media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

Nadja Elia-Borer

Konturen blinder Flecken des Kulturfernsehens. Zur Re-Mediatisierung von Kunst in Kulturmagazinen

2013

https://doi.org/10.25969/mediarep/14615

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Elia-Borer, Nadja: Konturen blinder Flecken des Kulturfernsehens. Zur Re-Mediatisierung von Kunst in Kulturmagazinen. In: Katharina Klung, Susie Trenka, Geesa Marie Tuch (Hg.): *Film- und Fernsichten.* Marburg: Schüren 2013 (Film- und Fernsehwissenschaftliches Kolloquium 24), S. 325–335. DOI: https://doi.org/10.25969/mediarep/14615.

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.

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

Nadja Elia-Borer

Konturen blinder Flecken des Kulturfernsehens. Zur Re-Mediatisierung von Kunst in Kulturmagazinen

Zusammenfassung: Das Kulturfernsehen sieht sich fortwährenden Transformationsprozessen ausgesetzt, welche die Tele-Vision mit der Einführung der Digitalisierung als etwas genuin Neuartiges zu umschreiben versucht. Dabei geraten die facettenreichen, diskursiven und bildästhetischen Interferenzen zwischen analogem und neuem Fernsehen – ein Medium das seit jeher durch seine konstitutive Heterogenität ausgezeichnet ist – in den Hintergrund. Anhand von Blickstrategien und intermedialen Verfahrensweisen der Kulturmagazine wird aufgezeigt, wie sich dieses Format als Mikro- zum Makrodispositiv ‹Neues Fernsehen› verhält und wie es jeweils spezifisch die Präsentation anderer Medien im Rahmen von Beiträgen gestaltet. Dabei zeigt sich das Verhältnis von Kulturmagazinen und seinen Re-Visualisierungen als ein stetiges Oszillieren zwischen Indifferenz und In-Differenz-Setzung.

* * *

Wurde das Fernsehen zu Beginn selbst als Kultur- und Kunstmedium ausgewiesen und bestand seine Funktion als Tele-Vision in seiner Konzeptualisierung als ‹Fenster zur Welt›, so erfuhr das Medium bereits 1984 durch die Einführung des dualen Rundfunksystems in Deutschland und später auch in der Schweiz sowie in Österreich sowohl auf formaler wie auf inhaltlicher Ebene eine unwiderrufbare Zäsur. Im Gegensatz zu den damals neu entstandenen, kommerziell unterhaltenden Sendungen der privaten Sendeanstalten, sollten die öffentlich-rechtlichen Anbieter – im Sinne ihres Öffentlichkeitsauftrags bzw. Service Public – weiterhin, und verstärkt zur Abgrenzung und Differenzierung, insbesondere informative Angebote bereitstellen. Doch mit der in den 1990er Jahren eingeführten Konvergenz des Fernsehens mit dem Internet und dem Computer werden vormalige Unterscheidungsmerkmale und -kriterien wie etwa Bildungsfernsehen versus Trash-TV verwischt und scheinen in einem

endlosen «-tainment» aufzugehen. Diente die Verknüpfung der Television mit dem Internet zunächst vornehmlich einer Erweiterung der Hintergrundinformationen (vor allem von Nachrichten- und Informationssendungen) beruhend auf schriftlicher Kommunikation, verweisen gegenwärtige Tendenzen auf explizit technische sowie ästhetische Strategien der Konvergenz. Die durch die Digitalisierung einsetzenden Transformationsprozesse werden gemeinhin mit Begriffen wie Interaktivität, Multimedia, WebTV, Bezahlfernsehen, Video-on-Demand oder auch Zielgruppenfernsehen kurzgeschlossen und umschreiben die aktuellen und stets möglichen Erscheinungsformen des Fernsehens als etwas genuin Neuartiges. Was hierbei jedoch oftmals ausser Blick gerät ist aus medienhistorischer Perspektive die Tatsache, dass der Gegenstand Fernsehen seit jeher ein konstitutiv heterogener und sich fortwährend verändernder war. Daher möchte ich vorschlagen die gegenwärtig diskursiven als auch bildästhetischen Transformationsprozesse unter Berücksichtigung der scheinbaren Dichotomien alt/neu beziehungsweise analog/digital zu hinterfragen. Dazu merkt Henry Jenkins an:

> That's why convergence seems more plausible as a way of understanding the past several decades of media change than the old digital revolution paradigm had. Old media are not being displaced. Rather, their functions and status are shifted by the introduction of new technologies.[1]

Diese historisch variierenden, medialen Blickanordnungen können methodologisch und theoretisch mit Ansätzen der Intermedialitäts- bzw. Re-Mediationsforschungen sehr präzise und facettenreich untersucht werden. Beide Konzepte verstehen in Anlehnung an Marshall McLuhan die Beziehungen *zwischen* den Medien als Basisphänomen, wobei sich mediale Reflexionen, d.h. die jeweilige Medialität stets unterschiedlich und spezifisch artikulieren. Mediale Re-Inszenierungen beschreiben demnach Vorgänge der «representation of one medium in another», als «the way in which one medium is seen by our culture as reforming or improving upon another» und als «the formal logic by which new media refashion prior media forms.»[2]

Um nun die wirkmächtigen, blinden Flecken des Kulturfernsehens und die unvollständige Wahrnehmung televisueller Sichtbarkeit aufzuzeigen, wird zunächst auf Jacques Lacans Theorie der Spaltung von Auge und Blick einge-

1 Jenkins, Henri: *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York, London: New York University Press 2006, S. 14.

2 Bolter, Jay David; Grusin, Richard: *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge: The MIT Press 1999, S. 45ff.

gangen, mit der sich unsere Beziehung zum Fernsehen als Medium (imaginierter) vollumfänglicher Sichtbarkeit beschreiben lässt. In einem weiteren Schritt soll dieser Ansatz der Anordnung von Blick- und Sehräumen in Beziehung zur Konstruktion des Formats Kulturmagazin sowie zur strukturellen Grammatik der Magazinbeiträge gebracht werden. Abschliessend wird anhand intermedialitätstheoretischer Ansätze erläutert, wie das Gleiten zwischen «immediacy» und «hypermediacy», d.h. das Verbergen und Exponieren von Medialität in Kulturmagazinen eingesetzt wird und in welchem Verhältnis diese Verfahren zum (scheinbar) Neuartigen des ‹Neuen Fernsehen› stehen.

Das Sehen ausstrahlen

Das Kulturfernsehen zeigt im Rahmen seiner visuellen Gestaltungsformen und ästhetischen Erscheinungen insbesondere visualisierte Visualisierungen, scheint uns andere (Bild-)Medien aus der Ferne näher zu bringen und veranschaulicht uns damit, wie wir sehen, wenn wir «etwas aus der Ferne»[3] sehen. Das Fernsehen strahlt daher also weniger Bilder aus als «vielmehr das sehen selber»[4]. Wir sehen also weniger Bilder über Kunstwerke, Skulpturen, Fotografie oder Theater, sondern werden mit dem Sehen *sui generis* konfrontiert.

In der Topologie von Auge und Blick verweist Jacques Lacan auf den nicht hintergehbaren Mangel des Sehens an sich und damit verbunden auf das soziokulturellen und politischen sowie das Subjet konstituierende Moment, was er mit Hilfe eines ihn selbst betreffenden Beispiels erläutert. Auf einer Bootsfahrt mit einer französischen Fischerfamilie zeigte der Junge – Petit-Jean – auf ein im Wasser schwimmendes Objekt, eine kleine Sardinenbüchse. Und Petit-Jean wandte sich an Lacan, «siehst du die Büchse? Siehst du sie? Sie, sie sieht dich nicht!»[5] Doch die Sardinenbüchse blickte Lacan an, denn sie ging ihn in einem bestimmten Sinne an, auch und nicht nur deshalb, weil er die Problematik der Konservenproduktion kannte. (Televisuelle) Bilder sind ausgehend von Lacans Ansatz für das Auge geschaffen und bedienen unsere imaginären Wirklichkeitserwartungen. Diese Gabe des Bildes erschöpft sich dennoch nicht in dieser Modalität, denn in jenem, was als Blick bezeichnet wird, erfüllen sich die mimetischen Funktionen des Bildlichen bei weitem nicht. Das Schema

3 Weber, Samuel: «Zur Sprache des Fernsehens: Versuch, einem Medium näher zu kommen». In: Dubost; Jean-Pierre (Hg.): *Bildstörung. Gedanken zu einer Ethik der Wahrnehmung*. Leipzig: Reclam 1994, S. 76.

4 Ebd.

5 Lacan, Jacques: *Die vier Grundbegriffe der Psychoanalyse. Das Seminar Buch XI*. Weinhein, Berlin: Quadriga 1996, S. 101.

des Blicks durchkreuzt die Konstruiertheit der Zentralperspektive, indem letztere umgekehrt wird und dabei die Verkennung des Subjekts, ausschliesslich das Zu-Sehen-Gegebene zu sehen dekonstruiert. Das Subjekt kann sich den Bildern lediglich von einem Standpunkt aus gewahr werden, wird jedoch in seiner «Existenz von überall her erblickt».[6] Bildern liegt daher immer schon eine doppeldeutige Struktur zugrunde, denn sie sind der «Ort der Sichtbarkeit – der wie ein Futteral für das Auge geschaffen ist, an dem der Betrachter seinen Blick investieren kann und es ist der Ort der Signifikanz, von dem aus der Betrachter gesehen, angegangen wird».[7] Die »blickhafte Botschaft [der Bilder] an das Auge lautet [daher]: Du erblickst mich nie da, wo ich dich sehe».[8]

In unserem Umgang mit der Television und der Televisualität konstituiert sich demnach im Modus des Wahrnehmens jeweils etwas, das fortwährend «umgangen wird – es ist das, was Blick heisst».[9] Im Betrachten von Kulturmagazinbeiträgen werden wir von jenen formal wie inhaltlich stets zugleich als sehendes und begehrendes Subjekt angesprochen. Obschon Magazinbeiträgen im weiterhin als einem der Leitmedien konzipierten Fernsehen vordergründig eine illustrative und erklärende Funktion zugesprochen wird, bringen sie, mit Lacan gesprochen, immer auch jenes ins Spiel, was dem Subjekt entgeht und es zugleich betrifft, also den Blick. Der gegenwärtige, ubiquitär zirkulierende Abbildrealismus in den Massenmedien, bemüht darum Evidenzen und vollumfängliche Sichtbarkeiten zu produzieren, ist vornehmlich darauf ausgerichtet den fundamentalen Riss zwischen Auge und Blick, zwischen Sehen und Anblicken zu verbergen. Zugleich wird hiermit auch versucht die Frage nach dem Unsichtbaren, dem Unaussprechlichen und Undarstellbaren zu negieren, d.h. gleichsam auch die Macht der Medialität des Televisuellen und was man jeweils beim televisuell angeordneten Fern-Sehen sieht zu unterlaufen. Lacans Topologie von Auge und Blick kann dahingehend unter anderem als Appell begriffen werden, sich von den augenscheinlichen Evidenzen nicht blenden zu lassen, sondern die je spezifischen Modalitäten der Sicht- und Sagbarkeitsfelder der Television zu hinterfragen.

Was bedeutet dies nun für die gegenwärtigen Blickregime und Sichtbarkeitsverhältnisse der re-präsentierten Medien in Kulturmagazinbeiträgen wie auch

6 Ebd., S. 113.
7 Cremonini, Andreas: «Über den Glanz. Der Blick als Triebobjekt nach Lacan». In: Blümle, Claudia; Heiden, Anne von der (Hg.): *Blickzähmung und Augentäuschung. Zu Jacques Lacans Bildtheorie*. Berlin: Diaphanes 2005, S. 235.
8 Lacan: *Die vier Grundbegriffe der Psychoanalyse*, S. 109.
9 Ebd., S. 79.

des Kulturfernsehens selbst? Das spezifische des Zu-Sehen-Gebens sowie die damit verbundenen Machtstrukturen, die sich in der Weise zeigen, wie die audiovisuellen Bilder strukturell angeordnet werden, uns anblicken und damit unser Begehren, mehr sehen zu wollen als sichtbar ist, zu steigern vermögen, müssen stets befragt werden. Gerade Kulturmagazinbeiträge, aufgrund ihres nicht-fiktionalen, dokumentarischen, dem Feuilleton entsprechenden (oder imitierenden) Charakters, zeigen uns unser Begehren nach sichtbarer Wirklichkeit stets neu auf, indem sie die seltsame Gleichzeitigkeit von Verbergen und Zeigen der Wirklichkeit zu verdecken versuchen und sich damit der Triumph des Blicks über das Auge manifestiert. In den Worten Lacans beabsichtigt die Augentäuschung das Begehren des Immer-mehr-Sehen-Wollens, wohingegen die Blickzähmung jenen Modus des Bildes beschreibt, das dem Auge etwas anbietet und damit dem Betrachter das Gefühl der Beherrschung über das Gesichtsfeld gibt, wobei beide Modalitäten im Kulturfernsehen der Doppellogik entsprechend sich gegenseitig nicht ausschliessen. Der Blick ist hierbei immer schon von historisch-kulturellen Konventionen durchsetzt und konstituiert als Regime das soziokulturelle Bilderrepertoire, das seinerseits die Wahrnehmung des Subjekts, indem es diesem spezifische vor-gesehene Sichtweisen aufdrängt oder nahe legt, nachhaltig bestimmt. Blickregime stellen somit, Kaja Silvermans Argumentation folgend, eine bestimmte Formierung von Blicken dar, die allererst eine Strukturierung der Möglichkeiten des Sehens bilden.[10] Über diese Möglichkeiten des Sehens wird nicht nur Macht ausgeübt, sondern das Feld des Sichtbaren wird fortwährend nach spezifischen Regeln re-organisiert. Linda Hentschel verweist in diesem Zusammenhang auf den prekären Status der Blickzähmung und damit auf die abschirmende, beschützende Funktion des (Bild-)Schirms in der Ordnung des Visuellen, wobei mediale Sichtbarkeitsfelder in ihrer Argumentation stets «kulturell hergestellte Techniken, die den Umgang mit Bildern [nachhaltig] strukturieren»[11], darstellen. In diesem Sinne können die televisuellen Blickanordnungen als einrahmende und entrahmende Diskurse in Anlehnung an Foucaults und Deleuzes ‹normative Skulpturen des Sichtbaren›[12] begriffen werden, die jeweils spezifische Blickanordnungen, Darstellungsweisen und Erzählformen, welche die visuelle Kultur nachhaltig prägen, eskamotieren und gerade durch die Digitalisierung

10 Vgl. Silverman, Kaja: «Dem Blickregime begegnen». In: Kravagna, Christian (Hg.): *Privileg Blick. Kritik der visuellen Kultur*. Berlin: Edition ID-Archiv 1997.

11 Hentschel, Linda: «Haupt oder Gesicht? Visuelle Gouvernementalität seit 9/11». In: Dies. (Hg.): *Bilderpolitik in Zeiten von Krieg und Terror*, Berlin: b_books 2008, S. 188.

12 Vgl. hierzu: Deleuze, Gilles: *Foucault*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1987.

ermöglichten Darstellungsweisen der Re-Appropriation und der Re-Adjustierung zwischen analog/digital bzw. ‹alten› und ‹neuen› medialen Erzählweisen die «spezifische Differenz»[13] des Kulturfernsehens in ihrer Nachträglichkeit allererst reflektierbar machen.

Genealogie der Kulturmagazine und ritualisierte Visualisierungsmodalitäten

Die Genese des Formats Kulturmagazin steht historisch betrachtet in engem Zusammenhang mit der Frühphase des US-amerikanischen Kommerzfernsehens, welches das Genre als Rahmen für die Warenwerbung entwickelte.[14] Aus ökonomischer aber auch aus informativer Perspektive dient dieses Format mit seiner fragmentarischen Häppchenstruktur und Kultivierung des Ausschnitthaften als ideale Verbreitungsform für die formale wie inhaltliche Variabilität televisueller Kommunikation. Die *Ästhetik der Bricollage und des Fragmentarischen* wird hier diskursiv derart dargestellt, dass das Fragmentarische nicht als ein Defizit, sondern vielmehr als eine Form der Komprimierung erscheint:

> Mit der Magazinform trat gegenüber der ganzheitlichen Werkpräsentation die Ästhetik des Fragments, der Unvollständigkeit als eine das Fernsehen mehr und mehr bestimmende Sendeform hervor. […] Die Ubiquität des Fernsehens realisierte sich in einer Fülle fragmentierter Momentaufnahmen aus den verschiedenen Weltzonen und Lebensbereichen, als ein zum Kaleidoskop zusammengesetztes Mosaik, mit dem Anspruch, alles Bedeutsame zusammengetragen zu haben und damit eine Totalität der Welt zu repräsentieren.[15]

Die Magazinform suggeriert ein gleichzeitiges Dabeisein an zahlreichen, unterschiedlichen Orten, was durch den Einsatz von Live-Einschaltungen in Form von Korrespondentenberichten noch verstärkt wird.

Obschon mit der Einführung des Dualen Rundfunksystems Mitte der 1980er Jahre eine verstärkte ökonomische Konkurrenzsituation und Kom-

13 Weber 1994, S. 73. Vgl. insbesondere zur Medialität von Blickkonstellationen und Darstellungsweisen: Tholen, Georg Christoph: «Auge, Blick und Bild. Zur Intermedialität der Blickregime». In: Elia-Borer, Nadja; Sieber, Samuel; Tholen, Georg Christoph (Hg.): *Blickregime und Dispositive audiovisueller Medien*, Bielefeld: transcript 2011.

14 Vgl. Schumacher, Heidemarie: «Ästhetik, Funktion und Geschichte der Magazine im Fernsehprogramm der Bundesrepublik Deutschland». In: Ludes, Peter; Schumacher, Heidemarie; Zimmermann, Peter (Hg.): *Geschichte des Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland*, Bd. 3. München: Wilhelm Fink Verlag 1994.

15 Hickethier, Knut: «Fernsehästhetik. Kunst im Program oder Programmkunst?». In: Paech, Joachim (Hg.): *Film, Fernsehen, Video und die Künste. Strategien der Intermedialität*. Stuttgart u.a.: Metzler Verlag 1994, S. 197.

merzialisierung eintrat, bleiben die Kulturmagazine weiterhin auf späten Sendeplätzen programmiert – meist aufgrund des Mythos Einschaltquote. Der Kulturbegriff wird dabei von Kultursendern wie *3sat* oder *arte*, aber auch im Rahmen der Kulturmagazine *aspekte*, *Kulturzeit*, *Kulturplatz* oder *Metropolis* fortwährend in Zusammenhang mit dem Quotendruck popularisiert und erfährt damit eine Erweiterung:

> Alles kann mit allem verknüpft werden, das Medium dient als Aufbereiter und Reproduktionsmaschine einer bunten, zufällig-zusammenhangslosen Empirie, wie sie auch die Welt der Warenmagazine, der Kaufhäuser oder Supermärkte bietet.[16]

Die rund 30 bis 50-minütigen Kulturmagazine dienen – zwar, wie bereits erwähnt, auf unattraktive Sendeplätze platziert – den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten weiterhin als Instrument zur Erfüllung ihres Kulturauftrags, zeigen jedoch inhaltlich aufgrund ihrer ‹additiven...und jetzt...›-Struktur alles, worüber es aktuell aus dem Kulturbereich audiovisuell zu berichten gibt, und stellen damit ihre Inhalte oftmals in Form einer Häppchenkultur dar. Hiermit sind sogleich die Möglichkeiten wie Problematiken und das dem Kulturmagazin seit jeher genealogisch inhärente Spannungsverhältnis angesprochen. So mag es doch auf einen ersten Blick erstaunen, erfüllen doch die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten zu einem grossen Teil ihren gesetzlich festgelegten Kulturauftrag in einem kommerziellen Format wie dem Magazin. Betrachtet man jedoch die strukturellen Möglichkeiten des Formats in Zusammenhang mit den soziokulturellen, politischen, technischen und ökonomischen Transformationsprozessen, so kann Kultur in diesem Rahmen gerade aktuell, populär, informativ, verständlich und dennoch unterhaltsam aufbereitet werden. Die formal-ästhetische Beschaffenheit der Kulturmagazine zeigt jedoch noch weitere interessante Möglichkeiten, die ein nicht zu unterschätzendes Potenzial in Bezug zu den Erscheinungsweisen des ‹Neuen Fernsehens› aufweisen. Denn die Ästhetik der Kulturmagazine verwendet zu einem grossen Teil die gegenwärtigen Visualisierungsmodalitäten des digitalen Fernsehens, welche sich anhand beschleunigter Vermittlungsformen von Inhalten, einer Kultivierung des Ausschnitthaften, der Brüche und des Kontrasts sowie eines gesteigerten technischen Aufwands in der Bildproduktion und Postproduktion ausmachen lässt.

Formal zeichnen sich die Kulturmagazinbeiträge durch standardisierte und ritualisierte Ablaufschemata aus, welche unterschiedliche Medien wie

16 Schumacher 1994, S. 104.

beispielsweise Fotografie, Malerei und Theater in Bildschirmbilder transformieren. Ähnlich wie Nachrichtensendungen oder Serien sind Kunstbeiträge in Kulturmagazinen einer übergreifenden Grammatik untergeordnet, welche den Zuschauern zugleich auch als Wiedererkennung dienen soll. Die übergreifenden visuellen Schemata lassen sich hierbei in die drei Subkategorien *identifizierbare*, *kontextuelle* und *explorative Segmente*[17] einteilen, die jeweils flexibel aneinandergereiht werden können und zur Rhythmisierung des Beitrags dienen. Die Flexibilität dieser visuellen Bausteine geht einher mit einer generellen Bildbeschleunigung, wobei die Unterscheidbarkeit der Segmente aufgelöst wird. Die Bildbeschleunigung hängt dabei weniger von der Schnittfrequenz ab, als vielmehr von den Objekten, die sich in den einzelnen Einstellungen befinden. Daraus resultiert ein zweifacher Wandel der Bildschirmoberfläche: Vom repräsentierten Gegenstand aus betrachtet vollzieht sich eine Bewegung *im* Bild, wohingegen das repräsentierende Medium eine Bewegung *des* Bildes suggeriert. Die Einnahme des Kunstwerks durch das Bildschirmbild kann als Signal zur Transposition verstanden werden. Dabei wird das Werk gleichsam umgerahmt und auf das repräsentierende Medium zugeschnitten. An die Stelle des Bildrahmens tritt nun der Bildschirmrahmen, so dass das «ausgerahmte [Werk] als neues, telegen formatiertes Bild erscheint, als Bildschirmbild». Dieser Expansionsprozess des Fernsehbildes deutet eine Tendenz zur Erschaffung einer eigenen «telegenen Realität» an und verweist zugleich auf Momente der televisuellen Selbstreflexivität sowie auf das Exponieren des audiovisuellen Potentials. Indem das Fernsehen aus Bildern eine eigene Bildergeschichte, eine «selbstorganisierte Bebilderung von Bildern» entwickelt, «generiert [es] neue Bilder aus dem Bildlichen» und zeigt aufgrund dessen seine spezifischen Möglichkeiten der Bildgenerierung, -verarbeitung und -vermittlung. Doch die Kulturmagazinbeiträge fungieren im Modus der Präsentation von Re-Visualisierungen keineswegs als neutraler Rahmen, sondern werden vielmehr auch von den kopräsenten Bildern affiziert.[18]

17 Steinmüller, Gerd: *Bild und Bildschirm*. Arbeitshefte Bildschirmmedien, Bd. 69, Siegen: Universität GH 1997, S. 16–18.

18 Adelmann, Ralf; Stauff, Markus: «Ästhetiken der Re-Visualisierung. Zur Selbststilisierung des Fernsehens». In: Fahle, Oliver; Engell, Lorenz (Hg.): *Philosophie des Fernsehens*. München: Wilhelm Fink Verlag 2006, S. 72.

Intermediale Zwischenspiele von Kulturmagazinen

Im Kulturfernsehen zeigt sich anhand der Visualisierungsstrategien von anderen Medien eine spezifische *performance of style* bzw. ein «hyperaktiver Prozess der Präsentation», welche sich insbesondere im Bereich des Medienübergreifenden – der *Intermedialität* –veranschaulichen lassen. Die Intermedialität stellt für Caldwell eine zentrale Praktik dar, welche die televisuelle Sprache nachhaltig beeinflusst und als theoretische Kategorie dazu dient, die ästhetischen Erscheinungen des Kulturfernsehens zu untersuchen, da die Television Bilder generiert, «that consume images». Das heisst, es werden vordergründig stilistische Motive und Kontexte anderer Kunstformen und Medien importiert und reflektiert:

> Through intermedia and pictorialism, television becomes a boundaryless image machine, globbing up any cultural visage that hesitates long enough to be abducted. If as I have argued, television facors images that are specifically about consuming images, then the intermedia mode is a key strategy that works to satisfy the medium's appetite for and consumption of imagery.[19]

Kulturmagazine zeichnen sich daher nicht ausschliesslich durch die dokumentarische Präsentation von Kunst, Ereignissen und Hintergrundinformationen, oder durch das Zeigen von Wahrnehmung und Definition von Realität, dem sogenannten *reality effect* aus. Vielmehr veranschaulichen sie die televisuellen Möglichkeiten der Bearbeitung und Differenzierung von Bildformen, was Caldwell als *picture effect* beschreibt. Im Kulturfernsehen lassen sich daher überwiegend Re-Visualisierungen finden, d.h. «Bildformen, die in anderen medialen Konstellationen und Praxisbereichen definiert wurden» und nunmehr in Kulturmagazinbeiträgen «eine modifizierte Sichtbarkeit»[20] erhalten.

Im Gegensatz zu zahlreichen Sendern, Sendungen und Formaten, welche sich seit den 1990er Jahren in Zusammenhang mit der Digitalisierung und der Konvergenz von Fernsehen mit anderen ‹neuen Medien› geradezu der ‹windows aesthetic›, die sich durch die Imitation graphischer Interfaces des Computers auszeichnet sowie die televisuellen Blickanordnungen auf das World Wide Web ausdehnt, scheinen Kulturmagazine auf den ersten Blick geradezu modernistisch. Zugleich wird die Interface-Logik im televisuellen Diskurs und in den Diskursen über und mit dem Fernsehen gleichgesetzt mit den Potentialen asynchroner Konsumation, *many-to-many* Distribution und Interaktivität

19 Caldwell, John Thoton: *Televisuality. Style, Crisis and Authority in American Television*. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press 1995, S. 151.

20 Adelmann u.a.: «Ästhetiken», S. 72.

– um nur einige zu nennen – und weist hierbei den blinden Fleck der genuinen Heterogenität des Fernsehens auf, die sich unter Berücksichtigung intermedialer Visualisierungsstrategien gerade in der Ästhetik von Re-Konfigurationen und Re-Appropriationen des Televisuellen im gegenwärtigen Mediensystem aufzeigen lässt.

Im Modus der Möglichkeiten der Bildgenerierung und -verarbeitung scheint das Kulturfernsehen dem televisuellen Prinzip, das unterschiedlichste Art und Weisen von Bildlichkeit stets gleichzuschalten scheint, indem es uns standardisierte und ritualisierte Blickregime nahe legt, zu bestätigen. Aufgrund unterschiedlicher Fallbeispiele von Kulturmagazinbeiträgen lässt sich diese Tendenz jedoch nicht gänzlich bestätigen – einerseits werden differente Bildmedien in den Beiträgen sehr wohl auf der Ebene der Segmente uniform visualisiert. Dies jedoch aufgrund kulturell geprägter und konventioneller Präsentationscodes des Formats selbst. Einzelne Einstellungen bergen jedoch ein nicht zu unterschätzendes Potenzial, das Caldwell im Sinne der ‹performance of style› beschrieben hat und womit sich spezifische televisionäre Blickanordnungen eruieren lassen. Entsprechend der von Bolter und Grusin formulierten Doppellogik der Remediation fungieren Kulturmagazinbeiträge sowohl entsprechend ihres Formats und in Bezug auf ihre Funktion als Barden kultureller Symbole in der Gestik einer standardisierten Grammatik, andererseits jedoch antizipieren die Verfahren der Re-Visualisierung und Re-Repräsentation die ubiqitär zirkulierenden Strukturen der ‹windows aesthetic› der sogenannten Hypertelevision, da sie die Möglichkeiten des Bildschirms als Interface und die damit einhergehenden Transformationsfähigkeiten des Bildlichen in der Modalität der ‹televisuellen Realität› sowie des ‹explorativen Segments› in den Fokus der Reflexion rückt.[21] Die vielfältigen Beziehungen zwischen Kulturfernsehen und den diskursiven Formationen des Neuen Fernsehens sowie die intermedialen Modalitäten von Kulturmagazinen und den darin re-visualisierten Kunst-Medien bestehen in einem fortwährenden Oszillieren zwischen Indifferenz und In-Differenz-Setzung, zwischen Funktionalisierung und einem je spezifischen Experimentieren mit dem zu präsentierenden Gegenstand. Die Darstellungsweisen schwanken daher jeweils zwischen blossem Abbilden beziehungsweise einem Modus der Bebilderung von Kultur und einem *modus operandi*, in dem jenes irritierende «-Re» ins Spiel gerät, welches eine Verschiebung von

21 Vgl. zur ‹windows aesthetic› u.a.: Friedberg, Anne: *The Virtual Window. From Alberti to Microsoft*. Cambridge, Massachusetts, London 2009.

repräsentierendem und repräsentiertem Medium andeutet und gleichwohl die Inter-Medialität der televisuellen Blickregime hervorhebt.