

Rolf F. Nohr
»Karten Im Fernsehen. Die Produktion von Positionierung«
Münster. LIT, 2002
ISBN 3-8258-6372-7

Inhalt

INHALT	4
EINFÜHRUNG	2
EINLEITUNG.....	11
Fokussierungen.....	16
Soziale Praxis	18
Wissenssysteme	21
Raumstrukturierende Medien.....	22
KARTEN IM FERNSEHEN.....	26
Kursorische Geschichte der Medienkarten	36
Kontextualisierungen der Karten im Fernsehen: <i>Flow</i>	42
Logos.....	51
Trailer.....	55
Visiotyp und Blauer Planet.....	60
Bedeutungsproduktion.....	68
Nachrichten.....	73
Infographik.....	77
Hintergrundkarte.....	83
Insertkarten	90
Ideologische Setzungen.....	99
WETTERKARTEN.....	102
Zeichensätze.....	109
Nachrichtenkontext der Wetterkarte	114
NARRATION DER KARTE.....	117
Narratologie	118
Formatierte Erzählungen	125
Kommonsensuale Erzählungen.....	131

DIGITALE KARTEN	136
Intermedialität und Hybridität	136
Hybridkultur.....	138
Kartographie im Fernsehen als Intermedialität.....	141
Digitale Kartographie als Hybridisierung.....	145
Digitale Kartenflüge.....	162
KARTOGRAPHISCHE REPRÄSENTATION	167
Perspektive und Horizont.....	172
Lesweisen des Wetterflugs.....	179
Kartenflug als Transparenzillusion.....	185
DIE PRODUKTION VON POSITIONIERUNG.....	189
Raumkonstruktion und -konstitution	191
Mentale Modelle	192
Kognitive Raumkarten	196
Kartographie und kognitive Karten.....	202
Medien und mentale Karten.....	210
Raumerfahrung.....	212
Kognitive Karten: Produktion subjektiver Positionierung.....	222
Subjektposition	228
TOPOGRAPHIEN DES FERNSEHENS.....	241
Raummedium oder Identitätsmedium ?	243
Global-Lokal-Nexus	245
Global Village vs. Wohnzimmer.....	248
ANDERE RÄUME – ANDERE KARTEN	253
EPILOG.....	265
LITERATURVERZEICHNIS	268

Der Blick gleitet als Vogelperspektive über eine leicht gewellte, grünbraune Topographie. In der Bildmitte schließt sich der Horizont, der Untergrund trifft auf eine grauweiße Wolkendecke. Das unsichtbare (Kamera-) Auge scheint sich unterhalb der Wolkendecke weiterzubewegen, Regen streicht immer wieder von oben nach unten durchs Bild. Vertraut anmutende Gebäude überziehen den unifarbenen Untergrund, versehen mit Städtenamen. München, Nürnberg, Erfurt, Hannover ziehen vorbei, markieren Punkte auf einer Karte oder einer Reise. Der Flug endet, in der Ferne Hamburg. Dazu eine Stimme: »...Bayerns Landeshauptstadt unter grauem Himmel. Aber trocken. So bleibt es zunächst bei unserer Weiterreise. Es wird trister, und über Franken geraten wir richtig hinein ins Regenwetter. Auch über dem Main fallen Tropfen. Ebenso über dem Thüringer Wald. Und auch am Zielort Hannover gibt es nasse Füße...«

Die ntv-Börsennachrichten: Hinter der Moderatorin bildfüllend ein stilisierter Globusausschnitt, auf Europa zentriert.

Ein RTL-Trailer: auf blutrotem Hintergrund entfaltet sich aus einer stilisierten Weltkugel das Schiffbild »Der große TV-Roman«.

Eine sich langsam drehende Weltkugel in schwarzem Raum. Der nordamerikanische Kontinent kommt ins Bild, innerhalb der USA sind die Grenzen der Bundesstaaten und einige Städte zu erkennen. Während der Globus dichter ins Bild rückt, ihn ausfüllt, dreht sich der Bilduntergrund weiter, der Ausschnitt streift über den Atlantik, über Afrika und ins Mittelmeer. Dort verharrt der Blick, aus dem amorphen, undifferenzierten Untergrund schälen sich die Ländergrenzen Serbiens, des Kosovos, Mazedoniens, Albaniens und Montenegros. Der körperlose Blick richtet sich auf einen animierten Flottenverband in der Adria, zentriert ihn, lässt ihn bildfüllend werden; ein US-Kreuzer startet eine Rakete. Der Blick wechselt nun in den Gefechtskopf der Rakete, der Flug beschleunigt sich, führt den Betrachter im rasenden Tiefflug über die Landschaft Ex-Jugoslawiens und endet mit der Explosion über Belgrad in einer weißen Überblendung. Im Off kommentiert der Sprecher die Lage im Kosovo und die Notwendigkeit der amerikanischen Intervention.

Die Erdkugel vor schwarzem Hintergrund. Von vorne gleitet lautlos eine Kreditkarte auf sie zu, dringt auf Äquatorhöhe in den Globus ein. Im Off eine sonore Stimme: »Weltweit Bargeld...Mastercard«.

Auf Pro7 ein Sendertrailer – aus einer Wundertrommel-Animation schält sich eine Erdkugel und bildet mit der enger werdenden Kadrage das Senderlogo.

Einführung

Diese Arbeit beginnt mit Beobachtungen einer normalen Fernsehwoche im Mai 1999. Dem aufmerksam gewordenen Auge offenbart sich plötzlich eine wahre Invasion von televisuellen Texten in Form von topographischen Artefakten. Karten, Kartographien, Bilder des blauen Planeten und virtuelle, pseudodreidimensionale Raumflüge erscheinen dem einmal aufmerksam gewordenen Zuschauer überall. Nicht nur in den Nachrichten und Wetterberichten, auch auf der Ebene von Senderlogos, Trailern, Werbung oder im *corporate identity*-Design argumentiert der »ewige« Text des Fernsehprogrammes mit Raumbildern. Die Kartenformen erscheinen einmal als dominante Setzungen und Markierungen, einmal als Marginalien und Fussnoten, sie erscheinen als Texte und Bilder. Woher kommt die Ballung dieses visuellen Kanons? Wie entfalten diese Elemente ihre Bedeutung? Was ist der Stellenwert der Kartographie für Macher und Rezipienten von Fernsehen? Wie wirken die Karten auf den Einzelnen und wie wirken sie mit am Verständnis und Gebrauch des Fernsehens? Wie interagieren die beiden Mediensysteme, nämlich die Kartographie als historische und tradierte kulturelle Praxis und das Fernsehen als (transitorisches) Leitmedium miteinander? Und vor allem, als grundlegende Fragestellung dieser Arbeit: wie produzieren Karten im Fernsehen Positionierung?

Das Fernsehen postuliert das globale Dorf. Es ist ein Medium, das globale Wirksamkeit entfalten möchte, das als raumwirksam betrachtet wird, das uns – im Sinne eines »merkwürdigen« Realismuseffektes – ein »Fenster zur Welt« sein will. Wie geht ein solches Medium mit den Bildern von Raum, also den Karten und Kartographien, den Globen und Satellitenbildern um? Welche Bedeutung produzieren diese Bilderformen, wie werden sie vom Zuschauer angeeignet? Wie positioniert sich das Subjekt zum Fernsehen, wo verortet das Fernsehen das Subjekt? Und natürlich wird auch und zuerst zu fragen sein, wie das Fernsehen die Karten benutzt: welche Narrationen produzieren sich am Einsatz der Kartographie? Welche Kontexte prägen das Bild des Raumes im Fernsehen? Inwieweit wird die Grundfunktion der Karte, nämlich ihren Leser zu orientieren, im Fernsehen verwirklicht? Welchen Stellenwert hat die Karte im Fluss der Bilder, wieso scheint sie vor allem im Kontext der Selbstthematisierung der Sender (Logos und Trailer) und der Nachrichten (Hintergrundkarte und Wetter) aufzutauchen?

Noch einmal: diese Arbeit will sich mit dem Phänomen *Kartographie im Fernsehen* auseinander setzen. Der dabei gewählte Weg führt nicht über Statistik und quantitative Auswertung zu einem verallgemeinerbaren Ergebnis. Diese Arbeit will vielmehr den Bedeutungsproduktionen, Her- und Ableitungen, den Aufladungen und Leerzeichen der Kartographie im Fernsehen nachgehen. Grundthese soll dabei sein, dass das Fernsehen eine *Alltagspraktik* ist, dass die Analyse von Fernsehen auch und immer zugleich eine Analyse der sozialen Praktiken der Aneignung, des

Gebrauchs und der Bedeutungsproduktion ist. Am Beispiel der Fernshekartographie soll so letztendlich über das Fernsehen an sich nachgedacht werden, aber auch über Strategien des Raumverstehens durch das Subjekt ebenso wie über die Raumstrukturierung durch das Medium selbst. Weniger die Frage nach dem geographischen, meteorologischen oder kartographischen Inhalt soll im Mittelpunkt stehen, sondern vielmehr die Frage nach den Bedeutungen, Diskursen und Ideologien der Kartenbilder. Karten sollen als signifikanter Teil einer visuellen Kultur betrachtet werden, die einerseits aktuell eine hohe Wirkungsmächtigkeit entfalten und andererseits in einer Reihe von Entwicklungen und Referenzsystemen stehen.

Diese Arbeit will ihren Wert aus dem Synthetisieren und (Re-) Kombinieren von Ansätzen und Reflexionen gewinnen, aus der Anwendung verschiedenster theoretischer Positionen auf ein Materialfeld, das in der fernshewissenschaftlichen Beschäftigung bis dato weitgehend unberücksichtigt geblieben ist. Aber gerade an diesen unbeachteten Formen, den Marginalien im Bilderfluss des Mediums, lassen sich meines Empfindens nach exemplarisch Haltungen und Strukturen ablesen. Um dies zu gewährleisten, verpflichtet sich diese Arbeit auch der (heuristischen) Dreiteilung, ihre Analyseobjekte unter den Perspektiven der Funktionen in der Produktion, als »singuläres« Produkt und im Kontext der Rezeption zu berücksichtigen (vgl. dazu Hepp 1999, 109). So verstanden wird sich auch fast zwangsläufig ein Verständnis einstellen, die eigentliche »artefaktische« Karte zugunsten eines eher umfassenden, kommunikativen und interagierenden Aufschreibesystems »Raumbeschreibung« aufzugeben.

Unter diesen Vorannahmen lässt sich also die Frage nach der *Produktion von Positionierung* als Kern dieser Arbeit präzisieren. Positionierung wird so verstanden als Grundfunktion jeder Karte beziehungsweise des kartographischen Systems im Ganzen, nämlich ihren Rezipienten zu orientieren und ihm Aufschluss über seine Position zu vermitteln. Dadurch wird die Produktion von Positionierung aber auch erkennbar eine Funktion des subjektiven und gesellschaftlichen Wissens. Die Frage nach den Wissensbeständen, den Einflussnahmen und Kontexten dieses Wissens macht schon deutlich, dass Karten viel mehr sind als »nur« pragmatische Orientierungshilfen. Der Produktionsbegriff verweist daher auch auf eine Ebene der Reflexion, Karten im Fernsehen als Teil eines konsumatorischen und ideologischen Systems zu begreifen, innerhalb dessen Karten als Waren hergestellt, zirkuliert und artikuliert werden. Die Produktion von Positionierung oszilliert somit zwischen den (inner-)subjektiven Momenten der Produktion von raumverhaftetem Wissen und den sozialen Momenten der Herstellung von ideologisierten Raumkonzepten.

Diese Arbeit ist eine überarbeitete und gestraffte Version meiner Dissertationsschrift (Nohr 2002) am Institut für Film- und Fernsehwissenschaften an der Ruhr-Universität Bochum. Mein Dank gilt Wolfgang Beienhoff, Hartmut Winkler und Peter M. Spangenberg für konstruktive Kritik in verschiedenen Phasen des Projekts. Ebenso den Bochumer Kolleginnen und Kollegen, namentlich Markus Stauff und Ralf Adelman für Hilfe, Rückhalt und Diskussion. Ebenso haben Wolfgang Settekorn, Matthias Thiele und Wilhelm Trapp durch Anregung und Diskussion meine Argumentation weiter gebracht. Nicht unerwähnt bleiben darf die Unterstützung meiner Arbeit durch die Körber-Stiftung und das Engagement des Deutschen Wetterdienstes (Offenbach). Ein letzter Dank an Nicole – neben anderem – für Interpunktion.