

Inge Münz-Koenen

### **Medieninnovationen - Medienavantgarden - Medienkonventionen**

2006

<https://doi.org/10.25969/mediarep/1517>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

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

Münz-Koenen, Inge: Medieninnovationen - Medienavantgarden - Medienkonventionen. In: *Navigationen - Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften*, Jg. 6 (2006), Nr. 1, S. 47–53. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/1517>.

#### **Nutzungsbedingungen:**

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

#### **Terms of use:**

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

# MEDIENINNOVATIONEN – MEDIENAVANTGARDEN – MEDIENKONVENTIONEN

VON INGE MÜNZ-KOENEN

## I MEDIENARCHÄOLOGIE DER NACHKRIEGSZEIT?

Der Titel des hier vorzustellenden Projekts *Der Umbau hinter der Restauration. Eine Medienarchäologie der Nachkriegszeit 1945-1960* bedarf der Erklärung. Mit ‚Restauration‘ ist das noch immer gängige Urteil über diese Zeit, vor allem über die ‚restaurativen fünfziger Jahre‘ gemeint.<sup>1</sup> ‚Umbau‘ bezieht sich auf das Kräfte-spiel, das hinter dieser Fassade (und oft von ihr verdeckt), in Aktion war. Dies war zum einen geprägt durch die Hochkonjunktur der ‚traditionellen‘ Leitmedien der sogenannten Massenkultur: Rundfunk, Kinofilm und Presse im beginnenden ‚Fernsehzeitalter‘. Zum anderen bewirkte die Kopräsenz der vier alliierten Siegermächte in Deutschland, dass verschiedene Leitkulturen und Medienpolitiken gleichermaßen konkurrierten wie interagierten. ‚Medienarchäologie‘ ist der Methodenbegriff, der diese Konstellationen aufschließen soll. Er meint allerdings nicht Grabungen nach einem weit in der Vergangenheit liegenden Ursprungsort, sondern zielt – ganz im Sinn des Archäologiebegriffs von Benjamin und Foucault – auf die Nachkriegszeit als einen Schauplatz, der netzwerkhaft die diversen kulturellen und medialen Praktiken zugleich bündelt wie verteilt.

Die Aufmerksamkeit des Projekts gilt der Analyse medialer Inszenierungen in drei Projektteilen: Bildzeitschriften (Inge Münz-Koenen), Hörfunksendungen (Justus Fetscher) und Kinofilmen (Oksana Bulgakowa), eingeschlossen das *cross over* unterschiedlicher kultureller Erfahrungswelten in den vier Besatzungszonen bzw. den beiden deutschen Staaten.

Alle drei Medien waren in der Nachkriegszeit auf dem Höhepunkt ihrer Massenwirksamkeit. Presse, Hörfunk und Kinofilm wurden zu Leitmedien auch deshalb, weil sie Träger der Dreifachfunktion von Information, Kunst und Unterhaltung im Grenzbereich von Publizistik und Ästhetik sind. Ihr *medienästhetischer* Ort allerdings ist erst noch zu bestimmen. Dies ist das Ziel der ersten Projektphase, die wir als ‚Erkundungsforschung‘ verstehen.

Im Zentrum des Interesses stehen Medien und ihre Formen, bei denen unterschiedliche menschliche Sinne einer apparativ präformierten Organisation unterliegen. Die Aufnahme- und Wiedergabeverfahren generieren auditive, visuelle

---

1 Siehe jüngst im *SPIEGEL spezial: Die 50er Jahre. Vom Trümmerland zum Wirtschaftswunder*, H. 1, 2006. Die Begriffe „Restauration“, „Kalter Krieg“, „Nachlässigkeit bei der Verfolgung von NS-Straftaten“, Adjektive wie „muffig, bigott und kitschig“ gelten noch immer, würden aber nur die eine Seite zeigen - die andere: „ein beispiellos rasanter politischer und ökonomischer Fortschritt [...] gefördert von den Alliierten“, mit dem Ergebnis der „angesehenen und blühenden Wirtschaftsmacht“ Deutschland (S. 3).

und audiovisuelle Darstellungsformen, denen die Medienkünste ihre artifizielle Autonomie verdanken.

Die medienästhetische Herangehensweise unterscheidet sich sowohl von einer kommunikationswissenschaftlichen als auch von einer geistesgeschichtlichen durch ihren Medienbegriff. Das Medienverständnis der Publizistikwissenschaften ist ein ursprünglich soziologisches. Die beteiligten Disziplinen sehen in den Massenmedien bedeutungsneutrale Übermittler von Informationen. ‚Medien‘ sind hier Transportmittel von Botschaften und haben keine eigene Erzeugerqualität. Im Zentrum des wissenschaftlichen Interesses stehen demzufolge die Rahmenbedingungen politischer, ökonomischer und juristischer Art. Mit ihrer Ausrichtung auf die politischen Systeme und deren Determinanten sehen Publizistikwissenschaftler in den Massenmedien funktionsgesteuerte Operatoren der öffentlichen Meinung und behandeln deren Erzeugnisse vornehmlich als Quellen und Symptome der Sozialgeschichte. Das anhaltende Urteil über die ‚restaurativen 50er Jahre‘ hat hier eines seiner Wurzeln – es ist gleichsam in der Entstehungsgeschichte der kommunikationswissenschaftlichen Disziplinen selbst verankert. Die zeitgleichen, ideengeschichtlich orientierten ‚high culture‘-Modelle – ob die der ‚Kritischen Theorie‘ mit ihrer hermetischen Kunstauffassung im Westen oder der neoklassizistischen Favorisierung des ‚humanistischen Erbes‘ im Osten – standen jeglicher ‚Massenkultur‘ fern. Man kann das an den Leitbegriffen ablesen, die die damalige Medienlandschaft charakterisieren sollten: Kulturindustrie, Bewusstseinsmanipulation, Propagandainstrument, Meinungsdiktatur. In Ost wie West kam es zu dem gleichen Zirkelschluss: Die Massenmedien folgten Vorgaben, Prioritäten und Wertvorstellungen, die den jeweiligen öffentlichen Raum determinierten. Die Konsequenz war ein Verständnis von Kultur, das den Lebensvollzug ganzer Gesellschaften dem jeweils herrschenden politischen Machtsystem subsumierte. Auf Seiten der Ästhetik war – komplementär dazu – noch der traditionsverhaftete Kunstbegriff aktiv, der auf Medien guten Gewissens verzichten konnte. Bis heute ist in den geisteswissenschaftlichen Disziplinen ein Verständnis von Medien anzutreffen, das an metaphysischen Vorstellungen von Kunst als Erscheinen einer Idee festhält und in ‚Medien‘ gleichsam körperlose Mittler zwischen Künstler (Autor) und Rezipienten sieht.

Ein weiterer Grund dafür, dass die Medienkonstellation der Nachkriegszeit noch immer eine *terra incognita* ist, mag in der zeitversetzten Wirkung der Medientheorien zu suchen sein: Die entsprechenden Arbeiten von Marshall McLuhan, Umberto Eco und Roland Barthes waren bereits auf den Weg gebracht, entfalteten jedoch – zeitversetzt – ihre Wirkungen erst in den 1960er Jahren. In den fünfziger Jahren wurde noch „in Zeitungen und in Zeitschriften über Kino, Radio und Fernsehen geschrieben, ohne sie als Medien aufzufassen“.<sup>2</sup> Die Beschäftigung mit dem Phänomen ‚Medium/Medien‘ ging mit der Bedeutungs-

---

2 Schneider, Irmela/Spangenberg, Peter (Hrsg.): *Diskursgeschichte der Medien nach 1945*, Bd. I: Medienkultur der 50er Jahre, Wiesbaden 2002, S. 11.

explosion des Fernsehens einher – ab 1960 hatte es sich international so weit durchgesetzt, dass man von ihm als Leitmedium, ja vom Anbruch eines Fernsehzeitalters sprechen konnte. Mit McLuhans Satz ‚the media is the message‘ begann die Erforschung der Medien selbst – nicht ihrer anderswo beheimateten Botschaften. Die Medienwissenschaft konnte ihren Gegenstand erst formieren, als der Begriff ‚Medium‘ – das „Pluraletantum“, die „Generalisierungskategorie“ – zur Verfügung stand.<sup>3</sup>

Damit blieb die Zeit zwischen 1945 und 1960 abermals ausgeklammert – diesmal aus eher entgegengesetzten Gründen: Radiosendungen, Magazine und Kinofilme galten nunmehr als traditionelle ‚Einzelmedien‘, bestenfalls als Vorformen des neuen elektronischen Universalmediums. Die Blindheit der Zeitgenossen für die Medialität der eigenen Praxis trifft auf die Blindheit der ab 1960 boomenden Medientheorien. Schließlich mag das Forschungsdesiderat zur Medienkultur der Nachkriegszeit auch darin begründet liegen, dass beim Zusammenwirken von Medienumbrüchen, künstlerischen Innovationen und theoretischen Reflexionen in den 1960er Jahren ohne Not an die Avantgardekonstellationen der 1920er Jahre angeknüpft werden konnte, in deren Licht ‚the fifties‘ in die Dunkelheit präavantgardistischer Zeiten zurückfielen. Was also unterscheidet die Medienkultur der Zeit nach dem Ersten Weltkrieg von der nach dem zweiten? Und wo finden sich unerwartete Parallelen?

Der Zeitraum von 1900 bis 1930 gilt unumstritten als Laboratorium des 20. Jahrhunderts. Unter den historischen Avantgarden haben die Innovationen der ‚Medienavantgardisten‘ in den 15 Jahren nach dem Ersten Weltkrieg noch einmal eine besondere Rolle gespielt. Das betrifft vor allem die Entdeckung der apparategestützten Techniken des Sehens und Hörens als Materialien auch der künstlerischen Produktion. Ob fotochemische, kinematographische oder phonographische Aufzeichnungsverfahren – in dieser Zeit verwandelten sich die neuen ‚Sinnestechnologien‘ von mechanischen Reproduktions- in künstlerische Produktionsmittel. Damit einher ging das Bewusstwerden der Medialität künstlerischen Produzierens, auch des traditionellen. Bei den Theoretikern der historischen Avantgardebewegungen gewann die Überzeugung an Boden, dass Medien – seien es Apparate, Techniken, Symbole oder Institutionen – in ihren Gegenstandsbereich hineingehörten. Die Medienavantgardisten erkannten weiter, dass das menschliche Wahrnehmungsvermögen erweiterbar ist und selbst historischen Veränderungen unterliegt. Verschiedene Geschichtszeiten brachten unterschiedliche Wahrnehmungskulturen hervor. Die Sinneswahrnehmungen der modernen Menschen waren durch ihre Umwelt selbst mediengeprägt: Zu ihrem Alltag gehörten motorisierte und elektrifizierte Verkehrsmittel, die Nachrichtenübermittlung per Telegraph und Telefon, der Radioapparat und das Kino. Die Wahrnehmungsmedien, Ergebnisse der technischen Evolution, bargen mithin in sich selbst ein anthropologisches Potential. Die Avantgardisten fühlten sich herausgefordert, ihre Aus-

---

3 Schneider/Spangenberg (wie Anm. 2).

drucksweisen der veränderten Wahrnehmungswelt und damit auch den technischen Innovationen anzupassen. Hinzu kam die historische Synchronizität von technischer und sozialer Entwicklung: Die „Medienumbrüche“<sup>4</sup> fielen europaweit zusammen mit einer Zeit zugespitzter sozialer Bewegungen, ökonomischer Krisen und politischer Revolutionen.

Verglichen damit, nahm sich die Medienlandschaft der zweiten Nachkriegszeit zwischen 1945 und 1960 weit weniger spektakulär aus. In Deutschland war es ein Zeitraum, der bis heute als kulturkonservativ, erneuerungsresistent und traditionsgeleitet erinnert wird. Es war die Zeit der Heimatfilme, des Rückzugs ins Private, des Einrichtens im Nahbereich von Familie, Kirche und Verein bzw. in den Arbeits- und Freizeitkollektiven des Ostens. Selbst der Aufstieg des Fernsehens (der ‚Flimmerkiste‘, des ‚Filzlatzchenkinos‘) zum Leitmedium im Verlauf der 1950er Jahre vollzog sich eher unbemerkt. Das neue Medium blieb zunächst den konventionellen Ausdrucksmitteln des Kammerstücks und der intimen häuslichen Empfangssituation verhaftet. Die kulturelle Situation in den europäischen Nachbarländern unterschied sich davon nicht wesentlich: Sowohl in den Staaten und Gesellschaften sowjetischer wie auch in denen westlicher Prägung herrschte gleichermaßen ein Verlangen nach Wiederherstellung gefestigter Verhältnisse, nach Stabilität und Sicherheit in den lebensweltlichen Strukturen.

Sieht man jedoch genauer hin, stößt man auf Symptome besagten ‚Umbaus‘ hinter der kulturellen Fassade.

## II EINE EIGENE MEDIENKULTUR?

Auf die Nachkriegszeit mit dem Wissen von heute zurückblickend, fallen mehrere Phänomene auf, die zunächst scheinbar nichts miteinander zu tun haben: Zum einen drangen auch jetzt technische Neuerungen in den Bereich der zwischenmenschlichen Kommunikation vor und veränderten ihn. Allerdings vollzog dieser Umbau sich scheinbar medienintern, d.h. innerhalb der Grenzen der beteiligten Einzelmedien. Beispiele dafür sind das Transistorradio, mit dem man die Intimität der häuslichen vier Wände verlassen konnte; die neu auf den Markt kommenden Aufnahme- und Speichermedien Vinyl- und Langspielplatte, Tonband und Tonkassette, die mit ihren transportablen Empfangsgeräten die Intensität des Zuhörens in Richtung einer eher beiläufigen Rezeption verschoben; Cinemascope und Stereoton, die dem Kinofilm neue audiovisuelle Dimensionen verliehen; Rollenoffset- und Farblichtdruck erlaubten die schnelle, auflagenstarke und qualitätssichere Herstellung und Verbreitung der vielfarbig illustrierten Publikumszeitschriften. Deren Boom im Verlauf der 1950er Jahre veranlassten den Kultursoziologen

---

4 Zu den Begriffen ‚Medienumbruch‘, ‚Medienavantgarden‘, ‚Medienanthropologie‘ vgl. Fürnkäs, Josef u.a. (Hrsg): *Medienanthropologie und Medienavantgarde. Ortsbestimmungen und Grenzüberschreitungen*, (Medienumbrüche 13), Bielefeld 2005.

David Riesman dazu, die Magazine für den neuen ‚außengeleiteten‘ Menschen an vorderer Stelle verantwortlich zu machen.<sup>5</sup>

Ein zweites Merkmal ist die auffällig rasche Vernetzung der ehemals nationalen Kulturen zu einer internationalen, die eindeutig mediengesteuert war.

Die Möglichkeiten des UKW-Empfangs und dezentralen Hörens über große Distanzen brachten eine Jugendkultur hervor, die nicht mehr in Ländergrenzen parzellierbar war. Verbote waren unter diesen Bedingungen wirkungslos. Die Popkultur erreichte amerikanische, deutsche, west- wie osteuropäische Jugendliche. Sie war primär musikgeprägt und verschaffte der neuen Nachkriegsgeneration eigene Formen des Ausdrucks und der Gemeinschaftsbildung. Das Kinoangebot war zunehmend vom europäisch-amerikanischen Markt bestimmt, und der wies ähnliche Codierungen von Körpersprache, Stimme und Bewegung auf. Der Kult der Filmstars in den 1950er Jahren gründete sich auf „ein transnationales mediengeneriertes Subjekt“ (Oksana Bulgakowa) – d.h. auf mediale ‚Körper‘, die ein großes Identifikationspotential aufwiesen und auf andere Medien, z.B. die der Werbewelt, übertragen werden konnten. Es waren dies – im Unterschied zu den unerreichbaren Diven der 1920er bis 1940er Jahre – „Mädchen und Jungen von nebenan“ (Oksana Bulgakowa), die alltagstauglich und nachahmbar waren. Die fünfziger Jahre waren das Jahrzehnt der Unterhaltungsfilme, die von Hollywood bis Moskau ein universales Repertoire filmischer Gesten produzieren. Die Bilder auf Zelluloid waren körperlose ‚Images‘ – gleichgültig, ob es sich dabei um Brigitte Bardot, Tatjana Samoilowa, Jean-Paul Belmondo, Sergej Michalkow, James Dean oder Doris Day handelte.

Das dritte Merkmal war eine neue Intermedialität, entstanden durch die Zirkulation der technisch erzeugten Bilder, Töne und Gesten. Die Popstars aus dem Radio waren auch als Bilder allgegenwärtig – auf den Farbfotos der Illustrierten, auf Fan-Postern in den Stuben der Teenager, als Plattencover oder als Werbeträger im öffentlichen Raum. In den farbigen Magazinen mit ihren Massenauflagen gewann die bildbasierte typographisch-mediale Wahrnehmung mehr und mehr die Oberhand. Die Buchstabenschrift rückte näher an die Bilderschrift heran – ein Vorgang, der dazu führte, dass mehr und mehr die Texte die Bilder ‚illustrierten‘.

Mit aller gebotenen Vorsicht und ohne Anspruch auf Vollständigkeit lässt sich doch vermuten, dass die genannten Phänomene Anzeichen einer besonderen Medienkultur ‚vor dem Fernsehen‘ sind. Allein die drei genannten Merkmale – technische Innovationen, internationaler Wirkungsradius und intermediale Zirkulation – führten wohl zusammengenommen über die oben erwähnte medieninterne Modifizierung der einzelnen Wahrnehmungsweisen hinaus in Richtung einer Neuorganisation des gesamten Medienverbunds. Die Arbeitsteilung zwischen den ‚Sinnestechnologien‘ mit den neuen Kombinationsmöglichkeiten zwischen technischem Hören und Sehen war die Folge. Sie bereitete die spätere Konfiguration

---

5 Riesman, David: *The Lonely Crowd. A Study of the American Character*, deutsch: *Die einsame Masse*, Frankfurt a.M. 1958, S. 37.

eines regelrechten Medienteppichs vor, in dem Werbeträger, Videoclips, Fernseh- und Rundfunkformate ihre Elemente unentrinnbar und bis zur Auswechselbarkeit amalgamieren sollten.

Wenn auch solche Transformationsvorgänge zu ihrer Zeit unterhalb der professionellen Wahrnehmungsschwelle blieben, bestätigten sie doch die Beobachtungen der Medienavantgardisten aus dem ersten Drittel des 20. Jahrhunderts: Medienwahrnehmung ist als eine spezifische Ordnung der Sinne zu verstehen, die geschichtlich veränderbar und kulturell präformiert ist.<sup>6</sup> Allerdings waren inzwischen die Neuerungen vom Jahrhundertanfang ihrerseits zu Konventionen geworden: Die ‚körperlose‘ Anwesenheit von menschlicher Stimme im Radio und tonlosem Filmbild im Kino, die Auswechselbarkeit von Sprache, Sprecher und Sänger im Tonfilm, die Synchronisation von Bewegungsbild und Tonspur waren inzwischen Normalität geworden. Die von Geräten produzierten Sounds und Images boten kein Störpotential mehr wie in den Jahren nach dem Ersten Weltkrieg, als sie noch als Surrogate und Phantome empfunden wurden und man erbittert über den Bruch zwischen technisch induzierter und ‚natürlicher‘ Wahrnehmung debattierte.

Eine andere Beobachtung, der im Projekt nachzugehen sein wird, ist die veränderte ‚Arbeitsteilung‘ zwischen den Sinnestechnologien und der Buchliteratur. Alle drei zu erforschenden Medien arbeiten auf unterschiedliche Weise mit Sprache – mit der gesprochenen im Hörfunk, mit Tonspur und Schrift-Bild im Film und mit der Sprache in der Typographie, wo sie als Text mit dem gedruckten Bild auf der gleichen visuellen Wahrnehmungsebene kooperiert. Alle drei Medien sind außerdem Massenkommunikationsmittel (um den älteren Begriff an dieser Stelle zu verwenden), also auch Erzeuger und Überträger von Informationen. Wie die spätere Entwicklung zeigen wird, beziehen sie aus dieser Besonderheit ihr ‚aisthetisches‘ Potential – Geräusch, Sprache und Musik lassen z.B. das Hörspiel oder das Feature zu einer eigenen ‚Poetik‘ finden. Die übersetzt den Mangel an Anschaulichkeit in die besondere Intensität bzw. Expressivität des Akustischen und kann ein räumlich weit verstreutes Publikum zur gleichen Zeit erreichen. In gleichem Maße jedoch, in dem ‚Radiospiele‘ zu Events werden, kann sich die Buchlektüre ihrer eigenen Wahrnehmungspotenzen vergewissern: denen der haptischen Nähe, der Verfügbarkeit des Mediums Buch über Zeiten und Räume hinweg, der selbstbestimmten Rezeption.<sup>7</sup>

---

6 Walter Benjamin dazu: „Innerhalb großer geschichtlicher Zeiträume verändert sich mit der gesamten Daseinsweise der menschlichen Kollektiva auch die Art und Weise ihrer Wahrnehmung. Die Art und Weise, in der die menschliche Wahrnehmung sich organisiert – das Medium, in dem sie erfolgt – ist nicht nur natürlich sondern auch geschichtlich bedingt.“ (Benjamin, Walter: „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ (2. Fassung) [1935/36], in: *Gesammelte Schriften*, hrsg. v. Rolf Tiedemann/Hermann Schweggenhäuser, Bd. I.2, Frankfurt a.M. 1989, S. 354.)

7 Vgl. dazu den Beitrag von Justus Fetscher in diesem Heft.

In Kenntnis der noch folgenden Medienumbrüche liegt es nahe, die Besonderheit der Medienarrangements zwischen 1945 und 1960 als Niemandsland zwischen der nach 400 Jahren zerfallenden ‚Gutenberg-Galaxis‘ und der Inkubationszeit des sich ankündigenden ‚pictorial turns‘ zu verorten. Aussichtsreicher scheint indes, der Besonderheit der damaligen Medienkonstellation nachzuforschen: Die anderthalb Jahrzehnte nach dem Zweiten Weltkrieg wären dann nicht so sehr eine Zeit des Übergangs, die in den nachfolgenden Medienkulturen verschwindet. Sie scheint vielmehr eine eigenständige Szenerie zu sein, die von der Differenz der beteiligten Medien ebenso lebt wie von neuen Arten der Interaktion.