Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 39 (1987)
Heft: 3

Artikel: Die Welt reduziert aufs Rechteck
Autor: Pross, Harry
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-931938

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 08.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Harry Pross

Die Welt reduziert aufs Rechteck

Wenn gesagt wird, die Technik sei «neutral», so trägt das dem Umstand Rechnung, dass technische Mittel zu positiv und zu negativ bewerteten Zwecken verwendet werden können; aber nicht ohne weiteres auch dem Umstand, dass die *Vor*stellungen, die wir von Werten haben, von dem Vorhanden*sein* bestimmter Techniken beeinflusst, ja durch sie gebildet werden. Deshalb müssen wir beim Aufkommen *neuer* Techniken nach ihrem *Wert* fragen.

I

Die Geschichte der Kultur ist die Geschichte ihrer Riten, ihrer Symbole, ihrer technischen Medien. Das gilt für die alten Hochkulturen wie für unsere Kultur. Die Kommunikationsmittel von Bild, Schrift, Druck, die Verwendung von Boten, die Symbole für Status, Zeitrechnungen – das haben viele Kulturen gemeinsam und einander weitergegeben; aber sie haben ungleichen Gebrauch davon gemacht und werden auch in Zukunft ungleichen Gebrauch davon machen. Das hängt von den Wertvorstellungen ab, die sich aus den zeitlichen, räumlichen und personellen Bedingungen der jeweiligen Umwelt ergeben.

Wir wissen heute, dass der Buchdruck mit beweglichen Lettern vor Gutenberg in Korea bekannt war; aber es war die nordalpine Städtegesellschaft, die ihn sofort angewendet und damit das «Gutenberg-Zeitalter» für die ganze Welt begründet hat. Es hat vor Luther viele Reformatoren gegeben und vor Erasmus von Rotterdam viele Humanisten; aber es war Gutenbergs Buchdruck mit beweglichen Lettern, der sie zu «Bestseller»-Autoren ihrer Zeit gemacht und ihren Wertvorstellungen ein breites Publikum organisiert hat.

Das Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland verpflichtet die Wissenschaftler, die sozialen Folgen ihres Tuns zu bedenken, und legt ihnen damit eine schwere Verantwortung auf. Denn bei aller Sachkenntnis im Einzelnen, ist die Dynamik technischer Erfindungen für das Ganze schwer abzuschätzen. Sie hängt von vielen unvorhersehbaren Faktoren ab, die auch bei viel Erfahrung, kluger Beobachtung und kühner Spekulation nicht sicher auszumachen sind. Heinrich Hertz konnte nicht voraussehen, was durch die Radiowellen geschehen würde, als er sie vor hundert Jahren in seinem Karlsruher Labor erzeugte. Benz und Daimler konnten die Probleme des Autoverkehrs von heute nicht ahnen, und die ersten Atomforscher wussten nichts von der Angst, die wir am Rande eines Dritten Weltkrieges mit ihren Entwicklungen verbinden. Für die sozialen Folgen neuer Techniken ist die Vorstellungskraft der Urheber immer zu beschränkt, weil neue Techniken nicht allein daherkommen. Sie gehen mit anderen Neuerungen ungeahnte Verbindungen ein. Sie treffen aber auch auf alte Zwänge, die im menschlichen Verhalten liegen und seine privaten und öffentlichen Äusserungen steuern (Strassenverkehrsordnung).

Wenn man von neuen Techniken spricht, muss man die alten Zwänge mitbedenken, auch und gerade im Bereich der Kommunikationsmittel, weil sie die Verbindung zwischen dem einzelnen Menschenleben und dem Grossen und Ganzen herstellen.

II

Vor zweiundzwanzig Jahren im August 1964 gründeten 11 Staaten eine Agentur, um die ganze Welt mit einem Netz von Nachrichtensatelliten zu umspannen. Sie nannten sie die «International Telecommunication Satellite Organization», die *«Intelsat»*. Intelsat startete den Satelliten «Intelsat I», «Early Bird», um Nachrichten zwischen Europa und Nordamerika auszutauschen. Er wurde gefeiert als Fortsetzer und Neuerer der Tiefseekabel und der Richtfunkstrecken, die dem gleichen Zweck dienen. In den nur zwei Jahrzehnten, die seitdem vergangen sind, hat Intelsat sich zu einer Organisation mit 16 Satelliten über dem Atlantik, dem Pazifik und dem Indischen Ozean entwickelt. Man verfügt über 800 Erdstationen an 600 verschiedenen Plätzen in 154 Ländern. Die Leistungsfähigkeit der technischen Ausstattung wurde vervielfacht. Zur Zeit wird mit «Intelsat VI» eine neue Serie ausgesetzt, die zweieinhalbmal soviel Kapazität ausweist als ihre Vorgängerin. Freie Kapazitäten werden vermietet, auch an Fernsehunternehmen. Bis 1987 erwartet man 16 Vollprogramme internationalen Zuschnitts über Intelsat-Kanäle.

Intelsat ist nur ein Beispiel, freilich das derzeit bedeutendste für das Zusammenwirken

Das deutsche Wohnzimmer

Ladislaus W., 47, Bürgermeister: «Ich fühle mich der Mitte zugehörig, in meinem Denken, Handeln und meinen politischen Ansichten. Ich mag keine Extreme.»
Rosita W., Fremdsprachenkorrespondentin: «Seit mein Mann Bürgermeister ist, findet unser Privatleben fast nur noch am Wochenende statt.»

technischer, politischer und wirtschaftlicher Kalküle bei neuen Technologien. Der Anschluss von Millionen Fernsehzuschauern an das Netz der Satelliten-Kommunikation verändert mit dem Weltbild, das sie empfangen, auch deren Wertvorstellungen. Wir sind nicht unabhängig von dem, was wir sehen und hören, und finden heute schon selbstverständlich, was uns vor wenigen Jahren noch fremd war.

III

Die technische Expansion der Medienindustrie hat das Ziel, auf schnellstem Wege über weiteste Räume möglichst viele Leute mit derselben Mitteilung zu erreichen. Nur wenn eine möglichst grosse Zahl von Empfängern im Netz der Betreiber ist, verringert sich deren technischer Aufwand für die einzelne Mitteilung. Man glaubt zu wählen, wenn man den Knopf des Fernsehers drückt. Was man wählt, ist der persönliche Anschluss an ein fremdbestimmtes System und dessen unkontrollierbare Ausstrahlungen. Alle neuen Medien werden dem Prinzip folgen, möglichst vielen Abnehmern auf schnellstem Weg über weiteste Räume ihre Produkte mitzuteilen.

Dieses Prinzip, in kürzester Zeit über weiteste Räume die grösstmögliche Zahl zu erreichen, ist das *Prinzip der Signalökonomie*. Es durchzieht die Entwicklung der Kommunikationsmittel von den Anfängen der Kultur bis in unsere Tage. Die Fernsehsatelliten haben nur dann einen Sinn, wenn sich genügend Leute finden, die sich die Geräte anschaffen, die man braucht, um die über Satelliten ausgestrahlte Botschaft empfangen zu können. Es muss also dafür geworben werden, dass Millionen von Menschen, die theoretisch als Empfänger in Frage kommen, sich die Empfangsgeräte anschaffen, die es ermöglichen, die Investition der Satellitenbetreiber in Gewinn umzusetzen. Das ist der Hintergrund all der schönen Reden, die wir derzeit über die Medienzukunft zu hören bekommen: ein Publikum zu erzeugen, das Zeit und Geld dafür aufbringt, um den Inhabern neuer Techniken verfügbar zu sein.

IV

Um zu verdeutlichen, wie das im einzelnen funktioniert und was es für die Kultur bedeutet,

gehen wir an den Ausgangspunkt der Entwicklung zurück, in den Bereich der *menschlichen Elementarkontakte.* Sie sind auch aus der «Medienzukunft» nicht wegzudenken. Es wird immer Mitteilung und Verständigung von Mensch zu Mensch ohne dazwischengeschaltete Geräte geben müssen, wo die Qualität der Verständigung und die Bedeutung der Mitteilung davon abhängen, dass kein Gerät dazwischengeschaltet ist. Man will «es» direkt erfahren, Atem spüren, Haut riechen und berühren, um den Geschmack der Mitteilung zu bekommen, um begreifen zu können, was Gesprochenes bedeutet.

Die Signalökonomie setzt ein, wo dieselbe Mitteilung an mehrere verteilt werden soll. Wenn einer sich an mehrere wendet, versammelt er sie um sich. Das heisst, er veranlasst andere Menschen, von ihrer kostbaren subjektiven Lebenszeit, die ja unwiederbringlich abläuft, soviel abzugeben, dass er oder sie nicht hinter jedem einzelnen herzulaufen braucht, was den oder die Mitteilende(n) ihrerseits viel von ihrer Lebenszeit kosten würde. Dadurch, dass die anderen kommen, ersparen sie dem Mitteilenden Aufwand für seine Botschaft.

Die Verringerung des Signalaufwandes ist der Ursprung aller Versammlungsarten, angefangen von den gemeinsamen Mahlzeiten der Familien und Kleingruppen. Denken Sie an das Abendmahl so gut wie an die bäuerliche Brotzeit, an die Volksversammlung wie an den Hofstaat. Sie alle ersparen dem, der «das Sagen hat», Aufwand für seine Einzelmitteilung.

Diese Ersparnis tritt aber nur ein, solange die anderen kommen. Wer nicht mehr «kommen lassen» kann, hat keine Macht mehr, denn der Anfang aller Macht von Menschen über Menschen liegt in der Verfügung einzelner über die Lebenszeit anderer. Wer kommt, anerkennt den Anlass, ob er nun mit der Mitteilung, die da gemacht wird, übereinstimmt oder nicht, durch die Zeit, die er dafür aufbringt.

Es gibt für den Mitteilenden zwei Möglichkeiten, an seiner Einzelmitteilung auf Kosten der Lebenszeit anderer zu sparen. Erstens kann er versuchen, die Versammlungssituation zu einem festen Bestandteil der Lebenszeit anderer zu machen. Das ist der Anfang all dessen, was unter *Ritus* zu verstehen ist: die periodische Wiederholung gleicher Zeichenkonstellationen. Der Ritus synchronisiert die Lebenszeit der Subjekte, die ihm folgen: Die Unterscheidung von Werk- und Feiertagen in den Religionen, der Arbeitsritus der Industriegesellschaften, der Programmritus von Radio und Fernsehen üben vergleichbare symbolische Gewalt aus. Die Vermittlung wird zu einer festen Einrichtung in der Zeitrechnung aller. Auch hier gilt, dass die Macht schwindet, wenn die Leute diese Fremdbestimmung ihrer subjektiven Lebenszeit nicht mehr mitmachen. Wenn sie aussteigen, wenn sie nicht mehr in die Kirche gehen, wenn sie nicht mehr ihren Tagesablauf von den Programmdaten von Hörfunk und Fernsehen abhängig machen. Die Ritualisierung ist eine Technik, die in jeder Kleingruppe angewendet wird und sich durch Jahrtausende als äusserst flexibel erwiesen hat.

Die zweite Möglichkeit, dem Prinzip der Signalökonomie zu folgen, ist, die Geräte der Mitteilung, die *Medien,* weiterreichend und schneller zu machen, die Stimme zu verstärken durch eine Flüstertüte, Stafetten einzurichten, Schrift durch Druck zu ersetzen. Institutionen dehnen sich mit ihren weiterreichenden Kommunikationstechniken aus.

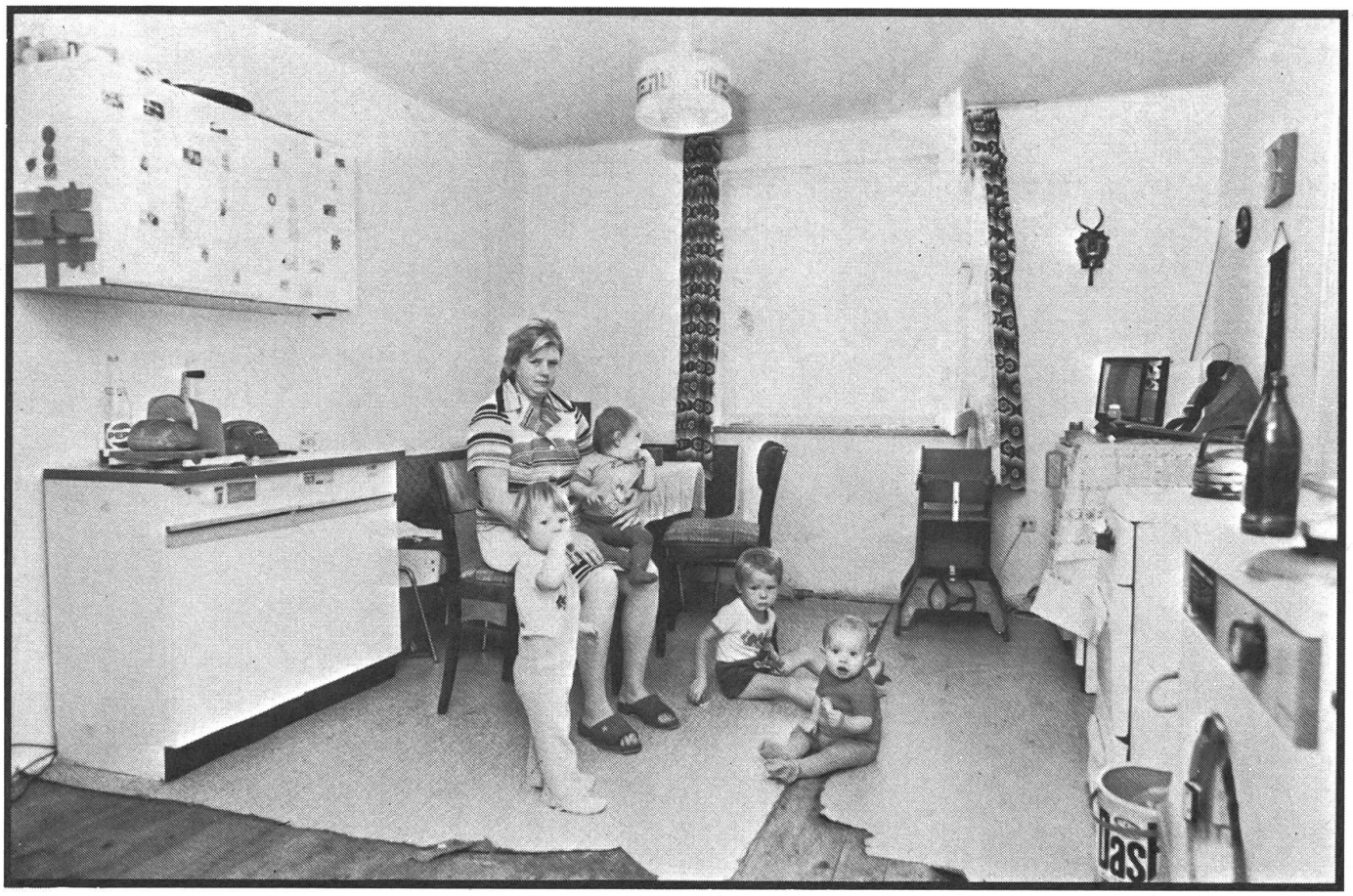
V

Das Fernsehen verbindet beide Möglichkeiten. Sein Programmritus synchronisiert die Millionen und reduziert die Mitteilung auf die traditionelle *Ordnung des Rechtecks,* die diese Millionen verinnerlicht haben. Das Rechteck ist eines der Schlüsselsymbole unserer Kultur. Ehe man annahm, die Erde sei eine Scheibe, hat man sie sich als Rechteck vorgestellt. In der Architektur dominiert es seit dem Übergang zu festen Behausungen anstelle runder Zeltprovisorien. In der europäischen Kunst hat es durch den Bilderrahmen seit der Renaissance zunehmend Bedeutung erlangt. Kriege wurden jahrtausendelang in rechteckigen Schlachtordnungen geführt; und noch heute sitzen Schüler Kinder in rechteckig angeordneten Bankreihen.

Der Bildschirm, ein querformatiges Rechteck, ist deutlich wahrnehmbar eingerahmt. Der Bildrahmen lenkt, wie Simmel im Jahr 1902 bemerkt hat, den Blick nach *innen.* Er trennt innen und aussen. Nur, was im Rahmen bleibt, kann innen sein, wahrnehmbar für andere, Teil des Symbolverkehrs. Daher kommt es, dass, was auf dem Bildschirm erscheint, auch *sozial «in»* ist: Es ist aus dem grossen Feld der Indifferenz, des Ununterscheidbaren, hineingehoben in einen Rahmen, der als solcher Bestandteil unserer privaten Umwelt ist, ein Mobiliar, mit dem wir tagtäglich leben. Das Fernsehen hat sich in jedermanns Alltag eingefügt und damit die Kultur verändert.

VI

Der Bildrahmen trennt also *innen und aussen.* Die positiven Bewertungen von innen überwiegen diejenigen von aussen.



Das deutsche Wohnzimmer

Edeltraut S., 21, Hausfrau, 4 Kinder, Ehemann Hilfsarbeiter: «Wir wohnen hauptsächlich in der Küche. Ich verliere nie die Nerven. Wenn die Kinder mich ärgern, kriegen sie eins auf den Arsch und kommen in ihr Zimmer.»

Innen meint: zugehörig, vertraut, Identifikationsangebot. Aussen: nichtzugehörig, fremd, absonderlich. Die Valeurs im Innen-aussen-Verhältnis sind in der Praxis fliessend, im Medium des Symboltransportes aber kann es nur entweder-oder geben. Die «New York Times» verspricht, alle Neuigkeiten zu drucken, die «fit to print» sind. Im Hörfunk und Fernsehen kann es ebenso nur eine Entscheidung für oder gegen eine Sendung geben. Weil aber die Entscheidung für innen oder aussen auch darüber entscheidet, ob abstrakte Wertvorstellungen durch das technische Medium wahrnehmbar werden, ob die verwendeten Zeichen ein Publikum erhalten oder nicht, ist jede Entscheidung für in oder out eine *politische Entscheidung*. Es gibt also kein unpolitisches Fernsehen, wohl aber unterschiedliche Informationspolitiken, die Kenntnis und Unkenntnis durch Veröffentlichung und Geheimhaltung von Mitteilungen regulieren und subjektive Mängel entweder kompensieren oder verstärken.

VII

Dass der Bildrahmen des querformatigen Rechteckes «Bildschirm» den Blick nach innen lenkt und damit das Zeremoniell sitzender Betrachtung mit dem Programmritus der Fernsehveranstalter verbindet, hat Konsequenzen für die Bildgestaltung. Am «meisten innen» ist die *Mitte*.

Von der Mitte aus teilt sich das Rechteck in vier gleiche Rechtecke links oben/rechts oben/links unten/rechts unten. In der Analyse ist nach dem Wert der vier Rechtecke zu fragen, die durch die Vierteilung des Bildschirms über die Mitte entstehen. Die Bildgestaltung im Fernsehen hält sich an die Koordination oben und unten, links und rechts, welche die Trennung von innen und aussen im Rechteck vorgibt.

Oben gilt im vertikal gedachten Wertsystem als gut, in der visuellen Praxis macht oben Aufsehen und erregt Aufmerksamkeit. Oben wird «höher» bewertet als unten. Wir haben uns deshalb über den Zirkelschluss Gedanken zu machen, den uns die vertikale Orientierung unserer praktischen wie theoretischen Überlegungen aufnötigt. Im Fernsehen «kommt alles Gute von oben», hervorzuhebende Elemente werden oben links ins Bild gesetzt. Wer oben links erscheint, erhält damit das Prädikat gut für wichtig, was unten rechts vorkommt, hat eher

die Bedeutung des Hundes, den alte Maler gelegentlich in die rechte untere Ecke ihrer Bilder plazierten. In der aktuellen Fernsehberichterstattung findet sich rechts unten das Gefolge, wenn über die Treppe der Staatsgast von oben kommend das Flugzeug verlässt, um den roten Teppich zu erreichen. Rechts unten sind beim Nachrichtensprecher die Hände, die das Skript halten, während links oben das Bild oder die Schrift der Thematik eingeblendet ist.

Der Showmaster wie der Staatspräsident treten gewöhnlich von der Mitte oben ins Bild, wie in der Barockmalerei Gottes Sohn oder der Hl. Geist; aber im Gegensatz zum Zeitalter der Emblembücher und der Sinnbilder wird im Fernsehen kein allegorisches Konzept vorausgesetzt, vielmehr das Sinnbildliche geleugnet zugunsten des *Anspruchs auf Authentizität der Aufnahme.* Dieser Anspruch ist eine Fiktion.

Das Subversive vieler Filme besteht im wesentlichen darin, dass die Prädikate oben und unten an Personen, Szenen und Gegenstände (Elemente) verliehen werden, die in der moralischen Bewertung die entgegengesetzten Plazierungen einnehmen. Nicht die Vertikale der Werte wird gestürzt, sie wird anders besetzt.

VIII

Was in der Vertikalen oben ist, ist in der Horizontalen *vorne.* Der Auftritt in die Mitte aus dem Hintergrund vergrössert den Auftretenden, bis er schliesslich das Bild füllt, «total» da ist. Wiederum gilt, dass *gross* mehr bedeutet als *klein,* was bei Gruppenaufnahmen das bekannte Gedränge vor der Kamera hervorbringt. Die Grossaufnahme symbolisiert immer Bedeutung vor anderen.

Auch derjenige, der sich unerwartet vor einer Kamera sieht, neigt dazu, entweder abzuwehren und sich zu decken oder als «Huhumacher» ins Bild zu kommen. Die winkende Bewegung soll ein Detail der Aufnahme hervorheben. Die soziale Rangordnung im Rechteck des Bildschirms umfasst die Abstufungen zwischen dem Huhumacher, der sich ins Bild schmuggelt, und dem von der Regie inszenierten Auftritt, der die protokollarischen Vorschriften reproduziert oder sie im Unterhaltungsprogramm kopiert. Dem Erkanntwerden auf dem Bildschirm wird ein Wert zugemessen, der unsere Politiker längst dazu gebracht hat, sich telegen zu kleiden und die Maske des bedeutenden Biedermannes auf ihren Gesichtern erstarren zu lassen.

Film und Fernsehen sind dank der Aneinanderreihung einzelner Bilder symbolisch dem starren Bild weit überlegen. Sie können durch die Manipulation unserer Wahrnehmung mit künstlich hergestellten Abläufen die einmal erregten biologischen Abläufe des sehenden Subjekts steuern, wohin sie wollen.

IX

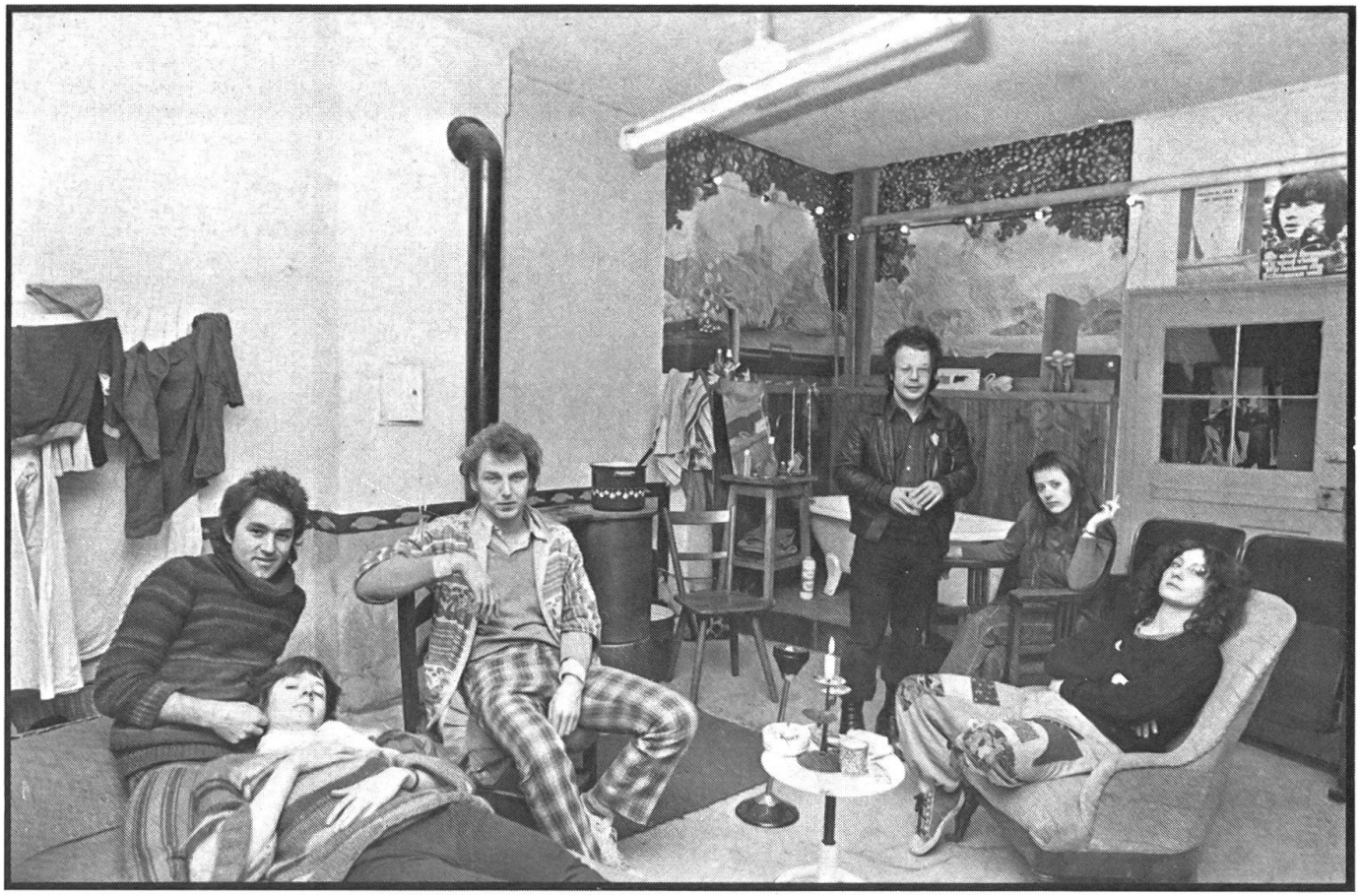
Die *Farbensymbolik* im Fernsehen, die sich seit Ende der 60er Jahre in Europa eingebürgert hat, tradiert und moduliert die alten Bedeutungen. Weiss als die Farbe der Reinheit und des Bekennertums hat in den täglichen Reklamesendungen grosse Bedeutung, oft in Assoziation an die Reinheit der Frau. Grün gilt, wie bei den Troubadours, als Liebesanfang und Farbe der Hoffnung und lässt sich ausserordentlich gut für Werbung und Propaganda bei jungen Leuten einsetzen. Rot, im Christentum einmal die Farbe Gott Vaters, kommt vor, wo Macht und Opfer versinnbildlicht werden sollen, politisch als Farbe der Sozialisten. Politiker tragen vorzüglich blau, weniger weil es die Farbe der kleinen Buben war (im Gegensatz zum Rosa der Mädchen), als aus Gründen der Farbtechnik des Fernsehens, die mit Blautönen besser zurechtkommt.

Wie ein Kunstmaler von den verfügbaren Farbstoffen abhängig ist, so die Fernsehsendung von der verfügbaren Technik. Schwarz, im Schwarzweiss-Verfahren differenziertes Kunstmittel, kommt im Farbfernsehen in seinen symbolischen Bedeutungen für Tod, Finsternis, Sünde vor. Das aussagekräftige Lichtspiel mit Hell und Dunkel, das die Anfänge von Film und Fernsehen bestimmte, wurde von der Farbigkeit verdrängt, wie ja überhaupt unser soziales Leben farbiger geworden ist, als es am Ausgang des 19. Jahrhundert gewesen zu sein scheint.

Im Unterhaltungsprogramm des Fernsehens symbolisieren die Mischungen, Überblendungen und Spiegelungen von Farbe und erregend sein sollendes *Glitzern* das Unstete schlechthin. Dahinter mag die Idee stecken, in den organischen Vorgang subjektiver Lebenszeit möglichst viele Kommunikationen einzubringen, Symbol der Vergänglichkeit also. Unterhaltung nennen wir diejenigen Kommunikationen, die emotionale Mängel für eine Weile kompensieren. Wenn Frieden Freiheit in Ruhe ist, wie Cicero definiert hat, dann ist die Unruhe der Unterhaltungsangebote im Fernsehen ein Zeichen von Unfrieden und verweist auf dahinterliegende Zwänge.

X

Die Symbolik der Bewegungsabläufe im Fernsehen ist eine Form der *Zeitsymbolik.* Sie kommt in drei Varianten vor: als subjektive Lebenszeit zwischen



Das deutsche Wohnzimmer

Thomas T., 26, Journalist, Postbote; Irmi P., 31, Kunst- und Sportlehrerin, Studentin; Michel M., 34, Volksschullehrer, arbeitslos; Achim von P., 30, Theatermaler; Sabine B., 29, Diplom-Soziologin, arbeitslos; Monika H., 28, Magistra der Philosophie: «Was die Leute über uns denken und reden, ist uns gleichgültig.» Fernseher auf dem Bild nicht auffindbar. Eventuell keiner vorhanden, eventuell gut versteckt – weil es sich nicht gehört, oder um das Gerät vor dem PTT-Beamten zu verstekken, der nach Konzessionssündern fahndet.

Geburt und Tod (biologische Zeit), als soziale Zeitrechnung (kalendarische Zeit), als Dauer, abhängig von der Präzision der technischen Zeitmessung (mathematische Zeit).

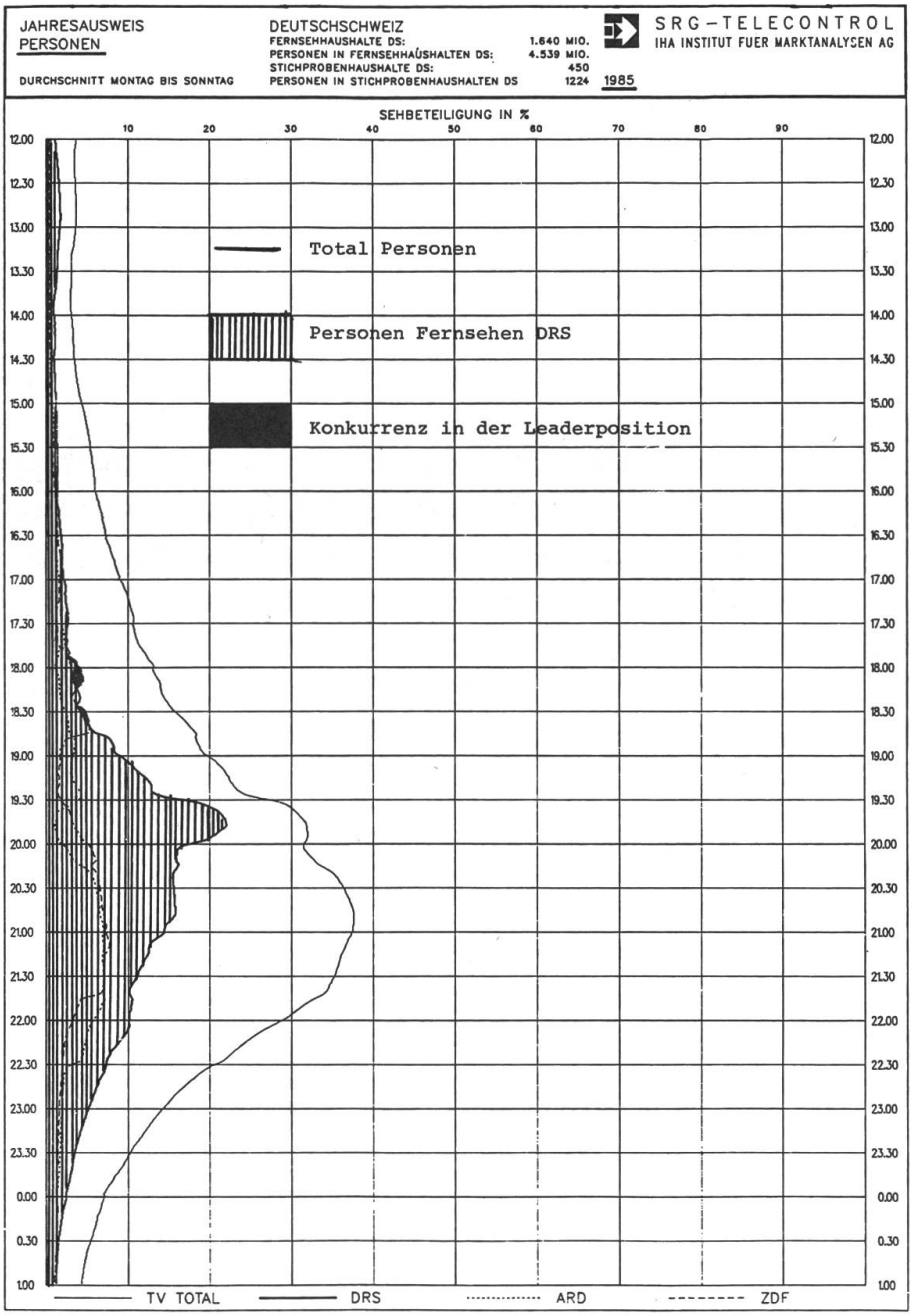
Die Dauer der Einstellungen, also der wahrnehmbaren Sinnbilder im Fernsehen, *verkürzt* sich. Auch diese Entwicklung ist vom Gesetz der Signalökonomie bestimmt, in immer kürzerer Zeit, über immer grössere Entfernungen immer mehr Leute zu erreichen, um die erforderlichen Investitionen rentabel zu machen. Im Augenblick beobachten wir die Anfänge einer neuen Technik, Filmschnitt und -montage aus den Händen der Fachleute und der Regie vorprogrammierten «Schnittcomputern» zu übertragen. Im Gegensatz zum starren Bild, das beliebig oft angeschaut werden kann, solange es existiert, steht das Einzel«bild» im Fernsehen den Betrachtenden immer kürzere Zeit zur Verfügung. Das «Tempo» der Medien bestimmt die «innere Uhr» der Empfänger. Die «fehlende Halbsekunde» (Hertha Sturm) erschwert den Zuschauenden die Interpretation des Gesehenen.

Die Verkürzung steht mit der *Terminierung* der verfügbaren Sendezeiten im Zusammenhang. Möglichst viel ist unterzubringen in den «Hauptsendezeiten», das heisst in jenen Stunden, die zwischen industriellem Arbeitsritus und Nachtruhe die meisten Zuschauer vor den Kasten setzen. Die zu dieser Abendzeit vermittelten Symbole erlangen mehr Ansehen als die zu später Nacht oder am Nachmittag gesendeten. Der Programmritus ist die symbolische Brücke zwischen den Subjekten und dem Kollektiv. Insofern muss das Programm selber als ein Zeichen für die geltenden Werte betrachtet werden. Was zu welcher Zeit für sendbar gehalten wird, gibt unmittelbaren Aufschluss über die Kultursituation.

XI

Informationen allein können die *Folgsamkeit der Massen* nicht erzwingen. Sie verringern Unkenntnis und sprechen subjektive Interessen an.

Das Fernsehen ist in erster Linie *Unterhaltung* und nur mit einem schmalen Programmteil Verringerung von Unkenntnis. Auch die Medienzukunft wird weniger Information als Unterhaltung bringen. Unterhalten heisst, Stimmungs- und Ge-



So verschieden die Wohnzimmer sich darstellen, in den meisten davon trifft der Betrachter auf ein bestimmtes Gerät: den Fernseher (vgl. das Norm-Wohnzimmer aus dem Bilderduden). Man mag darüber staunen, wieviel Lebenszeit der Zuschauer/-innen dieses Artefakt zu binden vermag (vgl. das Diagramm links). Aus diesem Staunen hat Harry Pross eine Theorie entwickelt, die der Signalökonomie. Sie versucht zu verstehen, wie es den verschiedenen Medien gelingt, möglichst effizent eine möglichst grosse Zahl von Leuten für sich und ihre Botschaften zu interessieren.

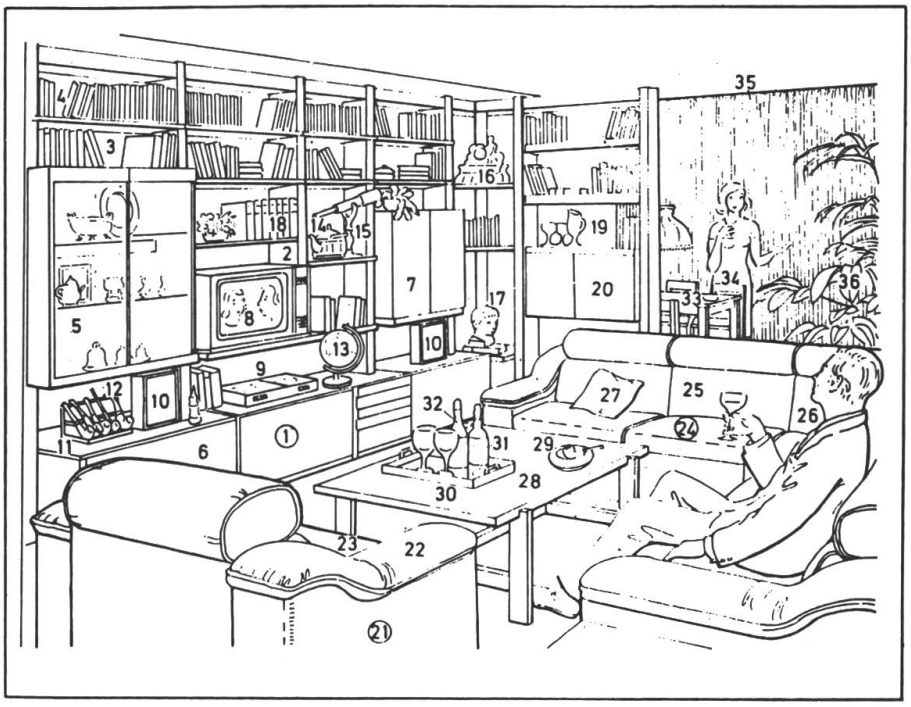
fühlsschwächen für eine Weile zu kompensieren. Unterhaltung spricht emotionale Defizite an, die jedermann von Zeit zu Zeit hat und auszugleichen sich bemüht. Davon lebt die Unterhaltungsindustrie.

Damit diese Industrie aber floriert, muss sie neue Bedürfnisse nach Unterhaltung schaffen. Sie hat deshalb ihre Produktionen so einzurichten, dass der im Programmschema angelegte Ritualismus die Signalökonomie unterstützt. Mit erprobten Mustern werden immer neue Serien produziert, die möglichst viele Zuschauer zum Wiedereinschalten anreizen. Es geht nicht mehr nur darum, den seelischen Haushalt der Zuschauer auszugleichen, sondern ihn im wahren Sinne des Wortes auszubeuten, um die Zukunft der Industrie zu sichern.

In einem Land, in dem die Ärzte davon berichten, dass jeder zehnte Patient, der in ihre Sprechstunde kommt, unter offenen oder maskierten Depressionen leidet, tut sich der Unterhaltungsbranche ein grosser Markt auf. Die Klagen von Eltern und Erziehern über fernsehsüchtige Kinder deuten in dieselbe Richtung. Der Bildschirm macht in vielen Fällen abhängig. Fernsehentzug kann zu hysterischen Ausbrüchen führen, wie die Berliner Untersuchung «Vier Wochen ohne Fernsehen» von Bauer und Baur (1976) gezeigt hat. Die Abhängigkeit vom Fernsehritus stört die Alltagsrituale und löst sie auf. Das führt zu aggressiven Auseinandersetzungen, noch ehe der Inhalt der Sendungen wahrgenommen oder gar erkannt ist. Ob er rational noch erkennbar ist, lassen die Untersuchungen von Hertha Sturm (1984) über die fehlende Halbsekunde füglich bezweifeln.

XII

Nach 50 Jahren *Fernsehen* haben wir ein *Medium, das die Welt auf das Rechteck reduziert* und *dank dieser Reduktion die Seelen der Millionen erreicht.* Es verbindet die Einzelnen über den Ritus der Programme mit Herstellern, die der einzelne Empfänger nicht kontrollieren kann. Je teurer die Investitionen werden, desto geringer wird die Chance des Publikums, auf die Qualität der Programme Einfluss zu nehmen. Die Konkurrenz um die Hauptsendezeit, die das kalendarische Ritual und der industrielle Arbeitsritus vorgeben,



1 die Stollenanbauwand (Schrankwand)
2 der Stollen
3 das Bücherregal
4 die Bücherreihe
5 die Anbauvitrine
6 der Unterschrank
7 das Schrankelement
8 der Fernseher
9 die Stereoanlage
10 die Lautsprecherbox
11 der Pfeifenständer
12 die Pfeife
13 der Globus
14 der Messingkessel
15 das Fernrohr
16 die Aufsatzuhr
17 die Porträtbüste
18 das mehrbändige Lexikon
19 der Raumteiler
20 der Barschrank (das Barfach)
21–26 die Polsterelementgruppe
21 der Polstersessel (Fauteuil)
22 die Armlehne
23 das Sitzkissen
24 das Sofa
25 das Rückenkissen
26 die Rundecke
27 das Sofakissen
28 der Couchtisch
29 der Aschenbecher
30 das Tablett
31 die Whiskyflasche
32 die Sodawasserflasche
33–34 die Eßgruppe
33 der Eßtisch
34 der Stuhl
35 der Store
36 die Zimmerpflanzen *f*

führt notwendig zu Niveauverlusten.

E. H. Gombrich hat darauf hingewiesen, dass ein Bild sowenig wahr oder falsch sein kann wie eine Aussage blau oder grün. «Wahr» oder «falsch» können nur sprachliche Aussagen sein; aber oben-unten im Bild sind weder «wahr» noch «falsch». Darüber wird zu wenig nachgedacht. Es ist deshalb die scheinbare «Objektivität» des Bildes, die das Fernsehen zu einem Werkzeug moderner Magier macht, und die der Analyse des Symbolsystems Fernsehen die grössten Schwierigkeiten bereitet. Der titulierende, kommentierende Text kann auf die Wahrheit oder Falschheit seiner Aussagen hin kritisiert werden, das Bild nicht. Es spricht unsere praktische Erfahrung an, und diese Erfahrung ist nach 50 Jahren Fernsehen als Erfahrung im Umgang mit dem Medium noch wenig entwickelt. Die Welt, reduziert aufs Rechteck des Bildschirms, ist nicht verständlicher, sondern komplizierter geworden. ■

Harry Pross, emeritierter Professor für Publizistik, Semiotik und Kommunikationstheorie, Freie Universität Berlin

KURZ NOTIERT

«Kamera läuft» in neuem Gewand

Die Filmsendung des Fernsehens DRS wird neu gestaltet. Madeleine Hirsiger, die seit dem 1. Januar 1987 die Filmredaktion leitet, hat für das künftige Konzept erste Ideen entwikkelt, die jetzt im Detail geprüft und ausgearbeitet werden. Start der neuen Filmsendung ist Sonntag, der 1. März 1987. ■

Regionalfernsehen während der Muba?

Der Verein Basler Regionalfernsehen will während der Schweizer Mustermesse (Muba) einen Regionalfernseh-Kurzversuch durchführen. Ein entsprechendes Gesuch ist Mitte Januar beim Eidgenössischen Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement (EVED) eingereicht worden. Während der Muba, vom 14. bis 23. März 1987, soll täglich auf einem noch zu bestimmenden Kanal von 18.30 bis 19.30 Uhr ein Regionalprogramm ausgestrahlt werden. Dieses wird ergänzt durch ein von der SRG zur Verfügung gestelltes Rahmenprogramm. Der Kurzversuch soll dazu dienen, die finanziellen, technischen, organisatorischen und programmlichen Voraussetzungen für regionales Fernsehen im Rahmen eines Kooperationsmodells zu testen.

Das Programm wird in der Region Basel terrestrisch, also drahtlos, wie auch über Kabel zu empfangen sein. (Die Stadt Basel selber ist nicht verkabelt.) Nach Angaben der Veranstalter werden die noch offenen sendetechnischen Fragen zurzeit von den PTT studiert. ■