

Knut Hickethier

### Fernsehen - das Medium der Moderne. Als Medienflaneur in der Hamburger Dämmerung

1995

<https://doi.org/10.25969/mediarep/780>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hickethier, Knut: Fernsehen - das Medium der Moderne. Als Medienflaneur in der Hamburger Dämmerung. In: *Augen-Blick. Marburger Hefte zur Medienwissenschaft*. Heft 20: Pension Sehblick. Essays zum Fernsehen (1995), S. 6–12. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/780>.

#### 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.

**Knut HICKETHIER**

## **Fernsehen - das Medium der Moderne**

### **Als Medienflaneur in der Hamburger Dämmerung**

#### *I.*

Letzten Endes sind es Metaphern, sprachliche Bilder, die zur Kennzeichnung dessen herhalten sollen, was Fernsehen heute bedeutet: 'Lagerfeuer', 'Fenster zur Welt', 'vierte Wand', 'Bildermaschine', 'Zyklopenauge', 'elektronischer Kiosk', 'Pension Seh-Blick'... Auch nach mehr als hundert Jahren Fernsehgeschichte - wenn man diese mit der Idee der Nipkowscheibe oder dem als 'Fernsehen' betitelten 'Phototel' Liesegangs beginnen läßt - fehlt das Vokabular, das Medium angemessen zu charakterisieren. Auch die formale Kategorisierung im Spektrum zwischen 'Massen- und Individualkommunikation' hat nicht wirklich definite Bestimmungen hervorgebracht.

Hilft die Rückbesinnung auf vorplatonische Theorien, hilft die Wiederbelebung der Haut- und Augen-Analogien, der Werkzeugkonzepte, der Theoreme eine 'Sinnesprothese' Fernsehen, wie sie Erwin Reiss in einer Wendung gegen die Modelle gesetzt hat, die Fernsehen als Programmveranstaltung, als 'Floating' der Angebote, als 'Stripping' des formatierten Erzählten und Gezeigten verstehen?

Sichtbar wird dabei, daß Fernsehen nicht monoperspektivisch zu fassen ist und daß die Differenz zwischen Phänomen und theoretischen Modellen - deren wir uns auch im Alltag der schnellen Verständigung über das Fernsehen bedienen - unaufhebbar ist und alle Theorie nur Annäherung, nur perspektivische Fassung ist.

#### *II.*

Zudem wandelt sich das Fernsehen - so scheint es - in immer rascheren Schritten: gestern noch ein 'Theater der Welt' im öffentlich-rechtlichen Kulturauftrag, ist es heute schon uneingeschränkt 'Markt' und sieht sich selbst

zugleich als ein Netz von Stand-by-Leitungen, in denen sich eine Welt - die sich anmaßend als 'globales Dorf' versteht, aber nur einen Teil dieser Welt darstellt - mit sich selbst verständigt. Besteht dieses Fernsehen heute noch aus einem breiten Strom parallel laufender Programmflüsse, ist es morgen vielleicht schon eine 'Oberfläche' permanent abrufbarer Angebote, hinter der sich ein Medium verbirgt, zu dem sich nicht nur Fernsehen und Kino, sondern auch der Computer miteinander verschmolzen haben.

Doch die Perspektiven bleiben - wie alles Zukünftige - ungewiß. Und so wissen wir nicht wirklich, ob hier tatsächlich das Mega-Medium 'Audiovision' entsteht, wie es Siegfried Zielinski schon 1989 prophezeit hat, oder ob nicht nur eine neue Aufgabenverschiebung und Neuaufteilung der Arbeitsfelder zwischen den Medien stattfindet und wir uns hundert Jahre nach der 'Geburt' des Kinos und der Konzipierung des Fernsehens nicht gerade in der Konstitutionsphase des bereits längst existierenden Mediums 'Computer' befinden, dessen Definition als Medium ganz neue Aspekte einbezieht, über die die bisherigen Medien (als Massenmedien) nicht verfügen. Entscheidend für die Wirksamkeit der theoretischen Ansätze, mit denen wir weiterhin operieren werden, wird sein, welche Einsichten sie ermöglichen, welche Haltungen sie dem Phänomen Fernsehen gegenüber einzunehmen erlauben.

Es kann also nicht die *eine* Fernsehtheorie geben, sondern nur eine Vielfalt von Annäherungen. Vielleicht ist der Rückgriff von Reiss auf die vorplatonischen Ideen deshalb ein Schritt, um eine neue Theorie des Fernsehens zu entwickeln, die den gegenwärtigen Veränderungen Rechnung trägt, ohne daß diese als eine bloße Harmonisierung divergierender Programm- und Werkzeugtheorien zu verstehen ist.

### III.

Das Verlangen nach Prognosen der Medienzukunft ist verführerisch. Selbst der Skeptiker aller Prognostik wird allzuleicht vom Nachfragestrudel mitgerissen, den Tagungsveranstalter, Herausgeber von Sammelbänden, Zeitungsmacher und Zukunftsbüros gegenwärtig erzeugen. Im 'fin de millénaire' ist geradezu eine Gier nach Auskünften über das, was uns erwartet, entstanden. Doch sind nicht alle Vorhersagen von Apologeten und Kritikern zwischen Kultur-Endzeit und Aufbruchseuphorie längst ausformuliert? Langweilig geradezu die immergleichen Versatzstücke des als zukünftig gehandelten Medien-Sets: der übergroße Bildschirm an der Wohnzimmerwand, die individuelle Steuerung des Gezeigten, die mediale Kommunikation mit Kaufmann, Reisebüro, Bankangestellten einerseits und mit den Vorgesetzten und Mitarbeitern, mit denen man durch einen Job verbunden ist, andererseits. Allenfalls die

technischen Details variieren zwischen den ersten Visionen von Robida um die Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert, den Imaginationen der zwanziger und fünfziger Jahre und den Szenarios der HDTV-Bildschirmen mit Anschluß am 'information highway'. Doch zukunftsgeewisser werden die Visionen durch ihre stereotype Wiederholung nicht.

Im Grunde bleibt die Vision immer dieselbe: höchste Intensität der Kommunikation durch Kontakt mit allem, was man sich wünscht, Grenzenlosigkeit des Blicks bei gleichzeitigem Fortfall von Übertragungsfristen. Das Schöne an Utopien und Visionen ist, daß sie sich noch nicht um die Kosten und Folgen scheren müssen, die ihre Realisierung bedingen würden. Deshalb sind die Prognosen auch so wohlfeil zu haben. Und gehts an die Realisierung, trägt die Kosten ohnehin die Allgemeinheit, die diese Visionen, um mit Brecht zu sprechen, "nicht bestellt hat".

Unmittelbarkeit aber, das ist die Prämisse, darf dabei nur eine suggerierte sein, denn bis zur leibhaftigen Teilhabe soll sich die angestrebte Intensität der Kommunikation nicht steigern, wirklich direkt und leibhaftig wollen wir weder auf dem Mond sein, noch im Kriegsgeschehen von Sarajewo oder in der Serienwelt der 'Lindenstraße'.

Allen Prognosen ist eines gemeinsam: Es kommt immer anders als angekündigt, das wirklich Neue ist nicht vorhersagbar, und was prognostizierbar ist, ist nur die Verlängerung und Vergrößerung des Gegenwärtigen. Oft setzt deshalb ganz abrupt ein Diskurswechsel an der Front der Visionen ein: Vor zwei Jahren wurde noch HDTV visioniert, heute heißt das Stichwort 'Multi-media'. Wurde am Anfang der neunziger Jahre vom Cyberspace gesprochen, ist inzwischen alles Eintauchen in 'virtuelle Räume' auf produktionstechnische Simulation reduziert oder wird darunter nur noch 'Teleshopping' und 'Video-on-demand' verstanden.

Wollten wir nicht alle einmal - am Anfang dieser Ideen - als Erfüllung aller Kinoräume mit Ingrid Bergman (alternativ mit Humphrey Bogart) durch Rick's Café schlendern können, um den Filmkuß selbst - virtuell zumindest - erproben dürfen? Vielleicht aber wollen wir dies - ein Versprechen der Medientheoretiker - nicht wirklich, sondern uns weiterhin an den Überraschungen, die andere für uns erdacht haben, erfreuen.

Das Geschäft mit der Medienezukunft floriert, gerade angesichts der Jahrtausendschwelle. Doch der Zukunft sind wir dadurch keine Sekunde näher. So werden uns auch im neuen Jahrtausend noch die meisten der gegenwärtigen Probleme beschäftigen, wird sich allenfalls der Markt für Programmwaren vergrößert haben.

*IV.*

Sind nicht den medientheoretischen Überlegungen doch Alltagserfahrungen gegenüberzusetzen, über die ganz 'persönliche' Anschauungen zu erhalten sind? Alltagshandeln, verstanden als ein erraticischer Block im menschlichen Leben, schwerfällig, wenig leicht veränderbar - gerade auch dort, wo es Fernseh-Rituale und Kommunikationsstile betrifft, bestimmt sich durch in langen Prozessen entstandene Gewohnheiten und im Vorbegrifflichen verbleibende Erfahrungen, durch gewachsene Kulturtraditionen. In diesen Block dringt das Fernsehen zwar nach und nach ein, verändert ihn damit auch, verflüssigt ihn, aber eben doch nur sehr langsam, dabei auf Synthese des oft Unvereinbaren, auf Adaption des Sperrigen in den Fluß lebensweltlicher Situationen und individueller Befindlichkeiten bedacht. Von einem "Leben aus zweiter Hand" fürchteten sich vor Jahren die Medienpädagogen, doch zu solchen Ängsten gab weniger das Fernsehen als eine nichtmediale Umwelt Anlaß, die erst eine Voraussetzung schafft für eine denkbare Flucht der Menschen in die angebotenen TV-Welten. Doch die Ängste vor dem Leben als Ersatz gelten bezeichnenderweise immer nur dem Fernsehverhalten der anderen, stellen einen Rest pädagogischer Bevormundung und Fürsorge dar. Sich selbst glauben die meisten Menschen - berechtigterweise - resistent gegenüber medialen Deformationsbemühungen.

Gerade für das Zuschauerverhalten sind seriöse, also durch Argumente abgestützte Prognosen kaum zu wagen. Zu sehr sind wir Zuschauer selbst langfristig unberechenbar. Von einer "Ermüdung des Fernsehens" mit Hartmut Winkler zu sprechen, fasziniert, aber es scheint angesichts des gigantischen Ausbaus der Medienindustrie in den letzten Jahren mehr als gewagt. Videorecorder, Programmvermehrung und Fernbedienung haben die Zuschauer in stärkerem Maße freigesetzt von den zeitlichen Bindungen des Programms, haben die integrative Fernsehöffentlichkeit aufgelöst in zahlreiche, sich weiter ausdifferenzierende Teilöffentlichkeiten - aber diese Entwicklung ist in anderen Medien längst vorgezeichnet. Doch diese Freisetzung macht auch das Medienverhalten letztlich unkalkulierbar. Und nicht alles, was als Erfolg geplant wird, wird auch einer. Das beruhigt.

Als Zuschauer lernen wir mit dem vermehrten Angebot umgehen, stärker auswählen, damit eigene Präferenzen ausbilden und uns spezialisieren. Dies bedeutet kulturelle Differenzierung und Verfeinerung - so wie wir ja auch beim Essen verschiedene Kochkulturen, regionale Spezialitätenküchen und Eßgewohnheiten zu schätzen gelernt haben und nicht nur auf deutscher Hausmannskost bestehen. Zu einem Pessimismus, daß ein selbstbewußtes und oft distanzierter Nutzen des Fernsehens nicht gelingt, besteht kein Anlaß.

Müssen mit dem Blick auf den erratischen Block des Alltagshandelns nicht auch die Aufgeregtheiten und Tagesstreitigkeiten des Medienbetriebs (etwa um die Stoiber-/Biedenkopf-Drohung der Auflösung der ARD Anfang 1995) relativiert werden, muß sich der wissenschaftliche Blick nicht auf die langfristigen Kulturveränderungen durch das Fernsehen richten? Es liegt nahe, hier einen mentalitätsgeschichtlichen Standpunkt zu entwickeln - aber die Spanne der Fernsehexistenz scheint gegenüber mentalitätsgeschichtlichen Geschichtsentswürfen, wie sie etwa die Geschichte des Mittelmeerraums und des Rheins betreffen, doch etwas kurz.

Vielleicht erscheinen solche, sich der raschen Themenaktualität verweigernde Fragestellungen als Fluchtstrategien in Rückzugsgebiete, in die sich vorzugsweise geisteswissenschaftliche Medientheoretiker nostalgisch flüchten und sich so den Schutzraum der Programmgeschichte erobern. ("Nach uns die Sintflut der Programm!" ) Natürlich nicht. Denn die Arbeit an der Vorstellung dessen , was Fernsehen 'ist', 'war' und was es 'sein kann', ist auch eine Arbeit an der Vorstellung von diesem Medium, das uns täglich beschäftigt und oft in Atem hält. Es ist die unaufschiebbare Arbeit an Modellen, mit denen wir uns diesem Phänomen annähern.

#### V.

Fernsehen ist *das* Medium der Moderne, gerade weil es eben nicht nur Kunst, nur 'Kultur' im tradierten Sinn ist, sondern eben auch Nicht-Kunst, Alltag, Trash, weil es neben dem Speziellen und Anspruchsvollen auch das ganz Banale und Triviale enthält, weil es die verschiedensten Medienrealitäten gegeneinander bricht, uns Zuschauer brutal mit Werbung überhäuft, weil es voyeuristisch Krieg und Gewalt in den Großstädten, Katastrophen und menschliches Unglück ausbeutet, weil es die Schaulust der Menschen anstachelt und durch immer neue Spektakel zu steigern sucht. Aber auch weil es all das zugleich immer wieder destruiert, weil es die Zuschauer empört oder auch gleichgültig werden läßt. Es ist *das* Medium der Moderne, weil es sich schamlos von diversen Machtinteressen mißbrauchen läßt und - gleichzeitig - subversiv alle Funktionalisierungen unterlaufen kann, weil es jede Aufgeblasenheit und falsche Autorität entlarvt und Eitelkeiten lächerlich werden läßt, weil es - wie 1989 erlebt - politische Systeme, die längst korrodiert sind, endgültig zum Einsturz bringen kann.

Gerade deswegen ist Fernsehen als Ausdruck und Medium der Moderne zu verstehen - in ihren Verwerfungen und Frakturen, die sich, medial transformiert, im Fernsehen wiederfinden und die, zum Teil zumindest, auch durch die medialen Bildern der Überlagerung und Parzellierung wiederum

unsere Vorstellung von der Moderne prägen. Dabei hat es das Fernsehen geschafft, die im Ghetto der modernen Kunst verbliebenen Bemühungen um die Auflösung traditioneller Werkvorstellungen und hermetischer Sinnwelten ins Alltägliche hinüberzubringen, sie zu popularisieren, dabei zwangsläufig auch zu entschärfen. Hat nicht gerade dadurch das Fernsehen auch bildungsbürgerliche Verklärungen aufgelöst, auch wieder den Blick auf andere Dimensionen des Menschlichen gelenkt?

Fernsehen als Medium der Moderne zu begreifen heißt aber auch, 'Moderne', 'Modernität', 'Modernisierung' neu zu diskutieren, zwischen den soziologischen Modernisierungsdebatten und den ästhetischen 'Moderne'-Diskussionen zu vermitteln, eine Theorie der Medienmodernisierung zu entwickeln, in der das Fernsehen einen zentralen Platz einnimmt.

## VI.

Fernsehen ist aber auch nicht die gesamte Welt, auch wenn das Medium gern so tut, als sei Welt heute nur als eine mediatisierte, als eine televisuell strukturierte begreifbar. Gegen die individuelle Konstruktion von Realität, die sich oft medialer Bausteine bedient (weil diese so handhabbar und vorgefertigt erscheinen), steht das Panorama von Realitätserfahrungen, die sich anderer Vermittlungsweisen bedienen, um das zuvor Nichtformulierte, wenig Faßbare zu formulieren: Das wenig Faßbare, das uns beim Laufen durch einen norddeutschen Kiefernwald, beim Schwimmen in der Nordsee oder beim Blick in eine Hamburger Dämmerung begegnet.

Der Medientheoretiker vermerkt: Zwar werden auch hier Wahrnehmungen durch kulturelle Erinnerungen an mediale Bilder beherrscht (ist nicht unser Sinn für das Naturschöne durch Bilder des Quattrocento und der Romantik geprägt?), doch es bleiben sinnliche Reste, die oft im Körperlichen stecken, die nicht in der medialen Bilderproduktion aufgehen. Nichts fördert bekanntlich die Sehnsucht nach ungeplantem und unmittelbarem Naturerleben mehr als ein längerer Fernsehkonsum.

Fernsehen ist letztlich doch nur eine imaginäre Größe, die unwirklich zwischen den gebauten Architekturen existiert, wenig faßbar, selbst wenn man zwischen der Rothenbaumchaussee des NDR, der Kleinen Johannisstraße der HAM, der Heimhuder Straße des Hans-Bredow-Instituts und dem Medienzentrum der Hamburger Universität am Von-Melle-Park schlendert. Das Fernsehen ist auch dort vor allem in den Köpfen der Menschen. Doch sie werden auch dort - wie fast überall - stärker als vom Fernsehen von den Problemen des Lebens und Überlebens, des ganz alltäglichen Alltags, der Liebe,

des Kinderbekommens, des Heiratens und Sterbens bewegt. Ist Fernsehen nicht letztlich etwas sehr Nebensächliches und Peripheres?

## VII.

Was steckt hinter dem Wunsch des Heftherausgebers, der Medientheoretiker möge doch einmal seine ganz subjektive Sicht des Gegenstands seiner theoretischen Arbeit aufdecken, möge die Leidenschaften, die heimlichen, die das Objekt seiner wissenschaftlichen Begierde oder seiner Haßliebe bestimmen, herauskehren? Die Idee vielleicht, der Parcours der Theorien werde wohl doch beherrscht von den immergleichen emotionalen Gestimmtheiten.

Doch die Aporien eines solchen editorischen Unternehmens liegen auf der Hand: Der Medientheoretiker, will er sich in seiner Profession nicht aufgeben oder verraten, kann dem Ruf nach dem Ursprünglichen, vielleicht Irrationalen in seiner Beziehung zum Objekt seiner Reflexion nur im Kalkül nachgeben, daß in der subjektiven Sicht doch noch seine theoretische Reflexion aufscheint.

Je mehr diese Sicht also den Schein der "ganz persönlichen" Unmittelbarkeit erhält (und sei es durch einen literarischen Gestus), um so weiter entfernt sie sich tatsächlich vom Gewünschten. So leicht sind die Medientheoretiker, sind die Beschleunigungsfetischisten, Bildschirmvoyeure, Theoriekonstrukteure, Kulturdefaitisten und Medienvagabunden nicht zu fangen.

Ursprünglichkeit ist nicht zu haben, Subjektivität ist längst als Textgattung im Diskurs vorformuliert. Wer die eigene Medienbiografie schon vor langer Zeit in die Theoriebildung einbezogen hat, für den bedeutet die Beschreibung einer 'persönlichen Sicht' auf das Fernsehen nur eine neue Darstellungsweise, eine neue 'Textsorte' der Fernsehtheorie, ergibt allenfalls einen neuen Theorieentwurf.