

ZUR ZEIT DER DINGE

Bemerkungen über *Mad Men*

VON LORENZ ENGELL

Der folgende Beitrag befasst sich mit der Serie *Mad Men* (AMC, 2007-). Selbst serienförmig und ein Konsumobjekt, widmet sich diese Serie besonders den Konsumobjekten und ihrer Serialität. Sie beobachtet das Verhältnis serieller Objekte und temporaler Operationen des Fernsehens. Insbesondere betrachtet sie dabei die Operation der Synchronisierung. Sie fasst das serielle Objekt des Fernsehens als Synchronisation und die (Fernseh-)Serie wiederum als Synchronisierungsleistung.

Es geht also um Objekte einerseits, Operationen andererseits im Medium der (Fernseh-)Serie. Das ungelöste und vielleicht unlösbare Problem des Verhältnisses von Objekt und Operation liegt in seiner Asymmetrie: Objekte sind verfertigt, sie gehen aus Operationen oder sogar Handlungen hervor, denjenigen ihrer Herstellung oder, wie in *Mad Men*, ihrer Sinnaufladung. Sie sind als Operationsresultate beschreibbar, traditionell schon etwa als verdinglichte Arbeit oder kristallisierte Handlung. Im Fall des Films etwa können wir zeigen, wie durch kinematographische Operationen Objekte erzeugt werden. Belichtung und Beleuchtung, Kadrierung, Bewegung, Montage und Mise-en-scène, Tonbehandlung und Sounddesign lassen Objekte erscheinen, die dann etwa in einer Filmhandlung fungieren können.¹ Filme sind auch selbst Produkte, die aus einer ausgeklügelten Anordnung und Abfolge von Operationen hervorgehen.² Wir verwenden heute viel wissenschaftlichen, etwa diskursanalytischen und operationalistischen Sachverstand darauf, die gegebenen Objekte, nicht nur die Filme, in die Operationen wieder aufzulösen, die sie hervorgebracht haben.³ Dagegen ist es viel schwieriger sich vorzustellen, in welcher Weise die inerten Objekte ihrerseits von sich aus Operationen oder gar Handlungen hervorrufen oder gar ausführen. Wir haben dieses Thema in der Filmwissenschaft sogar bis vor kurzer Zeit, von bemerkenswerten Ausnahmen abgesehen, hartnäckig ignoriert.⁴ Wie können Objekte – im Film – in Operationen oder gar Handlungen umschlagen, die dann möglicherweise auch auf sie zurückschlagen oder zurückwirken? Wir sprechen in verschiedenen Zusammenhängen lebhaft davon, wie ganze Ketten oder Serien von Operationen aneinander anschließen oder einander überkreuzen.⁵ In den

-
- 1 Vgl. nur Engell/Wendler: »Medienwissenschaft der Motive«, Engell/Wendler: »Motiv und Geschichte«.
 - 2 Mayer: Production Studies.
 - 3 Vgl. nur Latour: Die Hoffnung der Pandora.
 - 4 Chion: »Effets phoriques«, o.S.
 - 5 Siegert: »Türen«, S. 152.

Dingen, so lernen wir, bringen die Operationen mehr oder weniger stabile oder vorübergehende Anhaltspunkte hervor.⁶ Die Objekte erscheinen als vorübergehend sistierte Operationsserien. Wie aber eröffnen Objekte ihrerseits Felder, in denen ganze Ketten oder Serien von Operationen möglich oder wahrscheinlich werden, durch die die Objekte wiederum miteinander so relationiert werden, dass sie Ketten, Serien oder Felder bilden können? Operationen würden dann als aktivierte oder gar aktive Objekte auftreten. Gerade im bewegten Bild scheinen die Objekte genau dies zu vermögen, sie können selbst wenn nicht als Akteure, so doch als Agenten tätig werden.⁷ Wie ist das möglich? Wie können Objekte im bewegten Bild in Operationen umschlagen?

Objekte und Operationen im Film haben ein je verschiedenes Verhältnis zur Zeit. Operationen benötigen Zeit, Objekte haben oder akkumulieren sie. Operationen sind von kurzer Dauer, flüchtig, sie verlaufen in der Zeit. Objekte dagegen, mindestens die makroskopisch sichtbaren und hörbaren Objekte des bewegten Bildes, sind von – einiger – Dauer und mithin einigermaßen zeitstabil. Sie ziehen Zeit zusammen, aggregieren sie. Das bewegte Bild kann auf sie zurückkommen, wo es seine Operationen nur wiederholen kann. Beide, Objekte und Operationen des Films, erbringen also eine je eigene Synchronisierungsleistung. Sie besteht einmal in der Verflüssigung, einmal im Anstauen der Zeit je zu einem Zeitzusammenhang. Bewegte Bilder selbst können in beiden Hinsichten adressiert werden. Sie sind einerseits stabile Objekte, die sich z.B. relativ unverändert in der Zeit erhalten. Sie können in zahlreichen Exemplaren kopiert werden, die nur numerisch verschieden sind. Sie können immer wieder aufgeführt werden. Andererseits aber sind sie als Bilderfluss auf der Leinwand oder besonders auf dem Bildschirm, der noch nicht einmal feste Bildkader kennt, prinzipiell flüchtig. Keine Aufführung gleicht der anderen. Dieser Doppelaspekt lässt erwarten, dass bewegte Bilder sich auch in signifikanter Weise auf das problematische Verhältnis von Objekt und Operationen einlassen und auf die beiden Synchronisierungen, die Objekte und Operationen jeweils erzeugen.

Im vorliegenden Fall allerdings wird es nicht um einen Spielfilm gehen, sondern um eine Fernsehserie. Mindestens in unserem Beispiel nämlich, in *Mad Men*, findet eine umfangreiche Verhandlung des Verhältnisses von Objekten, Operationen und Synchronisierungen statt. Diese Verhandlungen sind aufschlussreich, denn auch zum Phänomen des Seriellen, einer Grundform des Fernsehens, verhalten sich Objekte und Operationen komplementär.⁸ Objekte werden serialisiert, indem sie nach einem Modell oder Type in großer Anzahl reproduziert werden. Die einzelnen Reproduktionen, die Tokens, unterscheiden sich voneinander nicht in Hinsicht auf die Zeit, es ist ihnen etwa ihr Herstel-

6 Latour: Die Hoffnung der Pandora, S. 221-226.

7 Engell: »Agent«; Engell: »Agentur«.

8 Cavell: »Die Tatsache des Fernsehens«.

lungsdatum im Prinzip nicht anzusehen.⁹ Jüngere Entwicklungen, nach denen jedem Hühnerei, auch wenn es jedem anderen gleicht wie eines dem anderen, die Stunde seiner Legung und das Verfallsdatum aufgeprägt sind, lassen wir einmal unbeachtet. Jedes Päckchen Zigaretten einer Marke jedenfalls ist gegen jedes andere austauschbar so wie jede einzelne Zigarette darin auch. Der Zusammenhang, der zwischen der lawinenartigen Ausbreitung der Serienprodukte in der Zeit des klassischen Fernsehens von 1948 bis etwa 1978 einerseits und der dominanten seriellen Form des Fernsehens andererseits besteht, ist schon früh gesehen worden.¹⁰ Für das Serienobjekt im Zeitalter des Fernsehens hat beispielsweise Günther Anders in seiner Kritik des Fernsehens behauptet, es gehöre einer eigenen Ontologie, in der, so seine Formulierung, »das nur Einmalige nicht ist«. ¹¹ Das Modell oder der Typ sei demnach ontologisch irrelevant, nur die große Zahl der Reproduktionen habe Anteil am Sein, was eine Umkehrung traditioneller Verständnisse wäre. Operationen dagegen sind nicht reproduzierbar. Sie werden seriell nicht durch Vervielfältigung, sondern durch Wiederholung.

Im Folgenden geht es also um dreierlei Gleichzeitigkeit in der Fernsehserie und durch die Fernsehserie, nämlich eine objektförmige, eine operationsförmige und eine serielle, die Objekt und Operation miteinander synchronisiert. Sie zeichnet, so will es jedenfalls *Mad Men*, das Fernsehen als solches und unser Beispiel aus. Dies werden wir in drei Abschnitten entfalten. Dabei wird zunächst die Synchronisierung als Operation des Fernsehens behandelt, anschließend werden die Objekte der Fernsehserie als Synchronisierungen untersucht. Schließlich wird es, zugegebenermaßen spekulativ, um Uhren und Agenten und den Beitrag des Fernsehens zur Theorie der Objekte gehen.

I. SYNCHRONISIERUNG ALS OPERATION

In einer bemerkenswerten Sequenz blendet *Mad Men* die Live-Übertragung der Ereignisse um die Ermordung des Präsidenten Kennedy in die fiktionale Handlung ein.¹² Dabei findet Synchronisierung als Operation des Fernsehens auf verschiedenen Ebenen statt. Zum einen führt die Sequenz die Synchronisierung zwischen den Zuschauern und den Ereignissen im Falle der Live-Berichterstattung vor. Dies geschieht auf zweierlei Weise. Da ist zum einen der Schuss auf den Kennedy-Mörder Lee Harvey Oswald, der als Knall im Wohnzimmer der Drapers hörbar wird und Betty Draper erschrocken auffahren lässt. Es handelt sich um einen punktuellen Durchschluss des Jetzt-Moments als akustische Mar-

9 Peirce: »Prolegomena to an Apology for Pragmatism«; s.a. Walther: Charles Sanders Peirce, S. 327.

10 Anders: »Die Welt als Phantom und Matrize«, S. 180f.

11 Ebd., S. 180.

12 *Mad Men* 3;12: »The Grown-Ups« (R: Barbet Schroeder), TC: 17:13-35:25.

kierung oder akustische Zeigehandlung. Die Gerichtetheit des Schusses aus der Waffe setzt sich im Knall bis zu Betty Draper fort und zeitigt Wirkung auf sie. Natürlich ist dieser indexikalische Effekt der Live-Übertragung keineswegs unmittelbar, sondern im Gegenteil hoch vermittelt, ein technologisches Konstrukt nicht weniger als ein ideologisches. Deborah Esch hat dies in ihrer Dekonstruktion des Live bereits gezeigt.¹³ Hier wird diese Analyse bestätigt: wir sehen hier ja genau, wie das Fernsehen sich selbst in dieser Sequenz der Serie *Mad Men* solche Wirkung zuerkennt. Dennoch ändert die Gemachtheit des Indexikalischen nichts an seiner Wirksamkeit; im Gegenteil. Schon Charles Sanders Peirce hat in seiner Begründung des Index ausführlich auf der inneren Zweiteilung, der Gespaltenheit des Index bestanden. Erst in der Selbstdarstellung als Wirkung einer Ursache sind Indices für Peirce wirksam.¹⁴

Zum anderen aber zeigt die Sequenz eine andauernde Synchronisierung dreier rhythmisierter Abläufe, nämlich des Fortgangs der Ereignisse nach der Ermordung des Präsidenten, dann des Programmablaufs, und schließlich der vergehenden Zeit im Rhythmus der Familie. Sie beruht nicht auf Gerichtetheit und punktueller Adressierung, sondern auf Überlagerung und Einbezug. Insofern wäre sie, wollte man an der Taxonomie Peirces festhalten, iconischer Art.¹⁵ Dies entspricht ebenfalls einer Synchronisierungsfunktion, die dem klassischen Fernsehen stets zugeschrieben worden ist und in die die Serie sich hier selbst stellt.¹⁶ Selbstverständlich gehört dazu auch, dass wir selbst als Zuschauer hier und heute ebenfalls mit synchronisiert werden, einmal mit den fiktionalen Zuschauern in der Serie, zum anderen, durch sie vermittelt, mit den Ereignisabläufen auf den verschiedenen Bildschirmen innerhalb der Fiktion. Auch wir synchronisieren unsere Zeit mit dem Ablauf der Bilder und der fiktionalen Ereignisse in *Mad Men*, und, falls wir die Serie als Broadcast verfolgen, mit dem Senderhythmus. Auch diese auf dem Flow-Effekt beruhende Synchronität des Kontinuums ist als techno-ideologisches Machwerk enttarnt worden, etwa von Jane Feuer – ohne dass diese Kritik freilich aus der Wirkmacht des Effekts heraustreten könnte, wie Feuer selbst bemerkt.¹⁷

Weiter findet eine konventionelle diegetische Synchronisierung statt. Die verschiedenen Orte und Figurengruppen, an die die Sequenz uns führt, werden als Teile eines zusammenfassenden Zeitzusammenhangs ausgewiesen. Dabei handelt es sich im engeren Sinne nicht um eine Parallelmontage, denn die einzelnen Untersequenzen zeigen nicht stets denselben Zeitausschnitt, gehen also in der linearen Zeit nicht zurück, sondern folgen dem fiktionalisierten Sendeablauf der Berichterstattung über die Folgeereignisse des Attentats auf Kennedy.

13 Esch: »No time like the present«.

14 Peirce: Phänomen und Logik der Zeichen, S. 65.

15 Ebd., S. 64f.

16 Modleski: »Die Rhythmen der Rezeption«.

17 Feuer: »The Concept of Live Television«.

Gerade deshalb jedoch bilden die verschiedenen Zeitausschnitte, zusammengehalten durch das Sendegeschehen, erneut einen einzigen kohärenten Fluss. Er zieht über die Verschiedenheit der Orte und Personen und Situationen und sogar der Zeiten – schließlich vergehen währenddessen diegetisch zwei Tage – hinweg.

Eine weitere und für *Mad Men* wichtige Synchronisierung ist die Anbindung der Fiktion an die historische Zeit. Sie erlaubt hier sogar die historische und letztlich sogar uhrzeitgenaue, ja im Falle des Schusses auf Oswald sekundengenaue Datierung. Diese Einbindung könnte möglicherweise, wenn die Synchronisierung auch uns als Zuschauer erfasst, sogar bis in die Jetztzeit funktionieren und nicht nur Betty Draper betreffen. Die Ermordung Kennedys und die nachfolgenden Ereignisse würden dann in eine plötzlich stark ausgedehnte Fernsehgegenwart integriert. Jedenfalls synchronisiert *Mad Men* an dieser Stelle nicht nur seine Fiktion mit einer historischen Zeitmarke, sondern insbesondere das Fernsehen selbst mit seiner eigenen Geschichte, indem geradezu inkunables Archivmaterial in die laufende Serie integriert wird. Die Ermordung Lee Harvey Oswalds vor laufender Kamera mitten in einer Live-Übertragung ist ein Markstein der Fernsehgeschichte,¹⁸ und zwar gerade wegen des schockierenden Synchronisierungseffekts, Beginn übrigens einer eigenen Serie der Morde und Selbstmorde vor laufender Kamera. Die Sequenz synchronisiert also die Figuren der Serie als Fernsehzuschauer mit den historischen Ereignissen und zugleich uns mit der Geschichte der Synchronisierung durch Fernsehen.

Dazu ist anzumerken, dass die Ermordung Lee Harvey Oswalds noch aus einem anderen Grund einen besonderen Eintrag in die Fernsehgeschichte bekommen hat. Denn diese Sendung gehörte nicht nur zu den wenigen, die damals auf Magnetband aufgezeichnet wurden. Die Einführung des Magnetbandmitschnitts war zwar schon 1953 erfolgt, aber der Mitschnitt setzte sich erst langsam durch.¹⁹ Entscheidend aber ist, dass dieser Mitschnitt nicht nur schlicht zu Archivierungszwecken erfolgte und so diese Episode von *Mad Men* überhaupt erst möglich macht. Vielmehr wurde der Mitschnitt, was hier nicht zu sehen ist, bereits in der weiter laufenden Sendung hervorgeholt und erneut, eingebettet in die laufende Berichterstattung, eingespielt. In weiteren Wiederholungen, in sich eine erneut serielle Anordnung, soll dies sogar in verlangsamer Form als *slow motion* geschehen sein. Wir haben es also mit dem ersten spektakulären Auftreten des *Instant Replay* zu tun.²⁰ Auch dies ist eine Synchronisierungstechnik, mit der wir, besonders in Sportübertragungen, mittlerweile bestens vertraut sind: der gerade vergangene Augenblick wird nicht nur reproduziert, sondern diese Reproduktion selbst wird in denselben ununterbrochenen Sendefluss integriert,

18 Barnouw: *Tube of plenty*, S. 336ff.

19 Winston: *Misunderstanding Media*, S. 89f.; Abramson: *Geschichte des Fernsehens*, S. 328-336; Barnouw: *Tube of Plenty*, S. 193-197.

20 Engell: *Vom Widerspruch zur Langeweile*, S. 193ff.

der uns in den weiter ziehenden Ablauf der Ereignisse einbindet. Während die Zeit weiter läuft wird dennoch das eben Vergangene, statt es zu entlassen, in den andauernden Zeitfluss zurückgeholt. Insofern handelt es sich weniger um eine Reproduktion desselben oder um eine differierende oder löschende Wiederholung als um einen Nachhall, eine Retention, eine Zurückhaltung des eben noch nicht Verloschenen. Im Fall des Oswald-Schusses wird der Nachhall durch die serielle Verkettung der Einspielungen zusätzlich ausgebreitet.

Die Ausdehnung zwischen dem fortlaufenden Gegenwartspunkt der Liveübertragung und dem zurückgespielten Bild wird dabei langsam größer. Nach und nach, mit zunehmender Zahl der Reproduktionen löst sich das zurückgespielte Bild aus der Gegenwart ab und gleitet in die Vergangenheit hinüber. Bei den Sportübertragungen ist dies sehr schön ablesbar. Schon der Halbzeitrückblick, der die im Zug des laufenden Spielgeschehens bereits gesehenen eingelagerten Zeitlupen erneut aufführt, hat etwas vom Rückblick, auch wenn das Spiel als Ganzes noch andauert. Die Wiederholung des Verfahrens in der abschließenden Spielanalyse nach Spielende bewegt sich noch weiter auf die Verweisung des Geschehens in die Vergangenheit zu. Die Verlangsamung führt noch dazu zu einer Ausdehnung des Augenblicks in der Dauer. Das bewegte Bild wird dabei eben nicht völlig stillgestellt, sondern selbst der isolierte Augenblick wird und bleibt in seinem Entstehen und Vergehen sichtbar. Die Synchronisierung gilt erneut nicht dem punktuellen Durchschluss, sondern dem wie immer verlangsamten Ablauf. Dem Ereignis wird damit auf zweierlei Weise Dauerhaftigkeit verliehen, einmal indem es reproduzierbar wird, zum anderen indem es in der Reproduktion mit einer Dauer in der Zeit versehen wird. Das Produkt der Synchronisierung ist im Fall des *Instant Replay* eine ausgedehnte, paradoxe und heterogene Gegenwart. Sie vermittelt Vergangenes und Gegenwärtiges, Ereignis und Dauer. Sie umgreift zweierlei Synchronisierung, nämlich diejenige durch Koordination von Zeitpunkten und diejenige durch Überlagerung verschiedener Zeitdauern.

Natürlich fällt auf, dass genau diese Leistung des Fernsehens in *Mad Men* nicht sichtbar wird. Möglicherweise haben wir es hier mit dem blinden Fleck der Sequenz zu tun, nämlich mit dem Modell, nach dem die Synchronisierungsoperationen der gesamten Serie funktionieren. Vielleicht handelt es sich bei dem nicht gezeigten *Instant Replay* des Schusses um das unsichtbare Bild der Sequenz, das aber ihr »Punktum« ausmacht.²¹ Es könnte der Schlüssel zu den Verfahren und Objekten sein, durch die die Zuschreibung einer Operativität oder gar einer Handlungsmacht der Objekte möglich wird; wir kommen darauf am Schluss kurz zurück.²²

21 Barthes: Die helle Kammer.

22 Vgl. dazu Gell: Art and Agency.

2. OBJEKTE ALS (A-)SYNCHRONIEN

Damit gelangen wir zu den seriellen Objekten. Die Stabilität in der Zeit, die das traditionelle Objekt auszeichnet, geht beim seriellen Konsumobjekt, das ja zu alsbaldigem Verbrauch eher als auf ständig wiederholten Gebrauch eingerichtet ist, auf die Gesamtheit der Objekte einer Serie über. Sie übersteht auch den Untergang oder den Verbrauch des Einzelobjekts. Ist eine Zigarette weg, ist die andere schon da. Objektserien markieren deshalb ebenfalls eine ausgedehnte andauernde Gegenwart. Seriell gefertigte Produkte bestimmen natürlich das Zeitalter der Industrieproduktion von Beginn an. Trotzdem erhält die Ökonomie des Seriellen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine erhebliche zusätzliche Schubkraft, und zwar mit dem fortschreitenden Umbau der Produktions- in eine Konsumökonomie. Auch der Warenkonsum wird nun seriell organisiert. Die Anordnung der Waren in schier unglaublichen Mengen erscheinungsgleicher Exemplare in einem Supermarkt mag dafür, im Unterschied zum traditionellen Laden mit Tresen, als Symptom genannt werden.²³

Objektserien des Konsumsystems sind aber nicht mehr gekennzeichnet allein durch die Ausbreitung objektgebundener Synchronisierung als serielle Präsenz. Neben die Gleichzeitigkeit aller Objekte einer Serie tritt nämlich verstärkt die Zäsur der seriellen Zeit durch die Einbringung neuer Modellobjekte oder Typen. Jahr für Jahr erscheinen etwa in der amerikanischen Autoindustrie der 1950er, 1960er und 1970er Jahre regelmäßig neue Modelle, so dass das Vorgänger- vom Nachfolgermodell unterscheidbar wird. Dabei beruht die Unterscheidbarkeit insbesondere auf Gestaltungsmomenten, auf dem Design. Innerhalb des Modelljahrgangs gilt nach wie vor das Gleichzeitigkeitsprinzip, aber der Modellwechsel erzeugt einen markierten und datierbaren Fortgang in der Zeit. Er baut den Unterschied zwischen alt und neu auf und verweist die Objekte früherer Serien in die Vergangenheit. Insofern sind sie dann, obschon funktions-tüchtig wie eh und je, verbraucht. Die Abfolge der Zäsuren nach Modellwechseln bildet dann eine eigene Serie, die auch in *Mad Men* aufgenommen wird und diese Serie, zusätzlich zu ihrer Einteilung in Episoden, durchzieht.

In diesem Prozess kommt dem Fernsehen und namentlich der Fernsehwerbung eine Schlüsselrolle zu. Genau hier erfolgt der Einsatz von *Mad Men* als einer Erzählung über die Werbeindustrie der Zeit um 1960. Die nach und nach sich durchsetzende Dominanz des Fernsehens als Werbeträger bildet einen konstanten Unterstrom der Serienhandlung. Die Passfähigkeit eines grundsätzlich seriell verfahrenen Mediums, einer zunehmend seriell organisierten und ökonomisierten Objektwelt und einer seriellen Objektontologie überrascht nicht. Stanley Cavell hat die Serialität des Fernsehens als Medium analysiert; für ihn ist nicht nur die als solche ausgewiesene Fernsehserie, sondern das Bild-

23 Brauns: »...eine stets zu erneuernde Welt«, S. 117-127.

schirmgeschehen in seiner Gesamtheit seriell.²⁴ Auch das Fernsehen, so Cavell, arbeitet nach dem Prinzip von Type und Token. Hier wird aber das Modell, der Type, zu einer komplett abhängigen Variable. Alle Sendungen oder Episoden einer Serie bilden Variationen eines starren Musters, das selbst nirgendwo ausgeführt wird, sondern erst in seinen Variationen erfassbar ist. Dennoch ist das Muster selbst invariabel. Es evolviert nicht. Die sukzessive Ausstrahlung der Episoden ändert, genau wie die Ausfertigung der Serienprodukte, nichts an der Synchronie, die sie zu einem Muster zusammenbindet. Wie bei den Serienobjekten breitet damit die serielle Form des Fernsehens eine einzige synchron zusammenhängende Zeitfläche aus, so Cavells Theorie, die dann zum Gegenstand des »Monitoring« wird.²⁵

In *Mad Men* wird die Zeitlogik serieller Konsumobjekte und mit ihr deren Ontologie und Operationsfähigkeit jedoch etwas anders und komplizierter dargestellt. Als Zeitdinge sind sie nämlich stets in einer paradoxen ungleichzeitigen Synchronie ausgewiesen. Um dies zu zeigen, ist es nützlich, verschiedene Schichten der Objektwelt in *Mad Men* zu unterscheiden und die Übergänge zwischen ihnen zu beobachten. Zunächst gibt es in *Mad Men* die Objekte der Ausstattung, die in großer Zahl die Orte der Handlung bestimmen – etwa als Wohnung, als Büro, als Bar – und dabei auch deren Atmosphäre aufspannen. Sie sind je für sich allein unthematisch und können nur als modisches Ensemble mit einem bestimmten Stil eine Zeitstelle beziehen. Dabei gibt es im Prinzip zwei verschiedene Milieus, nämlich das der Agentur und dasjenige des Heims, die klarerweise auch auf das einfachste eine Genderdifferenz eröffnen. Ein drittes Milieu, das wir hier nicht betrachten werden, liegt zwischen beiden, nämlich dasjenige der Hotels, Apartments und Bars. Im Heim bleiben die Ausstattungsobjekte vollkommen in den Zusammenhang eingelassen, sie überlagern und verdecken einander auch, und kaum je kann eines davon sich profilieren. Sie sind eingebettet in ein Ganzes, das sie zugleich selbst bilden und das daher der Tradition angehört, der nicht vergangenen Vergangenheit. Dazu, zur Verschmelzung der Objekte zum Ensemble, trägt auch die milde Ausleuchtung und die herabgesetzte Schärfe des Bildes einiges bei.

In der Agentur dagegen treten die einzelnen Objekte, obschon nicht weniger seriell, individuiert und konturiert, diskret hervor. Sie überlappen und überlagern nicht. Auch in ihrem Zusammenhang, der auch hier die Atmosphäre ausmacht, sind sie dennoch visuell einzeln adressierbar. Sie bilden füreinander den Hintergrund, vor dem sie je einzeln als Avantgarde auftreten können. Ihr Hervortreten ist ein Vorausweisen. Die Herauslösung eines Objekts aus seinem Zusammenhang und das Wiedezurücktreten kann z.B. durch kinematographische Operationen geschehen wie Großaufnahmen, aber auch einfach durch die Figuren erfolgen, die z.B. nach einem Objekt greifen.

24 Cavell: »Die Tatsache des Fernsehens«, S. 132-139.

25 Ebd., S. 144.

Beide Objektmilieus bezeichnen über ihr Design den diegetischen Zeitraum, dem sie angehören, nämlich die späten 1950er und frühen 1960er Jahre. Sie können als Datierungen gelesen werden. Hoch stilisiert und verdichtet, sind sie bisweilen historisch sehr genau, aber oft in der Massierung auch pauschal synchronisierend. Dennoch zerfällt die Gleichzeitigkeit in zwei komplett heterogene Richtungen. Dem Milieu des Draperschen Heims ist – zunächst jedenfalls – seine Herkunft aus den 1950er und sogar 1940er Jahren anzusehen. Das Milieu der Agentur dagegen weist, vorhersehbar genug, designerisch und atmosphärisch voraus auf die 1960er Jahre. Beide Objektwelten haben also einen je verschiedenen Zeitindex, und die Gegenwart der Serie ergibt sich erst aus deren Differenz. Sie bricht erst da auf, wo sie geschlossen wird, wenn nämlich ein Serienobjekt der häuslichen Welt in derjenigen der Agentur auftaucht. Einmal zum Beispiel beschließt Betty Draper, selbst wieder als Model zu arbeiten, und posiert mit ihrem schönsten Kleid in einer Getränkewerbung, die ganz und gar dem Stil des Heims verpflichtet ist. Diese Werbephotoaufnahme nun gelangt auf den Schreibtisch von Don Draper, und wirkt dort sofort deplatziert und unglücklich, eben aus einer Ungleichzeitigkeit kommend.

Ebenso ergeht es einem überaus seltsamen Objekt, einem Hochzeitsgeschenk eines der Angestellten.²⁶ Es handelt sich um ein »Chip'n'Dip«, eine große Doppelschale aus Steingut in der Form zweier riesiger Salatblätter. In ihr sollen, so wird erklärt, Chips serviert werden; in der Mitte zwischen beiden Blättern befindet sich ein Tontopf in Form einer Tomate, in dem dann der Dip zu den Chips untergebracht werden kann. Es handelt sich um ein klassisches Kitschobjekt, das etwas anderes darstellt als es ist. Durch diese Darstellung gehört es zugleich einer doppelten Zeitlogik gegenwärtig andauernder Vergangenheit an, die es zugleich nostalgisch für verloren erklärt. Witzigerweise ist dieses Doppelobjekt in angedeuteter Serienlogik gleich zwei Mal verschenkt worden und eines der Exemplare soll nun umgetauscht werden. Auf dem Schreibtisch in der Agentur, außerhalb seines angestammten Gegenstandsmilieus, macht der »Chip'n'Dip« einen nicht nur fremden, sondern eben aus der Zeit fallenden Eindruck und wird schlicht ausgelacht. Dies liegt nicht allein und nicht einmal in erster Linie an seiner Gestaltung, sondern daran, dass dieses Objekt seine Isolierung aus seinem angestammten Ensemble der Objekte nicht verträgt.

Damit sind wir bei einer weiteren Unterscheidung im weiten Horizont der Objekte in *Mad Men* gelangt, nämlich in solche Dinge, die einfach nur vorhanden sind, und solche, die tatsächlich behandelt werden, zur Hand sind wie Zigaretten, Telefone, Hemden, Gläser, Türen, Schreibzeug usw.²⁷ Das markanteste dieser Objekte ist zweifellos erneut die Zigarette, die unterschiedslos alle Objektmilieus der Serie durchzieht. Die Zigarette in *Mad Men* ist ein exemplarisches Serienprodukt im oben genannten Sinne, also als Einzelstück vollkommen

26 *Mad Men* I;07: »Red in the Face« (R: Tim Hunter), TC: 16:56-17:55.

27 Heidegger: *Sein und Zeit*, S. 68ff.

unthematisch, sondern nur in der Massierung der Exemplare relevant. Auch ein Zeitverhältnis zwischen den einzelnen Exemplaren gibt es zunächst nicht. Zigaretten können in einer beliebigen Reihenfolge geraucht werden, die sie nicht vorgeben. Dennoch haben die Zigaretten in *Mad Men* deutliche Synchronisierungs- und Zeitgebungsfunktionen, an denen sich auch die Beziehungen zwischen Objekten und Operationen, um die es hier geht, beobachten lassen. Zigaretten können zum Beispiel je nur ein einziges Mal geraucht werden. Sie gehen einerseits in ihrem Konsum auf; andererseits ziehen sie einander in serieller Abfolge nach sich. Reproduktion des seriellen Objekts und Wiederholung der dazugehörigen Operation werden aneinander gebunden. Auf kaum ein Objekt trifft auch Günther Anders' Feststellung so zu wie auf die Zigarette: den Bedarf nach ihnen erzeugen sie ausschließlich selbst; sie verkörpern ihr eigenes Bedürfnis, das nicht unseres ist, sondern das der Objekte nach einander, wie Anders es formuliert.²⁸ Insofern ist zwar die einzelne Zigarette zeitstellenneutral, wodurch die Serie der Zigaretten ein Sistieren von Zeit leistet. Dennoch, folgt man Anders, und *Mad Men*, ist jede Zigarette immer schon gerichtet, nämlich auf die nächste. Die Operation des Rauchens folgt dem Index als linearem Zeitvektor, den das Objekt immer schon in der Form des Bedürfnisses enthält, das es verkörpert.

Die Operationen des Konsums sind im Fall der Zigarette besonders auf das Konsumobjekt bezogen. Dies beginnt damit, dass Zigaretten mit einer spezifischen Abfolge sichtbarer Gesten, also Operationen, verbunden sind, die sie erfordern und zumindest auslösen. Sie werden ausschließlich auf Zigaretten angewandt und nehmen wiederum andere Objekte unter Bezug, wie Feuerzeuge und Aschenbecher. Hinzu kommt, dass speziell das Anzünden der Zigarette stets die Interpunktion eines anderen Ablaufs leistet, den die Zigarette in *Mad Men* fast immer synchron begleitet; sie kann ein Gespräch etwa einleiten oder unterbrechen; das Ausdrücken kann das Gespräch beenden. Vor allen Dingen jedoch markiert die Zigarette eine bestimmte Zeitdauer, die ihr Konsum benötigt und die ausschließlich im Zusammenspiel zwischen dem Objekt und der Operation zu Stande kommt.

Die Agentur Sterling Cooper in *Mad Men* verdankt den größten Teil ihres Umsatzes der Werbung für Lucky Strike. Auch deshalb ist die Zigarette ein Leitobjekt der Serie. Das lenkt die Aufmerksamkeit auf einen weiteren Objekttyp. In einer weiteren Objektschicht neben den Ausstattungsobjekten und den aus ihr herausgelösten Dingen rangieren nämlich die Objekte, die die Agentur bewirbt. Sie werden ausgiebig diskutiert und qualifiziert. In vielen Fällen verfügt die Agentur auch über ein Probeexemplar. Wir haben etwa ein Lippenstiftset, einen Massagegürtel, einen Motorrasenmäher. Das jeweilige Exemplar fungiert allein durch seinen Eingang in die Welt der Agentur als Type. Das gilt auch dann, wenn es als ein beliebiges Stück aus der Serie herausgenommen wurde und keineswegs der Urtyp oder das Originalstück ist. Gerade diese Objekte, deren

28 Anders: »Die Welt als Phantom und Matrize«, S. 176.

Modell in der Agentur vorliegt, führen aber im Betrieb der Agentur zu erheblichen Komplikationen. Sie lösen Neid- und Konkurrenzverhalten aus, Hohn und Spott oder Verquickungen zwischen den Objektwelten. Bisweilen führen sie zu völlig absurden Verwicklungen, wie im Fall des wildgewordenen Motormähers, der dem ungeliebten Vertreter der neuen Eigentümer der Agentur mitten in den Büroräumen bei einer Party blutig den Fuß abfährt. Während die Kampagne für Lucky Strike im wesentlichen in der Abweisung der Gesundheitsgefahren des Rauchens besteht, geht es in den anderen Fällen in der Regel darum, ein neues Produkt auf den Markt zu werfen oder ein traditionelles, bereits eingeführtes Produkt mit Neuigkeitswert auszustatten, also mit einem Gegenwartsindex auszustatten. Zwei dieser Objekte sollen eigens erwähnt werden, weil sie erneut durch spezifische Zeitverhältnisse, genauer: als Synchronisierungen ausgewiesen sind. Dies sind zum einen der legendäre Kodak Diaprojektor »Carousel«, zum anderen das Mieder »Maidenform«.

Das letztgenannte Beispiel, *Maidenform*, weist erneut auf die Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen und die Integration verschiedener Zeitperspektiven in einer Synchronie und durch ein Objekt. *Maidenform* war in den 1920er Jahren der erste Büstenhalter, der eine tragende Konstruktion aufwies.²⁹ In den 1940er Jahren, mit einem veränderten Körperideal, wurde er zu einem großen Verkaufserfolg. In *Mad Men* nun fällt der Agentur der Auftrag zu, die einst erfolgreiche Marke gegen den neuen Mitbewerber *Playtex* neu aufzustellen. Der Vorschlag der Agentur ist es, dem *Maidenform* die Fähigkeit zuzuschreiben, zwei verschiedenen, 1962 einmal neu und einmal immer noch aktuellen weiblichen Rollenmodellen zugleich zu arbeiten zu können. Er soll jede Frau in die Lage versetzen, tagsüber wie Jacqueline Kennedy auszusehen und nachts wie Marilyn Monroe. Tag und Nacht, Kennedy und Monroe, die sechziger und die fünfziger Jahre werden auch graphisch in der vorgeschlagenen Kampagne einerseits unterschieden, andererseits in ein und dasselbe Objekt zusammengezogen zu einer ungleichzeitigen Gleichzeitigkeit.

Der Kodak-Projektor *Carousel*, eingeführt 1962, wird von Don Draper im vielleicht legendärsten Pitch der ganzen Serie als eine Zeitmaschine vorgeführt, mit deren Hilfe man auf besondere Weise in die eigene Vergangenheit zurückreisen kann: Die Reise verläuft nämlich, durch die Form des Magazins bedingt, kreisförmig.³⁰ Sie geht jedoch nicht von der Gegenwart aus in die Vergangenheit und zurück, sondern sie behandelt die Gegenwart als den äußersten Punkt einer Kreisbewegung, die aus der Vergangenheit kommt und in diese zurückführt.³¹ Die Gegenwart erscheint so als die Zukunft der Vergangenheit. Diese Bewegung durch die Zeit in die Zukunft und wieder zurück ist aber ihrerseits, so Don Draper, eine Form der Imagination aus der Vergangenheit, sie gehört nämlich

29 Snyder: »Maidenform Collection. 1922-1997«.

30 *Mad Men* I;13: »The Wheel« (R: Matthew Weiner), TC: 35:59-39:39.

31 Bergson: Materie und Gedächtnis; Deleuze: Das Bewegungsbild.

der Kindheit an wie die Bewegung auf dem Karussell. Der Diaprojektor mit den Erinnerungsfotos im kreisrunden Magazin erlaubt nun die wiederholte Wiederaufführung dieser Rundreise im Erwachsenenalter und erweckt dabei die Sehnsucht nach der Vergangenheit, genauer: die Sehnsucht nach der Sehnsucht nach der Vergangenheit. Er gleicht darin der Zigarette: er erweckt erneut ein Bedürfnis, das nur durch den Diaprojektor gestillt werden kann. Der Umschlag des Objekts in die Operation ruht also in beiden Fällen auf einer stark affektiven Grundierung auf.³² Dieses »Attachment«, um einen Begriff von Antoine Hennion aufzunehmen, wird in der Projektorsequenz deutlich als zeitschaffendes Moment ausgewiesen.³³ Das »Attachment« selbst scheint hier schon doppelt synchronisiert. Es ist einerseits als andauernde, atmosphärisch ausgebreitete Gegenwart spürbar. Es nimmt aber dann eine Richtung an, wird indexikalisch und schlägt von latenter Wirksamkeit in virulente Handlung um, wenn der Werbeagent Harry, zu Tränen gerührt, den Raum verlässt. Affektivität, Zeitlichkeit und Handlung umspielen einander.³⁴

Synchronisierung ist hier nicht nur eine Operation, die mithilfe eines Objektes oder durch ein Objekt abläuft. Vielmehr ist Synchronie, und zwar multiple Synchronie, immer schon eine Eigenschaft des Objektes. Sie ist die Voraussetzung dafür, dass Operationen an das Objekt anschließen, ja sich aus ihm ergeben können. Wie alle Eigenschaften muss auch sie dem Objekt zugesprochen oder zugeschrieben werden. Dieser Operation der Zuschreibung können wir im Fall der beworbenen Objekte, der *Maidenform* und dem *Carousel*-Projektor und vieler anderer im Verlauf der Serie, in ihrer – wie immer filmisch gestalteten – zeitlichen Erstreckung zusehen – mit der wir uns wiederum synchronisieren können.

Wenn Operationen mindestens im Fall des bewegten Bildes daran erkannt werden können, dass sie Zustände verändern, dann ist Synchronie die wichtigste Bedingung für das Erkennen von Operationen. Dies wäre zum einen die Synchronie zwischen Operation und Beobachtung. Es wäre zum zweiten die Synchronie des in sich andauernden Zustands oder ungegliedert fließenden Ablaufs.³⁵ Und es wäre zum dritten die Synchronie einer zusammengezogenen Gegenwart des sachlich und zeitlich Verschiedenen, als eines kohärenten, nicht abgeschlossenen Verlaufs. Dessen Richtung kann sich wandeln – kann sich noch wandeln – solange er unterwegs ist und in seiner Synchronie anhält. Gegenwart in ihrer umfassenden Bedeutung ist mithin Voraussetzung der Operativität, so will es jedenfalls *Mad Men*. Sie ist nicht nur eine operative, ereignishafte indexikalische Relation zwischen Zeitpunkten, sondern zugleich eine andauernde

32 Voss: »Auf dem Weg zu einer Medienphilosophie anthropomedialer Relationen«.

33 Hennion: »Offene Objekte, Offene Subjekte. Körper, Dinge und Bindungen«.

34 Voss: »Affekt«.

35 Bergson: *Materie und Gedächtnis*.

Überlagerung verschiedener Dauern, die sich an das Objekt anlagern und die aus ihm freizusetzen ist.

3. ÜBER UHREN UND AGENTEN

Wir erreichen damit den – allerdings sehr spekulativen – Abschluss der Überlegungen zu *Mad Men*. Ein weiteres hoch relevantes Objekt nämlich kommt, wie die Operation des *Instant Replay*, in *Mad Men* nicht vor oder wird zumindest überhaupt nicht thematisch. Dieses Objekt, obschon eigentlich bei der beschriebenen Sachlage zwingend zu erwarten, ist die Uhr. Sie wäre hier aus vielen Gründen dringend angebracht. Als Objekt ist die Uhr immer schon selbstlaufend und insofern operativ. Filmisch ist sie das explizite Hilfsmittel zur innerdiegetischen Synchronisierung zwischen Sequenzen und kann auch die Synchronisierung zwischen Sendegeschehen des Fernsehens und Zuschauern regulieren. Sie ist, insbesondere als Analoguhr, ein archetypisches Zusammenspiel iconischer und indexikalischer Operationen, darin vielleicht nur von der Photographie erreicht.³⁶ In ihr verschmelzen flächige, zirkuläre und indexikalische Anordnungen wie im *Carousel*-Projektor, der die Fläche des Bildes, das kreisförmige Magazin und den Projektionsstrahl miteinander kombiniert. Von Don Draper entsprechend aufgeladen, breitet er eine Affektlage aus, verleiht ihr eine Richtung und lässt sie in eine Bewegung, eine Operation umschlagen. Gilles Deleuze hat auf das Uhrenbild im Film ausdrücklich hingewiesen und es als »Affektbild« qualifiziert, das dem Triebbild und insbesondere dem Handlungsbild vorausliegt.³⁷ Wenn nun ausgerechnet das Uhrenbild in *Mad Men* nicht ausgewiesen wird, dann könnte es sich bei der Uhr um den blinden Fleck in der Objektwelt von *Mad Men* handeln.

Die Uhr ist nicht nur in sich selbst operativ, weil sie geht. Sie hat auch eine Operationen auslösende, womöglich sogar Handlung veranlassende Funktion. Sie weckt mich oder lässt mich wachbleiben, sie treibt mich an, sie schickt mich los, sie lässt mich verweilen oder warten, sie erinnert mich an etwas. Der deutlichste Fall ist vermutlich derjenige des Weckers. Er lässt bloße Operativität in eine Art Quasi-Handlung umschlagen. Wenn ich ihn stelle, übergebe ich ihm den Auftrag, mich später zu wecken. Das gilt auch dann, wenn dies zu dem späteren Zeitpunkt gegen meine dann gehegte Absicht, den Wunsch weiter zu schlafen nämlich, geschehen wird. Der Wecker hat den Auftrag, den Auftrag notfalls auch gegen mich zu wenden, und mich zum Objekt meines eigenen Auftrags werden zu lassen. Gerade diese Abweichung zwischen dem jetzigen Auftrag und der möglichen späteren Widersetzlichkeit nehme ich vorweg, wenn ich den Wecker stelle. Insofern tritt mir im Wecker vielleicht sogar meine eigene entäußerte Absicht als Außenwirkung, die er auf mich ausübt, und in der Zeit verschoben

36 Peirce: Phänomen und Logik der Zeichen, S. 65.

37 Deleuze: Das Bewegungsbild, S. 123-170.

wieder entgegen. Ich kann ihn dann auch so behandeln, als trüge er selber eine Absicht, kann ihm vertrauen, ihn aber auch etwa beschimpfen oder sogar physisch angreifen. In veränderter Form gilt dies auch für andere Arten des Uhrengebrauchs. Die Uhr verkörpert einen Auftrag, unter den ich mich stelle, wenn ich sie benutze. Ich kann ihn ablehnen oder annehmen. Ihren Auftraggeber werde ich zumeist nicht mehr personalisieren. Dies umso mehr, als die Uhr nicht nur meine eigenen Aufträge übernimmt und in der Zeit überträgt, sondern auch vielfältigen anderen und komplex verteilten Auftraggebern zur Verfügung steht, zum Beispiel Arbeitgebern wie Untergebenen, oder Partnern aller Art. Dazu zählen aber auch höchst komplex verteilte Institutionen wie etwa Verkehrssysteme, die dann einfach wie Handlungsträger als »Die Bahn« oder »Die Lufthansa« oder eben »Das Fernsehen« oder auch »Die Serie«, etwa *Mad Men* adressiert werden. Sie zwingen mich dazu, pünktlich zu sein, oder erlauben es mir, mir Zeit zu lassen. Der Agent, über den sie so auf mich einwirken, ist die Uhr.

Genau das ist es, was die eigentümliche Figur des Agenten ausmacht. Agenten handeln in einem fremden Auftrag, charakteristischerweise sogar unter mehreren Aufträgen zugleich, die einander auch ausschließen können.³⁸ Sie anonymisieren dabei oftmals ihre Auftraggeber. Und sie fügen diesem Auftrag einen eigenen Beitrag hinzu oder gewinnen dem Auftrag einen Eigenanteil ab. Im Fall des Weckers wäre dies das Aufbewahren und Übertragen des Auftrags in der Zeit, das nur der Wecker leisten kann. Und diesen Eigenanteil können sie besser oder schlechter oder gar nicht ausführen. Uhren können ungenau sein oder ausfallen oder sich von Dritten verstellen lassen. Insofern nun die Agentur Sterling Cooper eine Agentur ist, unterstellt auch sie sich – und unterstellen sich ihre einzelnen Agenten – demselben Prinzip. Sie gehorchen ihren Kunden, den in der Theorie der ökonomischen Agentur so genannten Prinzipalen.³⁹ Ihnen sind sie einerseits überlegen, weil der Auftrag nur durch die Agentur und nicht vom Prinzipal ausgeführt werden kann. Sie sind ihnen andererseits ausgeliefert. Die Demütigungen, die Roger Sterling und Don Draper und schließlich die ganze Agentur von den Lucky Strike Leuten entgegennehmen müssen, werden uns beispielsweise ausführlich vorgeführt. Am Ende verlieren sie diesen Hauptauftraggeber dennoch, und völlig willkürlich. Die Agenten stellen sich aber oftmals auch gegen die ursprünglichen Absichten der Prinzipale, die in ihrem Produkt etwas ganz anderes sehen möchten als das, was die Kreativabteilung der Agentur aus ihnen macht. Die Agenten setzen sich dabei immer wieder gegen die Absichten der Prinzipale dennoch durch, sie verraten dann den Auftrag, indem sie ihn anders als erwartet erfüllen. Mitunter aber, in etwa der Hälfte der Fälle, unterliegen sie auch und verlieren den Auftrag oder führen ihn anders aus als es ihren eigenen Absichten entspricht. Das geschieht etwa im Fall von *Maidenform*.

38 Engell: »Agent«.

39 Schanze/Schüttpelz: »Fragen an die Agenturtheorie der Medien«, S. 159.

Agenten sind aber nicht nur Personen. Die Uhr ist ein Modellfall für einen Agenten in der Form des Objekts. Und sie ist ein Modellfall für das, was überhaupt die Objekte als Konsumobjekte ausmacht. Denn die Zuschreibung von Wirkungsmacht, wenn nicht gar Handlungsmacht, an die Konsumgüter ist genau das, was die Werbeagentur leistet. Das ist eine Binsenweisheit und zugleich, wie ich hoffe gezeigt zu haben, ein im einzelnen doch anspruchsvoller Sachverhalt. Im Zentrum der Werbeindustrie aber steht, zumindest bis zum Ende des 20. Jahrhunderts, das Fernsehen, das insbesondere als kommerzielles Fernsehen wiederum ein Agent der Werbeindustrie ist. Insofern sind alle Objekte, die in *Mad Men* beworben werden, Uhren, als sie der Matrix der Uhr folgen. Sie sind seriell nicht nur, weil sie seriell gefertigt und vertrieben werden, sondern auch, weil sie, noch einmal den Gedanken Günther Anders' aufnehmend, von dieser Matrix geprägt werden.⁴⁰ Allerdings geschieht dies, anders als für Anders, keineswegs unterschiedslos, sondern genau im Gegenteil, je differenziert, und zwar, wie beim Wecker, in der Zeit verschoben – und damit umso deutlicher in der Anordnung der Serie. Das von *Mad Men* ultimativ, mit allen Mitteln, die das Fernsehen heute besitzt, beworbene Objekt ist nach all dem jedoch das Fernsehen selbst. Es ist das Fernsehen, wie es einmal war, aktualisiert und mit einer imaginären Zukunft seiner eigenen Vergangenheit synchronisiert in einem *Carousel*-Verfahren. Das Fernsehen ist seine eigene Uhr geworden.

Ein letztes, noch spekulativeres Wort sei noch angefügt. Unsere gegenwärtigen theoretischen Bemühungen sind in vielen Feldern darauf gerichtet, die Mitwirkungen der Objekte oder gar ihre Handlungs- und Eigenmacht in den verschiedensten Feldern etwa der wissenschaftlichen Forschung, der Künste und der Medien zu erforschen. Woher aber kommt dieses relativ neue Interesse an den Dingen? Man könnte es damit erklären, dass speziell die Medientechnologien, die Apparaturen der Wahrnehmung, der Speicherung und der Verarbeitung von Daten, uns damit konfrontieren, dass Artefakte Leistungen erbringen, die vormals für Objekte ausgeschlossen worden waren. Man kann auch, enger, argumentieren, dass die informatische Praxis des objektorientierten Programmierens hier eine erkenntnisleitende Rolle gespielt hat.⁴¹ Folgt man aber den Überlegungen, die *Mad Men* bewegt, dann hat die theoretische Zuschreibung von Handlungsmacht an Objekte noch eine ganz andere Wurzel und einen ganz anderen Hauptagenten, vermutlich nicht weniger mächtiger als alle anderen. Sie hat auch einen überaus trivialkulturellen und massenmedialen Grund, eben das Fernsehen und den Objektzirkus, dem es diene und so gut es kann noch immer dient.

40 Anders: »Die Welt als Phantom und Matrize«, S. 165-170.

41 Pias: »Details zählen«.

LORENZ ENGELL

LITERATURVERZEICHNIS

- Abramson, Albert: Geschichte des Fernsehens, München 2002.
- Anders, Günther: »Die Welt als Phantom und Matrize«, in: ders (Hrsg.): Die Antiquiertheit des Menschen, Bd. I: Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution, München 1956, S. 99-198.
- Barnouw, Eric: Tube of plenty. The Evolution of American Television, New York 1990.
- Barthes, Roland: Die helle Kammer, Frankfurt a.M. 1979.
- Bergson, Henri: Materie und Gedächtnis, Wien u.a. 1982.
- Brauns, Jörg: »...eine stets zu erneuernde Welt«. Zur Einführung des Supermarkts in Deutschland«, in: Archiv für Mediengeschichte, Nr. 4, 2004, S. 117-127.
- Cavell, Stanley: »Die Tatsache des Fernsehens«, in: Adelman, Ralf u.a. (Hrsg.): Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie – Geschichte – Analyse, Konstanz 2001, S. 44-74.
- Chion, Michel: »Effets phoriques«, in: Bref, Nr. 60, 2004, o.S.
- Deleuze, Gilles: Das Bewegungsbild (= Kino, Bd. I), Frankfurt a.M. 1989.
- Engell, Lorenz: Vom Widerspruch zur Langeweile. Logische und temporale Begründungen des Fernsehens, Frankfurt a.M. 1989.
- Engell, Lorenz: »Agent«, in: ders. u.a. (Hrsg.): Körper des Denkens. Neue Positionen der Medienphilosophie, München 2013, S. 305-317.
- Engell, Lorenz: »Agentur«, in: ders. (Hrsg.): Film Denken. Essays zur Filmphilosophie, München 2013 (im Erscheinen).
- Engell, Lorenz/Wendler, André: »Motiv und Geschichte«, in: Rabbit Eye. Zeitschrift für Filmforschung, Nr. 3, 2011, S. 24-40, http://www.rabbiteye.de/2011/3/engell-wendler_geschichte.pdf, 14.03.2013.
- Engell, Lorenz/Wendler, André: »Medienwissenschaft der Motive«, in: Zeitschrift für Medienwissenschaft, Nr. 1, 2009, S. 38-49.
- Esch, Deborah: »No time like the present«, in: dies. (Hrsg.): In the Event. Reading Journalism Reading Theory, Stanford, CA 1999, S. 61-70.
- Feuer, Jane: »The Concept of Live Television: Ontology as Ideology«, in: Kaplan, E. Ann (Hrsg.): Regarding Television, Frederick, MD 1983, S. 45-61.
- Gell, Alfred: Art and Agency. An Anthropological Theory, Oxford 1998.
- Heidegger, Martin: Sein und Zeit (1927), Tübingen 1979.
- Hennion, Antoine: »Offene Objekte, Offene Subjekte. Körper, Dinge und Bindungen«, in: Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung (ZMK), Nr. 1, 2011, S. 93-109.
- Latour, Bruno: Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft, Frankfurt a.M. 2002.

- Mayer, Vicky u.a. (Hrsg.): Production Studies. Cultural Studies of Media Industries, London 2009.
- Modleski, Tania: »Die Rhythmen der Rezeption. Day-Time Fernsehen und Hausarbeit«, in: Adelman, Ralf u.a. (Hrsg.): Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft, Theorie – Geschichte – Analyse, Konstanz 2001, S. 376-387.
- Peirce, Charles Sanders: Phänomen und Logik der Zeichen, Frankfurt a.M. 1983.
- Peirce, Charles Sanders: »Prolegomena to an Apology for Pragmatism«, in: Collected Papers (CP) 4.537 (1906).
- Pias, Claus: »Details zählen«, http://www.ikkm-weimar.de/publikationen/audio_-_video/lectures01_audio_de/prm/197/cs__11/index.html, 27.02.2013.
- Schanze, Helmut/Schüttpelz, Erhard: »Fragen an die Agenturtheorie der Medien«, in: Agenten und Agenturen (= Archiv für Mediengeschichte), Nr. 8, 2008, S. 149-164.
- Siegert, Bernhard: »Türen. Zur Materialität des Symbolischen«, in: Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung (ZMK), Nr. 1, 2010, S. 151-170.
- Snyder, Jennifer u.a.: »Maidenform Collection. 1922-1997«, <http://amhistory.si.edu/archives/d7585.html>, 14.03.2013.
- Voss, Christiane: »Affekt«, in: Lorenz Engell u.a. (Hrsg.): Film Denken. Essays zur Filmphilosophie, München 2013, S. 281-304.
- Voss, Christiane: »Auf dem Weg zu einer Medienphilosophie anthropomedialer Relationen«, in: Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung (ZMK) Nr. 2, 2010, S. 170-184.
- Walther, Elisabeth: Charles Sanders Peirce, Baden-Baden 1989.
- Winston, Brian: Misunderstanding Media, Cambridge, MA 1986.