

Das *Golden Age* des TV

A tree is best measured when its down: Die einstige Größe des TVs in Deutschland und den USA - und die Familie. Was ist das : Unterhaltung?

<http://www.fernsehmuseum.info/die-fernseh-story.html>

Als 1954 Deutschland die Fussballweltmeisterschaft gewinnt, war das ein Radio-Ereignis. Man kennt den Tor-Schrei des Reporters Herbert Zimmermann für den NDR (zu dem alle damaligen deutschen Radiosender zugeschaltet waren). Eine TV-Übertragung gab es auch, bei nur ca. 20.000 verkauften Fernsehgeräten (1952 waren sogar erst 2000 Geräte produziert) ist das jedoch auch dann marginal, wenn man bedenkt, dass durch die damals noch üblichen Fernsehstuben und Gaststätten eine höhere Anzahl geguckt haben dürfte³.

Der Fernsehbetrieb in der Bundesrepublik Deutschland war erst am 25. Dezember 1952 aus einem Hochbunker in Hamburg wieder aufgenommen werden. Erst 1955 stellte Philips einen Fernseher vor, der alle europäischen Normen empfangen konnte. 1957 waren es allerdings schon 783000⁴ Geräte, die verkauft waren. Während erste Test-Sendungen vom NWDR 1950 in Hamburg durchgeführt worden waren, wurde der Fernsehbetrieb Weihnachten 1952 feierlich aufgenommen, auch vom NWDR. Der Sendestart wurde von hoch fliegenden Absichtserklärungen begleitet. Nur wenige Stunden wurden täglich gesendet. Erst ab Ende der 50er Jahre sendete die ARD 5 Stunden Programm.

1953 übertrug NWDR eine Show mit Willy Millowitsch, der Intendant beschwerte sich danach, das entspreche nicht dem Kulturauftrag (Traum vom Sehen, S.42)

³ Der erste in der Bundesrepublik nach dem Krieg in Serie hergestellte Fernseher war der Telefunken FE8. Er kostete 1000 DM. Die Preise für Fernsehgeräte fielen im Laufe der Jahre, und 1957 wurden die ersten Geräte unter 1000 DM angeboten. In den 50er Jahren war Fernsehen ein Statussymbol und nur für Wohlhabende erschwinglich, das gilt besonder für sogenannte Fernsehtruhen, die Fernseher, Radio, Plattenspieler und manchmal auch noch ein Tonbandgerät in einem meist truhenartigem Gehäuse vereinigten.

In der DDR begann der offizielle Fernsehbetrieb wenige Tage vor dem westdeutschen Fernsehstart am 21. Dezember 1952 (Stalins Geburtstag). Der erste offiziell verkaufte Fernseher war der vom Sachsenwerk hergestellte Rembrandt 852B (mit runder Bildröhre). Der Vorgänger, Leningrad T2, war hauptsächlich für Reparationsleistungen an die Sowjetunion gedacht.

⁴ Der Traum vom Sehen, S. 30

Als der NWDR Weihnachten 1952 ganz offiziell den Fernsehbetrieb aufnahm, verbindet sich Enthusiasmus bereits mit familiären Gefühlen und Kaufinteressen:

„Wir versprechen Ihnen, uns zu bemühen, das neue geheimnisvolle Fenster in ihrer Wohnung, das Fenster zur Welt, Ihren Fernsehempfänger, mit dem zu erfüllen, was Sie interessiert, Sie erfreut und Ihr Leben schöner macht... Es kommt auf uns an, ob dieses technische Mittel schadet oder nützt. Ich meine, wir könnten mit ihm die Ausdrucksmöglichkeiten des Menschen vermehren, und wir sollten es dazu benutzen, das grosse Wunder des Lebens im Reichtum seiner Formen und Inhalte anzuschauen und zu erkennen... Das Fernsehen schlägt Brücken von Mensch zu Mensch, von Völkern zu Völkern. So ist es wohl wirklich das richtige Geschenk, gerade zu Weihnachten...“
Ansprache des Intendanten Werner Pleister. (in Traum vom Sehen, S.33)

Der BR führte als erster Sender 1956 Werbung ein.

Erste Werbung, Persil mit Liesl Karlstadt und Beppo Brehm:

http://www.youtube.com/watch?v=s2iVRi0_EDg

Fernsehen war in den 50er Jahren Live-Fernsehen. Wenn es Spielfilme gab, wurden sie vom Monitor/Leinwand 'live' abgefilmt. Erst Ende der 50er Jahre konnte mit den Ampex Bändern Sendungen aufgezeichnet werden und zeitversetzt gesendet werden.

Der Beginn regelmäßigen Fernsehens liegt in den USA ebenso wie in der Sowjetunion in jeder Hinsicht um einige Jahre früher. Allerdings nur einige Jahre, denn für beide gilt - ich werde darauf in der nächsten Sitzung näher eingehen --, dass der Krieg die schon vorher bestandenen Fernseherfolge unterbrach und das Fernsehen, bzw. die Fernsehtechnik ausschließlich Kriegsinteressen unterstellte.

In den USA gab es 1946 auch erst 10.000 Haushalte, die über ein Gerät verfügten. 1948 waren es schon 1 Mio und 1955 150 Mio, was einer 'Sättigung' von 98% aller Haushalte entspricht: einer unglaublich hohen Quote. Das gibt eine Idee von der extremen Dynamik, mit der sich das Fernsehen entwickelte.

In Deutschland wurde die „Wartephase“ der unmittelbaren Nachkriegsjahre überbrückt mit einer überaus weit verbreiteten Programmzeitung, die aber, wie der Name schon sagt, dem Radio bestimmt war, nämlich der bereits seit 1946 erscheinenden HÖR ZU. Die Zeitschrift unter ihrem Chefredakteur Eduard Rhein, der bereits die fernseh-Versuche im

faschistischen Deutschland propagandistisch begleitet hatte, berichtete unablässig von dem enormen Erfolg, den das neue Medium Fernsehen in den USA, England und Japan feierte.⁵ Fernsehen, von ihm als „Lockruf des Wunders“ ins Übersinnliche überhöht, existierte in Deutschland also schon bevor es existierte, eine Form der Erwartung oder Antizipation, die für die Frage, wie Fernsehen gesellschaftlich angenommen oder sogar herbeigesehnt wurde, noch sehr wichtig werden wird.

-

Kludia Wick: Ein Herz und eine Seele. Wie das Fernsehen Familie spielt. Herder, Freiburg 2007. 189 S., 11,90 Euro.

5(Lu Seegers in Traum vom Sehen TvS S.29)

FAMILIE UND DIE NICHT DARGESTELLTE WELT DER ARBEIT



Eine amerikanische Familie beim Fernsehen, ca. 1958

Frühe Familien-Shows

donna reed show, trailer: <http://www.youtube.com/watch?v=2ftKJe96N28>

trailer dallas mit donna reed, <http://www.youtube.com/watch?v=1aJpwA0n5SU>

Das Fernsehen im golden age ist - glaubt man der Vermittlung in der Durchsetzungsphase in Werbeanzeigen - das Fernsehen der Familie.

Für den britischen Medientheoretiker John Ellis ist das Fernsehen „ein zutiefst häusliches Phänomen“ (46). „Die Hersteller von Geräten gehen schon seit langem davon aus, dass der häusliche Bereich ihr Absatzmarkt ist“. „Der Fernsehapparat ist ein weiterer Haushaltsgegenstand, oft auch der Ort, auf dem Familienfotos ausgestellt werden: Der Blick (glance) auf die Bildschirmpersönlichkeiten wird durch die Anwesenheit 'unserer Lieben' unmittelbar ergänzt. Fernsehen ist ebenso intim wie alltäglich, eher Teil des häuslichen Lebens als ein besonderes Ereignis.“

Ellis diagnostiziert, dass das Fernsehen sich das häusliche und alltägliche Publikum in Form der Familie vorstellt. „'Das Heim' und 'die Familie' sind Begriffe, die in der kommerziellen Kultur des 20. Jahrhunderts eng miteinander verbunden sind. Beide verweisen auf eine machtvolle kulturelle Konstruktion, eine Ansammlung tief verankerter Annahmen über die Natur der 'normalen' menschlichen Existenzform. Man hält die Familie für eine besondere, aus Eltern und Kindern bestehende Einheit: das Fernsehen nimmt an, dies sei Grundlage und Zentrum seines Publikums. In der gängigen Vorstellung des Fernsehens von Familie gibt es zwei Elternteile und zwei Kinder, der Vater arbeitet, die Mutter führt den Haushalt, die Kinder gehen noch zur Schule. Diese Konzeption wird in vielen Formen der Werbung, in der Art, wie Statistiken in den Nachrichten interpretiert werden ('für die Durchschnittsfamilie bedeutet das....'), in Familien, die für Quizshows ausgewählt werden, oder in 'Familien', die in allen Arten fiktionaler Repräsentation gezeigt werden, deutlich.“ (46f)

Aber, so hält er dagegen: genau das entspreche keineswegs der Realität der Verhältnisse: „Allgemein trifft die Annahme einer Kernfamilie auf weniger als 5% der Bevölkerung zu“. Statistiken der Regierung zeige, dass nur „ein Drittel der Haushalte aus Mann und Frau mit Kindern bestehe. Meistens geht die Frau zudem einer regelmässigen Arbeit nach.“ (46)

Wie ist dieser Widerspruch zu verstehen? Hier liegt der Verdacht nahe, dass die Medien manipulieren, dass sie die Bevölkerung über die tatsächliche (Familien)Realität täuschen wollen, dass sie eine heile konservative Welt suggerieren. In diesem Sinne spricht die Kritische Theorie hier von Ideologie, oder, wie Jacques Donzelot 1979, von einer „Familienpolitisierung“ (Donzelot, Die Ordnung der Familie)

Ellis schreibt seinen Text 1991, er spricht also in erster Linie über die 80er Jahre. Aber was ist mit den 50er Jahren? Aus dieser Zeit stammen ja genau die Bilder der perfekten und lustigen Familien. Was ist die Familie in den 50er Jahren?

Ellis Analyse trifft - aus vielleicht ganz anderen Gründen - besonders auf die 50er Jahre zu. Die Familien waren zum größten Teil zerstört und die Frauen waren kriegsbedingt an Lohnarbeit gewöhnt. Der Zweite Weltkrieg hatte einen beträchtlichen Anteil der Ehemänner oder der Söhne getötet. In Deutschland sind es 3,5 Mio Soldaten (aber auch

über 2 Mio Zivilisten). Dazu kommen 170.000 getötete als jüdisch identifizierte Menschen und eine sehr viel größere Zahl emigrierter Familien und Einzelpersonen. In der Sowjetunion sind es unglaubliche 20 Millionen Menschen (darunter 6 Mio Zivilisten und 1 Mio jüdische Menschen, in Japan sind es über 1 Mio gefallene Soldaten (zit. nach *F. W. Putzger: Historischer Weltatlas, Velhagen & Klasing, 1969*). In den USA sind es sehr viel weniger Menschen (390.000), dennoch hat auch hier der Weltkrieg das Land tief verändert. Dazu gehört durchaus auch die Veränderungen in der Beziehung der Geschlechter oder der Familienordnung.

Dass die 50er Jahre als restaurativ gelten, das ist ein Gemeinplatz. Aber was heisst das: die alte Ordnung wurde wieder hergestellt. Aber hier beginnt schon die Entstellung, die Täuschung. Zu welcher Ordnung denn zurück. Das Zurück an den Herd, das heute noch von Eva Herrmann medienwirksam aufgebracht wird, ist ja in jeder Hinsicht unklar: die Ehefrauen des gehobenen Bürgertums waren auch vorher nicht am Herd gewesen und die Frauen der Arbeiterklasse mussten schon früh arbeiten.

An dem Typ Familie und Haushalt, der hier traditionell wieder entdeckt wird, ist vieles neu, modern. Es wird ein Raum geschaffen, der jenseits der Arbeit liegt, jenseits der Härten der Welt. Ein Raum, der nur aus Zuwendung, Rekreation - ökonomisch gesprochen: Reproduktion - besteht. Aus Liebe, könnte man sagen.

Entscheidend ist aber, dass hier die Rede ist von einem Bild, von einer Norm. Norm will hier sagen, dass das Bild regulierend wirkt, auch und gerade da, wo es nicht existiert. Jede Familie, das am eigene Leibe erlebt, dieser Norm nicht zu entsprechen, kann (oder muss) sich dann als Ausnahme sehen, denkt vielleicht, nur temporär keine 'richtige Familie' zu sein, bald aber werde das sich schon alles wieder richten.

Die us-amerikanische Kulturwissenschaftlerin Lynn Spiegel diskutiert Fernsehen der 50er und 60er Jahre ebenso in erster Linie im Zusammenhang der Familie. Sie analysiert Fernsehwerbung in Wohnungszeitschriften und Frauenzeitschriften. Das Fernsehen wird darin gesehen als tief durchdrungen von 'Nähe', Dabei geht es einmal um ein Versprechen, das sie in den Anzeigen findet, dass nämlich Fernsehen Familie näher zusammen bringen könnte. Dieses Zusammenbringen - das Frauenmagazin *Mc Call* prägt 1954 den Begriff *togetherness* in Zusammenhang mit dem Fernsehen (218) -- ist buchstäblich gemeint - die Familie verbringt die Abende zusammen, im selben Raum. Dieser Vorgang, das Zusammen vor dem Fernseher, ist geradezu das „kulturelle Symbol

des Familienlebens geworden“ (220). Das ist interessant, wir mögen von heute aus dazu neigen, im 'Hocken vor der Glotze' gerade das Fehlen von Nähe oder Gemeinsamkeit zu sein, wir sehen eher Beziehungslosigkeit und Ferne darin. Wir nehmen sogar an, dass Fernsehen Nähe verhindert, man hätte ja auch zusammen reden können (oder wenigstens ein Gesellschaftsspiel machen). Der Begriff der togetherness 1954 geht aber eher davon aus, dass es ein Medium gibt, das alle ausreichend interessiert, ja sogar fasziniert, dass sie 'freiwillig' zusammenkommen, dass sie (die Jugendlichen) „von der Strasse kommen“. In diversen Studien schon vom Ende der 40er Jahre werden Befragte zitiert, die glaubten, dass diejenigen, die schon lange einen Fernseher hätten, mehr Familiensolidarität empfinden würden, dass es eindeutig sei, „Fernsehen habe den Effekt gehabt, die Familien häufiger als zuvor zu Hause zu halten. (225). Schon 1956 geben Befragte an: „Wir schalten um 15 Uhr ein und gucken bis 22 Uhr. Wir gehen niemals aus.“ (226), andere sehen darin sogar die idealen Hilfen für das Führen von Ehen.

Warum der Erfolg des Fernsehens? Hatten „die jungen Leute nichts besseres zu tun?“. Wollten sie nicht lieber „nach draussen“, um dort was zu tun? Tanzen, Musik hören.

Gibt es etwas spezifisches, das die Gesellschaften dazu brachte, fern zu sehen, etwas, für das Fernsehen dann nur das Passstück ist, oder ist Fernsehen eine derart machtvolle Sache, dass sie jede Gesellschaft „unterworfen“ hätte (hätte es das Fernsehen schon gegeben)? Und was motiviert die heutige Nachlassen seiner Wirkung.

Das Fernsehen hat den WW2 nicht gebraucht um erfolgreich zu sein. Und dennoch ist seine Erfolgsgeschichte mit ihm verbunden. Nicht nur in Deutschland ist die Situation restaurativ. Man besinnt sich auf frühere Werte (Beruf, Familie), die durch den Kontrast zur Erfahrung der Vernichtung im Weltkrieg Sicherheit versprechen.

„Die Welt in Deinem Heim“ Slogan des IFA-Vorläufers 1953

Joshua Meyrowitz (Autor von No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour (Oxford Press, 1985)

Fernsehen fordert und fördert die Trennung zwischen Arbeit und Freizeit, Politik und Privatem und verstärkt auch gleichzeitig dessen Gegenteil, es diffundiert die Grenze

zwischen privat und öffentlich. Die Kinder und die Hausfrauen, die aus der wirklichen Welt herausgeschnitten werden, werden gleichzeitig genau an diese Welt herangeführt und ihr extrem ausgesetzt. Es unterhöhlt die Autorität von Eltern und zeigt, wie unsicher sie als Eltern sind. Für Meyrowitz gilt das auch dann, wenn die Serien den Anschein geben, sie reproduzierten konservative Werte. Die Familienshow *Father knows best* (ab 1954 auf CBS, später NBC) ist für ihn ein geeignetes Beispiel. Die Show startete 49 als Radio Show und war dabei sehr viel sarkastischer.

YOUTUBE FATHER KNOWS BEST

opening season 1 1954): <http://www.youtube.com/watch?v=-D27Gj0rlpE&NR=1>

opening season 3: <http://www.youtube.com/watch?v=BiW1gXgOsSU&NR=1>

opening season 6: http://www.youtube.com/watch?v=8_uRQI_9sD4&NR=1

http://www.youtube.com/watch?v=4Y1__b6uyxg

In einer Folge bemerken die Kinder, dass ihre Eltern nie vor ihnen streiten. Etwas später in der Folge versucht der Ehemann (Robert Young) seiner Frau (Jane Wyatt) das Autofahren beizubringen, darüber geraten sie jedoch in Streit. Sie schreien sich im Wohnzimmer an. Die Kinder haben das bemerkt, setzen sich heimlich übereinander auf die Treppe und hören mit. Als die Eltern das bemerken, fühlen sie sich ertappt. Aber die Kinder applaudieren: „Great show. You were just pretending to argue for us because of what we said, right?“ Die Eltern wissen nicht, was sie sagen sollen, bestätigen das aber dann zur Befriedigung der ganzen Familie. Ende der Show. Aber, sagt Meyrowitz, die Kinder *in* der Show wurden getäuscht, aber die Kinder zu Hause, vor dem Fernseher, die wurden nicht getäuscht. Sie sehen, dass diese Eltern lügen, dass sie versuchen ihre Kinder zu manipulieren, um alles perfekt aussehen zu lassen. „This makes real children much more suspicious of real adults. It makes them wonder what own parents are hiding from them. It teaches them that deception is part of raising children, and it encourages them to try and uncover such deception. So it's a very exposing view of adulthood. (From receiver to remote control, S. 40)

Das golden age des TV 2

Fernsehen und die Ambivalenzen der Familie. Was ist das : Unterhaltung?

Ich beginne mit einem Vorspann, der erst einmal etwas entfernt zu sein scheint von dem Thema, das ich wieder aufnehmen möchte, Fernsehen mit Beginn des Massenfernsehens und der Familie.

Ich gehe die Zeitung durch von gestern. Berliner Zeitung, 28.10.09 Es geht also um ein Medium, das es vor dem Fernseher gab und das sich von Fernsehen bedroht fühlte und auch tatsächlich heute immer noch in der Krise ist.

Auf der Titelseite eine Polemik über einen Plan von Pro7Sat1. Der Artikel macht sich darüber lustig, dass der kränkelnde Sender ankündigt, er wolle nun seine Kunden bezahlen lassen.

„Jene fatale ‚Nähe‘ des Fernsehens, Ursache aus der angeblich gemeinschaftsbildenden Wirkung der Apparate, um die Familienangehörige und Freunde, die sich sonst nichts zu sagen wüßten, stumpfsinnig sich versammeln, befriedigt nicht nur eine Begierde, vor der nichts Geistiges bestehen darf, wenn es nicht in Besitz verwandelt, sondern vernebelt obendrein die reale Entfremdung zwischen Menschen und zwischen Menschen und Dingen.“ Adorno, Prolog fürs Fernsehen 1952/53

Das Idealbild der (Klein)Familie begleitet die Einführung des Fernsehens. Die Werbungen für das neue Medium (und neue Konsumgut) Fernsehen richteten sich an Familienzeitschriften und an Hausfrauen. Hier soll also die Anschaffung motiviert werden und hier konnte die unglaubliche Verkaufsdynamik realisiert werden. Es handelte sich um einen der wichtigsten ökonomischen Zukunftsmarkt in den Industrienationen. Das Familienbild ist aber auch etwas, das durch die Werbung mit hervorgebracht wird oder verstärkt wird. Liebe und Familie sind also Ursache der Vermarktung (oder sein Rohstoff) und sein Zielprodukt. Aber es kommt noch ein Schritt dazu: Das Fernsehen selber stellt Familienidyllen in den Mittelpunkt seiner Programme. Sie schafft damit einen dargestellten Raum der Familienliebe, geprägt von Gemeinsamkeit und Ruhe, von 'fataler Nähe', wie Adorno schimpft, von Intimität. Diese Intimität mit sich und

miteinander - als Familie - hat es nicht immer schon gegeben, aber sie ist auch nicht durch das Fernsehen entstanden. Diese Intimität und Innerlichkeit ist in seiner Entstehung aber eng mit der Entstehung von Kindheit und Familie verbunden.

In der traditionellen Gesellschaft hatte die Familie „keine affektive Funktion“, wie der Historiker Philippe Ariès in seiner Studie *Geschichte der Kindheit* feststellt (S. 47). Gefühle zwischen Ehepartnern und zwischen Eltern und Kindern mögen zwar vorkommen, bzw. im Laufe entstehen, aber sie sind nicht wesentlich, sie sind nicht notwendig und sie haben - würde ich hier hinzufügen - auch keinen Raum.

Ein Ausschnitt aus *Das Weisse Band* von Michael Haneke zeigt: Der Raum ist da, es gibt ein Wohnzimmer, die Kinder kommen darin auch vor, als muntere lebendige Wesen, aber sie dürfen den Raum nicht dominieren. Für die Erwachsenen bleibt es ein Raum, in dem man sich nicht gehen lässt, es gibt vielleicht ein Ausruhen darin, ein Erholen, aber weitere Gestaltung spielt keine Rolle. Aber für einen Rückzug in das Eigene einer Zweierbeziehung gibt es keinen Raum, er wird nicht gebraucht. Das Wohnzimmer oder die Gute Stube kann der Familiengemeinschaft dienen, eigentlich wird sie aber eher - falls überhaupt -- in der Küche stattfinden können. Erst das neuzeitliche Wohnzimmer plant und designt diesen Raum.

Würde man hier einen Fernseher hinstellen, würde das natürlich nichts ändern. Und dennoch kann man sich hier *Deutschland sucht den Superstar* schlecht vorstellen.

Ausschnitt aus *Das Weisse Band* (Michael Haneke, 2009).

Es kommt in der Nachkriegszeit zu einer enormen Explosion dieser Intimität und zu einer ebensolchen Ausnutzung dieser Intimität.

Was ist passiert zwischen der Steife familiären Lebens im 19. Jahrhundert und dem übergriffigen Leben aus *Rebel without a cause*.

Für Ariès kommt es zu diesen Veränderungen, weil Kinder das Schulsystem Kinder und Erwachsene trennt, sie mischen sich nicht mehr einfach unter die Erwachsenen. Früher, bevor es Schulen gab, existierte eine Art 'Lehrverhältnis' zwischen Kindern und Erwachsenen, das aber mit dem 7. Jahr aufhörte. Seit der Einführung der Schulpflicht gehen die Kinder, wie Ariès sich ausdrückt, in der Schule „in Quarantäne“, sie werden

„weggesperrt“. Diese Isolation der Kinder erfordert stärkere Familienbande, schafft aber eine doppelt isolierte Zone. Gerade diesem, so folgert Ariès, entstammen auch die Probleme, die für den Übergang zwischen Kindheit und Erwachsenenalter gelten.

Lynn Spigel argumentiert in Hinblick auf die Wirkungen des Fernsehen mit einem einerseits-andererseits, neben den positiven Erwartungen an das Fernsehen gebe es auch die Angst vor der Invasion durch die Medien, vor einer (Macht-)Übernahme der Maschine, vor Abhängigkeit, vor Passivität. Sie macht diese Tendenz noch an einem anderen Punkt fest, nämlich an der aufkommenden Angst, das Fernsehen löse die Geschlechterrollen auf und 'entmanne' den Mann, stürze Autoritäten. Obwohl also Fernsehen die Familienstruktur überhöht, zur ultimativen Norm erhebt und mit dem individuellen Glück gleichsetzt (=Ideologie), bewirkt es, so die Angst, auch das Gegenteil. Wie kann es dazu kommen? Hier kommen mehrere Dinge zusammen. Die Trennung von Arbeit und Familie/ Freizeit führt bei einer sich zunehmend auf Massenkonsum ausrichtenden Ökonomie zu einer zunehmenden Abwertung der Arbeit und einer Aufwertung der Freizeit. Die ganze Entwicklung der consumer goods kann sogar insgesamt verstanden werden als eine Verkürzung der Arbeitszeit (auch der häuslichen Arbeit mit Waschmaschine, Staubsauger, Trockner, Spülmaschine), der immer mehr Freizeit erzeugt, mit der etwas angefangen werden muss, die genutzt werden muss, womit sie weitere Freizeitangebote verlangt. Damit könnte ein Raum geschaffen sein, der von Arbeit befreit ist, der zur allseitigen Entfaltung der Persönlichkeit da ist, ein Raum der Liebe. Tatsächlich könnte das als Ziel der Arbeitskämpfe betrachtet werden, wie sie in den 60er Jahren weltweit ausbrachen. Aber es kommt eben zu den vielen Ambivalenzen, wie auch der, die der us-amerikanische Medienwissenschaftler Neil Postman in *Vom Verschwinden der Kindheit* (1983) diagnostizierte, nämlich dass Kindheit aufgehoben werde. Alles, was früher Eltern ihren Kindern an Lebenserfahrung voraus haben, habe sich heute verkehrt: in der Welt, um die es heute geht, kennen Kinder sich besser aus. Sie können besser mit Medien umgehen, sie teilen die selben kulturellen Universen (Pop bis Simpsons) und andere Parameter spielen keine Rolle. Wichtig ist an dieser Annahme sicherlich auch, dass eben der Fernsehraum als leer angenommen wird.

BEISPIEL Nicholas Ray, REBEL WITHOUT A CAUSE (1955)

Nicholas Rays Kinofilm von 1955 ist eine unglaublich genaue und sensible Darstellung eben solcher Fragen. Der Film ist bei genauerem Betrachten interessanterweise ganz

anders, als sein Image vom unendlich coolen und aufsässigen James Dean annehmen lässt. Man kennt von dem Film nicht nur die Posen von Dean, sondern auch das Autorennen. Stattdessen stellt der Film Kinder dar, die in erwachsenen Körpern stecken und diese Körper als Waffen erleben, mit denen sie nicht umgehen können. Schon am Anfang des Films werden die beiden Hauptfiguren, Jim Stark und Judy extrem regressiv dargestellt. Jim lallt, ist betrunken, kindisch, der übergriffigen Liebe seiner Eltern ausgeliefert. Judy wirkt ähnlich beschädigt, offensichtlich ist sie besessen davon, von ihrem Vater wahrgenommen zu werden.

0-3, judy mit analytiker 0-20 liebe der eltern, 0-40 vater mit schürze, 0-59 judy kommt nach hause, 1-1-40 gespräch mit vater

Married...with Children (Fox, 1987-1997) Eine schrecklich nette Familie

<http://www.youtube.com/watch?v=EplvvU9XYYk>

http://www.youtube.com/watch?v=U2aNqO_gSVQ&NR=1

Die vom Fernsehen gestiftete Nähe und Intimität, diese Liebe, im Glücken oder im Scheitern, ist die eines Glücks, das ohne Geld und Konsum auskommt. Liebe ist die billigste oder die am freiesten zur Verfügung stehende Sache. Erstaunlich eigentlich, dass sie in einer Gesellschaft, die derart auf Konsum und Profit ausgerichtet ist, zentral ist.

Ein gängiges Klischee ist hier, dass Geld und Konsum der Ersatz ist für die Liebe, die nicht da ist. Aber wie schon das Beispiel aus *Rebel without a cause* zeigt, es ist ja nicht so einfach, was falsche und was richtige Liebe ist. Und ausserdem ist der sorgsam ausgestattete Innenraum der familiären Liebe nicht einfach in einen Gegensatz zu setzen zum Konsum. Man denke nur an Weihnachten, an die innige Vermischung von Konsum und Liebe und dem Zwang zur Liebe.

Aber hat das alles besonders viel mit Fernsehen zu tun? Oder ist das vielleicht eher eine Psychopathologie, vielleicht auch eine gesellschaftliche? Und Fernsehen spielt darin nur eine untergeordnete Rolle?

Ich habe versucht, zu zeigen, dass Fernsehen nicht abschliessend zu definieren ist oder

einzuschliessen in einen Gegenstandsbereich, dass es aber dennoch zu dominant ist oder gewesen ist, um die Frage einfach nur offen zu lassen. Wenn also Fernsehen hier so prominent performt in der Ausstattung der Familie im wirtschaftsliberalen Demokratien der Nachkriegszeit, dann betrifft das den eigentlichen Begriff von Fernsehen, denn Fernsehen war nie so stark 'Fernsehen' als da, wo es den Betriebsraum der Nachkriegsgesellschaft bestückt, nie war es so prototypisch, so exemplarisch, so paradigmatisch.

Nimmt man an dieser Stelle einmal die zentrale Stellung des Fernsehens für die Kultur der Nachkriegszeit als gegeben an, dann stellen sich zwei Fragen: wieso konnte es dazu kommen, wieso bleiben die Menschen zu Hause, warum gucken sie gerne, warum machen sie das in der Familienstruktur? Warum ist Werbung und werbeförmige Unterhaltung so anziehend, so bindend? Was ist überhaupt Unterhaltung? Das ist die eine Frage, die andere kommt danach: Wie wirkt sich die Fernsehpraxis aus? Verdummt die Gesellschaft? Reduziert sie sich auf das Niveau, das vom Fernsehen angesprochen wird? Kommt es zur grossen Nivellierung, zur Verflachung?

Aber die Art, wie man diese Frage angeht, setzt bereits eine politische Entscheidung voraus, die genau diese Nachkriegsphase dominiert hat: Sehe ich in erster Linie das Angebot und die Freiwilligkeit, die komplexe Entwicklungsdynamik und die Zunahme von gesellschaftlichem Reichtum oder sehe ich den Zwang, die Verführung, die Unfreiwilligkeit in der Freiwilligkeit?

Oder anders: steht darin die Wunscherfüllung der Individuen oder die Durchsetzung der Interessen von Wenigen, der hidden persuaders?

Damit sind wir mittendrin mit den historischen Fragen, die die Nachkriegszeit beschäftigen, bzw als deren Auseinandersetzung die Nachkriegsordnung angesehen werden kann: Wirtschaftsliberalismus gegen Planwirtschaft, Individualismus gegen Gemeinschafts, Eigentum an sich gegen gemeinsamen Eigentum. Ich habe bei Boris Groys eine schöne kleine Beschreibung gefunden, die sich auf seine Berlin-Erfahrungen gründen: „Alles war ökonomieentoben, denn letztendlich hatte man diese Freiheit des gemeinsamen Eigentums, einem gehörte nichts und alles. Man hatte diesen freien Spaziergang. Man hatte unendliche Zeitreserven. Dann wurde alles privatisiert und restrukturiert und organisiert und begrenzt, und dieser Freiraum und diese Solidarität lösten sich auf. Die Menschen besaßen eine große Solidarität. (..) Nicht so im Westen,

wo jeder überzeugt ist, sein Schicksal sei von dem anderer unabhängig. (..) Diese Individualisierung und das Empfinden, in der Welt alleine gelassen worden zu sein...“
(Boris Groys, in Lettre 86, 2009, S. 40)

Der Liberalismus ist die undiskutierte Ideologie der USA, aber auch in Europa wird es in veränderter Form als soziale Marktwirtschaft zur Staatsdoktrin.

McLuhan, der Inhalt ist egal, auch die Glühbirne hat keinen Inhalt, bringt aber Licht und schafft Räume und deren Benutzung

Sehmaschine wie Wohnmaschine, aber es ist auch eine Wohnmaschine

„Die Kluft zwischen dem Fernsehgucken und dem Verunglimpfen des Fernsehguckens ist ein Mass für die Angst der Wissens-Schicht vor den Volks-Schichten. Das Ausmass, in dem Fernsehen immer noch nicht routinemässig mit dem Bezugsrahmen von Kultur und Politik interpretiert wird - und stattdessen als eine 'Massen-Technologie mit 'Verhaltens'-Effekten auf 'andere' Bevölkerungsgruppen akzeptiert wird - ist ein Mass für den Erfolg der Wissens-Schicht, die eigenen Ängste zu popularisieren,“ John Hartley, Die Behausung des Fernsehens, in: Grundlagentexte S. 269f

ÖFFENTLICHKEIT / LEITMEDIUM

In der Bundesrepublik hat sich der Fernsehkonsum seit Einführung des Fernsehens bis einschließlich 2006 stetig erhöht.

Inzwischen haben rund 95 Prozent der deutschen Haushalte mindestens ein Fernsehgerät, 40 Prozent davon sogar zwei oder mehr. Für viele Menschen ist es Teil des Alltags geworden und strukturiert oft sogar den Tagesablauf. Es erfährt eine Zuwendung durch alle Schichten und Altersgruppen und tritt mit einer zuvor nicht gekannten Wirksamkeit an die Stelle aller Institutionen mit publizistischem Anspruch, ohne diese aber vollständig zu ersetzen. In Deutschland sahen im Jahr 2008 die Zuschauer pro Tag etwa 3,5 Stunden Fernsehen, in den USA betrug die Dauer im vierten Quartal 2008 5 Stunden. Im Schnitt sah jeder Bundesbürger im Jahr 1992 158 Minuten täglich fern. Im Jahr 2004 waren es bereits 210 Minuten, also 3,5 Stunden. Hochgerechnet auf ein Jahr entspräche dies einer Non-Stop-Fernseh-Dauer von fast zwei Monaten pro Jahr. Überdurchschnittlich viel sehen Arbeitslose und ältere Menschen fern. Seit 2007 gibt es eine Trendwende in der Entwicklung: in den beiden Jahren 2007 und 2008 ist der Gesamtkonsum erstmalig zurückgegangen. Demgegenüber hat sich die tägliche Internet-Nutzung in den letzten Jahren stets erhöht. Quelle: Wikipedia

„Diese Annahme führt oft zu einer 'Mind-Management'. Theorie der Massenmedien.“ (Lynn Spiegel, 217)