

Markus Stauff

Premiere World – Digitales Fernsehen, Dispositiv, Kulturtechnologie. Anmerkungen zur Analyse gegenwärtiger Medienkonstellationen

2004

<https://doi.org/10.25969/mediarep/14226>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Stauff, Markus: Premiere World – Digitales Fernsehen, Dispositiv, Kulturtechnologie. Anmerkungen zur Analyse gegenwärtiger Medienkonstellationen. In: Harro Segeberg (Hg.): *Die Medien und ihre Technik. Theorien, Modelle, Geschichte*. Marburg: Schüren 2004 (Schriftenreihe der Gesellschaft für Medienwissenschaft (GfM) 11), S. 436–454. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/14226>.

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.

Premiere World – Digitales Fernsehen, Dispositiv, Kulturtechnologie

Anmerkungen zur Analyse gegenwärtiger Medienkonstellationen

Während die ›Plattform‹ *Premiere World* regelmäßig unter ökonomischen und medienpolitischen Aspekten diskutiert wird, finden sich bislang kaum Analysen, die dieses ›neue Fernsehen‹ auf seine medialen Qualitäten hin untersuchen. Dies möchte ich zum Anlass nehmen, einige eher methodologische Fragen zu diskutieren, die m. E. über das Beispiel von *Premiere World* hinaus reichen. Eine erste Frage könnte lauten: Welchen Sinn macht es überhaupt, über *Premiere World* zu sprechen. Es ist nicht nur ein marginales Medienangebot, sondern auch an allen Ecken und Enden unvollständig und defekt: Das Zappen durch die Programme ist so schwerfällig, dass kaum *pleasure* dabei abfällt; die ›Zusatzinformationen‹ zur Sportübertragung (*Premiere Sport interactive*) sind spärlich; mitten in Sendungen öffnen sich Menübalken in das Bild hinein etc. Entsprechend richtet sich eine Beschäftigung mit dem digitalen Fernsehen meist auf seine künftigen Entwicklungen. Während in der Mediengeschichtsschreibung mittlerweile den randständigen und den vorzeitig abgebrochenen Entwicklungspfaden eine gewisse Beachtung geschenkt wird, scheint dies für die Gegenwartsanalyse der Medien weniger zu gelten. Ich möchte demgegenüber aber dafür plädieren, gerade die scheinbaren Unzulänglichkeiten gegenwärtiger Medien als funktionales Element ihrer Wirkungsweise zu verstehen.

Daran schließt eine zweite Frage an: Wie lässt sich ein ›starker‹ Medienbegriff, ein Medienbegriff also, der Effekte über unterschiedliche Inhalte und Nutzungsformen hinweg postuliert, mit einer Beschreibung flüchtiger und marginaler Medien vereinbaren? In der Auseinandersetzung mit dieser Frage zeigt sich, dass die meisten entsprechenden theoretischen Modelle – mein Beispiel wird der Dispositiv-Begriff sein – einen solchen ›starken‹ Medienbegriff unter Verweis auf die Dauerhaftigkeit und Unhintergebarkeit medialer (und hierbei vor allem: technischer) Konstellationen formulieren. Die Beschreibung eines uneindeutigen Phänomens wie *Premiere World* ist vor dem Hintergrund eines solchen Modells schwierig. Deshalb werde ich vorschlagen, Medien und Technologien nicht nur im Hinblick auf die materielle Verbindlichkeit zu untersuchen, mit der sie kommunikative Strukturen vorgeben oder Wahrnehmungsfor-

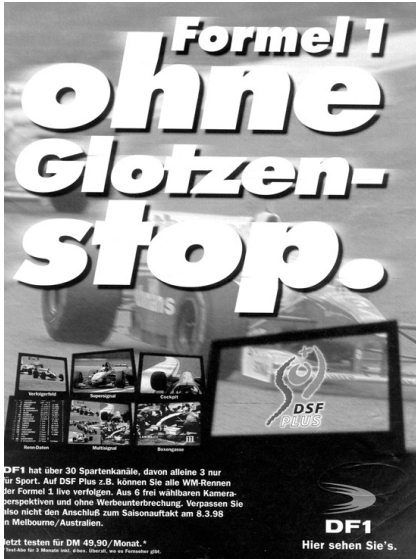


Abb. 1: Werbung für das Sportangebot von DF 1

men durchsetzen. Vielmehr wären gerade auch die Funktionen und Effekte technischer Medien im Zusammenhang mit ihren fortlaufenden Differenzierungen und Vervielfältigungen zu diskutieren.

In der Auseinandersetzung mit diesen Fragen, werde ich die theoretischen Problemstellungen nur anreißen können; im Mittelpunkt steht eher der Blick auf ein heterogenes Materialfeld, das im Umfeld von *Premiere World* sowie anderer Erscheinungsformen des digitalen Fernsehens zirkuliert. Dieses soll den Ausgangspunkt bilden, um abschließend den Stellenwert von Technik zu diskutieren.

Die Eigentümlichkeiten von Premiere World – Materialsichtung 1

Premiere World teilt mit anderen Entwicklungen im Bereich des digitalen Fernsehens vor allem eine Reihe von Versprechen: Im Mittelpunkt stehen dabei ein zunehmend vielfältiges Angebot und die Möglichkeit einer individualisierten Nutzung. Häufig integrieren die Medien im Sinne solcher Versprechen ihre eigene (»vollkommene«) Zukunft durch explizierte Leerstellen, die eine weitere Vervollständigung des jetzt nur Vorläufigen in Aussicht stellen. Mehrere Menüpunkte des Programmführers der d-box von *Premiere World* sind noch ohne Funktion; will man sie dennoch aufrufen, erscheint auf dem Fernsehmonitor die Auskunft: »Dieser Eintrag steht leider noch nicht zur Verfügung.« Auf der Homepage des Senders wird ergänzend versprochen, »dass wir Ihnen diese Funktion schon bald im Rahmen einer erweiterten Softwareversion anbieten können. Sobald es soweit ist, werden wir Sie selbstverständlich informieren.«

In besonderer Deutlichkeit werden solche Versprechen in der Werbung für das Programmangebot formuliert, das so als Fortschritt gegenüber dem herkömmlichen Fernsehen differenziert werden soll. Ich habe zwei Beispiele ausgewählt, die bezeichnenderweise das Sportprogramm hervorheben.

Die Formel 1-Übertragung der damals noch *DF1* benannten Plattform wird schon 1987 mit dem Slogan »ohne Glotzenstop« angepriesen (Abb. 1). Den Zu-



Neuer.
Einfacher.
Günstiger.

Jetzt holen:
0180/55 100 00*
oder im Handel.

Nur mit uns sind Sie immer da, wo die Tore fallen.

Bundesliga-Konferenz. Spannung total mit 7 Spielen gleichzeitig. Live.

www.premiereworld.de

**PREMIERE
WORLD**

Abb. 2: Werbung für das Sportangebot von Premiere World

schauerinnen und Zuschauern entgeht einerseits nichts; andererseits – das verdeutlicht der Hinweis auf »6 frei wählbare Kameraperspektiven« – können sie in der Übertragung individuelle Vorlieben realisieren. Ganz ähnlich argumentiert eine aktuelle Werbung für die Live-Übertragung der Fußball-Bundesliga in einer Konferenzschaltung bei *Premiere World* (Abb. 2): Neben der allgemeinen Überbietung »Neuer. Einfacher. Günstiger.« wird auch hier eine Vervollkommnung der Telepräsenz versprochen: »Nur mit uns sind sie immer da, wo die Tore fallen.«

Im gleichen Duktus werden (nicht nur von *Premiere World*) die Funktionen von Elektronischen Programmführern erläutert, die die ZuschauerInnen darauf aufmerksam machen, wann ihre Lieblingssendung beginnt; Festplattenrekorder werden dadurch schmackhaft gemacht, dass man jetzt »selbst entscheiden kann, wann man eine Sendung ansehen und unterbrechen will«. In diesen Diskursen artikuliert sich folglich eine Strategie der Optimierung oder Überbietung medialer Funktionen, insofern Beschränkungen anderer, älterer Medien überwunden werden sollen; Beschränkungen allerdings, die zuvor möglicherweise nie als solche erfahren wurden.

Wie ich im Folgenden zeigen möchte, ist dies mehr als bloße Werberhetorik. Sowohl die programmliche Oberfläche wie auch die technisch-mediale Konfiguration von *Premiere World* sind von entsprechenden Mechanismen geprägt. Die

Unser Programmangebot

Das Superpaket:

	MOVIE WORLD	SPORTS WORLD	FAMILY WORLD	GALA WORLD	PREMIERE
MOVIE WORLD	☐	☐	☐	☐	☐
SPORTS WORLD	☐	☐	☐	☐	☐
FAMILY WORLD	☐	☐	☐	☐	☐
GALA WORLD	☐	☐	☐	☐	☐
DM 54,90/ATS 209,-*					

* Das Abo-Monatsentgelt DM 29,00/ATS 229,-. Fernsehgebühren: Das monatliche Programmabonnement beinhaltet zusätzlich zu den üblichen Gebühren:

Abb. 3: Übersicht über die Angebotspakete von Premiere World (Mai 2001)

Unser Programmangebot

PREMIERE Pay-per-view

PREMIERE Movie

PREMIERE Sport

PREMIERE Family

Extra

SEASONS

Das Superpaket:

	MOVIE WORLD	SPORTS WORLD	FAMILY WORLD	GALA WORLD	PREMIERE
MOVIE WORLD	☐	☐	☐	☐	☐
SPORTS WORLD	☐	☐	☐	☐	☐
FAMILY WORLD	☐	☐	☐	☐	☐
GALA WORLD	☐	☐	☐	☐	☐
DM 54,90/ATS 209,-*					

* Das Abo-Monatsentgelt DM 29,00/ATS 229,-. Fernsehgebühren: Das monatliche Programmabonnement beinhaltet zusätzlich zu den üblichen Gebühren:

Abb. 4: Übersicht über die Angebotspakete von Premiere World (Juli 2001)

Überbietungsstrategie hat zumindest zwei sich wechselseitig befeuernde Antriebskräfte. Zum einen muss eine übersichtliche und handhabbare Struktur für die zunehmende Vielfalt geschaffen werden: Sie soll jederzeit und individuell zugänglich sein. Zum anderen muss aber die Vielfalt fortlaufend gesteigert und verbessert werden, um als Vielfalt einsichtig zu werden. Man könnte dies als einen Wettlauf zwischen Vielfalt und Zugänglichkeit bezeichnen, der immer durch die Steigerung der einen Seite eine Anpassung der anderen herausfordert: Jede neue Vielfalt muss operational gemacht werden; in jede handhabbare Zugriffsstruktur müssen zusätzliche Angebote integriert werden. In der Folge ist *Premiere World* ein Monster-Medium. Ein Medium in fortlaufender Mutation, das nicht aus Verlegenheit, sondern aus Prinzip ständigen Wandlungen unterliegt. Ein Medium, das folglich auch seine Effektivität aus seinen Veränderungen bezieht. Dies zeigt sich ja schon an der Umwandlung von *DF1* zu *Premiere World* und wäre eindrucksvoll bezüglich der wechselnden ökonomischen Strategien und Teilungsverhältnisse zu zeigen. Ich beziehe mich wiederum vorwiegend auf Beispiele aus der programmlichen und paratextuellen Ebene; an diesen wird die Kopplung zur Rezeptionspraxis besonders deutlich.

Um den Abonnenten eine Übersicht zu verschaffen wird die Programmstruktur von *Premiere World* im allmonatlichen Programmheft visualisiert (Abb. 3). Dies ist nicht nur notwendig, um den verschiedenen Programmbünde-



Abb. 5: Übersicht über Struktur der Programmzeitschrift von Premiere World (Juli 2001)

verständlich auch das Programmheft selbst den neuen Programmstrukturen Rechnung tragen, weshalb dann im Programmheft unter der Überschrift »Das neue Magazin« die neue Ordnung des Programmhefts erläutert wird (Abb. 5). Auch hier wird die Medialität gesteigert: »Mehr Übersicht, jeden Tag«. Im Oktober 2001 erfolgt dann eine erneute Umwandlung der Programmstruktur von *Premiere World*. Wiederum werden neue Kanäle durch Standbilder signifikanter Sendungen und eine kurze sprachliche Kennzeichnung etikettiert. Auch im Editorial des Oktober-Hefts entschuldigt sich der Sender: »Leider ist jede Veränderung auch mit etwas Mühe, sprich: einem Kanalsuchlauf, verbunden.«

Die Mutationen und Steigerungen des Mediums verlangen der Rezeption eine zumindest rudimentäre Auseinandersetzung mit der Technik ab. Eine Modifikation der Programmstruktur macht immer auch ein Update der Software erforderlich, die zwar Online erfolgt, aber nicht nur eine halbe Stunde dauern kann, sondern auch von den Kunden in Gang gesetzt werden muss; entsprechend bedarf es auch hier technischer Anweisungen – und motivierender Versprechen: Im Mai 2001 vermeldet das Programmheft: »Mehr Komfort mit der neuen Software-Version 1.6 [...] Zusätzliche Funktionen erleichtern Programmauswahl und -überblick« (Abb. 6). Schon im Juli müssen dann die neuen Kanäle eingestellt werden: »Bitte unbedingt Kanäle neu einstellen! [...] Das Programm wird noch attraktiver und übersichtlicher«. Im Oktober ist dies erneut

lungen eine Identität zu verleihen, sondern auch, weil sich die Kosten des Abonnements je nach Kombination von Programmbündeln unterscheiden. Da sich im Juli 2001 die Programmstruktur ändert, muss auch diese Veränderung durch eine erneute Schematisierung verdeutlicht werden (Abb. 4). Zusätzlich werden diese Veränderungen im Programmheft konkret für die Nutzung handhabbar gemacht. Die Kunden werden aufgefordert: »Das ist neu! [...] Bitte nehmen Sie sich ein paar Minuten Zeit, um sich mit den Neuerungen vertraut zu machen.« Der versprochene Lohn für diesen Zeitaufwand ist wiederum die doppelte mediale Optimierung: »Das Angebot wird noch übersichtlicher, das Programm noch attraktiver [...]«. Darüber hinaus muss selbstver-



Mehr Komfort mit der neuen Software-Version 1.6

Haben Sie eine d-box-Fernbedienung mit farbigen Tasten? Dann können Sie Ihren Decoder mit der neuen Systemsoftware 1.6 jetzt noch komfortabler bedienen. Weiterer Vorteil: Zusätzliche Funktionen erleichtern Programmauswahl und -überblick.

- ▶ Beim Wechsel von einem Kanal auf den anderen sind die Umschaltzeiten nun deutlich kürzer.
- ▶ Einen besonderen Komfort bietet Ihnen auch die neue Kanal-Info: Auf Knopfdruck erhalten Sie jetzt nicht nur – wie bisher – Informationen zur laufenden Sendung, Drücken Sie einfach die **Richtungstaste rechts**: In der Bildschirmanzeige sehen Sie nun auch, welche Sendung als nächstes auf diesem Kanal läuft und wann genau sie beginnt (Bild unten). So haben Sie jederzeit einen schnellen und bequemen Überblick über das laufende und folgende Programmangebot.
- ▶ Mit den **Richtungstasten oben und unten** auf Ihrer Fernbedienung können Sie diese Bildschirmanzeige auch für alle anderen Kanäle von PREMIERE WORLD aufrufen, ohne das gewählte Programm zu verlassen.
- ▶ Möchten Sie weitere Informationen zu den folgenden angezeigten Sendungen abrufen, genügt es, das Event mit der **Richtungstaste rechts** und anschließend mit der **OK-Taste** anzuwählen. So gelangen Sie in die Telethek mit den ausführlicheren Programmbeschreibungen (Bild unten).
- ▶ Oder haben Sie vielleicht die Kanäle Ihrer d-box individuell sortiert? Mit der neuen Software bleibt Ihr persönliches Bouquet bei einer Kanalsuche jetzt auf jeden Fall erhalten. Ihre gewählte Reihenfolge wird nicht gelöscht.

Wie Sie die neue Systemsoftware schnell und unkompliziert in Ihre d-box laden können, wird Ihnen Schritt für Schritt im Kasten unten erklärt.

Ihre Fernbedienung mit farbigen Tasten kann sich im Aussehen von der Abbildung unterscheiden, die Funktionen sind jedoch identisch

Während „Die Braut, die sich nicht traut“ läuft, können Sie sich per Knopfdruck schon über „Wild Wild West“ informieren

Abb. 6: Erläuterung der neuen Software (Mai 2001)

erforderlich, diesmal wird mit kleiner Variation versprochen: »Bitte unbedingt Kanäle neu einstellen! [...] Das Programm wird noch größer und attraktiver« (Abb 7). Bezeichnend für die Mutationen des Mediums ist auch, dass sämtliche Anweisungen schon für zwei unterschiedliche Varianten der Fernbedienung mit unterschiedlichen Tasten formuliert werden müssen. Außerdem existieren mittlerweile drei Generationen der d-box mit je unterschiedlichen Optionen und Bedienungsstrukturen. Technische und programmliche, rezeptive und rhetorische Mutationen stehen in engem Wechselbezug.

Diese wenigen Beispiele lassen nachvollziehen, warum *Premiere World* laut Selbstbeschreibung ein »erklärungsbedürftiges Produkt« ist.¹ Drei weitere Bei-

1 Auf der Tagung »Stand und Zukunft des digitalen Fernsehens in Deutschland« am 2. Februar 2001 an der TU Darmstadt schilderte der Vertreter von *Premiere World* den Beratungsaufwand im Hamburger Call-Center und bezeichnete in diesem Zusammenhang das Angebot als »erklärungsbedürftig«.

spiele sollen darüber hinaus verdeutlichen, wie die Optimierung des Mediums entlang der Achsen ›Vielfalt‹ und ›Zugänglichkeit‹ ein für das Medium konstitutives *Wuchern der Diskurse*² mit sich bringt:

In jedem Programmheft wird unter dem Slogan »Eins, zwei, drei zum Wunschprogramm« erneut die Problemlösbarkeit des Zugriffs – hier v. a. die Möglichkeit des *pay per view* – erklärt (Abb. 8). Das Bild einer lächelnden Dienstleisterin in einem Call-Center akzentuiert dabei den sofortigen, freundlichen Service; zugleich verweist das Bild aber auch auf die komplexe Verschränkung (nicht Konvergenz!) von medialen Konfigurationen bei der Realisierung einzelner ›Dienste‹, die eine weitere Dynamisierung der Mutationsprozesse bewirkt. Die viel diskutierten ›Zusatzangebote‹ des digitalen Fernsehens (z. B. Wahl unterschiedlicher Kameraperspektiven) werden in einer weiteren Rubrik – »Alle Optionen, ganz easy« – vorgestellt. Gerade die Kernangebote der Plattform, etwa die Live-Übertragung der Fußballbundesliga, machen eine paratextuelle Ordnung erforderlich. Dies betrifft wiederum technische Einstellungen, Zugriffsoptionen und Abrechnungsmodalitäten – »So bestellen Sie Ihr Wunschticket« – gleichermaßen.

›Vielfalt‹ und ›Zugänglichkeit‹, so könnte eine erste Schlussfolgerung aus dieser Materialsichtung lauten, korrespondieren notwendigerweise mit einem zusätzlichen medialen Aufwand. Fortlaufende ökonomische und technische Modifikationen steigern dieses Spannungsverhältnis: Es wird immer mehr geboten, dafür muss immer mehr getan werden; das Medium kann immer mehr, dafür braucht es immer mehr Medium (und auch immer mehr Medien). Der Griff vom Telefon, um Fragen zur d-box zu erklären; die Auseinandersetzung mit einer neuen Software, die Defizite des bisherigen Angebots mindert – von Habitualisierung und vom Verschwinden der Technik hinter den Inhalten, zwei gängige Figuren der Medientheorie, kann keine Rede sein. Vielmehr sind die Re-



Abb. 7: Erläuterung der neuen Kanalbelegung (Oktober 2001)

2 Vgl. dazu: Bublitz, Hannelore/Bühmann, Andrea D./Hanke, Christine/Seier, Andrea (Hg.): *Das Wuchern der Diskurse. Perspektiven der Diskursanalyse Foucaults*. Frankfurt/M./New York 1999.

So bestellen Sie Ihre CINEDOM- und BLUE MOVIE-Filme sowie SUPERDOM-Events

Eins, zwei, drei zum Wunschprogramm

CINEDOM und BLUE MOVIE bieten Ihnen zahlreiche Filme, die Sie zu einer von Ihnen gewünschten Sendezeit bestellen können. Im SUPERDOM können Sie zum Beispiel alle Bundesliga-Spiele live und dazu die „PREMIERE WORLD Konferenz“ aus den verschiedenen Bundesliga-Stadien miterleben.

Neu: Ab 1. Juli haben alle PREMIERE WORLD Abonnenten Zugang zu den Pay-per-view-Angeboten*. Sie können Filme auf Abruf, Einzel- oder Spieltag-tickets sowie weitere Sport-Events auch dann bestellen, wenn Sie nicht Abonnent der Bereiche Movie bzw. Sport sind.

*Gilt nicht für Kunden, die nur SEASONS abonniert haben.



Bitte halten Sie für eine Bestellung folgende Informationen bereit:

1 Kundennummer und Geheimzahl

Die Kundennummer haben Sie mit Bestätigung Ihres Abonnements erhalten. Sie steht auch auf dem Adressaufkleber Ihres PREMIERE WORLD Magazins. Ihre Geheimzahl besteht aus vier Ziffern, die Sie bei Ihrer ersten Bestellung selbst festlegen. Oder Sie haben bereits bei einer früheren SUPERDOM-, CINEDOM- oder BLUE MOVIE-Bestellung eine Geheimzahl festgelegt.



2 Bestellnummer und Startzeit des gewünschten Films

3 Bei Bestellung über Telefon wählen Sie

2 Die gewünschte Ticketnummer (außer beim Saisonticket**)

3 Bei Bestellung über Telefon wählen Sie

Sie finden die Bestellnummer in _____ in Deutschland

Für das Spieltag- und Einzelticket bei _____ in Deutschland

Abb. 8: Gebrauchsanweisung für pay-per-view Dienste (regelmäßig in der Programmzeitschrift von Premiere World)

zeptionspraktiken grundlegend in die Mutationsprozesse eingebunden. Die ZuschauerInnen erhalten nicht nur ununterbrochen Anweisungen für die Nutzung, sondern sind – sowohl durch das *feedback* ihrer Nutzung als auch durch zusätzliche vorausseilende Empirie – immer ein möglicher Ausgangspunkt strategischer (technischer und ökonomischer) Innovationen und kurbeln damit die Veränderungen weiter an.

Monstermedien – theoretische Anmerkungen 1

Eine mögliche wissenschaftliche Reaktion auf die geschilderten Phänomene bestünde darin, sie lediglich als Übergangerscheinungen anzusehen. Man würde also die Versprechen letztlich teilen, aber *Premiere World* – oder überhaupt die gegenwärtigen Medienkonstellationen – als Zwischenstadium betrachten, in dem die vollen Potenziale der neuen Technologien noch nicht realisiert sind. Eine solche Argumentation geht davon aus, dass die Identität und auch die Funktion eines Mediums in der Herausbildung einer stabilen wirkungsmächtigen Konstellation begründet sind, die bestimmte Funktionen entweder eindeu-

tig erfüllt oder eben nicht erfüllt. Entsprechend werden gesellschaftliche oder subjektive Effekte aus den zumindest für eine gewisse Zeit stabilisierten Konstellationen abgeleitet.

Exemplarisch lässt sich eine solche Argumentation am Modell des Dispositivs diskutieren, das in der Medienwissenschaft verschiedentlich zur Anwendung kommt. Soweit ich sehe, werden mit dem Begriff meist zwei unterschiedliche Erklärungen für die Funktionsweisen von Medien verbunden. Die eine betrachtet die technischen Anordnungen der Medien als Verfestigungen oder Materialisierungen gesellschaftlicher Ideologien oder Konventionen, die somit verbindlich fest- und vorgeschrieben werden.³ Die andere stellt vor allem die Positionierung der RezipientInnen in den Mittelpunkt und streicht heraus, wie die Übernahme dieser Position unumgänglich bestimmte Wahrnehmungs-, Wissens- und somit auch Subjekteffekte mit sich bringt (aktuell findet sich diese Perspektive häufig im Kontext von Video-Überwachung). Es ist in jedem Fall die materielle Verbindlichkeit der apparativen Anordnung, die als Ursache der Medieneffekte angeführt wird.

Auch wenn in entsprechenden Ausführungen immer wieder auf eine wechselseitige Durchdringung von Technik einerseits und sozialen Praktiken andererseits hingewiesen wird, hat sich mit der Diskussion dieses Modells (und anderer) eine binarisierende Semantik in der Medienwissenschaft etabliert. Immer wieder wird eine Frontstellung zwischen Technik auf der einen Seite als dauerhaft, stabil, menschenfern sowie Kultur auf der anderen Seite als flexibel, kontextgebunden und menschlich postuliert. Die Technik muss also von der Medienwissenschaft – so der (hier verkürzt dargestellte) Schluss – analysiert werden, insofern sie Kultur prägt, stabilisiert und grundlegend strukturiert. Eine machttheoretische Konsequenz dieses Modells besteht darin, dass jede technische Modifikation, aber auch jede Abweichung der Subjekte von den vorgeschriebenen Positionen notwendigerweise als Verringerung der Machtfunktionen der Medien betrachtet werden.⁴ Die Identität und die Machteffekte von Medien werden immer wieder auf deren Konsistenz als Anordnungen zurückgeführt, die sich in erster Linie durch eine materiell technische Realisierung ergeben.

3 Hartmut Winkler formuliert dies beispielsweise als ›Einschreibung‹, Knut Hickethier (unter stärkerer Betonung der Dynamik) als ›Rahmung‹. Vgl. z. B.: Winkler, Hartmut: *Der filmische Raum und der Zuschauer. ›Apparatus‹ – Semantik – ›Ideology‹*. Heidelberg 1991. – Hickethier, Knut: »Dispositiv Fernsehen. Skizze eines Modells«. In: *montage/av* 4,1, 1995, S. 63-83.

4 Die Logik des Modells – Macht als Effekt der starren Anordnung – wird häufig auch in kritischen Auseinandersetzungen reproduziert, insofern diese unter Verweis auf die heterogenen Formen der Fernsichtnutzung oder gar unter Hinweis auf Fernbedienung und Videorekorder eine Befreiung der Subjekte von den medialen Effekten meinen feststellen zu können.

Kulturtechnologien

Um demgegenüber ein Modell zu entwerfen, das die am Beispiel von *Premiere World* geschilderte Uneindeutigkeit und Flexibilität als charakteristische und produktive Merkmale von Medien berücksichtigt, möchte ich ein Modell von Medien als Kulturtechnologien vorschlagen. Die Stoßrichtung des Begriffs liegt darin, eine produktive und konstitutive Verzahnung von apparativ-technischen und kulturellen Prozessen zu betonen und dabei zugleich die Binarisierung von technischen Anordnungen und kulturellen Praktiken in Frage zu stellen. Technik wird überhaupt erst dadurch funktional, dass sie kulturell differenziert wird; diese kulturelle Differenzierung ist aber immer schon ›technologisch‹, insofern sie ein regelhaftes und systematisch produktives Verfahren ist. Ich greife dabei auf einen differenztheoretischen Kulturbegriff zurück:⁵ Kultur wäre demnach der ambivalente Prozess der Differenzierung und des Vergleichens. Einerseits wird eine Einheit erstellt, auf deren Basis etwas verglichen werden kann, andererseits werden durch den Vergleich fortlaufend Unterschiede geschaffen. Kulturelle Objekte sind somit immer Objekte, die in mehreren Bezugssystemen existieren. Damit erhalten sie unterschiedliche Akzentsetzungen, die in Widerspruch zueinander geraten können und deshalb weitere Strategien und erneute Differenzierungen hervorrufen. Jeder Zugriff auf ein Objekt definiert durch die Akzentuierung einiger Aspekte zugleich einen ›Überschuss‹, der in der Logik des spezifischen Zugriffs Korrekturen und Regulierungen erforderlich macht und somit Modifikationen des Objekts produziert.

Von Kulturtechnologien würde ich sprechen, insofern diese Differenzierungsprozesse mit der Formulierung bestimmter Zielsetzungen und mit einem *set* konkurrierender Strategien zur Erfüllung dieser Zielsetzungen einhergehen. Nimmt man ein solches Modell als Ausgangspunkt für medienwissenschaftliche Überlegungen, dann verlagert sich die Aufmerksamkeit von epochalen Medienkonstellationen (›Gutenberggalaxis‹) auf die Wucherung und Ablösung medialer Realisierungsformen, die nicht ›an sich‹ bedeutsam sind, sondern in ihrer strategischen Differenz zu anderen Realisierungsformen.

Mit dieser Akzentuierung möchte ich nun erneut den Dispositiv-Begriff ins Spiel bringen; allerdings in Anknüpfung an Foucaults Sexualität und Wahrheit, wo er eine Konstellation aus Diskursen, Apparaten und Selbstverhältnissen kennzeichnet, die keineswegs durch dauerhafte Stabilität gekennzeichnet ist. Vielmehr geht es darum, dass ein dynamischer Prozess der Klassifizierung und Differenzierung über unterschiedliche Praktiken und Diskurse hinweg in Gang gesetzt wird. Sexualität, so die Annahme, ist ein machtvolleres Dispositiv, weil sie in der Kirche und in der Schule, in der Kindererziehung und der Wohnungsein-

5 Zum differenztheoretischen Kulturbegriff vgl. u. a. Baecker, Dirk: *Wozu Kultur?* Berlin 2000.

richtung auf je unterschiedliche Weise zur Geltung kommt; vor allem aber, weil auf dieser Basis, die Individuen angehalten sind, ihre Verhaltensweisen unter dem Banner der Sexualität fortlaufend zu erforschen und zu modifizieren.

Um diese für die Analyse von Medien auf den ersten Blick vielleicht merkwürdige Analogie zu rechtfertigen, möchte ich kurz einige Formulierungen Foucaults anführen, die sich für eine Anwendung auf das Fernsehen geradezu aufdrängen: Wenn Foucault schreibt, dass nun auch »die Sexualität der Kinder, der Irren und Kriminellen verhört«⁶ werden kann, lässt sich dann nicht »Sexualität« durch »Fernsehkonsum« ersetzen? Hat man nicht auch für den kindlichen Medienkonsum, wie Foucault schreibt »korrigierende Diskurse durchgesetzt und die Eltern und Erzieher alarmiert, indem man in ihnen den Verdacht erweckte, alle Kinder seien schuldig und mit ihnen alle Eltern und Erzieher, die sie nicht genug verdächtigen [...]«.⁷ Werden wir nicht an vielen Orten aufgefordert, das Fernsehen und unseren Fernsehkonsum zu benennen? Und schaffen nicht die daraus hervorgehenden Klassifizierungen von Fernsehsendungen, Fernsehfiguren oder Zielgruppen Relaisstationen zur Wirklichkeit und mithin Zugriffspunkte der Macht?

Die Medienanalyse könnte also die Praktiken und Diskurse – technische, politische, ökonomische, moralische etc. –, die sich in den Medien überschneiden als Antriebsmechanismen der Streuung und Differenzierung betrachtet, die die Wirksamkeit der Medien erhöhen. Die Analyse von Medien als Kulturtechnologien könnte untersuchen, welche Differenzen dabei akzentuiert werden, welche Optionen gegeneinander in Anschlag gebracht werden. Welchen Strategien folgen die Medienmutationen, welche Rationalität wird dabei in Anschlag gebracht und welche (subjektkonstitutiven) Praktiken sind dabei involviert? Während damit die ständige Veränderung als ein zentrales Moment medialer Funktionsweisen akzentuiert wird, ist damit die kulturelle Produktivität von Medien noch nicht erschöpfend beschrieben. Sicherlich drängt sich gerade gegenwärtig der Eindruck auf, die Wucherung medialer Erscheinungsformen sei (insbesondere in ökonomischer Perspektive) ein reiner Selbstzweck. Zugleich ist davon auszugehen, dass diese Dynamik von unterschiedlichen Rationalitäten in Dienst genommen werden kann.

Unifizierung und Vervielfältigung – Materialsichtung 2

Bevor ich die theoretische Auseinandersetzung mit dem Stellenwert von Technik weiterführe, möchte ich nochmals am empirischen Beispiel mögliche Strukturmerkmale der gegenwärtigen medialen Wucherung diskutieren. Dabei be-

6 Foucault, Michel: *Sexualität und Wahrheit. Bd. 1: Der Wille zum Wissen*. Frankfurt/M. 1983 [1976], S. 53.

7 Ebd., S. 57.

Die Zeit des Überblicks kommt für Insider in Sicht.



Heute geht das so!



Ihre Couch ist Steuerzentrale für Film, Musik, Shopping und Information. Ein neuer Bedienkomfort erfüllt alle Wünsche auf einfachste Art. Mit der Bild-in-Bild-Funktion können Multimedia-Angebote jetzt sogar gleichzeitig den Informations- und den Unterhaltungsdurst stillen.

Abb. 9: Präsentation des Media Center (Werbeprospekt IFA 2001)

der vielfältigen medialen Applikationen, die ein Haushalt benötigt, in ein einziges Gerät (Abb. 9). Auf der Leinwand werden die entsprechenden Geräte in einer Collage aufgehäuft; dieser Gerätepark – wird uns vom Moderator der Show erläutert – führe zu »Kabelsalat«, außerdem sei er unübersichtlich, zu teuer und zu kompliziert. Aber dankenswerterweise könnten all diese Geräte von einer einzigen Box ersetzt werden, die die volle »multimediale Erlebniswelt« für uns bündelt. In der Präsentation wiederholt sich diese Logik anschließend nochmals unter Fokussierung der Inhalte: Eine Vielfalt von Bildern und Tönen wird zu einem unschönen Cluster übereinander gelagert, um dann zu versprechen, dass die beworbene Box in diesem Chaos Ordnung, Zugänglichkeit und vor allem eine individuelle Auswahl ermöglicht. Weitere Artikulationen der gleichen Phantasie finden sich in der verschwenderischen Geräumigkeit und Klarheit der Wohnsituationen, die uns als Ideal der Mediennutzung angepriesen werden (Abb. 10 und 11).

Die Medien schaffen offensichtlich Ordnung; sie werden zu Meta-Medien und machen alles zugänglich, indem sie Differenzen überbrücken oder abschaffen. Die Ordnung zielt dabei also keineswegs auf eine Reduktion der Vielfalt, sondern auf

schränke ich mich nicht mehr auf *Premiere World*, das vor diesem Hintergrund aber durchaus als exemplarisch für aktuelle mediale Entwicklungen gelten kann

Die gegenwärtige Funktion der Medien besteht u. a. darin, immer anders, immer neu zu sein. In diesem Feld fortlaufender Veränderungen werden eine Reihe von immanenten Problematiken formuliert. Man könnte an sehr unterschiedlichen Punkten beginnen; ich beginne an einem, den Winkler als Unifizierungsphantasie bezeichnet.⁸ Ein prägnantes Beispiel dafür ist die Präsentation des so genannten *Media Center* von Fujitsu-Siemens/Masernet auf der Internationalen Funkausstellung 2001: Zu den Klängen von *Also sprach Zarathustra* wird versprochen, die Technik von morgen schon heute allen Haushalten zugänglich zu machen. Den Aufhänger bildet dabei eine Überführung

8 Winkler, Hartmut: *Docuverse. Zur Medientheorie der Computer*. Regensburg 1997, S. 57f.



Abb. 10: Wohnungseinrichtung nach Fujitsu-Siemens (Werbeblatt IFA 2001)

ihre Steigerung und Zugänglichkeit. An weiteren Inszenierungsformen solcher Unifizierungs- oder Verdichtungsstrategien wird entsprechend auch deutlich, dass die ›Lösungsstrategie‹ im Gesamtzusammenhang der Medienkonstellation weniger als Ersetzung, denn als Ergänzung operiert.

Die Vorteile der Panasonic Memory Card, die in den verschiedensten Medien-Gadgets der Firma zum Einsatz kommt, wird verdeutlicht, indem diese visuell in den Mittelpunkt eines Kreises an differenten Möglichkeiten gestellt wird (Abb. 12). Hier soll eine weitere technische Innovation – die Memory Card – die Differenzen zwischen ganz unterschiedlichen Medien überbrücken.

Die Medien werden handhabbar (›kompatibel‹) indem ein neuer Knoten- oder



An eye for the big picture.

The television set as a control center for the entire home? Is this future music? Not at all. Loewe has already made it a reality. A unique network of telecommunications, information, and home entertainment combined into a single system. All in-house functions can be operated via convenient remote control keypad. Join us as we take a giant step into the future.

Abb. 11: Wohnungseinrichtung nach Loewe (Werbeprospekt IFA 2001)



Abb. 12: Präsentation der Panasonic Memory Card (Produktkatalog 2001/2)



Abb. 13: Präsentation des Panasonic Satellite Receiver (Produktkatalog 2001/2)

Verdichtungspunkt erstellt wird. Technische Standardisierungen – so könnte man daraus schließen – definieren nicht mehr ein Medium, sondern bilden lediglich Knotenpunkte zwischen divergenten Medien.

Auch der digitale Satelliten-Empfänger von Panasonic wird als ein solcher Knotenpunkt inszeniert (Abb. 13). Bemerkenswert ist hier vor allem, dass die Memory-Card, die an anderer Stelle des Produktkatalogs selbst als Knotenpunkt vorgestellt wird, hier in die Vielfalt der Peripherie gerückt ist. Das Zentrum der medialen Konstellation resultiert lediglich aus der situativen Pragmatik; das eine Zentrum, von dem aus die Vielfalt eine Ordnung erhält, existiert nicht.

Die Darstellungsform eines Kreises an Möglichkeiten mit einem strukturierenden Zentrum ist ein abstrakter Regulierungsmechanismus, der die unterschiedlichen Erscheinungsformen gegenwärtiger Medien ordnet. Auch die programmliche Angebotsstruktur, die ja im Reich des Digitalen nicht zufällig ›Bouquet‹ genannt wird, wird durch diese Form handhabbar gemacht. Dem ›vielfältigen‹ Angebot von *ARD digital* wird ein Zentrum gegeben, das erst die ›Vielfalt‹ plausibel werden lässt (Abb. 14). ›Zugriff‹ und ›Zugänglichkeit‹ umfassen nicht nur das Versprechen einer unendlichen Auswahl und ›Vielfalt‹ der medialen Angebote, sondern auch das Versprechen eines ›mühelosen Zugriffs‹, das ganz unterschiedliche strategische Realisierungen findet – dies können Bild-im-Bild-Lösungen, hohe Datenraten oder individualisierbare Navigationsinstrumente sein. Gemeinsam ist den unterschiedlichen Strategien, dass sie auf eine Optimierung der Mediennutzung selbst zielen, die durch eine weitere Differenzierung und Streuung der Medien angestrebt wird. Der scheinbare Widerspruch zwischen ›unendlicher Vielfalt‹ einerseits und Orientierung oder Zugänglichkeit andererseits ist also nicht unbedingt ein Defekt der Medienentwicklung. Vielmehr errichtet gerade dieser Widerspruch ein produktives Span-

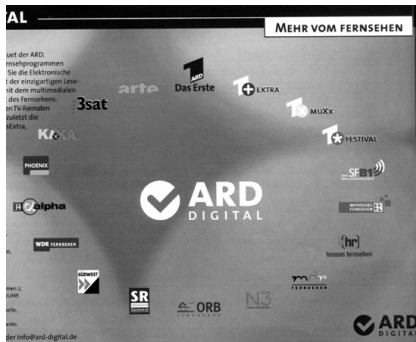


Abb. 14: Darstellung des digitalen Bouquets der ARD



Abb. 15: Darstellung des digitalen Bouquets des ZDF (Werbebrochure)

nungsfeld, das den medialen Komponenten, den Mediendiskursen sowie der Mediennutzung eine spezifische Rationalität verleiht.

Eine gewisse Pointierung erhält dieser Mechanismus in einem Werbespekt für das digitale Angebot *ZDF Vision* (Abb. 15).

Auch hier findet sich (links unten) analog zu *ARD digital* die auf ein Zentrum bezogene Vielfalt des Angebots. Die individuelle Zugänglichkeit wird durch drei Fernbedienungen in diesem Bild herausgestellt: Im kleinen Bild in der Mitte, ist ein Ausschnitt gewählt, der das Wort *Home* akzentuiert, das (geradezu penetrant) Orientierung verspricht. Dieses Wort ragt in der Bildanordnung in die häusliche Situation hinein, die im großen Foto mit allen Ambivalenzen zeitgenössischer Medialität inszeniert.⁹

Ambivalent ist vor allem die inszenierte Rezeptionssituation, die sich zwischen dem *lean-backward* des Fernsehens und dem *lean-forward* neuerer Bildschirmmedien befindet. Zwei Personen rezipieren

gemeinsam und haben es sich – soweit man sieht – gemütlich gemacht; alles spricht für einen schönen Spielfilm. Aber andererseits lehnen sich die Personen nach vorne, hin zum Bildschirm; der Mann, von der Frau im Nacken gekraut, scheint aktiv mit der Fernbedienung in das Geschehen einzugreifen – was bei kollektiver Rezeption erfahrungsgemäß zu Ärger führt. Vielfalt, Genuss und aktiver Zugriff sind hier schon zusammengeführt. Dies setzt sich allerdings fort mit der dritten Fernbedienung in dieser Bildanordnung, die rechts oben so gezeigt wird, dass vier farbige Tasten hervorgehoben werden. Diese Farbtasten korrespondieren wiederum mit dem darunter liegenden Ausschnitt aus dem elektronischen Programmführer, in dem über diese Farben verschiedene Programm-Kategorien »unmittelbar zugänglich

9 Die Prägnanz dieses Fotos zeigt sich vielleicht auch daran, dass es – allerdings seitenverkehrt – auch im Programmheft von *Premiere World* auftaucht. Zumindest für die digitale Zukunft scheinen öffentlich-rechtliche und private Anbieter ähnliche Visionen zu verfolgen.

sein sollen. Zusätzlich ist noch ein Pop-up geöffnet, das die verschiedenen Sender aufführt. Der Text unterhalb des Bildes akzentuiert auf den ersten Blick die Möglichkeiten eines individuellen Zugriffs: »Stellen sie sich vor [...] Sie hätten einen persönlichen Informanten«, eine Instanz also, die die Informationen nach unseren »Neigungen und Interessen sortiert«. – Wenn jetzt allerdings der Blick zurück zum Bild über diesen Ausführungen schweift, so muss doch auffallen, dass neben den Menüs und Pop-ups eine Einstellung aus der *heute*-Sendung mit der Moderatorin Petra Gerstner gezeigt wird. Ist Sie etwa unsere persönliche Informantin? Zumindest lässt sich *heute* auf der Angebotsebene wiederum als eine Art Knotenpunkt verstehen. Als Punkt, an dem und durch den sich unser individuelles Sehen- und Wissen-Wollen ausrichtet. Auch hier wiederholt sich also die Ambivalenz zwischen Vervielfältigung des Angebots, Individualisierung des Zugriffs sowie Ordnungsmustern und Knotenpunkten. Die Digitalisierung des Fernsehens läuft nicht auf eine bestimmte ›Lösung‹ zu, sondern bleibt geprägt durch konkurrierende Problemdefinitionen und Lösungsstrategien. Die Auseinandersetzung mit dieser Inszenierungsform lässt sich deshalb passend mit einer These von Lorenz Engell beschließen: »Medien sind [...] produktiv, sie zeugen sich fort, weil sie die Probleme, die sie lösen, zugleich vermehren.«¹⁰

Technik vs. Kultur – theoretische Anmerkungen 2

Ich habe mich mit der Darstellung einiger Mechanismen der medialen Mutationen bewusst von dem Tagungsthema *Die Medien und ihre Technik* entfernt und lediglich in einem sicher noch nicht ausreichend präzisen Sinn von ›Kulturtechnologien‹ geredet. Damit soll die Frage nach ›der Technik‹ nicht leichtfertig ignoriert werden. Allerdings scheint es mir sinnvoll, die eindeutigen Abgrenzungen und Identitätsbestimmungen, die mit diesem Begriff in der Medienwissenschaft häufig durchgeführt werden, zu hinterfragen. Um die Konsequenzen unterschiedlicher Modellierungen des Technikbegriffs nochmals zu verdeutlichen, weiche ich auf einen ganz anderen Gegenstandsbereich – die Gentechnologie – aus. Jürgen Habermas sieht – wie andere auch – das zentrale Problem der Humangenetik darin, dass diese dem Subjekt die Autorschaft seines individuellen Lebens entzieht. Während man der Erziehung durch die Eltern eigene Entwürfe entgegensetzen könne, werde mit der genetischen Manipulation eine unveränderbare Programmierung vorgenommen. Der Erziehung als eher softem, kulturellem und somit revidierbarem Prozess wird hier ein technologischer Mechanismus gegenübergestellt, der sich durch eine unveränderliche und dauerhafte Determinationskraft auszeichnet; Technik ist einmal mehr nicht nur das Unveränderliche, sondern auch qua Unveränderlichkeit machtvoll:

10 Engell, Lorenz: *Ausfahrt nach Babylon. Essays und Vorträge zur Kritik der Medienkultur*. Weimar 2000, S. 298.

Das genetische Programm ist eine stumme und in gewissem Sinne unbeantwortbare Tatsache; denn der, der mit genetisch fixierten Absichten hadert, kann sich nicht wie natürlich geborene Personen im Laufe einer reflexiv angeeigneten und willentlich kontinuierten Lebensgeschichte zu ihren Begabungen (und Behinderungen) so verhalten, dass sie ihr Selbstverständnis revidiert und auf die Ausgangslage eine *produktive* Antwort findet.¹¹

In Abgrenzung zu einem solchen genetischen Determinismus, der in der eigenen produktiven Antwort Freiheitsgrade verortet, weist Thomas Lemke aber darauf hin, dass die Machteffekte der Gentechnik möglicherweise gerade aus der »relative[n] Offenheit« eines Risikodispositivs« resultieren könnten. Gerade die – sei es angeblichen, sei es tatsächlichen Möglichkeiten der Gentechnik und die damit verbundenen moralisch ambivalenten Optionen ermöglichen »im humangenetischen Diskurs den Appell an Autonomie und Eigenverantwortung«.¹² Gentechnik ist zumindest auch eine Selbsttechnologie. Mit der Technik – und auf einer Ebene mit ihr – entstehen Praktiken und Diskurse. Erst im Zusammenspiel bildet sich ein Feld an technologisch einsetzbaren Optionen und möglichen Strategien, deren Flexibilität gerade ihre Wirksamkeit ausmacht.

Die Technik wird in dieser Sichtweise keineswegs ignoriert; sie wird lediglich anders akzentuiert. Es wird gezeigt, wie Technik überhaupt erst durch ihre Kopplung an Praktiken und Diskurse spezifische Effekte hervorbringen kann. Erst die Kultur, so könnte man sagen, macht die Technik zur Technik, in dem Sinne, dass relevante Bestandteile der Konstellationen und ihre spezifischen Funktionen festgelegt werden. Die Struktur der Technik ist zwar durch materielle Anordnungen gegeben, ihre Effekte und ihre Produktivität können daraus aber nicht abgelesen werden. Selbstverständlich ist es möglich, technische Artefakte als solche zu identifizieren; aber ob und inwiefern sie anders funktionieren als kulturelle Praktiken und Diskurse kann nicht abstrakt, sondern nur in der jeweiligen Konstellation geklärt werden. Zugleich heißt dies allerdings, dass die kulturellen Praktiken und Diskurse

11 Habermas, Jürgen: *Die Zukunft der menschlichen Natur. Auf dem Weg zu einer liberalen Eugenik?* Frankfurt/M. 2001, S. 108 (Hervorhebung im Original). Die Ausführungen Habermas' zur Gentechnologie sind im Ganzen auch wiederum komplexer; bezeichnend ist allerdings auch hier, dass gerade diese Argumentation in der Rezeption im Mittelpunkt stand (z. B. stellt eine Besprechung der Frankfurter Rundschau die »in der Natur des Erbguts selbst fixierten Präferenzen der Eltern« in den Mittelpunkt, siehe *Frankfurter Rundschau*, 30.6.2001).

12 Lemke, Thomas: »Die Universalisierung der Eugenik«. In: *Frankfurter Rundschau*, 19.6.2001, S. 20; vgl. ausführlicher: Lemke, Thomas: »Die Regierung der Risiken. Von der Eugenik zur genetischen Gouvernamentalität«. In: Bröckling, Ulrich / Krasmann, Susanne / Lemke, Thomas (Hg.): *Gouvernamentalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*. Frankfurt/M. 2000, S.227-264.

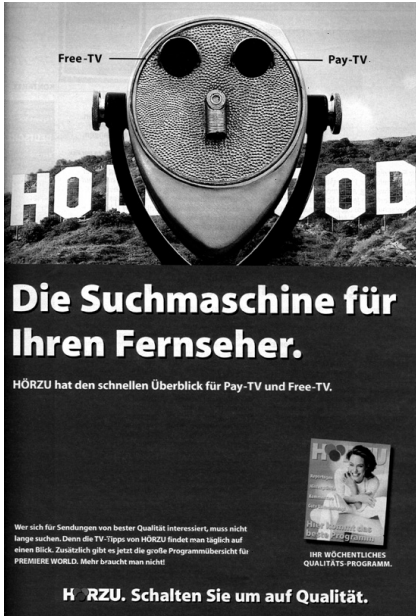


Abb. 16: Werbung für die Programmzeitschrift Hörzu in der Programmzeitschrift von Premiere



Abb. 17: Homepage von Premiere World (2001)

– die ja überall von technischen Apparaturen durchdrungen sind – selbst technologisch funktionieren: Sie weisen hartnäckige Regelmäßigkeiten auf und bringen systematisch materielle Effekte hervor. So wenig die technische Seite der Medien durch eine materiell vorgegebene Funktionsweise gegeben ist, so unzureichend ist andererseits die Gleichsetzung ihrer kulturellen Seite mit Aneignungs- und Nutzungsverhalten.

Selbsttechnologie/Sehen-Wollen – Materialsichtung 3

Abschließen möchte ich mit einigen Hinweisen auf die Produktivität der Mutationen von Fernsehen als Selbsttechnologie. Die Problematik von Vielfältigkeit und Zugänglichkeit schließt soziokulturelle Praktiken von vornherein als Teil des medialen Mechanismus mit ein. Wir leben kulturell, indem wir die Medien differenzierend nutzen, was die Medien kulturtechnologisch produktiv werden lässt. In der aktuellen Medienkonstellation werden wir ununterbrochen aufgefordert, unsere ganz eigenen Wünsche in den Medien zu realisieren. Die Homepage zum digitalen Angebot des ZDF firmiert unter der Überschrift »Ich sehe, was ich will«. Selbst eine mehr oder weniger traditionelle Programmzeitschrift wie *Hörzu* inszeniert sich als Meta-Medium, als Technologie, die einen individuellen Zugriff auf die Vielfalt des Programms erlaubt (Abb. 16). Die Artikulation der eigenen Wünsche wird dabei überhaupt erst möglich durch strukturierende Klassifikationen und Knotenpunkte. Auch auf der Homepage von *Premiere World* dominieren kollektive verbindliche Aufmerksamkeitssignale (Abb. 17). Die Handhabbarkeit des eigenen Sehen-Wollens wird gewährleistet



Abb. 18: Homepage von Premiere World (2001)



Abb. 19: Homepage von Premiere World (1999)

durch die Katalogisierung und Klassifizierung in unterschiedliche aber kollektiv verbindliche Stars, Genre, Sportereignisse etc.; nackte Frauen sind dabei als Aufmerksamkeitszentren funktional äquivalent mit Gewinnspielen, bei denen es im übrigen nahezu ausschließlich Mediengadgets zu gewinnen gibt. ›Sex‹ bildet hier ein interessantes Scharnier, da er zum einen als Strukturierungsmoment der individualisierenden Mediennutzung fungiert, zum anderen aber auch die von Foucault beschriebenen Funktionen von Sexualität medial reformuliert. Immer wieder wird die selbsttechnologischer Komponente der Mediennutzung in den Themen Sex und Gewalt verdichtet, insofern man zwar aufgerufen wird, ›frei‹ genug zu sein, solche Angebote rezipieren zu können, zugleich aber angehalten wird, verantwortungsvoll genug zu sein, *Anderen* (in erster Linie Kindern) den Zugang zu sperren (Abb. 18).

Die kultur- und selbsttechnologischer Komponente sticht dort besonders heraus, wo wir – in Übereinstimmungen mit einer zunehmenden Ökonomisierung aller Lebensbereiche – die Instrumente zu einer Rationalisierung unserer Mediennutzung vorfinden. So etwa mit dem Angebot auf der *Premiere World* Homepage, für jede Zeitlücke unseres Wochenplans die für uns passende Sendung zu finden (Abb. 19).

Selbstverständlich zielen die geschilderten Strategien auf ökonomischen Gewinn; ich plädiere aber dafür, die Machteffekte der Medien genauso wenig auf diese ökonomischen Strukturen zu reduzieren, wie auf die technisch-apparativen. Auch die ökonomisch scheiternden Medienprojekte, die technischen Sackgassen und verworfenen Sonderwege können Teil haben an der kulturtechnologischen Streuung und Differenzierung der Medien.