



Texte von / Texts by

Stephan Berg  
Ina Blom  
Dieter Daniels  
Umberto Eco  
Ursula Frohne,  
Christian Katti  
Marc Ries  
Sarah Waldschmitt

Werke von / Works by

Taubá Auerbach  
Christiane Baumgartner  
Joe Biel  
Angela Bulloch  
John Cage  
César  
Yvon Chabrowski  
Mel Chin & the Gala  
Committee  
Phil Collins  
Bruce Conner

Thomas Demand  
Simon Denny  
Christoph Draeger,  
Reynold Reynolds  
Harun Farocki  
Michel François  
Lee Friedlander  
Karl Gerstner  
Melanie Gilligan  
Matthias Groebel  
K.O. Götz  
Caroline Hake  
Vania Heymann  
Dennis Hopper  
Stephan Hurtig  
Isidore Isou  
Christian Jankowski  
Uwe Johnson  
Edward Kienholz  
Mischa Kuball  
M+M (Weis/de Mattia)  
Fabio Mauri  
Björn Melhus  
Bea Meyer  
Nam June Paik

Ulrich Polster  
Martial Raysse  
Tobias Rehberger  
Edgar Reitz  
Gerhard Richter,  
Konrad Lueg  
Julian Rosefeldt  
Robert Sakrowski  
Christoph Schlingensief  
Paul Thek  
Günther Uecker  
Van Gogh TV  
Angel Vergara  
Wolf Vostell  
Andy Warhol  
Lawrence Weiner  
Tom Wesselmann  
Joseph Zehrer



Dieter Daniels  
Stephan Berg

TELEGEN

Kunst und Fernsehen  
Art and Television

Kunstmuseum Bonn  
Kunstmuseum Liechtenstein

**HIRMER**

Dieter Daniels  
Stephan Berg

Kunst und Fernsehen  
Art and Television

TELEGEN



Kunstmuseum Bonn  
Kunstmuseum Liechtenstein

Hirmer  
Publishers

TeleGen

Kunst und Fernsehen  
Art and Television

Kunstmuseum Bonn  
Kunstmuseum Liechtenstein

# Inhaltsverzeichnis / Table of Contents

- 10 Stephan Berg, Dieter Daniels,  
Friedemann Malsch  
Vorwort  
Preface
- 14 Dieter Daniels  
Das Fernsehen anschauen  
(als Kunst)  
Viewing Television (as Art)
- 33 Stephan Berg  
Die Kunst des Fern-Sehens  
The Rumored Death of Television
- 42 Marc Ries  
Was muss man vom Fernsehen  
verstehen, um die Kunst zu  
verstehen, die sich auf das Fern-  
sehen bezieht?  
What Must We Understand About  
Television in Order to Under-  
stand the Art That Makes Refer-  
ence to It?
- 59 Sarah Waldschmitt  
Liveness  
Liveness



|     |   |     |   |
|-----|---|-----|---|
| 71  | Ina Blom<br>Passives Schauen<br>(Fernsehen denken)<br>Passive Viewing<br>(Thinking Television)                                    | 138 | Edward Kienholz   |
|     |   | 140 | Fabio Mauri   |
|     |   | 144 | Nam June Paik   |
|     |   | 154 | Martial Raysse  |
|     |   | 156 | Edgar Reitz   |
|     |   | 160 | Gerhard Richter, Konrad Lueg  |
| 87  | Ursula Frohne, Christian Katti<br>TV als Passion: Kontrolle,<br>Exzess, Konstrukt<br>TV as Passion: Control, Excess,<br>Construct | 164 | Paul Thek   |
|     |   | 168 | Günther Uecker  |
|     |   | 170 | Wolf Vostell  |
|     |   | 178 | Andy Warhol   |
|     |   | 184 | Lawrence Weiner   |
|     |   | 188 | Tom Wesselmann  |
| 102 | Symposium: Expanded Television  |     |   |
|     |   | 194 | Dieter Daniels<br>Paläo- und Neo-Fernsehen<br>bei Umberto Eco               |
|     | Werke / Works 1960–1965   |     |   |
| 106 | John Cage   | 195 | Umberto Eco<br>Fernsehen: Die verlorene<br>Transparenz [1983]               |
| 110 | César   |     |   |
| 112 | Bruce Conner  |     |   |
| 116 | Lee Friedlander   | 206 | Dieter Daniels<br>Paleo-Television and Neo-<br>Television after Umberto Eco |
| 122 | Karl Gerstner   |     |   |
| 126 | K. O. Götz  |     |   |
| 130 | Dennis Hopper   |     |   |
| 132 | Isidore Isou  | 207 | Umberto Eco<br>TV: Transparency Lost [1983]                                 |
| 134 | Uwe Johnson   |     |   |

## Werke / Works 1990–2015

- 218 Tauba Auerbach
- 222 Christiane Baumgartner
- 224 Joe Biel
- 228 Angela Bulloch
- 232 Yvon Chabrowski
- 236 Mel Chin & the Gala Committee
- 240 Phil Collins
- 244 Thomas Demand
- 248 Simon Denny
- 254 Christoph Draeger,  
Reynold Reynolds
- 256 Harun Farocki
- 260 Michel François
- 262 Melanie Gilligan
- 266 Matthias Groebel
- 270 Caroline Hake
- 276 Vania Heymann
- 278 Stefan Hurtig
- 282 Christian Jankowski
- 286 Mischa Kuball
- 288 M+M  
(Marc Weis, Martin De Mattia)
- 292 Bjørn Melhus
- 296 Bea Meyer
- 300 Ulrich Polster

- 304 Tobias Rehberger
- 310 Julian Rosefeldt
- 316 Robert Sakrowski
- 320 Christoph Schlingensiefel
- 324 Van Gogh TV
- 328 Angel Vergara
- 332 Joseph Zehrer

## Anhang / Appendix

- 337 Biografien / Biographies (A–Z)
- 346 Werkliste / List of Works
- 349 Fotonachweise / Photo Credits
- 350 Ausstellungen zum Thema  
Kunst und Fernsehen seit 2000 /  
Exhibitions since 2000 on  
the Subject of Art and Television
- 351 Impressum / Imprint  
Ausstellung / Exhibition
- 352 Impressum / Imprint  
Katalog / Catalog

Stephan Berg  
Dieter Daniels  
Friedemann Malsch

*TeleGen* setzt sich mit der Bedeutung des Fernsehens für die bildende Kunst und die Veränderung unserer visuellen Kultur von den 1960er-Jahren bis heute auseinander. Im Vordergrund der Untersuchung steht nicht die Aufarbeitung des Fernsehens als Motiv der Kunst, sondern die künstlerische Auseinandersetzung mit den spezifischen Inhalten und bildkulturellen Prägungen, die das Medium Fernsehen entwickelt hat. Diesem strukturellen Ansatz folgend, beschränkt sich *TeleGen* deshalb nicht auf Arbeiten der TV- und Videokunst im engeren Sinn, sondern verfolgt die Reflexion des „Televisuellen“ durch alle Gattungen, von der Malerei, Skulptur und Zeichnung über die Fotografie bis hin zu installativen Arbeiten.

Die Ausstellung geht von einem Initialmoment um 1963/64 aus und schlägt von hier die Brücke in die Gegenwart mit ihrer Pluralität der Bildplattformen und Online-Medien. Dabei versammelt der historische Teil künstlerische Ansätze der 1960er-Jahre, die sich direkt mit dem Fernsehbild oder dem Fernsehgerät als Objekt auseinandersetzen und die Auswirkung des Fernsehens auf Malerei, Skulptur, Installation, Fotografie, Film und Performance schon vor Beginn der Videokunst belegen. Am Ende des historischen Teils stehen Arbeiten, die exemplarisch sind für die ersten künstlerischen Positionen mit autonomer Videotechnik und damit für den Beginn der Ära der Videokunst, die in diesem Projekt ansonsten bewusst ausgeklammert wird.

Der zweite Teil setzt in der zeitgenössischen Kunst an und widmet sich den Auflösungserscheinungen des ehemals geradezu monolithischen Mediums Fernsehen im Zeitalter der Digitalisierung, Hybridisierung und Medienkonvergenz seit den frühen 1990er-Jahren. Das „Prinzip Fernsehen“ wird dabei nicht in erster Linie im Sinne seiner technischen Massenmedialität verstanden, sondern als Instrument der Weltkonstruktion, als Denkraum und gesellschaftlicher Sinnstifter gleichermaßen. Die künstlerische Auseinandersetzung mit dem Fernsehen stellt sich somit als Spiegel der Veränderungen des Mediums dar. Im Unterschied zu thematisch verwandten Projekten wird deshalb kein chronologischer Überblick gegeben, sondern eine thesehafte Gegenüberstellung: Sie zeigt die radikalen Umbrüche in der Relation von Fernsehen und visueller Kultur anhand künstlerischer Reflexionen.

Trotz — oder gerade wegen — dieser großen zeitlichen Klammer um die Entwicklung des Fernsehens verbindet die hier versammelten künstlerischen Arbeiten eine wichtige Gemeinsam-

Stephan Berg  
Dieter Daniels  
Friedemann Malsch

Vorwort  
Preface

*TeleGen* examines the significance of television for the visual arts and the transformations of our visual culture from the 1960s to today. The focus of the analysis is not the treatment of television as a motif of art, but rather the artistic response to the specific contents and the visual-culture that the medium of television has developed. In accordance with this structural approach, *TeleGen* does not limit itself to television art and video art in the narrower sense but pursues the reflection of the “televisual” through all genres: from painting, sculpture, and drawing past photography all the way to installation.

The exhibition proceeds from an initial moment around 1963/64 and extends an arc from there into the present, with its plurality of visual platforms and online media. The historical part brings together artistic approaches from the 1960s that respond directly to the television image or the television set as an object and demonstrate the impact of television on painting, sculpture, installation, photography, film, and performance even before the beginning of video art. Featured at the end of the historical section are works which are exemplary of the first artistic positions with autonomous video technology and thereby represent the beginning of the era of video art, which is otherwise deliberately excluded from this project.

The second part turns to contemporary art and devotes itself to the manifestations of dissolution in the formerly downright monolithic medium of television in the era of digitalization, hybridization, and media convergence since the early 1990s. The “principle of television” is not considered here primarily in the sense of its technological mass-mediality, but instead as an instrument for constructing a world, as mental space and establisher of social significance in equal measure. The artistic investigation of television thus turns out to be a mirror of the changes in the medium. For this reason, in contrast to thematically related projects, no chronological overview is offered, but instead a thesis-like juxtaposition; it shows the radical upheavals in the relation between television and visual culture on the basis of artistic reflections.

In spite of — or precisely because of — this broad temporal bracket around the development of television, the artistic works assembled here evince an important commonality: they convey the observations by artists with regard to the visual language of television as well as to its material and visual presence. These extend from the materiality of the TV box and the superficial structure of the screen all the way to the spatial construct of the studio setting and the

keit: Sie geben die Betrachtungen zu der Bildsprache des Fernsehens sowie seiner materiellen und visuellen Präsenz von Künstlerinnen und Künstlern wieder. Diese reichen von der Materialität der TV-Kiste und der Oberflächenstruktur des Bildschirms bis zur Raumkonstruktion des Studiosettings und der Analyse oder Paraphrase von Formaten wie News, Talk oder Serie. Die Ausstellung *TeleGen* gliedert diese vielfältigen Ansätze in insgesamt sieben über verschiedene Ebenen miteinander verschränkte Kapitel, beginnend mit der Untersuchung der Struktur des Fernsehbildes (Das elektronische Lagerfeuer) und bis zur Auflösung des analogen Fernsehens und den neuen Entwicklungen der digitalen Ära (Switchover) reichend. Ob diese Form des Hybridfernsehens mit seiner Ausweitung televisueller Formen in andere Medienkanäle tatsächlich das verschiedentlich gemutmaßte baldige Ende des Fernsehens bedeuten könnte, bleibt angesichts der gegenwärtigen Entwicklungen eher fraglich. Jedenfalls wird in den multimedialen interaktiven Umgebungen des Smart TV oder Social TV durch den Second Screen das kollektive „Lagerfeuer“-Erlebnis des alten analogen Fernsehens ebenso reaktiviert wie die zunehmende Bedeutung des Live-Charakters von Sendeinhalten darauf hindeutet, dass —ungeachtet des rasanten Wandels der Distributionsformen— das Fernsehen selbst durchaus eine Zukunft hat.

Die über die letzten drei Jahre entwickelte Ausstellung, die begleitende Publikation und das in diesem Zusammenhang abgehaltene internationale Symposium in Zusammenarbeit mit der Universität in Köln wären ohne vielfältige Unterstützung nicht zu verwirklichen gewesen. Unser erster und größter Dank gilt an dieser Stelle den an dem Projekt beteiligten Künstlerinnen und Künstlern, deren zum Teil eigens für die Schau entwickelten Arbeiten das Unternehmen mit der nötigen künstlerischen Strahlkraft ausgestattet haben. Für die großzügige finanzielle Basis danken wir der Kulturstiftung des Bundes und hier namentlich Hortensia Völckers und Alexander Farenholtz ebenso herzlich wie der Kunststiftung NRW, namentlich Ursula Sinnreich und Barbara Könches.

Sarah Waldschmitt oblag die herausfordernde Aufgabe der Organisation und Steuerung des Gesamtprojekts, die sie bravourös bewältigte und dazu noch die Zeit für wichtige inhaltliche Anregungen und einen Katalogbeitrag aufbrachte. An die Katalogautorinnen und -autoren Ina Blom, Ursula Frohne, Christian Katti und Marc Ries geht unser großer Dank für ihre präzisen,

12

Stephan Berg  
Dieter Daniels  
Friedemann Malsch

Vorwort  
Preface

analysis or paraphrasing of such formats as news, talk, or series. The *TeleGen* exhibition divides these diverse approaches into seven chapters interlinked over various levels, beginning with an examination of the structure of the television image (the electronic campfire) and extending to the end of analog television and the new developments of the digital era (switch-over). In view of contemporary developments, it remains questionable whether this form of hybrid television, with its expansion of televisual forms into other media channels, could in fact mean the incipient cessation of television that has been variously predicted. In any case, the multimedia, interactive environments of smart TV or social TV reactivate through the second screen the collective “campfire” experience of the old analog television, just as the increasing importance of the live character of broadcast contents indicates that —despite the rapid change of distribution forms— television itself certainly does have a future.

This exhibition, developed over the past three years, the accompanying publication, and the international symposium held in this context in collaboration with Cologne University would not have been possible without all sorts of support. Our foremost thanks go to the artists who are participating in the project and whose works, some of which were created specifically for this show, imbue the undertaking with the necessary artistic radiance. For the generous financial basis, we thank the Kulturstiftung des Bundes, especially Hortensia Völckers and Alexander Farenholtz, as well as the Kunststiftung NRW, in particular Ursula Sinnreich and Barbara Könches.

Sarah Waldschmitt was assigned the daunting task of organizing and managing the overall project; she not only rose to the challenge, but also found time for important inputs regarding contents, along with writing a catalog essay. Our thanks go to the catalog authors Ina Blom, Ursula Frohne, Christian Katti, and Marc Ries for their precise, illuminating contributions. We likewise thank Erec Gellautz, Irene Horn, Baptist Ohrtmann, Anna Schimke, Michael Stockhausen, and Olga Sviridenko for their descriptions of the individual works on display in the exhibition. We thank Brigitte Weingart and Benjamin Beil (Institut für Medienkultur und Theater), as well as Ursula Frohne and Corinna Kühn (Kunsthistorisches Institut) at Cologne University for their smoothly functioning, unremittingly helpful cooperation in preparing the symposium that will conclude the exhibition. Finally, our heartfelt gratitude for their

erhellenden Beiträge. Ebenso danken wir Erec Gellautz, Irene Horn, Baptist Ohrtmann, Anna Schimke, Michael Stockhausen und Olga Sviridenko für die Werkbeschreibungen zu den einzelnen in der Ausstellung gezeigten Arbeiten. Bei Brigitte Weingart und Benjamin Beil (Institut für Medienkultur und Theater) sowie bei Ursula Frohne und Corinna Kühn (Kunsthistorisches Institut) an der Universität Köln bedanken wir uns für die kollegiale und reibungslose Zusammenarbeit im Rahmen der Vorbereitung des Symposiums, das die Ausstellung abschließen wird. Den Grafikern Jakob Kirch und Florian Lamm, dem Hirmer Verlag mit der Verlagsleiterin Kerstin Ludolph sowie den Lektoren der deutschen bzw. englischen Ausgabe Barbara Delius und Danko Szabó gilt abschließend unser großer Dank für die engagierte Arbeit an dem umfassenden Katalog.

Stephan Berg  
Dieter Daniels  
Friedemann Malsch

Vorwort  
Preface

13

enthusiastic work on the extensive catalog goes to the graphic artists Jakob Kirch and Florian Lamm, the Hirmer Verlag and its publishing house manager Kerstin Ludolph, and the editors of the German and English editions, Barbara Delius and Danko Szabó.



Herausgeber / Edited by:  
Dieter Daniels, Stephan Berg

Redaktion / Editing:  
Sarah Waldschmitt

Projektleitung Verlag / Project Director  
for Publisher:  
Kerstin Ludolph

Textmanagement, Lektorat Deutsch /  
Text Management, German Copyediting:  
Barbara Delius, Berlin

Lektorat Englisch / English Copyediting:  
Danko Szabó, München / Munich

Übersetzung ins Englische /  
Translation into English:  
Steven Black (Ries, Eco, div. Werktexte /  
various work texts), Lutz Eitel (Daniels,  
div. Werktexte / various work texts),  
George Frederick Takis (Berg, Frohne /  
Katti, Waldschmitt, div. Werktexte / various  
work texts)

Übersetzung ins Deutsche /  
Translation into German:  
Burkhard Kroeber (Eco),  
Steven Black / Barbara Delius (Blom)

Grafische Konzeption, Layout und Satz /  
Graphic Design Concept, Layout and  
Typesetting:  
Lamm & Kirch, Leipzig  
Florian Lamm, Jakob Kirch, Tim Wetter  
www.lamm-kirch.com

Bildbearbeitung / Image Editing:  
Carsten Humme  
www.humme.com

Produktion / Production:  
Lamm & Kirch, Katja Durchholz

Papier / Paper:  
100 g/m<sup>2</sup> TauroOffset,  
150 g/m<sup>2</sup> ProfiGloss

Druck und Bindung / Printing and Binding:  
DZA Druckerei zu Altenburg GmbH

Printed in Germany

Bibliografische Information der Deutschen  
Nationalbibliothek:  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet  
diese Publikation in der Deutschen  
Nationalbibliografie; detaillierte biblio-  
grafische Angaben sind im Internet  
über <http://www.dnb.de> abrufbar.

Bibliographical data of the Deutsche  
Nationalbibliothek:  
The Deutsche Nationalbibliothek lists this  
publication in the Deutschen National-  
bibliografie; detailed bibliographic informa-  
tion is available online at <http://www.dnb.de>.

© 2015 Kunstmuseum Bonn,  
Hirmer Verlag GmbH, München / Munich,  
und die Autoren / and the authors

ISBN 978-3-7774-2444-6

[www.hirmerverlag.de](http://www.hirmerverlag.de)  
[www.hirmerpublishers.com](http://www.hirmerpublishers.com)

Essays von / Essays by:  
Stephan Berg  
Ina Bloom  
Umberto Eco  
Dieter Daniels  
Ursula Frohne, Christian Katti  
Marc Ries  
Sarah Waldschmitt

Autoren Werktexte / Authors of work texts:  
Stephan Berg [SB]  
Dieter Daniels [DD]  
Erec Gellautz [EG]  
Irene Horn [IH]  
Baptist Ohrtmann [BO]  
Anna Schimke [AS]  
Michael Stockhausen [MS]  
Olga Sviridenko [OS]  
Sarah Waldschmitt [SW]

Umschlag Vorderseite / Front Cover:  
Caroline Hake, *Monitor III (Glücksrad)*, 1999  
(S./P. 273, fig. 2)

Umschlag Rückseite / Back cover:  
Exposition of Music. Electronic Television.  
*Kuba TV* mit / with Nam June Paik,  
Karl Otto Götz. Foto: Manfred Leve, digitales  
Bild: museum moderner kunst stiftung  
ludwig wien

Leihgeber / Lenders:

- Archiv K. O. Götz
- Christiane Baumgartner und  
Alan Christea Gallery, London
- Bayrische Staatsbibliothek München
- Berlinische Galerie – Landesmuseum für  
Moderne Kunst, Fotografie und Architektur
- Galerie Buchholz, Berlin / Cologne
- John Cage Trust
- Collection du Musée d'art contemporain  
de Lyon
- Collection Fondation Cartier pour l'art  
contemporain, Paris
- Paula Cooper Gallery, New York
- Deichtorhallen Hamburg /  
Sammlung Falckenberg
- Christoph Draeger / Reynold Reynolds,  
Lokal30, Warschau and Galerie Zink,  
Berlin
- Estate of Fabio Mauri and Hauser & Wirth
- Melanie Gilligan and Galerie Max Mayer
- Galerie Bärbel Grässlin, Frankfurt/Main.
- Galerie Xavier Hufkens, Brussels
- Institut Mathildenhöhe, Darmstadt
- Interlude
- Kohn Gallery und / and Conner Family  
Trust
- Galerie Kuckei + Kuckei, Berlin
- M+M
- Bea Meyer and Galerie \_b2, Leipzig
- Museum Folkwang, Essen
- Museum Ostwall im Dortmunder U,  
Dortmund
- Galerie Nagel Draxler, Köln,  
und Joseph Zehrer
- Petzel Gallery, New York
- Ponton / Van Gogh TV
- Saatchi Gallery, London
- Sammlung Gaby und Wilhelm Schürmann,  
Herzogenrath, Berlin
- Sammlung Grässlin, St. Georgen
- Sammlung Schmeer
- Esther Schipper, Berlin
- Skulpturenmuseum Glaskasten Marl
- The Hopper Art Trust
- The Wolf Vostell Estate
- Video-Forum des Neuen Berliner  
Kunstvereins (n.b.k.)
- Parker Washburn
- Zentralarchiv des internationalen  
Kunsthandels ZADIK, Köln

sowie die Künstler und Leihgeber, die nicht  
genannt werden möchten / as well as  
the artists and lenders who prefer to remain  
anonymous.



# Das Fernsehen anschauen (als Kunst)

14

Dieter Daniels

## Viewing Television (as Art)

<sup>1</sup> Siehe den Beitrag von Marc Ries im vorliegenden Band, der einen neuen theoretischen Ansatz zum Dispositiv des Fernsehens entwickelt; vgl. außerdem Knut Hickethier, „Dispositiv Fernsehen. Skizze eines Modells“, in: Michael Grisko (Hg.), *Texte zur Theorie und Geschichte des Fernsehens*, Stuttgart 2009, S. 271–293.

<sup>1</sup> See the essay by Marc Ries in the present publication, in which he develops a new theory for the television dispositif; see also Knut Hickethier, “Dispositiv Fernsehen: Skizze eines Modells,” in *Texte zur Theorie und Geschichte des Fernsehens*, ed. Michael Grisko (Stuttgart: Reclam 2009), 271–293.

## I Dem Fernsehen zuschauen

Ausstellungen und theoretische Beiträge zum Thema Kunst und Fernsehen nähern sich dem Thema meist aus der Perspektive der Kunst, während das Fernsehen oft als selbstverständlich und gegeben vorausgesetzt wird. Das Medium Fernsehen bildet jedoch keineswegs einen stabilen Referenzrahmen, sondern es unterliegt seit Mitte des 20. Jahrhunderts gravierenden Veränderung, in der sich technische, ökonomische, soziale, ästhetische und politische Faktoren auf das Engste miteinander verbinden. Die Dynamik und Pluralität dieser Entwicklung kann kaum in einer umfassenden Chronologie systematisiert werden, da sie durch nationale Medienpolitik, regionale Spezifika und technische Standards beeinflusst ist.

Vielleicht ist die Rede von „dem Fernsehen“— ebenso wie die Rede von „der Kunst“— in historischer und globaler Perspektive eine kaum haltbare Verallgemeinerung. Im Unterschied zum Kinofilm bildet Fernsehen kein relativ konstantes Dispositiv, vor dessen Folie eine historisch-chronologische Aufarbeitung im Sinne einer Geschichte der Kunst zum Thema Fernsehen Sinn ergeben würde, zumal die bildende Kunst sich seit den 1960er-Jahren ebenso tiefgreifend verändert hat.<sup>1</sup>

Die Ausstellung und die vorliegende Buchpublikation *TeleGen* verfolgen eine theseartige Gegenüberstellung der wechselnden Relationen zwischen Massenmedium und Kunst, welche die Veränderungen und Umbrüche beider Seiten reflektiert. *TeleGen* setzt eine Klammer um ein halbes Jahrhundert, innerhalb dessen sich das, mit Begriffen Umberto Eco gesprochen, Paläo- zum Neo-Fernsehen entwickelt hat. Eine Skizze dieses einschneidenden Wandels im ersten Teil des vorliegenden Textes bildet die Grundlage der Analyse historischer und aktueller künstlerischer Strategien im zweiten und dritten Teil.

Paläo-, Neo-, Hybrid- und Smart-TV

Im Unterschied zu Fotografie, Film und Radio kennt die Mediengeschichte des Fernsehens keine Phase der Offenheit, in der Technikamateure und Künstler einen experimentellen und visionären Umgang mit der Technologie hätten erproben können, ehe diese zum massenmedialen Mainstream formatiert wurde. Dies liegt einerseits am hohen technischen Aufwand,

Dieter Daniels

Das Fernsehen anschauen (als Kunst)  
Viewing Television (as Art)

15

## I How to watch television

Most exhibitions and theoretical texts on the topic of art and television approach it from an arts perspective, while television itself is completely taken for granted. Yet television as a medium does not by any means offer a stable set of references. Since the mid-20th century it has seen fundamental changes due to closely interconnected technological, economic, social, aesthetic, and political factors. These developments have been too numerous and dynamic to be condensed into a systematic chronology here, dependent as they are on national media politics, regional specifics, and technological standards.

So perhaps it is a somewhat untenable oversimplification to talk of “television”— just as one cannot simply talk of “art”— from a historical and global perspective. In contrast to cinema, television is not a relatively fixed dispositif, and working on a chronological history of television-themed art does not promise to make much sense given the lack of such a foil, especially as the art world has also fundamentally changed since the 1960s.<sup>1</sup>

Both the *TeleGen* exhibition and the present book therefore attempt to throw spotlights on changes in the relations between mass medium and art, while reflecting on developments and upheavals in both fields. *TeleGen* encompasses works made over a half century during which Paleo-television developed into Neo-television, to use two terms coined by Umberto Eco. The first part of this text will offer a rough sketch of these far-reaching changes, and the second and third parts will build on that with analyses of historical and contemporary artistic approaches to television.

Paleo-, Neo-, hybrid, and smart television

In contrast to photography, film, or radio, television as a medium never knew an open age that would have seen technically interested amateurs and artists try out experimental, visionary approaches to the technology before it became formatted as a mainstream mass medium. This is because of the expensive, elaborate technology, which does not invite private experimentalism, but also because of the strong economical and political interests that have governed television since the first trial broadcasts of the 1930s: when regular broadcasts started up in

der private Experimente ausschließt, andererseits an den starken ökonomischen und politischen Interessen, denen das Fernsehen schon seit den ersten Sendeversuchen in den 1930er-Jahren unterworfen ist. Anfang der 1950er-Jahre beginnt in dem meisten Ländern Europas der regelmäßige Sendebetrieb auf Basis eines politisch kontrollierten, öffentlich-rechtlichen Modells, während in den USA bereits in den 1940er-Jahren eine stark kommerziell geprägte Fernsehlandschaft entstanden ist.

Anfang der 1960er-Jahre, zu der Zeit des Paläo-Fernsehens, in der die Werke des historischen Teils von *TeleGen* entstehen, sendet die ARD in der Bundesrepublik Deutschland nur ein Fernsehprogramm in Schwarz-Weiß während der Abendstunden. Als im April 1963 das ZDF hinzukommt, sind die westdeutschen Zuschauer erstmals vor die Qual der Wahl gestellt, zuvor war die einzige Alternative Fernsehen „an“ oder Fernsehen „aus“. Währenddessen konsumieren die US-amerikanischen Zuschauer bereits täglich circa fünf Stunden Fernsehen und haben je nach Region eine Auswahl von mehr als zehn kommerziellen und öffentlichen Programmen rund um die Uhr, seit 1957 zunehmend auch in Farbe. Nur schlaglichtartig seien damit die regionalen und kulturellen Unterschiede skizziert, um darauf hinzuweisen, dass künstlerische Arbeiten zum Thema Fernsehen jeweils in einem ganz anderen Kontext entstanden sind.

Das Paläo-Fernsehen verkörpert einen auktorialen Wahrheitsanspruch, da es sich im wörtlichen Sinne als ein In-die-Ferne-Sehen, somit als Fenster zur Welt versteht. Das Neo-Fernsehen entwickelt seit den 1980er-Jahren eine eigene visuelle Oberfläche mit einer Vielzahl von Handlungsoptionen und Interaktionsangeboten. Umberto Eco spricht deshalb im Zusammenhang mit dem Neo-Fernsehen von einer „verlorenen Transparenz“.<sup>2</sup> Die Konkurrenz um die Einschaltquote führt im Neo-Fernsehen zu einer Verflachung der Unterschiede zwischen privaten und öffentlichen Sendern, zwischen Kulturauftrag und Kommerz, zwischen Privatem und Politischem. Die Aufmerksamkeitsökonomie, hier verstanden als durch die Einschaltquote hergestellte Äquivalenz von Geld und Beachtung, ist Mitte der 1920er-Jahre mit dem Radio entstanden und hat sich mit dem Fernsehen auf alle Bereiche der Kultur ausgeweitet, wie es nicht zuletzt die Forderung nach hohen Besucherzahlen bei Kunstausstellungen zeigt. Pierre Bourdieu konstatiert in seiner Kritik am Fernsehen das „Eindringen der Macht der Medien, das heißt der von den Medien dazu ermächtigten ökonomischen Mächte, in das Universum

<sup>2</sup> Siehe den im vorliegenden Band wiedergegebenen Beitrag von Umberto Eco.

<sup>3</sup> Pierre Bourdieu, *Über das Fernsehen*, Frankfurt a. M. 1998, S. 86.

<sup>4</sup> Mit Dank an die Studierenden, die sich in meinen Seminaren mehrfach zu ihrem Fernsehkonsum befragen ließen.

<sup>5</sup> Vgl. die im November 2014 publizierte Umfrage von Bitkom: „Videostreaming verdrängt nach und nach klassisches TV“, [http://www.bitkom.org/de/presse/81149\\_80851.aspx](http://www.bitkom.org/de/presse/81149_80851.aspx) (abgerufen am 11.5.2015).

<sup>6</sup> Hier kann nur auf die Quotenmessung der GfK in Deutschland eingegangen werden, da in anderen Ländern andere Verfahren zum Einsatz kommen. Die Genauigkeit und der Aufwand der Messverfahren unterliegen derzeit starker Kritik, siehe *Die Macht der Zuschauer*, Reportage von Frank Aischmann und Gregor Streiber, 3sat, 9.1.2014, <http://www.3sat.de/page/?source=wissenschaftsdoku/sendungen/174174/index.html> (abgerufen am 11.5.2015).

auch der reinsten Wissenschaft“ und ebenso der Kunst.<sup>3</sup> Auf das Neo-Fernsehen folgt seit Ende der 1990er-Jahre die Diversifizierung des Televisuellen im Digitalen, die auch als Hybrid-TV bezeichnet wird. Die Generation der unter 30-Jährigen nutzt immer weniger das Fernsehen, wie es einmal war, sie sehen eine Sendung also selten zur Zeit ihrer Ausstrahlung mit einem Empfangsgerät.<sup>4</sup> Statt über das klassische Broadcast-Medium finden televisuelle Inhalte ihr Publikum heute in einer Vielzahl von Formaten, von der klassischen DVD über Online-Plattformen, Video-on-Demand, Live-Streaming, Filesharing etc.<sup>5</sup> Über das Smart-TV oder den „Second Screen“ verbinden sich die Zuschauer zeitgleich zu einer „Sendung“ in sozialen Netzwerken. Die Möglichkeiten, dem Fernsehen zuzuschauen, sind heute komplex und vielschichtig. Das gilt nicht nur für die technischen Aspekte der Distribution und Rezeption, sondern ebenso für die Entwicklung neuer televisueller Formate, die diesen individualisierten Rezeptionsbedingungen entsprechen.

### Paradoxien der Passivität

Selbstverständlich ging man lange Zeit von passiven Fernsehzuschauern aus. Paradoxiertweise bestimmen die Zuschauer via Einschaltquote über Erfolg oder Scheitern des Programms, das sie angeblich passiv konsumieren — dennoch werden sie zugleich von eben diesem Programm geprägt und manipuliert. Die Inhalte des Fernsehens sind also das Resultat einer ununterbrochenen Feedbackschleife von Programm und Konsum, einer fluiden Wechselwirkung von Produktion, Selektion und Rezeption. Die Quote wiederum bestimmt den Preis von Werbeminuten, sie liefert somit die ökonomische Basis für die Finanzierung des Programms. In Deutschland wird die Einschaltquote durch statistische Hochrechnungen aus dem Ein-, Um- und Ausschaltverhalten von nur circa 10500 Personen ermittelt, deren Streuung durch alle Bevölkerungsteile sie angeblich zu „exemplarischen Zuschauern“ macht.<sup>6</sup> Stellt man dazu ins Verhältnis die allein rund 30000 Mitarbeiter von ARD und ZDF, so kommen zuzüglich der Privatsender mehr als drei Fernsehmitarbeiter auf einen dieser exemplarischen Zuschauer. Statistisch gesehen, bewertet somit eine Minderheit von Zuschauern eine Mehrheit von Produzenten. Erstaunlicherweise finden diese paradoxen Bedingungen der Quote medien-theoretisch kaum Beachtung.

most European countries in the early 1950s, they were organized on a politically supervised model under public law, whereas in the United States the television landscape had been characterized by commercial uses already in the 1940s.

At the start of the 1960s — in the era of Paleo-TV, during which most of the works in the historical section of *TeleGen* were created — the Federal Republic of Germany had only a single TV station, named ARD, which broadcast a black-and-white program during the evening hours. When in April 1963 a second station commenced broadcasting, viewers in West Germany for the first time learned the agony of having to choose between alternatives — previously the only choice had been to switch the tube on or off. At that point in time, US viewers already consumed roughly five hours of television per day and, depending on where they lived, had a choice of more than ten public and commercial broadcasters around the clock, increasingly in color after 1957. From these few facts alone we can easily infer the regional and cultural differences that provided television-themed art of the era with a huge variety of contexts.

Paleo-TV had a claim to auctorial truth; it literally offered a vision of faraway things, a window to the world. In contrast, Neo-TV has, since the 1980s, developed its own visual surface with a multitude of possible actions and interactions. This is what made Umberto Eco speak of Neo-TV as having “lost transparency.”<sup>2</sup> Due to the competition for audience ratings, differences between commercial and public stations, between cultural mandate and commerce, between the private and the political have become less pronounced. Attention economics — the equation of attention and money under the rule of rating numbers — was already applied in the mid-1920s with regard to radio and today has been carried into all fields of culture through television. Now, even art exhibitions are expected to attract large numbers of visitors. Accordingly, Pierre Bourdieu in his critique of television diagnoses “media intrusion — or rather, the intrusion of economic pressures as relayed by the media — even in the ‘purest’ science,” and of course in art as well.<sup>3</sup>

Since the end of the 1990s, Neo-TV has been succeeded by digital media, often called hybrid TV, which have further diversified the televisual. It is becoming ever rarer for the generation of viewers under the age of 30 to use television in the traditional way, that is to say, watching

<sup>2</sup> See the essay by Umberto Eco in the present publication.

<sup>3</sup> Pierre Bourdieu, *On Television* (New York: The New Press, 1998), 60.

<sup>4</sup> Thanks to my students for answering queries on their television habits in several seminars.

<sup>5</sup> See the survey published by Bitkom in November 2014: “Videostreaming verdrängt nach und nach klassisches TV,” [http://www.bitkom.org/de/presse/81149\\_80851.aspx](http://www.bitkom.org/de/presse/81149_80851.aspx) [accessed May 11, 2015].

a program at the time of its broadcast on a proper receiver.<sup>4</sup> Instead, televised content now reaches viewers across a large number of formats, from traditional DVDs to online platforms, video on demand, live streaming, file-sharing, and more.<sup>5</sup> On smart TV, or the second screen, viewers simultaneously connect with each other for an additional “program” through the social networks. Which is why there are many different and complex answers to the question of how to watch television today. This diversity concerns not only technological aspects of distribution and reception, but also the development of new televisual formats catering to these new, individualized forms of reception.

A David Hall, *TV Interruptions: 7 TV Pieces*, 16 mm Film, auf Video übertragen, sw, Ton / 16 mm film transferred to video, bw, sound, 22:44 min., 1971





Die sozialen Online-Medien führen zu einem Paradigmenwechsel. Rein passives Zuschauen ist unmöglich, jeder Klick zählt, als Votum und zugleich als monetärer Wert. Die Nutzer be-spielen als Konsumenten und — durch eigenen Content — als Prosumenten Plattformen, von denen sie vermeintlich Gratis-Dienstleistungen erhalten, aber zugleich ihre persönlichen Daten preisgeben. Mit dem internet-kompatiblen Smart-TV und der simultanen Nutzung von Fernsehen und sozialen Medien auf dem Second Screen wird das Klischee der Passivität des Fernsehzuschauers vollends obsolet. Die Erfassung des Nutzerverhaltens ist dabei schon in die Technologie implementiert, es muss also nicht mehr wie im Broadcast-Fernsehen durch komplexe, kostenintensive Messungen erhoben werden. Das seit den 1970er-Jahren immer wieder prophezeite emanzipatorische Potenzial medienbasierter Partizipation hat auf dem heutigen Stand der Technik somit den hohen Preis einer weitreichenden Kommerzialisierung. Die individuelle Freiheit selbstbestimmten Zuschauens wird sozusagen mit den persönlichen Daten der User bezahlt. Vielleicht kann das neue Interesse an Passivität in der Medientheorie und Philosophie auch als ein Symptom für das Ende der Ära des passiven Zuschauers gewer-tet werden.<sup>7</sup>

Fernsehen: Medium ohne Werk?

Marcel Duchamp gesteht Kunstbetrachtern eine Macht zu, die der oben beschriebenen der Fernsehzuschauer vergleichbar ist, wenn er 1956 schreibt, dass „ein Werk vollständig von denjenigen gemacht wird, die es betrachten oder es lesen und die es, durch ihren Beifall oder sogar durch ihre Verwerfung, überdauern lassen“:<sup>8</sup> Allerdings geben die Fernsehzuschauer ihre Zustimmung oder Ablehnung gewissermaßen live und in Echtzeit während des laufenden Programms. Duchamp bezieht sich hingegen auf lange historische Prozesse der Kanonbil-dung und Musealisierung sowie der ständigen Neubewertung und Revision von scheinbar ewigen Werten. Nichts jedoch ist weiter entfernt vom Ewigkeitsanspruch eines Kunstwerks als aktuelle Fernsehprogramme.

Die Vergänglichkeit des Broadcasting markiert einen wesentlichen Unterschied zu Print- und Online-Medien. Mangels Referenzierbarkeit haben Fernsehprogramme keine Nachhaltigkeit, beispielsweise sind Zitate aus Internetquellen heute gängige Praxis, aber aus dem Fernsehen

Das Fernsehen anschauen (als Kunst) Viewing Television (as Art) von Dieter Daniels, 2014, Kunsthaus Zürich

|    |                |   |    |
|----|----------------|---|----|
| 18 | Dieter Daniels | Das Fernsehen anschauen (als Kunst) Viewing Television (as Art) | 19 |
|----|----------------|---|----|

### Paradoxes of passivity

For a long time, the essential passivity of the television viewer was never questioned. Paradox-ically, viewers decide by way of the ratings on the success or failure of a program they are supposedly just passively consuming— while again being largely influenced and manipulated by that program. So the contents of a television broadcast grow out of an endless feedback loop between a program and its consumption, a fluid interaction between production, selec-tion, and reception. Market shares also determine the cost of advertising time and thus form the basis for a program’s funding. In Germany, market shares are determined by statistical extrapolations from the viewing behavior of a mere 10,500 presumably exemplary viewers, chosen to represent all parts of the populace.<sup>6</sup> Compared against the 30,000 employees of the two public broadcasters, ARD and ZDF, to which we still must add those of the private stations, there is a proportion of more than three television employees per one exemplary viewer. Statistically, a minority of viewers rate a majority of producers. Surprisingly enough, these paradoxical rating conditions have hardly been noticed so far by media theorists. The web-based social media have led to a paradigm shift. Mere passive viewing is no longer possible, and every click of the mouse counts, both as a vote and as monetary value. Users meet on platforms that offer supposedly free services as consumers, and —if they contribute their own content —as prosumers, while at the same time these platforms record their personal data. Web-compatible smart TV and the simultaneous use of television and social media have rendered the cliché of the passive viewer completely meaningless. Automatic recording of viewer behavior is an integral part of the technology of the medium, and has no longer to be surveyed by complex, cost-intensive tests as in broadcast TV. Since the 1970s, we have time and again heard prophecies that focused on the emancipatory potential of audience partici-pation in the media, but for today’s participation technologies we pay the high price that participation itself has largely become commercialized. The individual freedom of choosing what to watch has to be paid with the user’s personal data. And maybe the recent surge of interest in passivity as a topic of media theorists and philosophers is only one more symptom of the end of the age of the passive viewer.<sup>7</sup>

<sup>[</sup>7 Siehe zum „passive viewing“ in der Videokunst seit den 1970er-Jahren den Beitrag von Ina Blom im vorliegenden Band; vgl. allgemein zum Thema Passivität Robert Pfaller, *Ästhetik der Interpassivität*, Hamburg 2008, sowie Kathrin Busch und Helmut Draxler (Hg.), *Theorien der Passivität*, Paderborn u. a. 2013.

<sup>[</sup>8 Marcel Duchamp, *Die Schriften*, hg., übers. und komm. von Serge Stauffer, Zürich 1981, S. 202.

<sup>[</sup>9 Vgl. Ralf Adelman und Markus Stauff, „Ästhetiken der Re-Visualisierung. Zur Selbststilisierung des Fernsehens“, in: Lorenz Engell und Oliver Fahle (Hg.), *Philosophie des Fernsehens*, Paderborn u. a. 2006, S. 60, 67.

<sup>[</sup>10 Brett Martin, *Difficult Men*, New York 2013, S. 11. Bemerkenswerterweise kam die Initiative dazu nicht von dem mit einem Kulturauftrag versehenen öffentlichen Fernsehen, sondern ging von dem US-amerikanischen Kabel-Kanal HBO aus, weil das bis-herige Geschäftsmodell eines Abonnenten-Pay-TV durch den Ver-leih von Filmen auf Videotapes und DVDs sowie Pay-per-View Online-Angebote zusammengebrochen war.

wird zumindest in der Wissenschaft nach wie vor nicht zitiert. Doch auch wenn die Flüchtigkeit der klassischen Sendung mittlerweile durch Online-Mediatheken und Videoarchive kompen-siert wird, haben Fernsehinhalte aufgrund ihrer Struktur keinen Werkcharakter. Kriterien wie „Stil“ oder „Autorschaft“, die beim Film trotz komplexer kollektiver Produktionsprozesse gän-gig sind, greifen beim Fernsehen nicht. Wenn überhaupt, hat „Stil“ im Fernsehen nur eine strategische Bedeutung, als „Stilisierung“ der Corporate Identity eines Senders zur Unterschei-dung von anderen Sendern und deren Angebot, jedoch schafft er keine differenzierbaren äs-thetischen Objekte.<sup>9</sup> Die klassischen Medientheorien von Raymond Williams zum televisuel-len „Flow“ und von Stanley Cavell zum „Monitoring“ als Permanenz der televisuellen Beob-achtung verdeutlichen diese strukturelle Unabschließbarkeit, durch die sich das Televisuelle dem klassischen Werkbegriff entzieht.

Obwohl das Fernsehen als prägendes Massenmedium der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts gelten kann, hat sich kein Kunstdiskurs oder Bewusstsein für ein kulturelles Erbe entwickelt, der auch nur entfernt dem kulturellen Status von Film, Video oder auch Radio vergleichbar wäre. Als seltene Ausnahmen sind seit den 1980er-Jahren Musicclips in ausgewählten Beispie-len zu musealen Ehren kommen. Erst am Ende der Fernsehära entstehen derzeit die Serien-formate, die als neue Form der Hochkultur gefeiert werden. Brett Martin nennt Serien wie *The Sopranos*, *The Wire*, *Deadwood* oder *Mad Men* „the signature American art form of the first decade of the 21st century“.<sup>10</sup>

## II Künstler als exemplarische Zuschauer

In der Ausstellung und Publikation *TeleGen* finden sich zahlreiche Beispiele von Arbeiten, in denen Künstler aus dem Material des Fernsehens neue, eigene Werke generiert haben. Erst im Festhalten des „flow“, als Verdichtung in einem „Werk“, somit aus der Position der Kunst, können diese Arbeiten sich dem Fernsehen als Spiegel gegenüberstellen. Die meisten von ihnen lassen sich nicht ins Medium Fernsehen zurückspielen, denn sie entstehen aus der Perspektive der Zuschauer. Deshalb nehmen Künstler in diesen Arbeiten die Rolle eines exem-plarischen Zuschauers ein, der als Leitmotiv für den zweiten Teil dieses Essays dienen soll.

Das Fernsehen anschauen (als Kunst) Viewing Television (as Art) von Dieter Daniels, 2014, Kunsthaus Zürich

|    |                |   |    |
|----|----------------|---|----|
| 18 | Dieter Daniels | Das Fernsehen anschauen (als Kunst) Viewing Television (as Art) | 19 |
|----|----------------|---|----|

Das Fernsehen anschauen (als Kunst) Viewing Television (as Art) von Dieter Daniels, 2014, Kunsthaus Zürich

Television: A medium with no works?

Marcel Duchamp ascribed a certain power to the viewer of an artwork, comparable to the power of the television viewer described above. In 1956, he wrote that “a work is made entirely by those who look at it or read it and who make it survive by their acclaim or even their con-demnation.”<sup>8</sup> Here it must be said that television viewers exercise their approval or rejection in real time during the broadcast, while Duchamp is talking about long-term historical pro-cesses of canonization and musealization, driven by an ongoing reevaluation and revision of seemingly eternal values. There is nothing further from art’s aspirations toward eternity than a topical TV broadcast.

The ephemerality of the broadcast marks its essential difference from print or online media. TV programs can still hardly be referenced and are rarely quoted, and they lack sustainability and intellectual resonance, while quotations from the Internet have become completely common. Today a broadcast will not necessarily vanish into thin air, but often be stored in online media libraries or video archives, and still the structure of television content does not lend it the character of a work. In film, despite highly complex collective production processes, criteria such as style or auctoriality are universally acknowledged, yet somehow this does not apply to television. If it matters at all, style has only strategic relevance, as stylization of a broadcaster’s corporate brand that helps differentiate it from the others and their programming. In television, style does not create any definable aesthetic object.<sup>9</sup> This essential structural openness, by which the televisual eludes the traditional idea of the work, has been expressed in media theory, for example in Raymond Williams’s seminal writings on televisual “flow” and Stanley Cavell’s ideas on “monitoring” as a permanent act of televisual observation.

So despite the fact that television was the defining mass medium of the second half of the 20th century, it has provoked no art-theoretical discourse or conscious cultural heritage that could even remotely compare to the cultural standing of film, video, or even radio. There are rare exceptions: selected music videos have found their way into museum collections since the late 1980s. Only in the twilight era of the television medium are new serial formats now

<sup>[</sup>6 This describes only the measurement of ratings by the German society for consumer research, GfK. Other countries have different institutions and methods. The precision of, and expenses for, these measuring procedures have recently been criticized. See for example *Die Macht der Zuschauer*, a reportage by Frank Aischmann and Gregor Streiber, 3sat, January 9, 2014, http://www.3sat.de/page/?source=/wissenschaftsdoku/sendungen/174174/index.html [accessed May 11, 2015].

<sup>[</sup>7 On the topic of “passive viewing” in video art since the 1970s, see the essay by Ina Blom in the present publication; on the broader theme of passivity, see also Robert Pfaller, *Ästhetik der Interpassivität* (Hamburg: Philo Fine Arts, 2008), as well as *Theorien der Passivität*, ed. Kathrin Busch and Helmut Draxler (Paderborn: Wilhelm Fink, 2013).

<sup>[</sup>9 See Ralf Adelman and Markus Stauff, „Ästhetiken der Re-Visualisierung. Zur Selbststilisierung des Fernsehens,“ in *Philosophie des Fernsehens*, eds. Lorenz Engell and Oliver Fahle (Paderborn: Wilhelm Fink, 2006), 60, 67.



prae-/postmedial

Das Interesse der in *TeleGen* vertretenen Künstler richtet sich überwiegend auf die Wirkung des Fernsehens, weniger auf seine Veränderung durch experimentelle Programme oder alternative Sendeformen wie in den 1970er-Jahren.<sup>11</sup> Für die Entwicklung ab den 1990ern kann der Terminus „postmedia“ trotz gewisser Unschärfen Verwendung finden: Mediale Transferprozesse und Hybridisierungen treten an die Stelle der in den 1970/80er-Jahren in der Kunst geforderten Medienspezifik.<sup>12</sup> Hingegen befindet sich die bildende Kunst bis 1965 gegenüber dem televisuellen und elektronischen Bild sozusagen in einem „Praemedial“-Zustand, weil sie vor der Entwicklung der Videotechnik keinen eigenen Zugriff auf dieses machtvolle neue Medium Fernsehen hat. Der historische Teil von *TeleGen* dokumentiert deshalb die Reflexion des Televisuellen in allen Gattungen und Medien, von der Malerei, Skulptur und Zeichnung über die Fotografie bis zu Literatur und Musik, noch vor Entstehung der TV- und Videokunst im engeren Sinn.

Die Position des Künstlers als exemplarischer Zuschauer markiert eine wesentliche Verbindung zwischen historischem und aktuellem Ausstellungsteil. Künstlerische Arbeiten verdichten Scherfahrungen, sie legen visuelle Codes frei, montieren Déjà-vu-Momente, selektieren Bilder, die schon zu oft gesehen wurden, um sie neu sichtbar zu machen. Wie die im dritten Teil dieses Textes behandelten Beispiele zeigen, kann die scheinbar passive Situation des Zuschauers in eine aktive Spiegelung des Mediums umschlagen, weil sie im Kunstkontext einen anderen Modus der Rezeption aktiviert. Der Besucher der Ausstellung *TeleGen* befindet sich somit in einer doppelten Rolle: Als Fernsehzuschauer verfügt er über einen Speicher televisueller Bilder, die er als Ausstellungsbesucher anhand von Kunstwerken reaktivieren und zugleich reflektieren kann.

Diese Rolle des Künstlers als exemplarischer Zuschauer erlaubt einen Seitenblick zur Medientheorie des Fernsehens. Während Fotografie, Film und digitale Medien zum Gegenstand komplexer Techniktheorien geworden sind, findet das Fernsehen, gemessen an seiner öffentlichen Wirkung, erstaunlich wenig theoretische Beachtung.<sup>13</sup> Bisher hat sich keine den Film studies entsprechende akademische Disziplin der Fernsehwissenschaften etabliert. Zwei

Dieter Daniels, Die Kunst des Fernsehens, 2013

|                 |                             |  |
|-----------------|-----------------------------|--|
| <span>20</span> | <span>Dieter Daniels</span> | <span>Das Fernsehen anschauen (als Kunst) Viewing Television (as Art)</span> |
| <span>21</span> | <span>Dieter Daniels</span> | <span>Das Fernsehen anschauen (als Kunst) Viewing Television (as Art)</span> |

being celebrated as original forms of high culture, which has led Brett Martin to describe series such as *The Sopranos*, *The Wire*, *Deadwood*, or *Mad Men* as “the signature American art form of the first decade of the 21st century.”<sup>10</sup>

## II The artist as exemplary viewer

The exhibition and publication *TeleGen* present numerous examples of artworks generated from television material. Only by stopping the flow and condensing it into a “work,” by viewing television from an artistic position, can these pieces confront the medium with its mirror image. Most of the works do not feed back into television, as they have been produced from a viewer perspective, and the artist takes on the role of an exemplary viewer. This role will serve us as a theme for the second part of this essay.

Pre-/post-medial

The artists presented in *TeleGen* mostly focus on the effects of television, and less on interventions in the form of experimental broadcasts or alternative channels of transmission typical of the 1970s.<sup>11</sup> Developments from the 1990s on can be subsumed under the somewhat blurry term “post-media”: transfer processes and hybridization replace the media specificity still expected from art in the 1970s and 1980s.<sup>12</sup> Up to 1965, the arts had been in what might be termed a pre-medial condition in regard to the televisual or electronic image. Before video technology, artists had no way of accessing the powerful new medium of television. The historical section of *TeleGen* therefore mostly documents a reflection on the televisual image in different media and genres—in painting, sculpture, and drawing, as well as in photography, literature, and music—before the advent of video art and television art in the proper sense. The artist’s role as an exemplary viewer forms a significant link between the historical and contemporary sections of *TeleGen*. Works of art condense visual experience, they reveal visual codes, they construct moments of déjà vu, they pick out images already seen too often in order to open them up for new ways of perception. Since the context of art initiates a different mode of reception, the seemingly passive role of the viewer can become an active reflection upon

<sup>[1]</sup> Vgl. dazu den Beitrag von Stephan Berg im vorliegenden Band

<sup>[2]</sup> Vgl. zu den begrifflichen Unschärfen Andreas Broeckmann, „Postmedia' Discourses. A Working Paper“, 2013, http://www.mikro.in-berlin.de/wiki/tiki-index.php?page=Postmedia+-Discourses (abgerufen am 11.5.2015).

<sup>[3]</sup> Siehe dazu ausführlicher Oliver Fahle, „Das Bild und das Sichtbare. Eine Bildtheorie des Fernsehens“, in: Engell/Fahle (Hg.) 2006 (wie Anm. 9), S. 77, sowie Lorenz Engell, Fernsehtheorie zur Einführung, Hamburg 2012, S. 14.

<sup>[4]</sup> K. O. Götz' Versuche, um das Jahr 1960 mittels Malerei und Film eine dem Fernsehbild verwandte Struktur zu erzeugen, stehen paradigmatisch für diese Unerreichbarkeit des Televisuellen in der Kunst. Videogeräte wurden von Künstlern erstmals 1965 genutzt, siehe zu Nam June Paik und Andy Warhol im zweiten Teil dieses Texts. Eine breitere Verfügbarkeit von Videotechnik setzt erst 1967 mit dem Sony Portapak ein.

<sup>[5]</sup> Vgl. zu den utopischen Ansätzen der Medienkunst: Dieter Daniels, Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet, München 2002, S. 232–249.

<sup>[6]</sup> Vgl. zu den utopischen Ansätzen der Medienkunst: Dieter Daniels, Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet, München 2002, S. 232–249.

<sup>[7]</sup> Vgl. zu den utopischen Ansätzen der Medienkunst: Dieter Daniels, Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet, München 2002, S. 232–249.

<sup>[8]</sup> Vgl. zu den utopischen Ansätzen der Medienkunst: Dieter Daniels, Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet, München 2002, S. 232–249.

<sup>[9]</sup> Vgl. zu den utopischen Ansätzen der Medienkunst: Dieter Daniels, Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet, München 2002, S. 232–249.

<sup>[10]</sup> Vgl. zu den utopischen Ansätzen der Medienkunst: Dieter Daniels, Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet, München 2002, S. 232–249.

<sup>[11]</sup> Vgl. zu den utopischen Ansätzen der Medienkunst: Dieter Daniels, Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet, München 2002, S. 232–249.

<sup>[12]</sup> Vgl. zu den utopischen Ansätzen der Medienkunst: Dieter Daniels, Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet, München 2002, S. 232–249.

<sup>[13]</sup> Vgl. zu den utopischen Ansätzen der Medienkunst: Dieter Daniels, Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet, München 2002, S. 232–249.

<sup>[14]</sup> See in more detail Oliver Fahle, “Das Bild und das Sichtbare. Eine Bildtheorie des Fernsehens,” in Engell/Fahle 2006 (see note 9), 77, as well as Lorenz Engell, Fernsehtheorie zur Einführung (Hamburg: Junius, 2012), 14.

<sup>[15]</sup> Attempts by K. O. Götz to achieve surface structures comparable to the television image with the help of painting and film around 1960 paradigmatically show up the difficulties of rendering the televisual through other artistic means. Video was first used by artists in 1965—see the passages on Nam June Paik and Andy Warhol in the second part of this text. Video technology became more commonly available only with the Sony Portapak in 1967.

<sup>[16]</sup> On utopian tendencies in media art, see Dieter Daniels, Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet (Munich: C. H. Beck, 2002), 232–249.

prominente Medientheorien zum Fernsehen könnte man jedoch als „Zuschauertheorien“ bezeichnen: Umberto Eco und Marshall McLuhan untersuchen vor allem die Wahrnehmungswirkungen und die Rezeptionsbedingungen des Televisuellen. Beispielsweise macht McLuhan die Rasterstruktur des Bildschirms zum Argument für die aktive sensorische Syntheseleistung des Zuschauers, und bei Eco wird erstmals die Veränderung des Zuschauerverhaltens durch die Fernbedienung thematisiert. Vielleicht lässt sich die pauschale Verwendung des Sammelbegriffs „Fernsehen“ trotz aller Diversität vor allem durch seine Bedeutung als Zuschauermedium rechtfertigen, das eine neue Form des Schauens entstehen lässt: eine paradoxe Kombination von Distanz und Nähe, von Passivität und Aktivität, von Kontemplation und Involviertheit.

prae-/postutopisch, prae-/postmodern

Sowohl im historischen wie im aktuellen Teil von *TeleGen* könnte man Exponate vermissen, in denen die Hoffnung auf eine künstlerische Alternative zum Mainstream oder subversive Veränderung des Mediums zum Ausdruck kommt, welche die Ansätze der Gegenöffentlichkeit und Medienkritik ab Ende der 1960er- bis in die 1970er-Jahre prägt. Im historischen Teil der Ausstellung werden bewusst nur Arbeiten bis Mitte der 1960er gezeigt, die vor der privaten Verfügbarkeit von Videotechnik entstanden sind. Künstler konnten bis dahin keine TV-Bilder erzeugen, sondern höchstens das empfangene Programm symbolisch auf einem einzelnen Gerät verfremden oder modifizieren.<sup>14</sup> Der auktoriale Status des Paläo-Fernsehens bleibt künstlerisch unangreifbar. Die bildende Kunst befindet sich in Relation zum Fernsehen also bis Mitte der 1960er-Jahre sozusagen in einem prae-utopischen Stadium, für welches eine „Kunst als Sendung“, wie sie beispielsweise im Radiohörspiel bereits seit den 1920er-Jahren existiert, unerreichbar scheint.<sup>15</sup> Demgegenüber nehmen Künstler seit den 1990ern eine dezidiert post-utopische Distanz zum Medium ein, dessen Tendenz zur Vereinnahmung und Verwertung alles Realen sich sowohl in Nachrichten und Talkshows wie auch im Reality TV so weit dem zuvor Unzeigbaren und Unsagbaren geöffnet hat, dass ein „Aufbrechen von Sehgewohnheiten“, wie noch in den 1980ern oft gefordert, weitgehend obsolet geworden ist. So lässt sich beispielsweise fragen,

Dieter Daniels, Die Kunst des Fernsehens, 2013

|                 |                             |  |
|-----------------|-----------------------------|--|
| <span>20</span> | <span>Dieter Daniels</span> | <span>Das Fernsehen anschauen (als Kunst) Viewing Television (as Art)</span> |
| <span>21</span> | <span>Dieter Daniels</span> | <span>Das Fernsehen anschauen (als Kunst) Viewing Television (as Art)</span> |

the medium, as will become obvious in the third part of this essay. Visitors to the *TeleGen* exhibition are therefore in a dual position: their passive experiences watching television provide them with a reservoir of televisual images they can both draw on in the exhibition and actively reflect upon in front of the artworks. The artist as an exemplary viewer also allows us a sidelong glance toward the media theory of television. While there are complex theories of photography, film, and the digital media, television meets with a surprising dearth of theoretical engagement, especially considering its broad public impact.<sup>13</sup> Television studies are not an academic discipline on the level of film studies. Nevertheless, two of the most prominent media theories of television could be described as theories of the viewer: both Umberto Eco and Marshall McLuhan mainly explore televisual perception effects and reception conditions. McLuhan, for example, takes the television raster for an argument of the viewer’s active effort of what he calls a “tactile” sensory synthesis. And Eco was the first to discuss changes in viewer behavior when using a remote control. Maybe “television” as a general term can still be justified, despite the diversity of the medium, primarily because all its aspects are directed toward a viewer—producing a new form of seeing, a paradoxical combination of distance and intimacy, of passivity and activity, of contemplation and involvement.

Pre-/post-utopian, pre-/post-modern

In both the historical and contemporary sections of *TeleGen*, we might hope to find exhibits expressing the longing for an artistic alternative to the mainstream, or for subversive changes to the television medium, concerns that characterized media criticism and whole counter-publics from the end of the 1960s through the 1970s. Yet the historical section of our exhibition purposefully focuses on work made until the mid-1960s, realized before video technology became privately accessible. During that time, artists could not produce television images themselves and could only symbolically modify or distort received broadcasts on a single screen.<sup>14</sup> Therefore art was unable to attack the auctorial status of Paleo-TV. Until the mid-1960s, art remained in a sort of pre-utopian state in relation to television. Art as mission and transmission, something that had been a factor for instance in radio plays since the 1920s, did not at all appear feasible.<sup>15</sup>

ob die in den 1960er- und 1970er-Jahren von Gerry Schum, Keith Arnatt, Jan Dibbets, David Hall<sup>[fig. A]</sup>, Valie Export, Peter Weibel und Chris Burden praktizierten, unangekündigten Interventionen im laufenden Fernsehprogramm heute überhaupt noch jemandem auffallen würden.<sup>16</sup> Die Repräsentation des Neo-Fernsehens kann nicht mehr von außen gestört werden, denn sie ist ein schon per se gestörtes Bild, wie Oliver Fahle darlegt.<sup>17</sup> Eine vergleichbare Desillusionierung lässt sich anhand der Medientheorien von Umberto Eco oder Hans Magnus Enzensberger diagnostizieren. Ihre in den 1960/70er-Jahren artikulierten Hoffnung auf das emanzipatorische Potenzial einer Selbstermächtigung der Konsumenten durch aktive Nutzung der Medien haben beide ab den 1980ern mehrfach relativiert oder revidiert.<sup>18</sup>

Sind also Utopien unter dem Motto „Broadcast yourself“ endgültig obsolet geworden, seit sich YouTube beziehungsweise Google diese als Slogan und Markenzeichen angeeignet haben? Zumindest gilt dies offenbar für die Mehrzahl der zeitgenössische Werke in der Ausstellung *TeleGen*. Die Arbeiten im aktuellen Teil sind dezidiert für den Kontext einer Ausstellung entstanden, nur einige wenige liefen zuvor als Sendung im Fernsehen. Während das Phänomen Fernsehen derzeit von Auflösungserscheinungen gekennzeichnet ist, gilt das Interesse aktueller bildender Kunst oftmals eher dem Status quo als der Zukunft des Mediums. Kunst kann damit die Funktion übernehmen, welche dem Fernsehen fehlt, als „TV-Museum“ hält sie dem Medium den Spiegel vor, in dem die ästhetischen und formalen Veränderungen des Televisuellen umso deutlicher hervortreten, weil sie nicht den immanenten Zwängen des Mediums unterliegen.<sup>19</sup>

### III Das Fernsehen ausstellen (als Kunst)

Welche Strategien erlauben es Künstlern, sich die Bildmächtigkeit der laufenden Programme des Fernsehens anzueignen, sie in Kunstwerken zu verarbeiten, zu reflektieren, zu paraphrasieren oder ihr etwas entgegen zu stellen? Die Verwendung von zeitbasiertem Fernsehmaterial in Kunstwerken soll abschließend anhand von Beispielen aus der Ausstellung *TeleGen* untersucht werden. Die technischen Möglichkeiten des Zugriffs auf Fernsehmaterial haben sich seit den 1960er-Jahren fundamental verändert, deshalb werden die Unterschiede

|    |                |   |    |
|----|----------------|---|----|
| 22 | Dieter Daniels | Das Fernsehen anschauen (als Kunst) Viewing Television (as Art) | 23 |
|----|----------------|---|----|

In contrast, artists since the 1990s have taken a decidedly post-utopian stance toward the medium. Television’s tendency to usurp and exploit reality in news programs, talk shows, and especially in reality TV has moved so far into realms which could not previously be talked about or shown that certain objectives followed by artists well into the 1980s, such as “breaking up viewing habits,” have now become largely obsolete. It is doubtful if unannounced interventions into running programs, as carried out in the 1960s and 1970s by the likes of Gerry Schum, Keith Arnatt, Jan Dibbets, David Hall<sup>[fig. A]</sup>, Valie Export, Peter Weibel, or Chris Burden, would even be noticed by anyone watching a current broadcast today.<sup>16</sup> In Neo-TV, representation cannot be disrupted from the outside since the televisual image itself is already disrupted, as Oliver Fahle has shown.<sup>17</sup> Similar to the critical discourse in media art, we can diagnose a sense of disillusionment in the media theories of Umberto Eco and Hans Magnus Enzensberger. During the 1960s and 1970s, they articulated their hope for an emancipatory effect, enabling consumers to empower themselves with the active use of the media, but by the 1980s both had started qualifying or reversing their theories several times over.<sup>18</sup>

Has the utopian dimension of a motto like “broadcast yourself” therefore become permanently obsolete, ever since YouTube, today a subsidiary of Google, adopted these words as a slogan and trademark? At least that is what the majority of contemporary works on display in *TeleGen* seem to posit. These have explicitly been produced for an exhibition context; only a

B Wolf Vostell, Sun in your head, 1963 [→ S./P. 175]


<sup>[16]</sup> Vgl. Dieter Daniels, „Fernsehen – Kunst oder Antikunst? Konflikte und Kooperationen zwischen Avantgarde und Massenmedium in den 1960er/ 1970er Jahren“, in: Rudolf Frieling und Dieter Daniels (Hg.), *Medien Kunst Netz*, 2 Bde., Wien u. a. 2004/ 05, Bd. 1, *Medienkunst im Überblick*, 2004, S. 51–54. http://www.medienkunstnetz.de/themen/medienkunst\_im\_ueberblick/massenmedien/23/.

<sup>[17]</sup> Oliver Fahle, „Das Bild und das Sichtbare. Eine Bildtheorie des Fernsehens“, in: Engell/ Fahle (Hg.) 2006 (wie Anm. 9), S. 82.

<sup>[18]</sup> Siehe mit Bezug auf Enzensbergers Thesen zum Fernsehen als „Nullmedium“ den Beitrag von Stephan Berg im vorliegenden Band.

<sup>[19]</sup> Vgl. zu verwandten Überlegungen Maeve Connolly, *TV Museum: Contemporary Art and the Age of Television*, Bristol/ Chicago 2014, S. 11, 16.

<sup>[20]</sup> *Great American Nude #39* (1962), *Great American Nude #43* (1963), *Still Life # 28* (1963) (mit Abraham-Lincoln-Porträt), *Still Life # 31* (1963) (mit George-Washington-Porträt); siehe den Beitrag von Marc Ries und Sarah Waldschmitt im vorliegenden Band.

zwischen historischen und aktuellen Beispielen hier besonders deutlich. Dennoch liegen im Leitmotiv des Künstlers als exemplarischer Zuschauer auch Gemeinsamkeiten über einen Zeitraum von mehr als 50 Jahren. Die folgenden, schlaglichtartigen Untersuchungen von Kunstwerken liefern zugleich Stichproben zu den Umbrüchen der Technologien von Distribution und Zirkulation des Televisuellen in den vergangenen 50 Jahren. Kunst- und Medien­geschichte sind dabei als getrennte und dennoch aufeinander bezogene Entwicklungen zu sehen.

Vor dem Screen: Das Paläo-Fernsehen als Gegenstand der Kunst

Die einfachste Strategie, um das laufende Programm in ein Kunstwerk zu integrieren, verwendet Tom Wesselmann, der in vier seiner Gemälde 1962/ 63 einen funktionsfähigen Fernsehapparat einbaut.<sup>20</sup> Seine Serie von Interieurs zeigt Fernsehen als Teil des US-amerikanischen Alltags, das Programm wird nicht gezielt betrachtet, sondern läuft nebenher und gehört ebenso zum Ambiente wie die Möbel und die Bilder an der Wand. In den USA stehen Anfang der 1960er-Jahre schon den ganzen Tag über mehrere Programme zur Verfügung, sodass Wesselmanns Bild fast immer „funktioniert“ und bis heute neue Konstellationen entstehen lässt, beispielsweise wenn die gemalten Porträts von Abraham Lincoln oder George Washington auf das aktuelle Fern­sehbild von Barack Obama treffen. Im Unterschied zu Césars skulpturaler oder Vostells struktureller „Ausstellung“ des laufenden Fernsehens verweist Wesselmanns Arbeit auf das ikonische Moment der Fernsehbilder. Solange sich die Kunst in der genannten „Praemedia“-Phase der frühen 1960er befindet, gestaltet sich der direkte künstlerische Zugriff auf Fernsehmaterial, um damit eigenständige, zeitbasierte Werke zu schaffen, ausgesprochen schwierig. Drei mögliche Strategien, die im Folgenden kurz vorgestellt werden, sind die Abnahme vom Bildschirm mittels einer Filmkamera bei Bruce Conner und Wolf Vostell, die Aneignung von Found Footage-Fernsehmaterial auf Film bei Andy Warhol oder die ersten Experimente mit einer Weiterverarbeitung von Fernsehmaterial mittels Video bei Nam June Paik.

Bruce Conners Experimentalfilm *Report* (1963–67) montiert Bildmaterial, das er vom Fernsehschirm abgefilmt hat, mit dem Sound von Radiosendungen. Zentrales Thema sind die

|                |   |    |
|----------------|---|----|
| Dieter Daniels | Das Fernsehen anschauen (als Kunst) Viewing Television (as Art) | 23 |
|----------------|---|----|

few of them have been shown on television. Since television as a phenomenon is in a state of disintegration, contemporary artists are often more interested in the current state of affairs than in the future of the medium. Here, art can take over a function that television itself is lacking: as a “TV museum,” it holds a mirror up to the medium, where aesthetic and formal changes of the televisual become more pronounced as they move outside of the medium’s intrinsic dictates.<sup>19</sup>

### III How to exhibit television (as art)

What are the strategies that enable artists to appropriate the powerful images of the television broadcast, to process them in their works of art, to reflect, to paraphrase, and oppose them? This third part of the essay will examine the use of time-based television material within artworks with the aid of examples from the *TeleGen* exhibition. The technological means of access to television material have completely changed since the 1960s, which is why differences between historical and contemporary examples become especially obvious. There are nonetheless commonalities connecting the works over a period of 50 years, such as the role of the artist as an exemplary viewer. The following short explorations of these artworks will at the same time function as sample tests for the radical changes in the technology of televisual distribution and circulation during this past half-century. The history of art and the history of the medium will be considered as separate yet interconnected developments.

In front of the screen: Paleo-TV as an art subject

The easiest possible strategy for integrating a live television broadcast into a work of art was used by Tom Wesselmann when he built a functioning TV set into four of his paintings in 1962/ 63.<sup>20</sup> His series of interiors present television as part and parcel of everyday life in the US, where the screen is not watched closely for a specific program but is simply kept running until it becomes part of the surroundings, like the furniture or the pictures on the wall. In the US, several stations began broadcasting around the clock in the early 1960s, so that Wesselmann’s painting almost always “worked,” such as when the painted likenesses of Abraham

<sup>[19]</sup> See the related thoughts by Maeve Connolly in *TV Museum: Contemporary Art and the Age of Television* (Chicago: Chicago University Press, 2014), 11, 16.

<sup>[20]</sup> *Great American Nude #39* (1962), *Great American Nude #43* (1963), *Still Life #28* (1963) (with a portrait of Abraham Lincoln), *Still Life #31* (1963) (with a portrait of George Washington); see the essays in the present publication by Marc Ries and Sarah Waldschmitt.



Ermordungen von John F. Kennedy und seinem mutmaßlichen Mörder Lee Harvey Oswald vor den laufenden Kameras der Fernsehöffentlichkeit. Für die Präsentation des thematisch verwandten Films *Television Assassination* (1963—64/1975) entwickelt Conner eine Installation, die das Filmbild auf die weiß bemalte Mattscheibe eines Fernsehapparats projiziert. Symptomatisch zeigt diese Installation die Situation des Künstlers gegenüber dem Paläo-Fernsehen: Er wirft die Bilder symbolisch zurück auf den Ort ihres Ursprungs, doch sie erscheinen nur als Projektion auf, nicht als Sendung im Fernsehen.

Wolf Vostell ließ den Kameramann Edo Jansen für den Film *Sun in your head*<sup>[fig. B]</sup> (1963) Material vom Fernsehbildschirm aufnehmen. Vostells zuvor an Werbepublikaten praktizierte Dé-coll/age wird durch Störung und Verzerrung des laufenden Programms erstmals auf das Fernsehen angewendet. Die in kurzen Schnittfolgen montierten Aufnahmen lassen nur fragmentierte Bilder und einige Wortfetzen sichtbar werden. Gegenüber Bruce Conners dramaturgisch komplex aufgebauten Experimentalfilmen zeigt *Sun in your head* kaum eine formale Entwicklung. Der Film entsteht für Vostells Happening *9-Nein-Dé-coll/agen* am 14.9.1963, hier dient er als Teil der Inszenierung in einem Kino, später wird er in verschiedenen Versionen als eigenständige Arbeit gezeigt, unter anderem als Teil der „Fluxfilm“-Kompilation von 1966.<sup>21</sup>

Zeitgleich verwenden Bruce Conner, Wolf Vostell und Edgar Reitz 1963 von der Mattscheibe abgenommene, filmische Aufnahmen des Fernsehens, um sie durch Schnitt und Montage in den Kontext eines Experimentalfilms zu integrieren.<sup>22</sup> Methodisch lassen diese Filme sich mit den medienanalytischen Fotografien des Fernsehbildschirms von Dennis Hopper oder Lee Friedlander vergleichen. Hingegen gelingt bald darauf Andy Warhol und Nam June Paik erstmals eine komplette Aneignung und Verarbeitung des zeitbasierten televisuellen Materials in Bild und Ton. Die Methoden ihres Zugriffs darauf sind dabei völlig unterschiedlich und zugleich symptomatisch für ihre jeweilige künstlerische Strategie. Für *Soap Opera*<sup>[fig. C]</sup> (1964) überlässt der Fernseh- und Filmproduzent Lester Persky Warhol einige seiner alten TV-Werbespots (u. a. für Pillsbury Cake Mix, Secret Deodorant und Beauty Set Shampoo), deshalb trägt Warhols Film den Untertitel *The Lester Persky Story*. Da Fernsehwerbung damals noch auf Film produziert wird, kann Warhol diese Found Footage einfach zwischen das selbst gedrehte

Material von dem Fernsehapparat auf die Mattscheibe eines Fernsehapparats projiziert. Symptomatisch zeigt diese Installation die Situation des Künstlers gegenüber dem Paläo-Fernsehen: Er wirft die Bilder symbolisch zurück auf den Ort ihres Ursprungs, doch sie erscheinen nur als Projektion auf, nicht als Sendung im Fernsehen.

## 24

|                |  |
|----------------|--|
| Dieter Daniels | Das Fernsehen anschauen (als Kunst)<br>Viewing Television (as Art) |
|----------------|--|

Lincoln or George Washington meet Barack Obama’s current screen image. In contrast to César’s sculptural or Wolf Vostell’s structural exhibitions of live television, Wesselmann’s work refers to the iconicity of the television image. During the pre-medial era of art in the early 1960s, direct artistic access to television material for the creation of autonomous, time-based artworks was still very complicated. Three strategies were nevertheless possible and will be sketched out here: recording the image from the television screen with the help of a film camera, as Bruce Conner and Wolf Vostell did; appropriation of found footage of televised material on film in Andy Warhol’s work; and first experiments with the treatment of television material on video as premiered by Nam June Paik.

In Bruce Conner’s experimental film *Report* (1963–67), images filmed from the TV screen are intercut with sound fragments of radio broadcasts. Forming the central topic are the on-camera assassination of John F. Kennedy and subsequent killing, in front of the television public, of his suspected murderer, Lee Harvey Oswald. For his presentation of the film *Television Assassination* (1963–64/75), which shares the same topic, Conner created an installation where the filmic image was projected onto a TV screen painted in white. This installation symptomatically describes the situation of the artist in regard to Paleo-TV—reflecting the images back to their source symbolically, but only as a projection, not as a real broadcast on television.

C Andy Warhol, Soap Opera, 1964 [↔S./P.183]


<sup>[1]</sup> Später lässt Vostell den Film neu schneiden und 1971 auf Video übertragen; vgl. die ausführliche Werkbeschreibung von Sabine Maria Schmidt in: 40jahrevideokunst.de–Teil 1, Digitales Erbe: Videokunst in Deutschland von 1963 bis heute, hg. von Rudolf Frieling und Wulf Herzogenrath, Ausst.-Kat. Düsseldorf 2006, Ostfildern 2006, S. 76–81. Dass Sun in your head als „erste künstlerische Arbeit mit aufgezeichneten bewegten Fernsehbildern“ gelten könne (ebd. S. 76), wäre aber durch den Vergleich mit Bruce Conners Filmen zu relativieren.

<sup>[2]</sup> Zu Edgar Reitz’ Film Geschwindigkeit siehe S. 156.

<sup>[3]</sup> Lynn Spigel, TV by Design: Modern Art and the Rise of Network Television, Chicago 2008, S. 252.

<sup>[4]</sup> Andy Warhol in einem Interview mit dem Magazin Esquire 1975: „[...] programming becomes too intense if there aren’t enough commercials“, zit. nach: Warhol TV, Judith Benhamou-Huet, Ausst.-Kat. Lissabon 2010, S. 187.

<sup>[5]</sup> Auf die Frage „Do you speed through the commercials?“, antwortete Warhol: „No, I love them. I speed through the show“, siehe: Graig Uhlin, „TV, Time, and the Films of Andy Warhol“, in: Cinema Journal, 49, 3, Frühjahr 2010, S. 11.

<sup>[6]</sup> Vgl. die Recherchen von Andy Uhrich, „The Sony CV Videocorder: The Shared Origins, Uses and Marketing of Home Video and Video Art“, 20.11.2008 http://www.nyu.edu/tisch/preservation/program/student\_work/2008fall/08f\_2920\_Uhrich\_a1a.doc. (abgerufen am 11.5.2015).

Filmmaterial montieren und erreicht damit den Effekt einer Fernsehsendung mit Werbeunterbrechungen. Warhols typische, amateurhaft mit statischer Kamera gedrehte Stummfilmszenen werden von der aufwendig gestylten Werbung mit prägnantem Sound überrollt. Die Hierarchie von Programm und Werbeunterbrechung kehrt sich um, die Werbung erscheint als eigentliche Botschaft, zu der die handlungsarme *Soap Opera* nur den Rahmen liefert. In diesem Sinne schreibt Lynn Spigel: „*Soap Opera* is one of the first (if not the first) theories of television aesthetics.“<sup>23</sup> Auch als Fernsehzuschauer bevorzugt Warhol die großen Privatsender mit viel Werbung, er meidet ausdrücklich öffentliche Programme ohne Werbung.<sup>24</sup> In den 1980er-Jahren sieht sich der Künstler vorzugsweise auf Video aufgezeichnete Sendungen an, die er vorspulen kann, um in Ruhe die Werbespots anzuschauen.<sup>25</sup> Konsequenterweise tritt Warhol selbst in den 1980ern in Fernsehwerbung für TDK und Diet Coke auf. Seine künstlerische Praxis und die Selbstinszenierung seiner Person verbinden sich gleichermaßen mit seiner Rolle als exemplarischer Zuschauer.

Hinter dem Screen: Appropriation und Rekontextualisierung von Fernsehmaterial auf Video

Nam June Paiks berühmte *Exposition of Music. Electronic Television* von 1963 kann im wörtlichen Sinne als erste Ausstellung des Fernsehprogramms verstanden werden, denn die aktuellen Sendungen dienen als Basismaterial für die elektronmagnetischen Bildverformungen auf mehreren der ausgestellten Fernsehgeräte. Paik manipuliert die Schaltkreise in den Geräten und arbeitet direkt mit dem elektronischen Bildsignal, während Zeitgenossen wie Isidore Isou und Karl Gerstner sich auf von außen an die „Flimmerkiste“ applizierte Modifikationen beschränken.

Zwei Jahre später kann Paik in New York dank eines Rockefeller-Stipendiums seinen ersten Videorekorder mit Videokamera erwerben. Es handelt sich laut aktuellen Recherchen um den Sony CV-2000/TCV-2010, oft als „the world’s 1st domestic video recorder“ bezeichnet, dessen Einführungspreis bei circa 1000 US-Dollar liegt.<sup>26</sup> In einer Werbeanzeige<sup>[fig. D]</sup> von 1965 preist Sony diese Kombination aus Rekorder, Kamera und Monitor mit den Worten an: „You can electronically record anything you see or hear and play it back instantly. You can

Material von dem Fernsehapparat auf die Mattscheibe eines Fernsehapparats projiziert. Symptomatisch zeigt diese Installation die Situation des Künstlers gegenüber dem Paläo-Fernsehen: Er wirft die Bilder symbolisch zurück auf den Ort ihres Ursprungs, doch sie erscheinen nur als Projektion auf, nicht als Sendung im Fernsehen.

## 25

|                |  |
|----------------|--|
| Dieter Daniels | Das Fernsehen anschauen (als Kunst)<br>Viewing Television (as Art) |
|----------------|--|

For *Sun in your head*<sup>[fig. B]</sup> (1963), Wolf Vostell asked his cameraman Edo Jansen to film material from a TV screen. Vostell had developed his approach, which he called dé-coll/age, with advertising posters; now he administered interferences and distortions to the television image for the first time. The footage is heavily intercut in short snippets, which show only fragments of flickering images and a few words. Different from the dramaturgically complex experimental films of Bruce Conner, *Sun in your head* follows hardly any formal development. The film was made for Vostell’s happening *9-Nein-Dé-coll/agen*, performed on September 14, 1963, where it functioned as part of the mise-en-scène within a cinema hall. Later it was shown as a stand-alone work in various versions, notably as part of the *Fluxfilm* compilation of 1966.<sup>21</sup>

Thus in 1963, Bruce Conner, Wolf Vostell, and also Edgar Reitz<sup>22</sup> simultaneously used footage filmed from a TV screen to incorporate it into an experimental film through editing and montage. Methodically, their films can be compared to media-analytic photographs of running TV screens by Dennis Hopper or Lee Friedlander. Soon after, Andy Warhol and Nam June Paik would be the first to fully engage with time-based televisual material and work it over in image and sound. Their discrete approaches were symptomatic of their respective artistic strategies. For *Soap Opera*<sup>[fig. C]</sup> (1964), television and movie producer Lester Persky supplied Warhol with some of the TV commercials he had made (such as for Pillsbury Cake Mix, Secret Deodorant, and Beauty Set Shampoo), which is why the film was subtitled “The Lester Persky Story.” Since TV commercials were still shot on film stock, the artist was able to simply intercut them with material he had filmed himself to achieve the effect of a television show interrupted by commercials. Warhol’s typically amateurish silent movie scenes, filmed with a single static camera, are outperformed by the lavishly styled commercials and their punchy sound tracks. The usual hierarchy of content over advertising is stood on its head, and the commercials become the true message for which the mostly actionless *Soap Opera* delivers only the background. This reversal prompted Lynn Spigel to write: “*Soap Opera* is one of the first (if not the first) theories of television aesthetics.”<sup>23</sup> Even when he watched television himself, Warhol preferred the large commercial broadcasters, which ran lots of commercials, and consciously avoided the Public Broadcasting Service with its lack

<sup>[7]</sup> Vostell had the film reedited and then transferred to video in 1971; for a detailed account of the work, see Sabine Maria Schmidt, in 40years-videoart.de–part 1, digital heritage: video art in germany from 1963 to the present, eds. Rudolf Frieling and Wulf Herzogenrath (Ostfildern: Hatje Cantz, 2006), 76–81. Her statement that Sun in your head can be considered the first artwork employing recordings of moving television images should be relativized in view of Bruce Conner’s films.

<sup>[8]</sup> On Edgar Reitz’s film Geschwindigkeit, see p. 156.

<sup>[9]</sup> Lynn Spigel, TV by Design: Modern Art and the Rise of Network Television (Chicago: University of Chicago Press, 2008“.





E Nam June Paik, *Study I—Mayor Lindsay*, 1965 [→S./P.153]



record and keep anything you see on your TV set.“ Hingegen ist der ab 1967 erhältliche, sehr erfolgreiche, tragbare Portapak ein reines Kameraaufnahme-Gerät, Fernsehaufnahmen sind damit nicht möglich, und zum Abspielen der Tapes braucht man weiterhin ein Standgerät aus der Sony CV-2000-Serie.<sup>27</sup> Die privaten Kunden wie auch Künstler interessieren sich vor allem für die Möglichkeit der Kameraaufnahme, hingegen nutzt Paik die Funktion der Fernsehaufnahme für sein erstes erhaltenes Video.<sup>28</sup>

Paiks aus bearbeiteten Fernsehaufnahmen bestehendes Videotape *Study I—Mayor Lindsay* (1965)<sup>[fig. E]</sup> zeigt den US-amerikanischen Politiker John Vliet Lindsay, der als frisch gewählter Bürgermeister von New York zum ersten Fototermin vor die Presse- und Fernsehkameras tritt. Den ungeduldigen Fotoreportern ruft er zu: „As soon as I’m through I’ll pose again.“ Mittels des Videorekorders verzerrt und loopt Paik das Fernsehmaterial und lässt Lindsay diesen Satz unendlich oft wiederholen. Damit gelingt es dem Künstler erstmals, Material aus dem Fernsehen künstlerisch zu bearbeiten, um es dann wieder auf die Mattscheibe zurückzuspielen. Während Conner und Vostell Fernsehmaterial noch mittels Film aufnehmen,

27 Vgl. die Informationen zu der Sony CV-2000-Serie auf der Website des Southwest Museum of Engineering, Communications and Computation, [http://www.smecc.org/sony\\_cv\\_series\\_video.htm](http://www.smecc.org/sony_cv_series_video.htm) und des Museum of early consumer electronics, <http://www.rewindmuseum.com/reeltoreelvideo.htm> (abgerufen am 11.5.2015).

28 Paiks angeblich erste eigene Videoaufnahmen des Besuchs von Papst Paul VI. in New York am 4.10.1965 sind nicht erhalten. Da der Sony TCV-2010 nur am Stromnetz funktioniert, vermutet Andy Uhrich, dass es sich nicht um Kameraaufnahmen, sondern ebenfalls um Fernsehaufnahmen handelte; siehe Tom Sherman, „The Premature Birth of Video Art“, 2007, <https://mailman.thing.net/pipermail/idc/2007-January/000949.html> (abgerufen am 11.5.2015).

of advertising.<sup>24</sup> In the 1980s, the artist started recording the programs on video so that he could fast-forward the tape between commercials and watch them at leisure.<sup>25</sup> Nothing if not consistent, Warhol himself appeared in TV ads for TDK tapes and Diet Coke. His artistic practice and self-stylization combined here with his role as an exemplary viewer.

Behind the screen: Appropriation and recontextualization of television material on video

Nam June Paik’s famous *Exposition of Music. Electronic Television* from 1963 can be understood as the first exhibition of a television broadcast in the literal sense. On several of the exhibited TV sets, live programs served as the base material for electromagnetic image distortion. Paik manipulated the circuitry and worked directly on the electronic image signal, whereas contemporaries such as Isidore Isou and Karl Gerstner still limited their efforts to the outside of the set. Two years later in New York, Paik bought his first video recorder with a video camera, thanks to a grant from the Rockefeller Foundation. Recent studies suggest it was a Sony CV-2000/TCV-2010, often described as “the world’s 1st domestic video recorder,” which cost around US\$ 1,000 when it was introduced to the market.<sup>26</sup> In a print ad<sup>[fig. D]</sup> from 1965, Sony pitches the combination of recorder, camera, and monitor with the words: “You can electronically record anything you see or hear and play it back instantly. You can record and keep anything you see on your TV set.” In contrast, the very successful, portable Portapak, which became available in 1967, was a pure camera recorder which did not allow for recording broadcasts off the air, and it required a fixed player from the Sony CV-2000 series to play back the tape.<sup>27</sup> While private customers and most artists would mainly be interested in camera recordings, Paik used the option of recording from television for his first surviving video work.<sup>28</sup>

Paik’s video piece *Study I—Mayor Lindsay*<sup>[fig. E]</sup> (1965) was assembled from manipulated television footage. It shows US politician John Vliet Lindsay at a press event for newspaper and TV cameras immediately after he had been elected mayor of New York. He calls out to the impatient reporters: “As soon as I’m through I’ll pose again.” Paik loops and distorts the television footage with the help of his video recorder, so that Lindsay endlessly repeats that

24 Andy Warhol in an interview with *Esquire Magazine*, 1975: “[...] programming becomes too intense if there aren’t enough commercials.” Quoted in Judith Benhamou-Huet, *Warhol TV* (Lisbon: Museu Coleção Berardo, 2010), 187.

25 Warhol was asked: “Do you speed through the commercials?” He answered: “No, I love them. I speed through the show.” See Graig Uhlin, “TV, Time, and the Films of Andy Warhol,” *Cinema Journal* 49, no. 3 (Spring 2010): 11.

26 See the research by Andy Uhrich, “The Sony CV Videocorder: The Shared Origins, Uses and Marketing of Home Video and Video Art,” November 20, 2008; [http://www.nyu.edu/tisch/preservation/program/student\\_work/2008fall/08f\\_2920\\_Uhrich\\_a1a.doc](http://www.nyu.edu/tisch/preservation/program/student_work/2008fall/08f_2920_Uhrich_a1a.doc) [accessed June 18, 2015].

27 For information on the Sony CV-2000 series, see the website of the Southwest Museum of Engineering, Communications and Computation, [http://www.smecc.org/sony\\_cv\\_series\\_video.htm](http://www.smecc.org/sony_cv_series_video.htm) [accessed May 11, 2015] and the Museum of Early Consumer Electronics, <http://www.rewindmuseum.com/reeltoreelvideo.htm> [accessed May 11, 2015].

29 Zu Paiks *Study I—Mayor Lindsay* siehe auch S. 152.

30 Vgl. zu den Konditionen, unter denen Warhol das damals rund 10000 US-Dollar teure High-End Phillips Norelco Videoequipment auslieh (wenige Monate, bevor Paik sein wesentlich preiswerteres Sony-Gerät kaufte) Richard Dorment, „How Andy Warhol’s Red Self-Portraits Were Made“, in: *The New York Review of Books*, 18.8.2011, sowie Callie Angell, „Doubling the Screen: Andy Warhol’s Outer and Inner Space“, in: *Millennium Film Journal*, 38, Frühjahr 2002.

31 Rosalind E. Krauss, „Video: The Aesthetics of Narcissism“, in: *October*, 1, Frühjahr 1976, S. 50–64.

montieren und, wie im Fall von Conner, symbolisch auf das Fernsehen projizieren, markiert Paiks *Study I—Mayor Lindsay* den Beginn der künstlerischen Arbeit mit dem elektronischen, zeitbasierten Videobild und Sound.<sup>29</sup>

Mittels der Videotechnik können Künstler erstmals auch die „andere Seite“ des Bildschirms bespielen, sie können direkt mit dem elektronischen Medium arbeiten, dem sie zuvor nur als exemplarischer Zuschauer gegenüberstanden. Jedoch bleibt Paiks direkter Bezug auf das Fernsehen im Kontext der frühen Videokunst eine Ausnahme. Weil die meisten Künstler ab 1967 das Sony Portapak Videogerät ausschließlich für eigene Kameraaufnahmen verwenden, entwickelt sich seit Beginn der Videokunst eine Teilung im Regime des Televisuellen—hier die Bilder der Kunst, dort die massenmedialen Fernsehbilder.

Symptomatisch kann hier der erste und zugleich einzige unter Verwendung von Video gedrehte Film Andy Warhols genannt werden, *Outer and Inner Space*, den er im August 1965 mit einem von der Firma Philips Norelco geliehenen Videogerät realisiert.<sup>30</sup> In der Film-Doppelprojektion steht die Darstellerin Edie Sedgwick neben einem auf einem Monitor zu sehenden Videobild von ihr selbst, sie spricht direkt in die Filmkamera und zeitgleich auf dem Video zu einer Person im Off. Obwohl es sich um einen Film, nicht um ein Videotape handelt, kann Warhol mit dieser Arbeit als Vorläufer der von Rosalind Krauss diagnostizierten „Ästhetik des Narzissmus“ der Videokunst gelten.<sup>31</sup> In den 1960/70er-Jahren wird Video vor allem im Close-Circuit-Modus als elektronisches Spiegelbild eingesetzt, viele Künstler haben, im Unterschied zu Paik, kaum Interesse an dem massenmedialen Distributionspotenzial des Mediums. Auch der künstlerische und politische Medienaktivismus will in den 1960er/70er-Jahren dem Fernsehen eigene, authentischere Bilder entgegensetzen und versteht sich als Gegendarstellung zum Massenmedium.

Bisher wurden in der kunstwissenschaftlichen Literatur vor allem formalästhetische und inhaltliche Gründe für diese Selbstbezüglichkeit der Videokunst ins Feld geführt, es gibt jedoch auch wichtige technische Faktoren. Aus heutiger Perspektive fällt es schwer, sich vorzustellen, wie weit die technischen Systeme von Video und Fernsehen vor der Verbreitung der ½-Zoll-Heimvideosysteme (VHS, Betamax etc.) Anfang der 1980er-Jahre voneinander entfernt sind. Um für sein *Schleyerband 1977—78* die Berichterstattung des Deutschen Fernsehens zum

same sentence. It is the first work to manipulate material from television and play it back over a television screen. While Conner and Vostell still filmed the broadcast before editing it and, in the case of Conner, projecting it symbolically onto a TV screen, Paik’s *Study I—Mayor Lindsay* marks the beginning of direct artistic work on the electronic, time-based video image and sound.<sup>29</sup>

D Werbefotografie für den Sony Videocorder TCV-2010/ Advertising photos for the Sony Videocorder TCV-2010, 1965



28 Paik presumably made his own first video recordings during a visit of Pope Paul VI to New York on October 4, 1965, but these no longer exist. Since the Sony TCV-2010 needs to be plugged into a power supply during operation, Andy Uhrich assumes that these were not camera recordings but television recordings as well. On the earlier debate, see Tom Sherman, “The Premature Birth of Video Art,” 2007, <https://mailman.thing.net/pipermail/idc/2007-January/000949.html> [accessed May 11, 2015].

29 On Paik’s *Study I—Mayor Lindsay*, see also p. 152.





F Dara Birnbaum, (*A*)*Drift of Politics: Two Women Are Active in a Space*, 16 mm Film, auf DVD übertragen, Farbe, Ton / 16 mm film, transferred to DVD, color, sound, 3:00 min., Loop, 1978

RAF-Terror aufzuzeichnen, muss Klaus vom Bruch einen Studiomonitor mit TV-Out-Buchse nutzen, um von hier aus das Signal auf einem U-matic-Rekorder aufzuzeichnen, mit Kosten von 75 D-Mark je 60 Minuten Tape.<sup>32</sup> Zu dieser Zeit kann vom Bruch nur über dieses technisch komplizierte, zeit- und kostenintensive Verfahren ein Resultat erreichen, das heute die scheinbare Selbstverständlichkeit eines Fernsehmitschnitts hat. Dara Birnbaum berichtet ebenfalls von den Schwierigkeiten, 1978 für ihr Video (*A*)*Drift of Politics*<sup>[fig. F]</sup> Fernsehmaterial

Video technology allows artists to work from the “other side” of the screen. They can operate with the electronic medium, which previously they had faced as exemplary viewers. Still, Paik’s direct exploration of television remained an exception in early video art. Since most artists after 1967 used the Sony Portapak to shoot their own footage, from the early days of video the realm of the visual has been divided—into art images on the one side and mass-media television images on the other.

Andy Warhol’s first and only film for which he used video, albeit in a supporting role, can be seen as symptomatic for this divide. *Outer and Inner Space* was realized in August 1965 with video equipment loaned from the Philips Norelco company.<sup>30</sup> In the double projection of the film, on each screen actress Edie Sedgwick stands beside a monitor running a video image of her. The real actress directly addresses the camera, while her video image speaks to a person off-screen. Although the complete work is a film, and not a video piece, it can be seen as a direct predecessor of the “aesthetics of Narcissism” in video art, as diagnosed by Rosalind Krauss.<sup>31</sup> In the 1960s and 1970s, video was mostly used in closed-circuit mode as a kind of electronic mirror image, and, other than Paik, few artists had an interest in the medium’s potential for mass-media distribution. The artistic and political media activism of the 1960s and 1970s also wanted to replace television imagery with their own, more authentic images, and saw themselves as an alternative to the mass media.

Previous art-historical literature has mostly described formal, aesthetic, or content-related reasons for the self-referentiality of video art, but there are also important technological factors. Today it is difficult to imagine the huge differences between the technological standards of video and television before the half-inch-tape home video systems (VHS, Betamax, etc.) at the beginning of the 1980s had established themselves. To be able to record German television reportages on the terrorist acts of the Red Army Faction for his *Schleyerband* (1977—78), Klaus vom Bruch had to use a studio monitor with a TV-out socket, plug it into a U-matic to record the signal, with costs of 75 German marks (roughly US\$ 30) per 60 minutes of tape.<sup>32</sup> What today appears as a nice and easy recording of a TV broadcast was accomplished by vom Bruch via a technically complicated, labor- and cost-intensive process. Dara Birnbaum told of similar difficulties when she wanted to record material from the sitcom

32 Dieter Daniels, „Und ewig lockt die Lokomotive“ (Klaus vom Bruch), in: Lothar Romain (Hg.), *Künstler, Kritisches Lexikon der Gegenwartskunst*, 14, München 1991, S. 3. Online: [http://www.kvb.com/text/Daniels\\_Lexikon.html](http://www.kvb.com/text/Daniels_Lexikon.html) Die für professionelle Anwendungen entwickelten U-matic-Videorekorder waren im Unterschied zu den frühen Consumergeräten der Sony CV-2000 Serie, wie sie u. a. Paik verwendet, nicht für die Aufnahme von Fernsehsendungen vorgesehen.

30 For the conditions under which Warhol loaned the high-end Philips Norelco video equipment, which then cost around US\$ 10,000 (only a few months before Paik bought his much more inexpensive Sony recorder), see Richard Dorment, “How Andy Warhol’s Red Self-Portraits Were Made,” *The New York Review of Books*, August 18, 2011, as well as Callie Angell, “Doubling the Screen: Andy Warhol’s Outer and Inner Space,” *Millennium Film Journal* 38 (Spring 2002).

31 Rosalind Krauss, “Video: The Aesthetics of Narcissism,” *October* 1 (Spring 1976): 50–64.

32 Dieter Daniels, “Und ewig lockt die Lokomotive” (Klaus vom Bruch), in *Künstler, Kritisches Lexikon der Gegenwartskunst* 14, ed. Lothar Romain (Munich: Weltkunst and Bruckmann, 1991), 3. Online at [http://www.kvb.com/text/Daniels\\_Lexikon.html](http://www.kvb.com/text/Daniels_Lexikon.html) [accessed June 18, 2015]. U-matic video recorders were developed for professional use and not designed for recording TV broadcasts, in contrast to the Sony CV-2000 series used by Paik and others, which was aimed at the private market.

33 Dara Birnbaum, *Rough Edits, Popular Image Video Works 1977–1980*, hg. von Benjamin H. D. Buchloh, Halifax 1987, S. 13.

34 Dara Birnbaum, in: *Talking Back to the Media*, Ausst.-Kat. Amsterdam 1985, S. 47.

35 Birnbaum 1987 (wie Anm. 33), S. 13.

36 Interview von Florence Gilbard mit Dara Birnbaum von 1983, in: *Dara Birnbaum*, Ausst.-Kat. Wien 1995, S. 119.

der Laverne & Shirley Sitcom aus der laufenden Sendung aufzuzeichnen.<sup>33</sup> Sie schildert auch, dass sie das Material nur dank Freunden beim Fernsehen erhalten konnte.<sup>34</sup> Erst durch den direkten, vermutlich nicht legalen Kontakt mit dem System gelingt Birnbaum also die künstlerische Aneignung der Fernsehsendung für ihre Videoarbeit. Wenige Jahre später, nach der Einführung von Heimvideorekordern, wandelt sich die Situation grundlegend. Dara Birnbaum berichtet: „In 1978 it was nearly impossible to have direct access to this imagery, while in 1986 it seems nearly impossible *not* to have that access.“<sup>35</sup>

Birnbaums medienanalytische und -kritische Arbeiten über die Bildästhetik des Fernsehens werden Anfang der 1980er-Jahre oft noch als bloße Wiederholung des Fernsehens oder sogar als Werbung für das Fernsehen missverstanden, so ungewohnt wirkt Kunst, die sich ohne eigene Kamerabilder nur auf die Aneignung und Remontage von Fernsehen stützt.<sup>36</sup> Dara Birnbaum und Klaus vom Bruch gehören zu den wenigen Künstlern, die in den 1970er/80er-Jahren konsequent die Appropriation und Analyse der Bildsprache des Fernsehens in umfangreichen Werkserien vorantreiben. Die heutige, technisch gesehen universelle Verfügbarkeit von Fernsehmaterial und ebenso die Populärkultur der Remixe und Remakes auf YouTube hat unsere Wahrnehmung solcher Pionierarbeiten völlig verändert.

Die Anschauung (des Fernsehens) (als Kunst) ausstellen

Seit den frühen 1980er-Jahren vollziehen sich zeitgleich mit dem Übergang vom Paläo- zum Neo-Fernsehen auch auf der Zuschauerseite radikale Veränderungen. Der wachsenden Vielfalt der privaten und öffentlichen Programme sowie des Kabelfernsehens begegnen die Zuschauer mit dem „Zapping“ durch die Kanäle mittels Fernbedienung. Die ab etwa 1980 zunehmende Verbreitung der Heimvideorekorder erlaubt einen neuen Modus des zeitautonomen, selbstbestimmten Zuschauens, der sich vom Programmschema der Sendezeiten entkoppelt. Der Vertrieb und Verleih von Videokassetten entwickelt sich zu einem eigenen Markt, der das Monopol des Fernsehens auf das televisuelle Bild bricht. Durch die bereits skizzierte Feedbackschleife von Konsum und Produktion sind diese Veränderungen auf der Zuschauerseite zugleich Ursache und Wirkung von Veränderungen auf der Senderseite, wie es Umberto Eco in seiner Analyse des Neo-Fernsehens bereits 1983 andeutet.

*Laverne & Shirley* live off the air in 1978 for her video (*A*)*Drift of Politics*<sup>[fig. F]</sup>.<sup>33</sup> In the end, she was able to acquire some of the footage only by “having friends on the inside,” who worked in television.<sup>34</sup> Only her personal, and probably not quite legal, contact with the system enabled Birnbaum to artistically appropriate the TV program she needed for her video piece. A few years later, after home video recorders had been introduced, the situation changed thoroughly. Birnbaum wrote: “In 1978 it was nearly impossible to have direct access to this imagery, while in 1986 it seems nearly impossible *not* to have that access.”<sup>35</sup>

At the beginning of the 1980s, Birnbaum’s media-analytical and critical works on the aesthetics of television imagery were often seen as a mere repetition or even an embracement of television. An art which did not generate its own images but appropriated and reassembled pre-existing television images was just too strange to be properly understood.<sup>36</sup> Dara Birnbaum and Klaus vom Bruch belonged to the small group of artists who in the 1970s and 1980s consistently used appropriation and analysis of the visual language of television in comprehensive work series. The fact that today we have the technology for universal access to television material, and that there is a popular culture of the remix and the remake on portals like YouTube, has deeply altered our perception of these pioneering works.

Exhibiting the act of viewing (television) (as art)

During the transition from Paleo-TV to Neo-TV in the early 1980s, the role of the viewer changed radically. Viewers started reacting to the growing multitude of private and public stations and cable TV by zapping or channel surfing on the remote control. Home recording allowed a new mode of self-determined viewing in autonomous time, regardless of the program schedule. Distribution and rental of video cassettes grew into a lucrative market and broke up the monopoly that television had on the visual image. In a feedback loop between consumption and production, already described above, such changes for the viewer were both cause and effect for changes on the side of the broadcaster, as implied by Umberto Eco in his analysis of Neo-TV as early as 1983.

The *TeleGen* exhibition presents numerous examples of works in which artists seize material from Neo-TV and manipulate it, or systematically condense it until it can be viewed differently.

33 Dara Birnbaum, *Rough Edits, Popular Image Video Works 1977–1980*, ed. Benjamin H. D. Buchloh (Halifax: Press of the Nova Scotia College of Art and Design, 1987), 13.

34 Dara Birnbaum in *Talking Back to the Media* (Amsterdam: de Appel, 1985), 47.

35 Birnbaum 1987 (see note 33), 13.

36 Interview with Dara Birnbaum by Florence Gilbard, 1983, in *Dara Birnbaum* (Vienna: Kunsthalle Wien, 1995), 119.



Die Ausstellung *TeleGen* zeigt zahlreiche Beispiele, in denen Künstler auf Fernsehmaterial des Neo-Fernsehens zugreifen, um es zu bearbeiten oder es im Wesentlichen unverändert durch systematische Verdichtung einer erneuten Betrachtung zuzuführen. Diese künstlerischen Strategien, „das Fernsehen auszustellen“, bilden ein Leitmotiv des aktuellen Teils der Ausstellung und sollen abschließend anhand einiger Beispiele genauer untersucht werden. Harun Farocki montiert für *Ein Tag im Leben der Endverbraucher* (1993) Hunderte von Werbespots zusammen, die im Verlauf des Tages vom Frühstücksfernsehen bis zur Late Night Show immer das passende Produkt anpreisen. Ohne jeden Kommentar entsteht so im Verlauf von 40 Minuten das Porträt des idealen Konsumenten aus 40 Jahren Bundesrepublik. Im Unterschied zu Warhols *Soap Opera* hat Farocki sein Material durch direkte Zusammenarbeit mit den Fernsehsendern beziehungsweise den Herstellern der gezeigten Produkte erhalten, denn *Ein Tag im Leben der Endverbraucher* ist im Auftrag von SWF und WDR für die Ausstrahlung im Fernsehen entstanden. Als Abspann läuft etwa 1,5 Minuten lang ein Dank mit den Namen der Herstellerfirmen und Werbeagenturen, fast ein eigenständiges konzeptuelles Kunstwerk. Im Kontext einer Ausstellung verschiebt sich die Wahrnehmung dieser Arbeit von Farocki, statt als dokumentarische Sendung über das Fernsehen im Fernsehen erscheint sie als eine Appropriation von Werbung durch die Kunst.

Julian Rosefeldt sammelt die Gesten von Akteuren in Soap Operas weltweit, somit wird *Global Soap* (2000—01) zu einer massenmedialen Fortsetzung von Aby Warburgs kulturübergreifendem Bildatlas der Pathosformeln. Bjørn Melhus (*The Oral Thing*, 2001) und Stefan Hurtig (*Challenge [Leider kein Foto]* 2012—14) greifen vor allem auf die Sprechakte des Fernsehens zurück, die sie in ihren Videoinstallationen akkumulieren, sezieren und verdichtet präsentieren, um damit die latente oder offensichtliche Gewalt spürbar zu machen, die Individuen im Fernsehen voyeuristisch exponiert und deren Leben einschneidend verändern kann. Yvon Chabrowski zeigt in *An interview with H. R. H. The Princess of Wales* (2008), wie eines der prominentesten Medienopfer, Lady Diana, mit einem radikalen, für ihren Stand einmaligen Akt der Selbstaussstellung zum Befreiungsschlag gegen die Observation ihre Privatlebens ausholt. Ulrich Polsters Videoinstallation *Report*<sup>[fig. G]</sup> ist eine Neuproduktion für *TeleGen*. Auf sieben Monitoren laufen parallel Ausschnitte der Fernsehberichte über die Jugoslawienkriege, vom

37 Milly Buonanno 2008, zit. nach Connolly 2014 (wie Anm. 19), S. 13.

Zehntage-Krieg in Slowenien im Juni 1991 bis zum Massaker von Srebrenica im Juli 1995. Polster hat für diese Arbeit von Juni 2011 bis Juli 2015 einen Großteil der relevanten Wiederholungen der *Tagesschau vor 20 Jahren* des Digitalsenders tagesschau24 (bis 2012 ARD EinsExtra) aufgenommen. Aus diesen rund 200 Stunden Material hat er die Berichte zu Jugoslawien herausgefiltert, um sie in einer verdichteten Montage zeitgleich auf sieben Videokanälen neu sichtbar zu machen. Die schockierende Brutalität der Bilder lässt im Rückblick abermals die dringliche Frage aufkommen, wie die europäische Staatengemeinschaft so lange ohne eine Intervention dem offensichtlichen Völkermord zusehen konnte. Neben der technischen Basis des vollautomatischen digitalen Mitschnitts auf Festplatte bildet die Selbstwiederholung des Fernsehens eine wesentliche Voraussetzung für diese künstlerische Revision und politische Reaktualisierung der Jugoslawienkriege.

Epilog: Das Fernsehen stellt sich selbst aus

Die seit Anfang der 1990er bei vielen Sendern übliche Wiederholung des Programms von vor 20 oder 30 Jahren kann als Tendenz zur Historisierung oder vielleicht sogar zur Selbstmusealisierung des Mediums verstanden werden. In diesem Sinne schreibt die Fernsehhistorikerin Milly Buonanno zu dem mit Wiederholungen gestillten Hunger nach Programm: „[...] television becomes a living museum of itself.“<sup>37</sup> Auch wenn die Motive vorrangig ökonomischer Natur sind, denn Wiederholungen von Eigenproduktionen kosten nichts, tritt das Fernsehen damit am Ende seiner Entwicklung in eine Phase der Selbstreflexion als historisches Medium. Das Fernsehen beginnt in gewissem Sinne, „sich selbst auszustellen“, nicht im Kunstkontext, aber doch in seinem eigenen, durch die digitale Technik immens erweiterten Rahmen, dessen technische und ebenso programmatische Bandbreite eine zuvor ungekannte Parallelisierung von Aktualität und Historizität im Medium erlaubt. Diese historische Selbstreflexivität des Fernsehens wird immens verstärkt durch die Multiplikation von Fernsehinhalten auf Online-Plattformen wie YouTube.

Zeitgenössische Kunst muss sich heute nicht mehr den Zugang zu Fernsehmaterial erkämpfen, wie noch bis Ende der 1970er-Jahre, sondern sie kann sich im „imaginären TV-Museum“ des Internet frei bedienen. Im Vergleich zu den Zeiten des unwiederholbaren Paläo-TV, das als

These artistic strategies for “exhibiting television” form a central theme of the contemporary section of the exhibition, for which we will look at some examples in closing.

*A Day in the Life of a Consumer* (1993) by Harun Farocki presents a montage of hundreds of commercials which always praise a suitable product for the time of day, from breakfast television to the late-night show. Without any added commentary, a portrait of the ideal consumer during 40 years of the Federal Republic of Germany emerges over the 40 minutes of the video. In contrast to Warhol’s *Soap Opera*, Farocki’s work was commissioned by public stations SWF and WDR for a television broadcast, and the artist received the material in direct collaboration with the stations and the production companies running the ads. The end credits list names of production companies and advertising agencies over one and a half minutes, almost resembling a conceptual work of art in itself. In an exhibition context, the perception of Farocki’s work again shifts: instead of a documentary on the topic of television shown as a TV broadcast, it is now an appropriation of advertising by art.

Julian Rosefeldt has collected gestures by soap opera actors from all over the world, which makes his *Global Soap* (2000—01) a mass-medial continuation of Aby Warburg’s *Atlas of Images*, comprising what Warburg called “pathos formulas” throughout the different cultures. Bjørn Melhus in *The Oral Thing* (2001) and Stefan Hurtig in *Challenge (Leider kein Foto)* (2012—14) mainly draw on televised speech acts, which they accumulate, dissect, and condense in their video installations. The implicit or open acts of violence, by which individuals on TV are voyeuristically exposed and which can often result in drastic changes to their lives, become especially apparent in these works. Yvon Chabrowski’s *An Interview with H.R.H. The Princess of Wales* (2008) focuses on one of the most prominent victims of the mass media, Lady Diana, who in an act of self-exposure unique for her class attempted a radical clearance from the constant observation of her private life.

The video installation *Report*<sup>[fig. G]</sup> (2015) by Ulrich Polster was specially produced for *TeleGen*. Seven monitors transmit excerpts from television coverage of the Yugoslav wars, from the ten-day war in Slovenia in June 1991 until the Srebrenica massacre in July 1995. For his installation, Polster recorded relevant repeats of the German news program *Die Tagesschau* twenty years later, as transmitted by the digital station tagesschau24 (still named ARD EinsExtra

until 2012). The artist collected all reports on Yugoslavia from roughly 200 hours of material to present them in a condensed montage on all seven monitors simultaneously. In hindsight, the shocking brutality of these images presses the urgent question of why the European community would have watched this obvious genocide for so long without intervening. Aside from the technological aspects of a fully automated digital recording on hard drive, a central prerequisite of this artistic revision and political reactualization of the Yugoslav wars was the fact that TV programming will repeat itself.

G Ulrich Polster, *Report*, 2015 [→S./P. 301]





Ersatz für das Lagerfeuer einmalige „Live“-Erlebnisse versprach, könnte man in der heutigen Tendenz des Fernsehens zur Selbstwiederholung und „Selbstaussstellung“ auch ein Symptom für die veränderte Rolle der Zuschauer sehen. Als Flaneure im „imaginären TV-Museum“ folgen sie (ebenso wie die Künstler) nicht mehr dem Diktat des Programmschemas, sondern nehmen sich die Freiheit des selbstbestimmten Sehens, die ihnen aus der Kunstbetrachtung vertraut ist. Während Umberto Eco Anfang der 1960er-Jahre in den unerwarteten Ereignissen des Live-Fernsehens noch ein Propädeutikum für das „offene Kunstwerk“ zu finden hoffte, könnte man heute umgekehrt behaupten, dass der aus der Kunst bekannte Modus des autonomen Schauens derzeit die Massenmedien erobert und transformiert.<sup>38</sup> Die sich komplementär ergänzenden Entwicklungen der Selbsthistorisierung des Fernsehens und der Selbstbestimmtheit des Zuschauens markieren das Ende der Ursprungsidee von Fernsehen als einem In-die-Ferne-Sehen.<sup>39</sup> Beide Entwicklungen haben Künstler als exemplarische Zuschauer in den hier untersuchten Werken, die das Fernsehen ausstellen und es damit neu sichtbar machen, präfiguriert.

<sup>38</sup> Umberto Eco, „Zufall und Handlung, Fernseherfahrung und Ästhetik“, in: *Das offene Kunstwerk*, (1962) Frankfurt a. M. 1977, S. 186–211.

<sup>39</sup> Medienarchäologisch lässt sich das Prinzip des In-die-Ferne-Sehens bis zu den ersten Fernsehedeien bei Paul Nipkow und Albert Robida um 1883 verfolgen und ist damit sogar älter als der Kinofilm; siehe Dieter Daniels, *Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet*, München 2002, S. 79–85.

### Epilogue: Television exhibiting itself

Since the early 1990s, many stations have rebroadcast programs from 20 or 30 years ago. This can be seen as a tendency toward historicization or even self-musealization of the medium. Television historian Milly Buonanno states that if a demand for televised content is thus satisfied with reruns, “television becomes a living museum of itself.”<sup>37</sup> Even if the motivation behind such repeats is largely economic (they do not cost anything since the producer owns the rights to in-house productions), they confirm that television at the final stage of its development has become a self-reflexive, historical medium. Indeed, in a sense it has begun to “exhibit” itself, not within an art context, but within its own framework, which has been drastically widened by the advent of digital technology. Technological and programmatic pluralism allows for an unprecedented parallelization of topical and historical approaches. This historical self-reflexivity of the television medium becomes amplified by the multiplication of television content on Internet platforms such as YouTube.

Contemporary art no longer has to fight for an access to television material, as it had to before the end of the 1970s. It can freely partake of the “imaginary TV museum” of the Internet. In contrast to the times of Paleo-TV’s unique broadcasts, which promised live experiences to replace the campfire, we can see television’s current tendencies toward self-repetition and self-exposition as a symptom for the changed role of the viewer. As flaneurs in this “imaginary TV museum,” we (just like the artists) no longer have to follow the dictates of the programming schedule, enjoying instead the freedom of self-determined viewing familiar to us from viewing works of art. Umberto Eco in the early 1960s hoped to find a propaedeutic for the “open work” in unexpected occurrences during live broadcasts. Today we can hope the reverse, that the mode of autonomic viewing known from an art context might conquer and transform the mass media and their reception.<sup>38</sup> The complementary developments of the self-historization of television and the self-determination of the viewer mark the end of the original idea of television as a view of distant places.<sup>39</sup> Both these processes have been anticipated by the artists as exemplary viewers in the works introduced here, works that exhibit television to make us see the medium with fresh eyes.

<sup>37</sup> Milly Buonanno 2008, quoted in Connolly 2014 (see note 19), 13.

<sup>38</sup> Umberto Eco, “Chance and Plot: Television and Aesthetics,” in *The Open Work* (1962), (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1989), 105–122.

<sup>39</sup> If we dig deeper into media archaeology, the thought of looking into distant places leads back to the first ideas for television by Paul Nipkow and Albert Robida around 1883 and is older even than the cinema; see Dieter Daniels, *Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet* (Munich: C.H. Beck, 2002), 79–85.

# Paläo- und Neo-Fernsehen bei Umberto Eco

Mitte der 1950er-Jahre war Umberto Eco am Aufbau eines Kulturprogramms für das noch junge italienische Fernsehen der RAI (Radiotelevisione Italiana) beteiligt. Er gehört somit zu den wenigen Fernsehtheoretikern, die das Medium auch aus der Sicht des Praktikers kennen. Diese Erfahrung schärfte seinen analytischen Blick auf die Entwicklung des Fernsehens, der sich von den 1960er- bis in die 1980er-Jahre in Schriften niederschlägt, die Eco neben Marshall McLuhan zu einem der wichtigsten frühen Theoretiker des Fernsehens machen. Auf brillante Weise verschränkt Eco präzise und humorvolle Beobachtungen von Sendungen, Personen und Formaten mit einer tiefgehenden Strukturanalyse und Begriffsarbeit. 1961 untersucht er beispielsweise mit den Methoden der Phänomenologie einen prominenten Quizmaster („Fenomenologia di Mike Bongiorno“). Andererseits widmet er das Abschlusskapitel seines anspruchsvollen Grundlagenwerks *Das offene Kunstwerk (Opera aperta, 1962)* dem Live-Fernsehen als innovativer Form der Offenheit ästhetischer Erfahrung.

Der hier erstmals vollständig ins Deutsche übertragenen Text „TV: La trasparenza perduta“ von 1983 dokumentiert eine Wende in der Entwicklung des Fernsehens und ebenso der Fernsehtheorie.<sup>1</sup> Wurde Fernsehen bis dahin zumeist als ein relativ stabiles Dispositiv beschrieben, zeigt Eco erstmals die tiefgreifenden Veränderungen des Mediums, die sich seit seinen Anfängen vollzogen hatten und die er mit den Begriffen Paläo- und Neo-Fernsehen benennt. Im Live-Fernsehen erkannte Eco 1962 noch die Öffnung eines Möglichkeitsraums, 20 Jahre später hat sich dieses im doppelten Sinne „offene“ Fenster zur Welt geschlossen, und zwar aufgrund der nun konstatierten „verlorenen Transparenz“ des Neo-Fernsehens, dessen visuelle Oberfläche die Aufmerksamkeit vor allem auf das Medium selbst richtet. Statt des vom Paläo-Fernsehen gebotenen Blicks auf die Realität außerhalb des Mediums formt das Neo-Fernsehen vielmehr das von ihm präsentierte Reale nach seinen Bedürfnissen.

Neben seiner ebenso präzisen wie unterhaltsamen Analyse der neuen Formate und von Strategien der Zuschauerbindung benennt Eco auch drei wesentliche äußere Faktoren für den Umbruch vom Paläo- zum Neo-Fernsehen: Die Fernbedienung, den Videorekorder und das Privatfernsehen. Ohne dass der Name genannt würde, koinzidiert Ecos Analyse mit dem Anfang der Ära Berlusconi und damit dem Beginn der Ausbreitung des Privatfernsehens in Europa, durch das sich die Ästhetik ebenso wie die Ökonomie und die Politik des Mediums grundlegend verändert hat.<sup>2</sup>

Die von Eco geprägten Begriffe Paläo- und Neo-Fernsehen haben eine starke Verbreitung in der Medientheorie gefunden, interessanterweise weitgehend unabhängig von der Person Ecos und ohne Bezug auf den vorliegenden Text. So greifen auch Francesco Casetti und Roger Odin in ihrem 1990 publizierten und seitdem mehrfach wiederabgedruckten und übersetzten Text „Vom Paläo- zum Neo-Fernsehen“ Thesen Ecos auf und entwickeln sie weiter, erwähnen jedoch weder Urheber noch Quelle dieser Terminologie.<sup>3</sup> Aus heutiger Sicht kann man die „verlorene Transparenz“ aufgrund der Vielzahl selbstbezüglicher Handlungsoptionen und Interaktionsangebote des Neo-Fernsehens als Vorahnung medialer Eigenwelten der User-Interfaces von Computergames und Internetbrowsern lesen, Entwicklungen, deren Vorboten Eco bereits am Ende seines Textes nennt. Im Kontext der vorliegenden Publikation *TeleGen* fungiert Ecos Essay von 1983 zur Markierung einer Differenz zwischen dem historischen und dem aktuellen Teil der Künstlerpositionen. Zugleich kann der Text als ein Scharnier zwischen Theorie und Praxis der Fernsehanalyse verstanden werden, dessen Tragweite für heutige Theoriebildung es wiederzuentdecken gilt.

<sup>1</sup> Erstpublikation: Umberto Eco, „TV: La trasparenza perduta“, in: ders., *Sette anni di desiderio. Cronache 1977-1983*, Mailand S. 163–179. Vgl. die vorherige Verwendung des Begriffs Neo-Fernsehen durch Eco in: Umberto Eco, „Stravideo! guida alla neotelevisione degli anni '80“, in: *L'Espresso*, 30.1.1983. Französische Übersetzung: Umberto Eco, „TV: la transparence perdue“, in: ders., *La guerre du faux*, Paris 1985, S. 141–158.

<sup>2</sup> Vgl. Vittorio Prada, „La TV commerciale di Silvio Berlusconi e la „neotelevisione“, in: ders., *Videocrazia e teatralizzazione della politica nell'era berlusconiana*, Berlin 2014, S. 61–130.

<sup>3</sup> Francesco Casetti und Roger Odin, „De la paléo- à la néotelevision. Approche sémio-pragmatique“, in: *Communications*, 51, 1990. Deutsche Übersetzung: „Vom Paläo- zum Neo-Fernsehen. Ein semio-pragmatischer Ansatz“, in: Ralf Adelmann u. a. (Hg.), *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft*, Konstanz 2001, S. 311–333.

# Fernsehen: Die verlorene Transparenz [1983]

## 1. Das Neo-TV

Es gab einmal das Paläo-Fernsehen, das in Rom und Mailand für alle Zuschauer produziert wurde, es berichtete über die Amtseinführung von Ministern und sorgte dafür, dass dem Publikum nur harmlose Dinge vorgesetzt wurden, auch wenn es ihm dazu etwas vorlügen musste. Heute, mit der Vielzahl von Kanälen, dem Privatfernsehen und dem Aufkommen neuer elektronischer Teufeleien, leben wir in der Epoche des Neo-Fernsehens. Zum Paläo-TV hätte man ein kleines Lexikon mit den Namen der Protagonisten und den Titeln der Sendungen erstellen können. Zum Neo-TV wäre das unmöglich, nicht nur wegen der unüberschaubar gewordenen Zahl von Personen und Sparten und nicht nur, weil es niemand mehr schafft, sich an sie zu erinnern oder sie wiederzuerkennen, sondern auch, weil dieselbe Person jetzt verschiedene Rollen spielt, je nachdem, ob sie im staatlichen oder im privaten Fernsehen auftritt. Untersuchungen über die Charakteristika des Neo-TV gibt es bereits (zum Beispiel die kürzlich von einem Forscherteam der Universität Bologna für die parlamentarische Kontrollkommission durchgeführte Studie über die Unterhaltungssendungen). Das Folgende will keine Zusammenfassung der Ergebnisse dieser und anderer wichtiger Studien sein, sondern die Aufmerksamkeit auf ein neues Phänomen lenken, das bei diesen Arbeiten ans Licht gekommen ist.

Die Haupteigenschaft des Neo-TV ist, dass es immer weniger von der äußeren Welt spricht (wie das Paläo-TV es noch tat oder zu tun vorgab). Es spricht von sich selbst und von dem Kontakt, den es zu seinem Publikum herstellt. Dabei kommt es nicht darauf an, was es sagt und wovon es handelt (auch weil die Zuschauer per Fernbedienung entscheiden, wie lange sie es laufenlassen und wann sie zu einem anderen Kanal umschalten). Um sich angesichts dieser Macht des Wegschaltens zu behaupten, versucht das Neo-TV den Zuschauer zu halten, indem es ihm sagt: „Ich bin hier, ich bin ich, und ich bin du.“ Die wichtigste Nachricht, die das Neo-TV seinem Zuschauer liefert, gleich ob es von Raketen spricht oder von Stan Laurel, der einen Schrank fallenlässt, lautet: „Ich verkündige dir das Wunder, dass du mich gerade siehst. Wenn du es nicht glaubst, überprüf es, wähl diese Nummer und ruf mich an, ich werde dir antworten.“

Endlich, nach so vielen Zweifeln, eine Gewissheit: Das Neo-Fernsehen existiert. Es ist echt, denn es ist garantiert eine Erfindung des Fernsehens.

## 2. Information und Fiktion

Es gibt eine grundlegende Dichotomie, auf die sich traditionell (und nicht ganz zu Unrecht) sowohl der gesunde Menschenverstand als auch viele Kommunikationstheorien beziehen. Ausgehend von dieser Dichotomie lassen sich TV-Sendungen in zwei große Kategorien unterteilen, und in der öffentlichen Meinung wird diese Unterteilung auch wirklich getroffen: 1. *Informationssendungen*, in denen das Fernsehen Aussagen über Ereignisse macht, die sich unabhängig von ihm vollziehen. Es kann diese Aussagen in mündlicher Form vorbringen, durch Live-Übertragung oder zeitversetzte Ausstrahlung, durch filmische Rekonstruktionen oder im Aufnahmestudio. Die Ereignisse können politischer, gesellschaftlicher, sportlicher oder kultureller Art sein. In jedem Fall erwartet das Publikum, dass das Fernsehen seine Pflicht tut, indem es a) die *Wahrheit* sagt, b) diese nach Kriterien der *Relevanz* und der *Verhältnismäßigkeit* vorbringt und c) die *Information* von der *Meinung* trennt. Was die Frage der Wahrheit angeht, so kann man wohl sagen, ohne sich in philosophische Spitzfindigkeiten zu



# Paleo-Television and Neo-Television after Umberto Eco

In the mid-1950s, Umberto Eco took part in establishing a cultural program for the recently founded Italian public television broadcaster RAI (Radiotelevisione Italiana). This makes him one of the few theoreticians of television who had practical experiences of the medium. It sharpened his analyses of the medium's development, which evolved in a series of writings from the 1960s to the 1980s that made him one of the most important early television theorists along with Marshall McLuhan. Eco brilliantly connects precise and funny observations on broadcasts, people, and formats with deeper structural analysis and a newly coined terminology. In 1961, for example, he used the methods of phenomenology to examine a popular quizmaster ("Fenomenologia di Mike Bongiorno"). The final chapter of his ambitious and seminal book *The Open Work* (*Opera aperta*, 1962) is dedicated to live television broadcasts as an innovative open form of aesthetic experience.

The essay "TV: La trasparenza perduta" from 1983, which has been translated into English in its entirety for the first time here, documents a change in the development of television and also of television theory.<sup>1</sup> Until then, television had been described as a comparably stable dispositif, but now Eco was the first to outline the fundamental changes that the medium had undergone since its beginnings, for which he coined the terms Paleo-television and Neo-television. If in 1962 he still saw the live broadcast as opening up an indeterminate space, 20 years later this window to the world has closed. Eco states that Neo-television has "lost transparency," that its visual surface is mainly directing attention toward the medium itself. Instead of offering a glance on reality outside of the medium, as Paleo-television did, Neo-television shapes the reality it presents after its own needs.

In his concise as well as wonderfully entertaining analysis of new formats and strategies for fostering viewer loyalty, Eco also names three important external factors for the change from Paleo-television to Neo-television: remote control, video recorder, and commercial television. Though he is not explicitly named, Eco's analysis coincides with the beginning of the era of Silvio Berlusconi and with him the proliferation of commercial TV in Europe, which would fundamentally change the aesthetics and also the economics and politics of the medium.<sup>2</sup>

Eco's terms Paleo-television and Neo-television are widely used in media theory today, interestingly enough often without direct connection to Eco himself or the essay introduced here. In their text "From Paleo- to Neo-television," published in 1990 and since then reprinted and translated into several languages, Francesco Casetti and Roger Odin pick up on Eco's theses and develop them without mentioning either originator or source of the terminology.<sup>3</sup> Seen from today, the "lost transparency" of Neo-television, caused by a multitude of possible self-referential actions and interactions with the medium, appears like an anticipation of the medial worlds of user interfaces in computer games and net browsers. Early stages of these developments are already described by Eco at the end of his text. Within the context of the current publication, *TeleGen*, Eco's 1983 essay accentuates the difference between historical and contemporary artistic positions. At the same time, it acts like a hinge between the theory and practice of television analysis, whose importance for the current discourse around the medium needs to be rediscovered.

<sup>1</sup> Original publication: Umberto Eco, "TV: La trasparenza perduta," in Eco, *Sette anni di desiderio. Cronache 1977–1983* (Milan: Bompiani, 1983), 163–179. For Eco's earlier use of the term Neo-television, see Umberto Eco, "Stravideo! guida alla neotelevisione degli anni '80," *L'Espresso*, January 30, 1983. French translation: Umberto Eco, "TV: la transparence perdue," in Eco, *La guerre du faux* (Paris: Grasset, 1985), 141–158.

<sup>2</sup> See Vittorio Prada, "La TV commerciale di Silvio Berlusconi e la 'neotelevisione'," in Prada, *Videocrazia e teatralizzazione della politica nell'era berlusconiana* (Berlin: Frank & Timme, 2014), 61–130.

<sup>3</sup> Francesco Casetti and Roger Odin, "De la paléo- à la néotelevision. Approche sémio-pragmatique," *Communications* 51 (1990).

# TV: Transparency Lost [1983]

## 1. Neo-TV

Once upon a time there was Paleo-television, which was produced in Rome and Milan for all viewers. It reported on the inauguration of ministers and ensured that the public learned only of harmless things, even if that meant telling it lies. Today, given the proliferation of channels, commercial television, and the emergence of new electronic contraptions, we are living in the era of Neo-television. With Paleo-TV, it might have been possible to compile a minidictionary listing the names of its protagonists and the titles of its programs. With Neo-TV, however, this would be impossible, not only because the protagonists and programs are now infinite in number and no one can remember or recognize them, but also because the same individuals play different roles, depending on whether they are appearing on national television or private commercial channels. Studies have already been made of Neo-TV's characteristics (an example being the recent analysis of entertainment programs conducted by a research team at the University of Bologna for the parliamentary oversight commission). The following does not aim to summarize the results of this analysis or other important studies, but wishes instead to draw attention to a new phenomenon that these works have brought to light.

The principal feature of Neo-TV is that it talks less and less about the outside world (which Paleo-TV used to do, or pretended to do). It speaks of itself and the contact it is establishing with its audience. What it says and what it talks about is not important (partly because the viewers decide by remote control when to let it speak and when to switch to another channel). In order to withstand the power contained in this switching over, Neo-TV seeks to hold on to viewers by saying to them: "I am here, I am I, and I am you." The most important piece of news that Neo-TV provides for its viewers—regardless of whether it is talking about missiles or about Stan Laurel dropping a cupboard—is this: "I announce to you a wonderful thing, that you are seeing me. If you do not believe me, prove it by calling this number; I will answer." After so many doubts, at last a sure thing: Neo-TV exists. It is real, for it is undoubtedly an invention of television.

## 2. Information and fiction

When defining what is real, there is a fundamental dichotomy that is traditionally referred to (and not without good reason) both by common sense and by many theories of communication. Starting from this dichotomy, television programs can be divided into two main categories, and are in fact so divided by public opinion.

1. *Information programs*, in which television makes statements about events that are independently verifiable. It can do this in oral form, by means of a live broadcast or time-delayed transmissions, filmed reconstructions, or in the studio. The events can be of a political, social, sporting, or cultural nature. In each case, the public expects television to do its duty by: (a) telling the *truth*, (b) proffering it according to criteria of *relevance* and *proportionality*, and (c) separating *information* from *commentary*. As far as telling the truth is concerned, we can, without entangling ourselves in philosophical discourse, say that common sense acknowledges a statement as true when, in the light of other verification procedures or statements