationen nicht beanspruchen konnte, «dem» Fernsehen in seiner Reichhaltigkeit und (zum Teil auch durchaus kurzlebigen) Entwicklung gerecht zu werden. Die wenigsten Museumsbesucher erwarten nach unserer allgemeinen Erfahrung jedoch mehr, als dass ihnen Tendenzen aufgezeigt und bei Bedarf nachvollziehbare Erklärungsmuster angeboten werden.

Die Erwartungen der Zuschauer zu antizipieren und gleichzeitig Neues und Unerwartetes zu präsentieren ist Aufgabe jedes Ausstellungsmachers. Durch die *Bekanntheit* vieler Programme – entweder aus eigener Anschauung oder durch Erzählungen der Älteren – ist es gerade beim Fernsehen nicht immer ganz leicht, den so genannten Déjà vu-Effekt zu vermeiden. Der Grat zwischen «Das wollte ich schon lange wiedersehen» und «Das ist doch schon x Mal wiederholt worden» ist mit der Einführung der Privatsender schmal geworden, die immer wieder populäre Sendungen aus der «Konserve» anbieten. Die Auswahl der Ausschnitte hat deshalb mit extremer Sorgfalt zu geschehen, um die Zuschauer nicht zu langweilen und trotzdem Vertrautes zu bringen.

Ein durchschnittlicher Besucher bringt ein *Zeitdeputat von ca. 2 Stunden* mit, während der er interessiert und konzentriert durch die Ausstellung geht. Dies bedeutet, dass das Filmbetrachten, Lesen der Texte und Studieren der Objekte in dieser Zeit möglichst zu absolvieren sein sollte. Dies verschafft ihm einerseits das Gefühl, das meiste gesehen zu haben und verärgert ihn nicht, wenn er bei einer Monitorschleife einige Minuten auf den gewünschten Sendeausschnitt warten muss. Für «Feierabend – Fernsehzeit» wurde darauf geachtet, auf den insgesamt 20 Monitoren (pro Thema hatten wir mitunter 2 Monitore) Kompilationen von einer Länge zwischen 8 bis 10 Minuten zusammenzustellen, um es den Besuchern zu erlauben, möglichst *alle* Fragmente in *voller* Länge zu betrachten. Allein die Kinderecke umfasste zwei Abteilungen von insgesamt knapp 50 Minuten Spielzeit.

Zur Vermeidung von Kakophonie war bei 18 der 20 Monitore der Ton nur über Kopfhörer zu vernehmen. Die Entscheidung, auf Ecken mit bequemen Sesseln, wie sie zum Verweilen vor Sendungen in *voller* Länge nötig wären, zu

verzichten, trafen wir, weil (neben der beschränkten Raumdisposition im Film-museum) auf den Monitoren nur Ausschnitte eines Programms bzw. einer Sendereihe zu sehen waren und wir eine schnelle Rotation der Besucher vor den Bildschirmen erreichen wollten.<sup>9</sup>

Nur *audiovisuelle Beispiele* oder auch *Exponate* anbieten? Nach unserer Erfahrung wirkt die «Patina» eines zwei bis drei Minuten dauernden Sendefragmentes, das zudem Bestandteil eines größeren Konvoluts auf einem Monitor ist, nicht eindrücklich genug. Um den Verlauf der Zeit seit Beginn des deutschen Fernsehens vor allem den Jüngeren zu veranschaulichen, wählten wir zusätzlich alte TV-Apparate, Merchandising-Artikel mit Nutzungsspuren wie die Mainzelmännchen, bunte Werbeplakate vergangener Publikumsrenner wie PIPPI LANGSTRUMPF oder aufgeschlagene Seiten aus Fernsehzeitschriften, die u.a. verdeutlichten, dass das Programm einst auf die Abendstunden beschränkt war. Besucher, welche die Phasen selbst erlebt hatten, erinnerte der Anblick der Objekte wieder an alte Zeiten: «Für jemanden wie mich, der etwas sentimental veranlagt ist, war es eine schöne «kleine Reise in die Vergangenheit» und hat schöne Erinnerungen wieder zu Tage befördert...» (w, 42 Jahre, Düsseldorf). Die Verwendung zwei- oder dreidimensionaler Exponate geschieht aus mehreren Gründen: Sie vermitteln eine gewisse *Aura*, die den Monitoren und Stelen, auf denen die Film- und TV-Ausschnitte gewöhnlich laufen, nicht eigen ist. Diese wirken erst, wenn sie in ein bestimmtes Licht (z.B. Halbdunkel) getaucht oder in einer (oft geometrischen) Anordnung aufgestellt sind, so dass sie als ästhetische Einheit erscheinen bzw. wahrgenommen werden. Der Nachteil dieser gerne von Designern vorgenommenen Inszenierung: Das Dispositiv erhält eine eigene Wirkung und lenkt durch die Formation, in welche die Monitore gebracht wurden, vom Eigentlichen ab.<sup>10</sup>

Insgesamt stellten wir fest: Die Präsentation von Fernsehthemen unterscheidet sich kaum von der Ausstellung von Filmsujets, da in beiden Fällen die Grundregeln für Museumspräsentationen greifen und bei beiden das gleiche Problem vorliegt: Fragmente stehen für abendfüllende Filme bzw. Sendungen. Allerdings liegt der «Nostalgie-Faktor» beim TV-Publikum bedeutend höher,

9 Eine Rolle mag dabei gespielt haben, dass wir als *Filmmuseum* nicht die Lust der Menschen zum Entspannen «vor der Glotze» unterstützen, sondern unserem edukativen Auftrag nach auf unterhaltende Art Denkanstöße geben wollten. Wären wir ein *Fernsehmuseum*, hätten wir uns möglicherweise dafür entschieden, die Konsumsituation des Fernsehzuschauers nachzustellen.

10 Bei der kleinen Sektion über das Fernsehen im «Dritten Reich» mussten wir ganz auf Text und Photo zurückgreifen, da keine Ausschnitte zur Verfügung standen. Wir stellten uns der Herausforderung, ein Sujet aufzugreifen, das sich nur über Hilfsmittel und indirekt darstellen ließ. Der Versuch glückte offensichtlich, denn eine Besucherin bedankte sich für die Erinnerungstützen.

da das Fernsehen einen immer weiteren Zuschauerkreis erreichte, wohingegen immer weniger Menschen ins Kino gingen. (Hinzu kam natürlich die Regelmäßigkeit der TV-Sendungen, die dem gewöhnlich einmaligen Kinoerlebnis gegenüber standen). Daher befinden sich in der Regel mehr Fernsehbilder im Gedächtnis der Menschen als Kinoszene. Dies bedeutet, dass oft auf *mehr Vorwissen* zurückgegriffen werden kann als bei Filmthemen, was sich auf die Gestaltung der Bereichs- und Objekttexte auswirkt.

## Bilanz der Besucherbefragung

An der Fragebogenaktion nahmen insgesamt 305 Personen zwischen 8 und 80 Jahren teil. Es lagen zwei unterschiedliche Bögen aus, um die Aussagen von Kindern und Erwachsenen zu trennen. Während die Älteren Auskunft über ihre Einschätzung des Gesehenen und über die dabei empfundenen Stimmungen und Gefühle geben sollten, erhielten die Jüngeren einen nach pädagogischen Gesichtspunkten erstellten und auf das bewusste Wahrnehmen des eigenen Fernsehverhaltens abzielenden Fragenkatalog, der auch unterhaltenden Charakter besaß. Letzterer soll hier ausgelassen werden.<sup>11</sup>

Der Erwachsenenbogen fragte wie folgt:

*1. Welche Abteilung [der Ausstellung] hat Sie am meisten interessiert? Warum?*

Hier wollten wir wissen, von welcher der von uns angebotenen «Antworten» auf die Frage «Was ist Fernsehen?» der Betrachter sich am meisten angesprochen fühlte. Die Unterteilung in Sektionen entsprach in groben Zügen den unterschiedlichen Sendekategorien (z.B. «Wissensvermittler und Ratgeber», «Fernsehen für Kinder», «Kinofilm im Fernsehen», «Fernsehen ist Unterhaltung», «Fernsehen ist Information», «Fernsehen ist Verführung»). Sie bezogen sich aber auch auf Phänomene wie das standardisierte Verhalten der Konsumenten vor der «Mattscheibe» («Fernsehen ist Ritual»), das uniforme Benehmen beim Auftritt im Fernsehen und Abweichungen davon («Anarchie im Fernsehen»), den Live-Charakter des Mediums («Fernsehen in «Echtzeit»»), den Einfluss der TV-Gestalter auf die Wahrnehmung von Ereignissen («Fernsehen ist/macht Geschichte») oder aber die Selbstreflexion («Spiegelung eines Mediums»).

11 Eine Antwort soll hier allerdings nicht vorenthalten bleiben. Auf die Frage: «Warum schaust Du fern?» schrieben Nicoletta (Düsseldorf) und Sten (Rösrath), beide 9 Jahre alt: «Weil es zu Hause kein Kino gibt.»

2. *Welcher Bereich hat sie emotional am meisten berührt? Weshalb?*

Hier wollten wir erfahren, wie prägend das Fernsehen in der Kindheit bei allen Altersgruppen war. Durch die Kreuzung von genannten Titeln bzw. Namen bekannter TV-Persönlichkeiten mit Alter und Geschlecht der antwortenden Person erhofften wir uns Aufschlüsse.

3. *Bitte beschreiben Sie uns kurz Ihr wichtigstes Fernseh-Erlebnis.*

Mit dieser Rubrik versuchten wir herauszufinden, welche Bilder von lokalen, nationalen oder internationalen Ereignissen sich in das Gedächtnis gebrannt hatten und unter welchen privaten Umständen dies geschah. Sind globale Aufzeichnungen prägender oder Geschehnisse, die sich vor/hinter der eigenen Haustür abspielen?

4. *Welche (positive wie negative) Kritik möchten Sie uns mitteilen?*

Wir verzichteten diesmal auf das im Filmmuseum übliche Gästebuch und besorgten uns das nötige *Feedback* für zukünftige Projekte über die Fragebögen. Die meisten Besucher fanden die Ausstellung gut bis ausgezeichnet und hatten wenig Kritikpunkte, die hier jedoch nicht weiter interessieren.<sup>12</sup>

Auch wenn wir viele ausgefüllte Bögen erhielten, wurde der *Aussagewert* der Umfrage natürlich durch mehrere Faktoren *ingeschränkt*.<sup>13</sup> Dennoch lassen die Antworten der Besucher erkennen, was sie als intellektuelle Bereicherung empfanden, welche Themen bei ihnen mit Erinnerungen verbunden sind und sie deshalb emotional bewegten und welche TV-Momente aus ihrem Leben sie gerne wiederfinden würden.

12 Unsere Zusatzfrage lautete: Sind Sie ein TV-Genießer, ein Ab-und-Zu-Gucker oder ein Fernseh muffel? 21 Personen bezeichneten sich als dem TV-Genuss abgeneigt, 190 bekannten sich zur Freude am Fernsehen und 210 zählten sich zur Mittelgruppe (Doppelnennungen wurden zweifach gezählt).

13 So lag die Anzahl der Teilnehmenden unter der Anzahl der Gesamtbesucher (rund 3700), wodurch sich die Aussagekraft schmälerte. Die Art der Fragen erlaubte keine Hochrechnung auf alle Gäste. Außerdem waren unsere Fragen für manche Teilnehmer missverständlich. Sie bezogen sie zusätzlich auf die Dauerausstellung, so dass nicht alle Bögen alle gesuchten Antworten enthielten. Dies erschwerte die Auswertung. Darüber hinaus beeinflussten die Präsentation von Programm-Zitaten und Aufnahmen besonderer Ereignisse (u.a. die Krönung der Königin Elisabeth II 1953) sicher das Gedächtnis der Probanden, d.h. eine größere Zahl ihrer Aussagen über TV-Erlebnisse kann nicht als neutral gewertet werden. Das Untersuchungsergebnis zeigt daher eine gewisse Tendenz an, ist aber nicht repräsentativ. (Dieses Ziel war auch nicht angepeilt worden, da es mit den beschränkten Mitteln des Filmmuseums nicht zu realisieren gewesen wäre.) Schließlich äußerten sich eher Frauen zur Frage, ob sie durch Abschnitte der Ausstellung emotional berührt wurden. Männer verzichteten hier eher auf präzise Angaben.

Bei der *Frage 1* nach der *interessantesten* Abteilung und damit indirekt nach den in der Geschichte des Fernsehens beliebtesten TV-Formaten erhielt die Sektion «Unterhaltung» ([Familien-]Serien, Krimis, Erotik, Komik ect.) mit 31 von 163 (19 %) von den *Frauen* am meisten Stimmen, gefolgt von den ebenso entspannenden Werbetrailern, Pausenfüllern und Vorabendserien («Das Fernsehen als Verführer»), die 23 (14 %) angaben.<sup>14</sup> Als drittes folgten die inszenierten Wunschwelten à la HEIRATE MICH!, TRAUMSCHIFF oder WER WIRD MILLIONÄR? (20, d.h. 12 % aller Frauen).

Bei den Männern, d.h. bei 27 von 142 (19 %), stand die Abteilung «Als Klaus Kinski aus der Rolle fiel – «Anarchie im Fernsehen» an erster Stelle, da sie sich offensichtlich über das unkonventionelle Verhalten der TV-Gäste wie Nickel Pallat amüsierten.<sup>15</sup> Danach folgten die Unterhaltungsabteilung (23, d.h. 16 %) und schließlich mit großem Anstand «Von der Bastelstunde zum Kinderkanal – Fernsehen für Kinder» (12, also 7 %), was auf die Kindheitserinnerungen und eine gewisse Sehnsucht nach «heilen Zeiten» schließen lässt.<sup>16</sup>

Fielen die *Unterschiede zwischen den Geschlechtern* bei 9 der 12 Abteilungen gering aus, lag zwischen drei Bereichen eine bedeutende Differenz: Den 20 Frauen (6 % aller Befragten), die «Traumwelt Fernsehen» als Präferenz angaben, standen bei den Männern nur 9 (2 %) gegenüber. Bei der den Mechanismen der Werbung gewidmeten Sektion fiel der Unterschied noch eindeutiger aus: 23 weibliche Besucher (7,5 %) fanden sie am besten, bei den männlichen Teilnehmern waren es dagegen nur 10 (3 %). Die Begeisterung der Herren (27, d.h. 9 %) für «Anarchie im Fernsehen» teilten nur 19 (6 %) weibliche Probanden. Hieraus Rückschlüsse auf das geschlechterspezifische Konsumverhalten zu ziehen, überlasse ich der Soziologie, den *Gender Studies* oder der Fernsehforschung.

Getrennt davon stand *Frage 2* nach der Abteilung der Ausstellung, die *emotional* am meisten berührte. Hier wurden zumeist Titel genannt, so dass wir bei besser gefragt hätten: «Was war / ist Ihre Lieblingssendung? Warum?» Betrachtet man die Resultate unter diesem neuen Blickwinkel, ergibt sich folgendes:

- 14 Drei Frauen von 28, 29 und 42 Jahren erwähnten dezidiert Pausenfüller (Mainzelmännchen sowie die jeweiligen regionalen Figuren) als wichtiges TV-Erlebnis. Eine 24-Jährige aus Peine schrieb: «Die Faszination der Daily Soap! Man muß sie regelmäßig sehen, um sie zu verstehen sowie festzustellen, dass «man» sich in vielen Situationen wiedererkennen kann.»
- 15 Nickel Pallat, der Manager von Rockgruppe «Ton, Steine, Scherben», zertrümmerte 1971 in der Talkshow GLASHAUS mit der Axt einen Tisch.
- 16 «Keine schöne Kindheit ohne schönes Fernsehen. Auch wenn in meiner Schulzeit alle Klassenkollegen/innen aus dem «Urmelalter» heraus waren, gesehen hat es jeder. Ebenso SESAME STREET, das amerikanische Original. Es ist Erinnerung, die einen durchs Leben begleitet.» (m, 45 Jahre, Düsseldorf).

Die meisten Nennungen als fiktionale *Einzelendung* erhielt das SANDMÄNNCHEN (19, d.h. 6 %). Als Gruppe gewannen die Produktionen der Augsburger Puppenkiste (25, also 8 %).<sup>17</sup> Auf Platz drei landete SISSI mit 12 Stimmen (4 %). Während bei den ersten beiden der Anteil von Frauen und Männern in einem fast ausgewogenen Verhältnis stand, ergab sich bei der Romy Schneider-Serie eine Relation von 5:1.

In diesem Zusammenhang fiel uns auf, dass die in ihrer Zeit als «Straßenfeger» bezeichnete Francis Durbridge-Verfilmung DAS HALSTUCH sowie die ganz Deutschland erschütternde Serie HOLOCAUST jeweils nur ein Mal genannt wurden. Die Trilogie HEIMAT kam überhaupt nicht vor. Die vielen Presseberichte zur US-Produktion bzw. zum Werk von Edgar Reitz hätten anderes vermuten lassen. Dass die Aufführungen der Augsburger Puppenkiste, von den Zeitungen kaum wahrgenommen und daher auch kein Thema für die Fernsehgeschichtsschreibung, so viele Nennungen erhielten, unterstreicht die Notwendigkeit für Ausstellungsmacher, sich nicht nur nach den Empfehlungen von Kritikern und Autoren über das Wertvolle und das Bleibende aus der Geschichte des Fernsehens zu richten, sondern – sofern möglich – die Besucher selbst nach ihren Interessen und Wünschen zu befragen.

Bei der Auswertung nach *Sendekategorien* nahmen die so genannten Vorabend- und Feierabendserien die *zweite* Stelle ein: 12 aus den USA erhielten 28 und 11 aus Deutschland fanden 17 Erwähnungen, d.h. insgesamt 15 % der Befragten sahen sich diese regelmäßig an. Die beliebtesten Einzeltitel waren übrigens BONANZA mit 9 Stimmen, gefolgt von DALLAS (5) und GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN (3). Dies deckt sich mit dem Hinweis auf den für die meisten Besucher *interessantesten* Teil der Ausstellung. Die Abenteuer- und Familiengeschichten à la BAYWATCH, LINDENSTRASSE oder THE AVENGERS (MIT SCHIRM, CHARME UND MELONE) aus England besetzten (und besetzen) einen festen Platz im Alltag der Betrachter.<sup>18</sup>

Mehrere Personen begründeten ihre Präferenz für Unterhaltungsserie, was bei der Nennung anderer Kategorien bedauerlicherweise kaum der Fall war. Eine 19-Jährige aus Wuppertal bekannte sich zu ihrer Vorliebe für Soaps: «Geschickt gemacht, denn sie machen süchtig – man muß immer wissen, wie's weiter geht.» Ein 55-Jähriger aus Mönchengladbach reflektierte über die Fernseh-

17 Die insgesamt 25 Stimmen teilen sich folgendermaßen auf: allgemein: 7, URMEL AUS DEM EIS: 11, JIM KNOPF UND LUKAS, DER LOKOMOTIVFÜHRER: 5, DER KLEINE DICKE RITTER OBLONG FITZ-OBLONG: 1 und KATER MIKESCH: 1. Nur JIM KNOPF UND URMEL liefen in der Ausstellung.

18 Die Präferenz für eine Sendung scheint sich in der Familie zu vererben. Ein 14-jähriges Mädchen aus Wesel gab als wichtigstes Erlebnis an: «Als ich das erste Mal THE ADDAMS FAMILY und BONANZA geguckt habe.» Vermutlich hatte sie vorher schon viel davon gehört.

produkte als «Spiegel der Zeit», in der sie ausgesendet wurden. Er meinte zu seiner Wahl: «Serien, weil ich denke, dass sie eine Art Asservatenkammer der Zeit sind, in der sie gemacht wurden.»

An *dritter* Stelle standen die Fußball-Weltmeisterschaften mit 27, d.h. 9 % aller Nennungen, wobei die von 1990 6 und die von 1954 5 mal genannt wurden. Von Frauen wurden sie nur ausnahmsweise erwähnt. Eine 48-jährige Düsseldorferin meinte, dieses sportliche Ereignis erzeuge sie deshalb so, weil man hier nie wisse, wie das Spiel ausgehe. Erwähnt wurden fast nur Fußballturniere, die für Deutschland bedeutsam waren, sei es durch einen Sieg oder durch eine spektakuläre Niederlage (Wembley 1966). Die intensive Begleitung der Nationalmannschaft über mehrere Wochen hinweg, das Fiebern auf den Sieg, die Presseberichte und persönlichen Gespräche rund um den Ball («hinterher in der Schule darüber reden, war noch schöner als die WM 1990 selbst», meinte eine 23-jährige Freiburgerin) hinterlassen natürlich Spuren.<sup>19</sup>

An *erster* Stelle der emotional berührendsten TV-Erlebnisse standen die Kindersendungen – und zwar mit weitem Abstand: 75, also 25,5 Prozent der Antwortenden nannten eine Sendung, die sie als Kinder oder Jugendliche gesehen hatten. Neben den bereits erwähnten Figuren aus der Augsburger Puppenkiste und dem Sandmännchen nahm die SENDUNG MIT DER MAUS (8 Nennungen) den dritten Rang ein; dann folgten FLIPPER, SESAME STREET und PIPPI LANGSTRUMPF mit je 3 Stimmen. Da keiner der drei genannten Titel auf unseren Monitoren lief (PIPPi war allerdings als Plakat vorhanden), handelt es sich hier um nicht von uns stimulierte, sondern um ureigene persönliche Äußerungen. Eine 27-Jährige aus Solingen erklärte ihre Vorliebe so: «Das Kinderprogramm, da es nun mal Teil meiner Kindheit ist!» Es verwundert daher nicht, dass die Kinkerecke, so beobachteten die Museumsangestellten vor Ort, am stärksten sowohl Alt als auch Jung anzog.<sup>20</sup>

Bei *Frage 3* nach ihrem *wichtigsten* Fernseh-Erlebnis lieferten Personen zwar vereinzelt auch Titel aus dem Kinder- und Jugendprogramm. Drei sozio-historische Momente übertrafen jedoch alle anderen Nennungen: Das Attentat auf das World Trade Center 2001 (55, d.h. 18 %), die Wiedervereinigung bzw. der «Fall» der Mauer 1989 (46, also 15 %) sowie die Mondlandung von Apollo 11 im Jahr 1969 (42, d.h. 13,5 %).<sup>21</sup> Das Gefühl des *Selbsterlebens* eines historisch

19 Eine 24-Jährige aus Paris nannte als einzige die WM 1998, die das französische Team gewannen.

20 Allerdings ist anzumerken, dass hier zwei Monitore, vor denen mehrere Sitzgelegenheiten standen, und die halblauten Ton (als Geräuschkulisse für den gesamten Raum) aussandten, das Betrachten leicht machten und zum Verweilen einluden.

21 Nur eine 52-jährige Frau aus Kaarst nannte hier den Mauerbau. Zudem fanden Erwähnung: die Ermordung John F. Kennedys 1963 (4), das Grubenunglück bzw. «Wunder» von Lengede

wichtigen Ereignisses spielt hier eine tragende Rolle, was mehrere Menschen notierten. Nur ein 23-jähriger Düsseldorfer ging dezidiert auf die *Globalisierung* der Bilder («auf 6 Kanälen gleichzeitig») ein, die ihn am meisten beeindruckt habe. Er bezog seinen Hinweis auf die Beerdigungsfeier von Lady Di. Eine der schlimmsten Katastrophen der letzten Jahrzehnte, das Reaktorunglück in Tschernobyl 1986, dessen Konsequenzen das Alltagsleben der Menschen über Monate prägte, wurde nicht genannt, möglicherweise da es mangels einprägsamer Bilder nicht auf dieselbe Weise zum Medienereignis wurde.

Die zeitliche Nähe zwischen dem Anschlag auf das World Trade Center und der Ausstellung bedingt, dass alle Besucher dieses weltweit übertragene Ereignis miterleben konnten. Betrachtet man aber die Altersangaben bei der Maueröffnung und der Mission von Apollo 11, so gaben vor allem diejenigen das Ereignis an, welches sie als Kinder bzw. Jugendliche gesehen hatten. Auch hier bestätigt sich wieder, dass TV-Eindrücke aus der Kindheit «einen durchs Leben begleiten». Allerdings zählt hier auch, wie sich die Umgebung (Familie, Freunde, Presse) verhielt. Eine 25-Jährige aus Düsseldorf erwähnte, dass die Reaktion ihres Vaters ihr damals die Bedeutung der Maueröffnung bewusst gemacht habe. Andere waren für die Landung auf dem Mond extra geweckt worden oder aufgestanden, um sie live mitzuerleben.<sup>22</sup>

Neben den sich tief eingepprägten Bildern von Katastrophen bzw. Aufsehen erregenden Ereignissen teilten uns viele Besucher auch Eindrücke mit, die über die Rezeptionsumstände Auskunft geben. Mehrere erinnerten sich an das *Ritual*, welches sie *als Kind erlebten*: Einer 41-Jährigen aus Ratingen ging der Spruch «Hier ist das Erste Deutsche Fernsehen mit der Tagesschau» seit jener Zeit nicht mehr aus dem Kopf.<sup>23</sup> Eine 23-jährige Düsseldorferin schrieb: «Als Kind sonntags zwischen Mittagessen und Kaffee mit der Familie Fernseh gucken.» SANDMÄNNCHEN sehen nach dem Baden, am Freitagabend Äpfel essend mit der Oma vor der «Glotze» sitzen, offiziell bei den Nachbarn oder heimlich in Abwesenheit der Eltern bzw. bei den Großeltern nach halbstündigem

in 1963 (3), die Olympiade 1972 in München mit dem Attentat auf die israelische Mannschaft (3), die Hochzeiten von Lady Di und Prinz Charles 1981 (3), die Beerdigung von Lady Di 1997 (4), der Kampf von Cassius Clay versus Joe Frazier (2). Nennungen durch nur eine Person sind hier ausgelassen.

- 22 Das Vorleben der Erwachsenen spielt ebenfalls eine Rolle. Eine 18-Jährige aus Unna wählte «ALFRED BIOLEK» (sie meinte vermutlich BIOS BAHNHOF) als wichtigsten Moment aus und begründete dies so: «Weil meine Großmutter die Sendung immer gesehen hat».
- 23 Das Fernsehen als Hörerlebnis spielt ebenfalls eine wichtige Rolle. Auf die Frage 3 kam folgende Antwort: «Die unheimliche Tatort-Musik, die man als Kind aus dem Wohnzimmer hörte, wenn man ins Bett mußte.» (w, 33 Jahre, Meerbusch). Bei der Werbung sind es Sprüche wie «Jetzt hat sie ein schlechtes Gewissen» (Lenor).

Marsch durch die Stadt die TV-Bilder genießen etc.» Bei fast allen diesen Antworten nach dem «wichtigsten Moment» schlägt sich die Erinnerung an die «heile Kindheit» durch. Jahrzehnte später gehört selbst das verhasste Fernsehverbot dazu: Die stärkste Erfahrung einer 37-jährigen Duisburgerin war, auf dem Flur hörend WINNETOU mitzuerleben, da sie nicht ins Fernsehzimmer durfte.

Des weiteren erwähnten mehrere Besucher ein «erstes Mal»-Erlebnis, welches sie am meisten beeindruckt habe: das Sehen der ersten bzw. einer der ersten Sendungen auf dem gerade erworbenen Gerät<sup>24</sup> oder das erste Programm in Farbe.<sup>25</sup> Ein 23-jähriger Lüneburger schrieb, er habe bei E.T. – THE EXTRA-TERRESTRIAL das erste Mal vor dem Fernseher geweiht, eine 36-jährige Düsseldorferin nannte ihren ersten «Erwachsenenfilm».<sup>26</sup>

Neben der Bewunderung für die moderne Technik und der Freude am Entdecken von Neuem («erstes Mal») löste das Gerät aber auch tiefgehende Schockmomente aus. Immer wieder erwähnten Besucher Alpträume und Ängste als Folge einer Sendungen, der sie als Kind beiwohnten; manche verfolgte das Gesehene noch Jahre. Auslöser waren u.a. DER WEISSE HAI, DER HEXER, DRACULA, TATORT, oder eine in MONITOR oder REPORT gezeigte Teufelsaustreibung. Die Konfrontation mit nicht altersgerechten Bildern und die unverarbeitet gebliebenen Sinneseindrücke bestimmte die Erinnerung.

Diese durchgängig vorhandenen Hinweise auf die Kindheit und Jugend (hierzu gehören auch die geschilderten «Erste Mal-Momente») unterstreichen für uns als Ausstellungsmacher die Notwendigkeit, die Besucher *emotional* zu packen. Die Fülle der Beispiele aus 50 Jahren erlaubte in «Feierabend – Fernsehzeit», allen Altersgruppen den Wunsch nach einer Präzisierung der Erinnerung (wie war das damals genau?) zu erfüllen. Die Wiederbegegnung mit intensiv empfundenen Momenten aus dem eigenen Leben stimulierte die Neugier für die gesamte Präsentation. Wir konnten beobachten, dass viele Besucher stundenlang durch unsere Ausstellungsräume gingen. In der Besucherbefragung lasen wir mehrfach das Bedauern über ein zu gering mitgebrachtes Zeitbudget und das Versprechen, demnächst wiederzukommen.

24 «Beerdigung Konrad Adenauer. Ich glaube, das war 1967. Kurz vorher bekamen wir das erste TV-Gerät.» (m, 54 Jahre, Xanten).

25 «Den ersten Film, den ich im Farbe gesehen habe (DIE STROHPUPPE) [WOMAN OF STRAW]» (m, 43 Jahre, Düsseldorf).

26 Sie hatte MORGENS UM SIEBEN IST DIE WELT NOCH IN ORDNUNG gesehen. Übrigens erwähnten 25 Personen (8 %) Kinofilme als markantestes TV-Erlebnis, darunter mehrfach Edgar Wallace-Verfilmung, aber auch JAMES BOND-Titel.

## Resümee

Eine Ausstellung wie «Feierabend – Fernsehzeit» kann, wie bereits erwähnt, nur Ausschnitte präsentieren. Sie liefert allein Beispiele, die stellvertretend für andere Sendungen, Programme oder Formate stehen. Das Ausgestellte ist das Ergebnis einer Gratwanderung zwischen dem pädagogischen Auftrag eines jeden Museums, Wissen zu vermitteln, und dem Wunsch vieler (gerade junger) Besucher nach Unterhaltung bzw. zwischen dem wissenschaftlichen Interesse der Kuratoren an einem Thema und dem Verlangen der Besucher nach einer Wiederbegegnung mit «ihren Helden».<sup>27</sup> Den an die Institution herangetragenen wie den hauseigenen Ansprüchen gerecht zu werden, ist die große Herausforderung jedes Ausstellungsmachers. Im Fall von «Feierabend – Fernsehzeit» scheint es uns gelungen zu sein, den Besuchern eine packende Sicht auf das Medium Fernsehen zu ermöglichen, ihnen dabei auch kritisch seine Stärken und Schwächen vor Augen zu führen und damit gleichzeitig zum Nachdenken über die eigene Rezeptionsgewohnheit anzuregen.

27 Ein 23-jähriger Düsseldorfer wünschte sich mehr der «[...] <großen> Stars der Fernsehgeschichte. Eine Galerie <unserer Helden>, von Kulenkampff bis Raab».

Joan Kristin Bleicher

## Zur Erinnerung an Peter Hoff

Als Peter Hoff am 27. September 2003 während der Jahrestagung der Gesellschaft für Medienwissenschaft (GfM) nachts vor seinem angekündigten Referat in einem Hamburger Hotelzimmer gestorben ist, war das für die Kollegen, die eben noch ihn und einen seiner unverwechselbaren Auftritte erwartet hatten, ein Schock. Mit ihm hat unsere Fachgemeinde nicht nur einen Freund und Kollegen verloren, sondern ein lebendes Fernseharchiv. Kein anderer trug wie er sowohl die ost- als auch die westdeutsche Fernsehgeschichte, deren Daten, Fakten und Produktionshintergründe sowie eine Fülle von Anekdoten jederzeit abrufbar im Kopf. Und auch die Außenlager waren imposant. Seine Wohnung schien fast völlig aus Büchern, Videokassetten und Manuskripten zu bestehen. Man brauchte nur ein Stichwort zur Fernsehgeschichte zu nennen und schon hatte er einen ebenso engagierten wie humorvollen Vortrag zu den wichtigsten Aspekten parat. Dieses besondere Hoffsche Erzählverfahren prägte nicht zuletzt die Arbeitstreffen der Fachgruppe Fernsehgeschichte der GfM am Hans-Bredow-Institut in Hamburg – einem Institut, dem Peter Hoff auch durch seine Forschungsarbeit zur Fernsehberichterstattung über die deutsche Einheit 1990 verbunden war.

Ursprünglich hatte er in den frühen sechziger Jahren an der Berliner Humboldt-Universität Theaterwissenschaft und Kunstgeschichte studiert, aber auch einen Aufenthalt an der Moskauer Universität im Jahr 1971 nutzte er, um sich theoretisch mit ästhetischen Themen zu befassen. Die spätere Praxis als Theaterdramaturg und Fernsehautor schärfte seinen analytischen Blick für die Formen medialer Dramaturgie weiter. Seine dramaturgische Kompetenz machte er bald auch in Lehrveranstaltungen an der Hochschule für Film und Fernsehen in Babelsberg, an der er lange Jahre bis nach der Wende tätig war, und an der Humboldt Universität fruchtbar.

Trotz seiner Entscheidung für Forschung und Lehre hat Peter Hoff immer wieder als Autor und Berater an der Produktion von Fernsehsendungen mitgewirkt. Von Zeit zu Zeit konnte man ihn sogar als Darsteller in kleineren Rollen auf dem Bildschirm erleben – gern mit einem Schuss Selbstreflexion. So geriet sein Auftritt in der TV-Serie EINZUG INS PARADIES (DDR 1987, Achim und Wolfgang Hübner) zu einem ironischen Kommentar der Produktionsbedin-

gungen im Fernsehbetrieb. Kontakte zur Medienpraxis liefen aber auch über seine Mitarbeit im Verband der Film- und Fernseherschaffenden der DDR, den er als ein Forum für seine Publikationen zur Fernsehspielgeschichte schätzte.

Im Fernsehspiel sah Peter Hoff eine spezifische *Kunstform*, der seine eigentliche Leidenschaft galt. In zahlreichen Buch- und Zeitschriftenbeiträgen arbeitete er grundlegende dramaturgische Strukturen, Formen, Themen und Aspekte der Geschichte dieses Genres heraus. Aber auch die fernsehdokumentarische Vermittlung der Welt und die Welt der TV-Unterhaltung interessierten, ja faszinierten ihn. Kontinuierliche Beobachtung schlug sich nicht nur in dem Buch *Fernsehen als Kunst*, sondern in über 4000 Fernsehkritiken für Zeitungen und Zeitschriften nieder. Peter Hoff war ein unermüdlicher Schreiber. In der Fülle seiner Aufsätze finden sich neben den Texten zum Fernsehen auch engagierte Untersuchungen zum populären Kinofilm. So las er etwa die ROCKY-Filme als Ausdruck des Kalten Krieges.

Einen Namen machte er sich aber nicht zuletzt mit seinen Texten über die seriellen Erzählformen des Fernsehens. In seinem Beitrag «Serien, Sagas, Seifenopern» in *Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft* setzte er sich mit diesem Genrespektrum grundlegender auseinander. In einem Buch erzählte er dann die Geschichte und viele Geschichten des POLIZEIRUF 110 (auch in dieser Serie hatte er einst einen seiner kleinen Auftritte – als Taxifahrer). Hoff sah die Bedeutung der Fernsehserien nicht nur im Übergang zur Kunst des Alltäglichen, sondern auch in der Möglichkeit der Serien, als Handlungsanleitung für die Zuschauer zu wirken. Das schilderte er am Beispiel eigener Erfahrungen mit der LINDENSTRASSE – nicht ohne freundliche Ironie. Und diese Neigung steckte natürlich auch dahinter, als er 1995, der Leidenschaft für das Fernsehen zum Trotz, einer Sammlung seiner Fernsehkritiken den Titel *Tägliche Verblödung. Kritiken, Kollegs und Polemiken zum Fernsehen* gab. Letztlich verstand sich Peter Hoff als ein Aufklärer, allerdings als einer mit viel Lust und Verständnis für das Populäre. Mit seinen Kritiken wollte er immer auch den Qualitätsstandard des Fernsehens verbessern und damit dessen Fähigkeit, etwas über die Gesellschaft, in der wir leben, zu erzählen.

Hochschulvertreter und Projektleiter aus den alten Bundesländern wussten seine Fachkenntnisse zu schätzen und gewannen ihn als Mitarbeiter unter anderem für den Siegener und Marburger Sonderforschungsbereich zur Fernsehgeschichte. Eine eigene Professur, die seinen Fähigkeiten angemessen gewesen wäre, wurde ihm jedoch vom deutschen Hochschulsystem vorenthalten. Dennoch engagierte er sich als Mitarbeiter in diversen fernsehbezogenen Forschungsprojekten etwa des Hans-Bredow-Instituts oder des Sonderforschungsbereichs «Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien

in Deutschland» und zuletzt in der DFG-Forschergruppe zur «Geschichte des DDR-Fernsehens komparativ». Mit seiner Arbeit am virtuellen Institut für Medieninformationen (iminform.de) schuf er sich ein wissenschaftliches Forum außerhalb des institutionalisierten Betriebs. Hier stehen Interessierten eine Vielzahl medienbezogener Beiträge zur Verfügung.

Gemeinsam mit Knut Hickethier verfasste Peter Hoff die umfangreiche Geschichte des deutschen Fernsehens (in West und Ost), die 1998 im Metzler Verlag herauskam. Ich arbeitete mit ihm als Partner zur Fernsehspielgeschichte an der 2002 erschienen CD-Rom «Bild Box für Millionen» des Adolf-Grimme-Instituts. Mit seinen diversen fernsehhistorischen Projekten wusste er immer eine Brücke von der Analyse einzelner Sendungen zu den institutionellen Rahmenbedingungen der ostdeutschen Fernsehgeschichte zu schlagen. Nicht zuletzt wird seine profunde Kenntnis der internen Organisationsstrukturen in der zukünftigen Arbeit zur Fernsehgeschichte unersetzlich bleiben.

Ich habe Peter Hoff immer als einen sehr kommunikativen Mann erlebt, der freigiebig mit seinem Wissen umging. Hierarchische Unterschiede blieben ihm fremd. Er diskutierte ebenso leidenschaftlich mit Studenten und wissenschaftlichen Mitarbeitern wie mit Professoren. Gerne denke ich an die vielen Essen und an manch gemeinsamen Kneipenabend zurück. Einer ist mir besonders in Erinnerung geblieben: der 3. Oktober 1990 in Marburg. Gemeinsam mit vielen West- und Ostkollegen wurde am Abend nach einer Jahrestagung der Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft dort die DDR verabschiedet. Peter war nicht ohne Wehmut; gern hätte er ein längeres Nachdenken über Alternativmodelle zum raschen Westanschluss erlebt, während draußen vor der Tür Burschenschaftler ihre Fahnen zur Vereinigung schwenkten.

Die Lücke, die Peter Hoff in der deutschen Fernsehwissenschaft hinterlässt, wird sich nicht schließen lassen. Seine körperliche Präsenz, seine Stimme, die engagierten und kritischen Diskussionsbeiträge fehlen uns. In seinem menschlichen Engagement und seiner wissenschaftlichen Leidenschaft bleibt er unvergessen.

Karl Prümm

# Eine Stifterfigur der Medienwissenschaft

## Zum Tod von Helmut Kreuzer

Am 3. August des vergangenen Jahres ist Helmut Kreuzer nach langer Krankheit in Siegen gestorben. Seit 1972 wirkte er als Professor für germanistische Literaturwissenschaft an der dortigen Gesamthochschule bis zu seiner Emeritierung im Jahre 1995 und war am Aufbau dieser «Reformuniversität» entscheidend beteiligt. Vor allem der Ausstrahlung seiner Arbeit ist es zu verdanken, dass Siegen im Bereich der Kulturwissenschaften seit den 1980er Jahren ein weltweit exzellentes Renommee genießt. Trotz zahlreicher ehrenvoller Rufe blieb er dieser Hochschule bis zuletzt treu. Helmut Kreuzer war aber nicht nur ein herausragender Literaturwissenschaftler, sondern auch ein Anreger und ein Motor der Medienwissenschaft. Seit den 1960er Jahren trat er mit Leidenschaft für eine Modernisierung der Germanistik ein, entwickelte schon damals Konzepte, die erst in den Reformdiskussionen der 1990er Jahre aufgenommen wurden und breite Beachtung fanden. Das weit Auseinanderliegende brachte Helmut Kreuzer zusammen. Er wollte die Grenzen zwischen den Disziplinen aufbrechen, Synthesen stiften und neue Energien entfalten. 1965 gab er zusammen mit Rul Gunzenhäuser den Band *Mathematik und Dichtung* heraus mit grundlegenden Beiträgen so prominenter Autoren wie Roman Jakobson, Manfred Bierwisch, Wilhelm Fucks und Max Bense. Ihm ging es nicht nur darum, sehr unterschiedliche textanalytische Verfahren zu dokumentieren, vielmehr erstrebte er eine gegenseitige Wahrnehmung und Durchdringung von Semiotik, Kybernetik, von streng formalisierter Literaturtheorie, von mathematisch-quantifizierenden Messverfahren und traditionell-hermeneutischer Textinterpretation. Der 1969 erschienene Sammelband *Literarische und naturwissenschaftliche Intelligenz* ist ebenso vom utopischen Überschuss jener Jahre durchdrungen, will er doch die Gräben zwischen zwei Kulturen und Weltansichten überwinden. 1971 gründete Helmut Kreuzer *LiLi. Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, die sich unter seiner inspirierenden Leitung rasch zu einem international anerkannten Diskussionsforum zweier Disziplinen entwickelte, die im universitären Alltag eher dazu neigten, sich gegeneinander abzuschotten oder gar offen zu bekämpfen.

Geradezu avantgardistisch waren seine eigenen Forschungen. Sie nahmen Perspektiven und Methoden vorweg, die erst sehr viel später in den Geisteswissenschaften Furore machen sollten. 1968 erschien *Die Boheme*, Helmut Kreu-

zers Habilitationsschrift, die als Vorreiter einer sozialgeschichtlich fundierten Literaturwissenschaft gelten kann, die ein Jahrzehnt später die Methodendiskussion, die Curricula der Schulen und Hochschulen dominiert hat. Der sich hier abzeichnenden Verengung auf eine orthodoxe Ideologiekritik entging Kreuzer von Anfang an durch die Pluralität und die Beweglichkeit seiner Ansätze. Er rückte ganz entschieden ab von der Analyse einzelner Texte und richtete seinen Blick vielmehr auf die Gesamtheit einer sowohl sozialen wie auch ästhetischen Bewegung, die bei der Ausprägung der klassischen Moderne eine entscheidende Rolle spielte. Er lieferte nicht nur eine detaillierte Begriffs- und Diskursgeschichte der Boheme, sondern erschloss zugleich die Einstellungen und Verhaltensweisen ihrer Protagonisten, ein «Feld» mit all seinen habituellen Ausprägungen, seinen Lebensstilen und Attitüden. Hier scheinen bereits methodische Verfahren auf, die seit den 1980er Jahren in der Literaturwissenschaft im Anschluß an Pierre Bourdieu beinahe inflationär geworden sind.

Bahnbrechend für eine neue Bewertung der Massenkultur war ein Aufsatz von Helmut Kreuzer, der 1967 unter dem unscheinbaren Titel *Trivilliteratur als Forschungsproblem* in der *Deutschen Vierteljahrsschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte* erschien. Dieser Text hat es in sich. Er greift das damals fundamentale Selbstverständnis aller Literaturwissenschaften an, die strikt zwischen «Trivilliteratur» und «Dichtung», «Kunst» und «Nichtkunst» unterschieden. Mit solch eingeschliffenen Kategorien, so deckte Helmut Kreuzer auf, würde nur der eigene Gegenstand, die «hohe» Literatur, sakrosankt gemacht und zugleich jede Berührung mit den «Niederungen» des Trivialen vermieden. Er wies demgegenüber nach, dass die dichotomischen Begriffspaare von «Kitsch» und «Kunst» einer ernsthaften Analyse nicht standhalten. Was als streng getrennte Welten behauptet und ontologisiert werde, sei als ein Komplementärphänomen neu zu entschlüsseln, das durch Übertragungen und Übersetzungen, durch Austauschprozesse, durch Auf- und Abstiegsbewegungen über vermeintliche Grenzen hinweg gekennzeichnet sei. Die Differenz von «Dichtung» und «Massenliteratur» wird damit wirkungsvoll destruiert, ein ganz neues kulturwissenschaftliches Denken kommt zum Vorschein, das von ästhetischen Funktionen und nicht von hierarchisch abgestuften Motiven und Stilzügen ausgeht.

Hier zeigt sich eine frappierende Analogie zu Umberto Eco, der etwa gleichzeitig mit ähnlicher Verve gegen die sich ausschließenden «Kultur-niveaus» polemisiert, ebenso gegen die falsche Dialektik von «Avantgarde» und «Kitsch» ankämpft und sich vorbehaltlos mit den unterschiedlichen Phänomenen der Populärkultur (von Eugène Sue bis zu *Superman*) auseinandersetzt.

Mit dieser neuen Wahrnehmung der Massenkultur wurden zugleich entscheidende Voraussetzungen für eine neue Disziplin geschaffen, für eine Medienwis-

senschaft, die durch literaturwissenschaftliche Fragestellungen zwar entscheidend inspiriert ist, die aber zugleich die Methoden und Zielsetzungen dieses Fachs entschieden überschreitet. Aus der Logik seiner Arbeiten heraus wurde Helmut Kreuzer am Anfang der 1970er Jahre zur vielleicht wichtigsten Stifterfigur der Medienwissenschaft. Als Mitstreiter wären Friedrich Knilli, Thomas Kobner, Helmut Schanze und Klaus Kanzog zu nennen, die ebenso an den Rändern der Theaterwissenschaft oder der Germanistik auf diese neue Disziplin hinarbeiteten. Helmut Kreuzer hatte schon Mitte der 1960er Jahre die Einführung der Literaturwissenschaft auf die «schöne» und die «hohe» Literatur als Lebenslüge enttarnt, die auf groteske Weise der kulturellen Praxis widerspricht. Immer dringlicher forderte er in den 1970er Jahren eine Erweiterung des Literaturbegriffs und vor allem auch eine Einbeziehung der elektronischen Massenmedien des 20. Jahrhunderts in das Spektrum einer Literaturwissenschaft, die ansonsten dem Vorwurf eines hoffnungslosen Anachronismus ausgesetzt sei. 1974 griff er zum ersten Mal explizit mit einem Vortrag *Fernsehen als Gegenstand der Literaturwissenschaft* in die in Gang gekommene wissenschaftstheoretische und wissenschaftspolitische Mediendebatte ein. Am Beispiel der Fernsehserie, jener Form, die dem Trivialitätsverdacht in besonderer Weise ausgesetzt ist, erläuterte Kreuzer die Notwendigkeit einer zu konstituierenden «Fernsehgermanistik». Wesentliche Strukturelemente und Wirkungsprinzipien der Serien, Fragen der Fiktionalität, der Figurenkonstellation und der Zeitstruktur, der ästhetischen und der ideologischen Funktionen könnten nur von einer solchen Disziplin adäquat erfasst und bearbeitet werden. Helmut Kreuzer hat in der Folgezeit mit großer Konsequenz auf publizistischer und wissenschaftspolitischer Ebene das Ziel verfolgt, eine literaturwissenschaftliche Medienwissenschaft methodisch und praktisch zu begründen. Er tat dies durch zahlreiche Themenhefte der Zeitschrift *LiLi*, als Leiter der Sektion *Literaturwissenschaft – Medienwissenschaft* auf dem Düsseldorfer Germanistentag 1976 und vor allem durch den Siegener Sonderforschungsbereich *Bildschirmmedien*, der ohne sein aufopferungsvolles Engagement niemals zustande gekommen wäre.

Helmut Kreuzer war ein leidenschaftlicher und begnadeter Kommunikator. Wenn er auf Tagungen das Wort ergriff, so war dies stets ein Höhepunkt der Veranstaltung. Mit dem Reichtum seiner Perspektiven, der Prägnanz der Argumentation und der Intensität seines Sprechens, mit seinem Witz und seinem Charme schlug er alle Zuhörer in Bann. Mit nahezu allen Vertretern der Film- und der Fernsehforschung stand er bis zuletzt in einem lebhaften Kontakt, gab Hinweise und Anregungen. Viele hat er ermuntert und gefördert. Immer war er neugierig auf Neues, dachte über den Tag hinaus. Mit Helmut Kreuzer hat die Medienwissenschaft nicht nur einen ihrer Gründer, sondern auch eines ihrer Zentren verloren.

# Zu den Autoren

**Lorenz Engell**, Dr. phil., Professor für Medienphilosophie an der Bauhaus-Universität Weimar, Gründungsdekan der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar. Veröffentlichungen u.a.: *Vom Widerspruch zur Langeweile. logische und temporale Begründungen des Fernsehens* (Frankfurt/M. 1989), *bewegen beschreiben. Theorie zur Filmgeschichte* (Weimar 1995), Mitherausgeber u.a. von *Kursbuch Medienkultur* (Düsseldorf 1999) und des Jahrbuchs *Archiv für Mediengeschichte* (seit 2001)

**Andreas Fickers** (1971), Dr., ist Dozent für Rundfunk- und Fernsehgeschichte an der Universität Utrecht. Er ist der Autor zahlreicher Beiträge zur Kulturgeschichte der Kommunikationstechnologien. 2005 erscheint sein Buch «*Politique de la grandeur*» versus «*Made in Germany*». *Die Analyse der PAL-SECAM-Farbfernsehkontroverse als Beispiel einer politischen Kulturgeschichte der Technik* im Oldenbourg Verlag, München.

**Knut Hickethier** ist Professor für Medienkultur an der Universität Hamburg. Zahlreiche Veröffentlichungen zur Fernsehgeschichte sowie zum Fernsehspiel, zur Fernsehkritik und zur Film- und Fernsehanalyse, u.a.: *Geschichte des deutschen Fernsehens* (Stuttgart, Weimar 1998); Mitherausgeber der Zeitschrift *Ästhetik und Kommunikation*.

**Lilli Hobl**, geb. 1950, lebt als Freie Journalistin und Dozentin in New York, Paris und Berlin. Lehrte u.a. in Berkeley und New York. Zahlreiche Buch- und Aufsatzveröffentlichungen in diversen Ländern.

**Judith Keilbach** ist Mitarbeiterin am Seminar für Filmwissenschaft der Freien Universität Berlin. Zahlreiche Veröffentlichungen zur Darstellung von Geschichte im Fernsehen; Mitherausgeberin von *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft* (Konstanz 2002) und *Die Gegenwart der Vergangenheit. Dokumentarfilm, Fernsehen und Geschichte* (Berlin 2003).

**Peter Paul Kubitz** ist Programmdirektor Fernsehen bei der Stiftung Deutsche Kinemathek in Berlin und hat *Der Traum vom Sehen – Zeitalter der Televisionen* (Dresden 1997) herausgegeben.

**Sabine Lenk** ist Leiterin des Filmmuseums Landeshauptstadt Düsseldorf. Sie ist Mitbegründerin und Mitherausgeberin von *KINtop - Jahrbuch zur Erforschung des frühen Films*. Ihr Arbeitsschwerpunkt ist die Frühgeschichte der Kinematographie.

**Anna McCarthy**, Ph.D., ist Associate Professor of Cinema Studies an der New York University mit Fachgebiet Fernsehgeschichte und Geschichte der Fernsehwerbung. Zahlreiche Aufsätze in *Cinema Journal*, *Quarterly Review of Film and Television*, *International Journal of Cultural Studies*, *October*, *Journal of Visual Culture* und *Velvet Light Trap*. Autorin von *Ambient Television. Visual Culture and Public Space* (Durham: Duke University Press 2001) und Mithrsg. von *Media/Space: Place, Scale and Culture in a Media Age* (London: Routledge 2004).

**Eggo Müller**, Dr., geb. 1960, Assistenzprofessor am Institut für Medien und Re/Präsentation der Universität Utrecht. Arbeitsschwerpunkte Fernsehunterhaltung sowie die Transformation des Fernsehens durch Kommerzialisierung, Globalisierung und neue Medientechnologien. Veröffentlichungen u.a.: *Paarungsspiele. Beziehungsshow's in der Wirklichkeit des neuen Fernsehens* (Berlin: Edition Sigma 1999); Mitherausgeber von *Euro 2004. Medienfußball im europäischen Vergleich* (Köln: Herbert von Halem 2005).

**Vrääth Öhner**, Dr. phil., geb. 1965; Film-, Medien- und Kulturwissenschaftler. Wissenschaftlicher Mitarbeiter des Demokratiezentrum Wien und des Ludwig Boltzmann Instituts für europäische Geschichte, Lehrbeauftragter an der Universität Wien. Arbeitet derzeit an Forschungsprojekten über «European Icons», «Digitale Archive» sowie zum Themenkomplex «Medien des Gedächtnisses, Gedächtnis der Medien». Zahlreiche Veröffentlichungen und Vorträge zu Theorie und Ästhetik von Film und Fernsehen, zu Medien- und Populärkultur.

**William Uricchio**, Professor für Vergleichende Medienwissenschaft am Massachusetts Institute of Technology und an der Universität Utrecht; zahlreiche Publikationen zur Geschichte von Film und Fernsehen, darunter: *Die Anfänge des Deutschen Fernsehens* (Tübingen 1991) und mit Roberta Pearson *Re-Framing Culture: The Case of the Vitagraph Quality Films* (Princeton 1993); bereitet eine Monographie über das Fernsehen im Dritten Reich vor.

**Gerlinde Waz** ist Kuratorin am Filmmuseum Berlin/Fernsehmuseum (Stiftung Deutsche Kinemathek) und Mitherausgeberin von *Die Kommissarinnen* (Berlin 2004).

**montage/av 14/1/2005**

Zeitschrift für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation

**Herausgeber:** Christine N. Brinckmann (Zürich/Berlin), Robin Curtis (Berlin), Jörg Frieß (Berlin), Britta Hartmann (Berlin), Vinzenz Hediger (Bochum), Judith Keilbach (Berlin), Frank Kessler (Utrecht), Stephen Lowry (Stuttgart), Jörg Schweinitz (Bochum), Patrick Vonderau (Bochum), Hans J. Wulff (Kiel)

**Redaktionsanschrift:** c/o Britta Hartmann, Körnerstr. 11, D-10785 Berlin, Tel./Fax: 030 / 262 84 20, *e-mail:* montage@snaflu.de

Die Redaktion freut sich über eingesandte Artikel.

**Webseite:** www.montage-av.de

**Titel:** Judith Keilbach

**Bildnachweise:** Archiv Keilbach, Filmmuseum Landeshauptstadt Düsseldorf, www.zuschauerpost.de, tesla.liketelevision.com

**Preis:** Zwei Hefte im Jahr. Abo € 22,- / SFr 39,60 / Studentenabo: € 18,50 / SFr 33,60; Einzelheft: € 12,80 / SFr 23,50.

**Verlag:** Schüren Verlag GmbH, Universitätsstr. 55, D-35037 Marburg, *Tel.:* 06421-63084 *Fax:* 06421-681190, *e-mail:* info@schueren-verlag.de

www.schueren-verlag.de

**Gestaltung:** Erik Schüßler

**Druck:** Difo-Druck, Bamberg

**Anzeigen:** Katrin Ahnemann, *e-mail:* ahnemann@schueren-verlag.de

© Schüren Verlag 2005



-----  
**im praktischen Abo**

montage/av erscheint zweimal im Jahr.

Jahresabo € 22,- / SFr 39,60; Studentenabo € 18,50 / SFr 33,60

Die Versandkosten sind im Abo-Preis enthalten.

Ich abonniere montage/av

Vorname \_\_\_\_\_

Nachname \_\_\_\_\_

PLZ und Ort \_\_\_\_\_

Unterschrift und Datum \_\_\_\_\_

Ich weiß, dass ich meine Abonnementbestellung binnen 14 Tagen schriftlich widerrufen kann. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs. Es zählt das Datum des Poststempels. Ich bestätige dies durch meine zweite Unterschrift.

Unterschrift und Datum \_\_\_\_\_