

Thorsten Lorenz

## Oliver Fahle, Lorenz Engell (Hg.): Philosophie des Fernsehens

2006

<https://doi.org/10.17192/ep2006.1.1465>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Lorenz, Thorsten: Oliver Fahle, Lorenz Engell (Hg.): Philosophie des Fernsehens. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen / Reviews*, Jg. 23 (2006), Nr. 1, S. 96–99. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2006.1.1465>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

### **Oliver Fahle, Lorenz Engell (Hg.): Philosophie des Fernsehens**

München: Wilhelm Fink 2006, 203 S., ISBN 3-7705-4154-5, € 29,90

Medien werden geadelt. Erst ertrotzen sie sich den Anspruch einer Theorie, dann einer Wissenschaft, am Ende den einer Philosophie. Was diese Prädikate unterscheiden soll, wissen oft nur Spurenleser akademischer Institutionen. Zu diesen gehören Lorenz Engell, Professor für Medienphilosophie, sowie Oliver Fahle, Juniorprofessor für Geschichte und Theorie der Bildmedien, beide in Weimar. Dort ist in den letzten Jahren ein aufregender ‚Thinktank‘ für Medienwissenschaft (und/oder Medienphilosophie) entstanden. Beide Autoren haben 1999 den anregenden Reader *Kursbuch Medienkultur* (Stuttgart) herausgegeben, der Grundlagentexte moderner Medientheorie versammelt.

Nun rechnen die Herausgeber Medienphilosophie, wie sie etwa in dem von Stefan Münker u.a. herausgegebenen Band *Medienphilosophie* (Frankfurt/Main 2003) angegriffen wurde, auf das attraktivste Massenmedium herunter: das Fernsehen. Fernsehwissenschaft (television studies) hat im angloamerikanischen Raum innerhalb der Cultural Studies eine längere Tradition als bei uns. Hier sei sie „Mangelware“, wie bereits 1992 Hickethier und Schneider klagten. Es gehe nun nicht, so die Herausgeber, um eine Philosophie über das Fernsehen (genitivus objectivus), sondern um das Philosophierende des Fernsehens (genitivus subjectivus), der Beitrag des Fernsehens selbst zu einer Philosophie des Mediums und der Medien. Drei für das Fernsehen notwendige (freilich nicht hinreichende) Leitkonzepte formieren die Ordnung des Bandes: das Konzept des Bildes, des

Ereignisses und der Serie.

Gleich das erste Konzept muss sich einer breiten Konkurrenz stellen, die unter Labels wie „Philosophie des Bildes“ (zuletzt Wiesing 2005) oder der Iconic-Debatte segelten – zugegeben mit dem nahezu blinden Fleck Fernsehen. Richard Diensts leicht revidiertes Kapitel aus seiner Schrift *Still Life in Real Time. Theory after Television* (Durham 1994) geht der Frage nach, ob und inwieweit aus Martin Heideggers Technikphilosophie das Fernsehen als Ge-Stell und besonderes Medium der Sichtbarkeit/Sichtbarmachung beschreibbar ist. Dazu muss Dienst Heidegger spreizen, Analogien konstruieren und Heideggers berühmten Fernsehauftritt hermeneutisch strapazieren. Claudia Blümlers Reflexionen über die Blue Box treten bescheidener auf. Ihr schöner kunsthistorischer Exkurs zur Farbe Blau und zur Implementierung von Bildern im Bild führt sie über Spiegel- und Projektionstechniken am Ende zu dem, was die Blue Box bis heute definiert: Sie ist eine Signaltechnik, die Signale durch andere Signale ersetzt (und damit u.a. die klassische projektive Technik der Malerei ablöst). Ralf Adelmann und Markus Stauff, die vor wenigen Jahren einen Reader *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft* (Konstanz 2002) publizierten, bestreiten dem Medium eine eigenständige Bild-Form. Fernsehen sei vielmehr eine „Reproduktions- und Verwertungsmaschine für alle möglichen Visualisierungen“ (S.59), die aufzuzählen die Autoren nicht müde werden. Interessant wäre hier eine Theorie des Bildschirms (und nicht der Bildprogramme), die noch aussteht. Aber richtig ist auch: TV ist ein Moloch, der wie ein schwarzes Loch Bilder inhaliert und re-visualisiert (aber keine systemlogisch eigenständigen produziert). Ein „picture effect“, wie es der amerikanische Fernsehwissenschaftler John T. Caldwell nennt, dessen TV-Stil-Analysen mehrere Autoren des Bandes zu beflügeln scheinen. Etwa auch Oliver Fahle, der ebenso das sog. Neo-Fernsehen als „Meta-Bild“ (S.81) auffasst. Maurice Merleau-Pontys Unterscheidung von Bild und Sichtbarem überträgt er auf die Medien Film und Fernsehen. Erst das Fernsehen öffnet gegenüber der begrenzten Kadrierung des Filmes die elektrische Welt eines Simultanraums. Im Grunde verschränkt sich hier die Phänomenologie Merleau-Pontys mit der Medientheorie Marshall McLuhans über das elektrische Zeitalter.

Die Herausgeber haben ihre Leitkategorien klug gewählt. Bei aller Trennschärfe interferieren die Aufsätze untereinander. Denn die neuen Meta-Bilder des Fernsehens erscheinen nur als vorübergehende Sendung: als Sendezeiten und -orte. Diese horizontale wie vertikale Perspektive macht Kategorien wie Ereignis und Serie sinnfällig. Fernsehbilder kommen und gehen, sind in Wiederholungsschleifen und Serien erwartbar und zugleich als Live-Ereignis Übertragungen von überraschenden, im Extrem katastrophalen Bildern. Hartmut Winkler fragt in seinem lockeren Zynismus, ob nicht gerade der ‚couch potato‘ der moderne Subversive und der Zapper das wahre Mediensubjekt sei. Ihr Medienhandeln erhebe Einspruch gegen den Bilderstrom der Ereignis-Serien. Nun ja, die Konformität

des Andersseins nennt man das wohl. Im Zentrum des Bandes steht zweifellos Mary-Ann Doanes Aufsatz *Information, Krise, Katastrophe* aus dem Jahre 1990 (der bibliografische Nachweis fehlt leider). Gerade weil Fernsehen sendet (und nicht speichert), ist es ein Medium des Vergessens. Und damit par excellence eines der Aktualität, des permanenten Neuen. Das gebiert eigene Paradoxien, die im Medienphänomen der Katastrophe eine Information und deren Zerstörung zugleich inszenieren. Die Katastrophe unterbricht den Sendefluss der Information wie das Handeln des ‚couch potato‘. Diese Paradoxie, das besondere Ereignishaftes immer wieder programmlich zu standardisieren, normieren zu müssen (etwa durch Zahlen- und Statistikfetischismus), führt Matthias Thiele aus. Und Lorenz Engell geht folgerichtig der Paradoxie nach, ob das Fernsehen (im Gegensatz zu Film und Literatur) überhaupt enden (ein Ende denken) kann, eben weil es Programm ist – eine Frage, die sich freilich bereits in der Frühzeit des amerikanischen Radios massiv stellte und nicht fernsehspezifisch ist. Engells Semiotisierung des Fernsehens über die Zeichentheorie von Peirce wirkt etwas künstlich, um die fundamentale Aussage, Endereignisse seien immer Live-Ereignisse, zu beglaubigen. Denn das Ende des Fernsehens wäre selbst ein Ereignis – und sei es die selbstrekursive Katastrophe einer Bild- und Sendestörung.

Engell aber schlägt als Autor und Herausgeber klug die Verbindung zum Schlusskapitel über Serien und Serialität des Mediums. Man könnte sagen: Serien verknüpfen Ereignisse und Bilder durch Wiederholung. Kay Kirchmann entwickelt mit literaturwissenschaftlichem Besteck den Serientyp aus der Tatsache, dass permanent alternierende Handlungszüge zur Disposition stehen, sozusagen das Drehbuch einer Serienfolge als Konjunktivfassung seiner offenen Weiterführung verstanden werden muss. Diesen Anschlusszwang, den Serialität fordert, überprüft Vrääh Öhner unter dem Aspekt des ‚Flow‘, der permanenten Balance zwischen Wiederholung und Ereignis, dem Wiedererkennen und Neuen im Programm. Zu den populärsten seriellen Wundern des Neo-Fernsehens gehören zweifelsohne jene Talkshows, die Affekte zur Schau stellen. Heidemarie Schumacher startet mit einer rasanten und vielversprechenden Analogie des Schau- und Schauspielwerts der Affekte von der Psychiatrie Charcots bis zu heutigen Talk-Gästen, die sich in die Affektdramaturgie der Shows einschreiben wollen. Talkshows sind für sie ein „serielles Hysterodram“ (S.184), das die Inszenierung der Gefühle voraussetzt und prästabilisiert. Leider unterbietet sie am Ende ihr eigenes Niveau, indem sie klagend über den Realitätsverlust der Shows herfällt. Aber wer spricht schon von Realität in einer Philosophie des Mediums? Den Band beschließt ein Exkurs von Jürgen Trinks zur Phänomenologie des Seriellen in der bildenden Kunst, dem Film und eben dem Fernsehen.

Der Titel mag die Autoren (mit Ausnahme von Claudia Blümle) dazu verführt haben, die Hardware des Fernsehens zu unterschätzen. Mitunter hinkt dann auch die phänomenologische Beschreibung der Programmoberfläche den Medienmachern hinterher, die selbst schon gewitzt, zynisch und selbstreflexiv mit Meta-

Bildern, Serialitäten und Bildbearbeitungen die Möglichkeiten des Mediums vorantreiben. Wie das System dies intern leistet, bleibt freilich unbeobachtbar. Umgekehrt weiß das Medium nichts über sich selbst, es hat keinen Begriff von sich. Es bedarf einer Programm- und Bilder-*Sprache*, um seine *Bilder-Sprache* auf den Begriff zu bringen. Die *Philosophie des Fernsehens* schlägt hierzu in weiten Teilen eine einleuchtende Terminologie und Metaphysik des Mediums vor, mit dem Mut, Fernsehen endlich als das zu begreifen, was es neben dem Radio immer schon war: ein Programm und keine Sendung.

Thorsten Lorenz (Heidelberg)