

## Rezension „Das neue Fernsehen“

### ›Das neue Fernsehen‹. Machtanalyse, Gouvernamentalität und digitale Medien.

Von Eric Karstens

In: Medienwissenschaft. Rezensionen – Reviews. 3/2006, S.362-363

Nicht erst seit Hans Magnus Enzensbergers Polemik vom „Nullmedium“ (*Der Spiegel* 20/1988), dort aber in besonders pointierter Form und mit Blick auf das damals noch junge Phänomen des Privatfernsehens, befinden sich alle diejenigen Medientheorien in der Diskussion, welche die Machtdynamik des Fernsehens als simple Einbahnstraße interpretieren: Von Interessengruppen in Staat, Politik und Wirtschaft wird es demnach zur mehr oder minder subtilen Beeinflussung des Publikums eingesetzt, das seinerseits wiederum als rein passives Objekt der Manipulation erscheint. Dass diese These zu kurz greift, ist eine der Prämissen von Markus Stauffs, jetzt in einer Buchfassung vorliegenden Dissertation. Im Gegenteil betrachtet er das Fernsehen im Rahmen des Dispositiv-Begriffs als komplexes System von Wechselwirkungen zwischen Absendern und Empfängern der medialen Inhalte, aber auch zwischen eingesetzten Technologien und deren Nutzern.

Eine zweite Grundbeobachtung bezieht sich auf den Wandel des Fernsehens, der aktuell vor allem im Rahmen des Umstiegs auf digitale Anwendungen viel beachtet wird. Stauff versteht diese Veränderungen, wie er auch anhand medienhistorischer Beispiele belegt, nicht so sehr als Wege zu einem bestimmten Ziel, sondern vielmehr als geradezu konstitutiv für das Medium. Mit jeder Innovation wird ein Prozess ausgelöst, in dem die Nutzer einen Umgang mit der Neuerung finden müssen, zugleich aber auch ihren jeweiligen Eigensinn an sie herantragen, sprich: sie unter Umständen anders verwenden, als ihre Erfinder und Implementierer es eigentlich im Sinn hatten. Musterbeispiel dafür sind die multiperspektivischen Formel-1-Übertragungen auf Premiere: Durch die jederzeit mögliche Auswahl zwischen verschiedenen Kameraperspektiven wird ein Zuschauer-Bedürfnis neu erschaffen, nämlich das nach intensiverer und selbstbestimmter Teilhabe an dem Sportereignis. Zugleich entsteht aber auch ein neues Problem, denn es herrscht nun plötzlich ein Zwang zur Auswahl, und der Zuschauer muss befürchten, infolge seiner getroffenen Entscheidung auf den anderen Kanälen womöglich etwas zu verpassen. Darauf reagiert der Anbieter wiederum mit einem Übersichts-Bildschirm, der alle *Feeds* gleichzeitig zeigt usw. Oder, wie der Autor es in seiner Schlussbemerkung an Hartmut Winkler anschließend formuliert: „Das passive Dasein eines *couch potato* erhält demgegenüber fast schon den Anschein der Subversion“ (5.259).

Als Fundament für die hier vorgelegte Analyse dient die Diskussion der medientheoretischen Inhalte im Licht der Arbeiten Michel Foucaults. (Im Gegensatz zu den meisten anderen Ansätzen, die sich vor allem auf dessen Schrift *Überwachen und Strafen* (1975, dt. 1977) stützen, schlägt Stauff eine Orientierung an *Sexualität und Wahrheit* (1976-1984, dt. 1983-1989) vor. Auf diese Weise möchte er einen gängigen Kurzschluss umgehen: Die Machtstrukturen gerade im Bereich von Fernsehen und Video anhand von kontrollierenden und disziplinierenden Blickstrategien zu fassen, liegt zwar nahe, engt die Analyse aber letztlich ein, denn sie sind in *Überwachen und Strafen* stark an feste architektonische und apparative Anordnungen gebunden. *Sexualität und Wahrheit* greift dagegen weiter aus und bezieht im Kontext des Fernsehens den gesellschaftlichen Diskurs und das Imaginäre des Einzelnen produktiver mit ein. Schließlich sind die elektronischen Medien ungeachtet ihrer starken technischen Prägung weit mehr als lediglich ein starrer Fluss von Bildern und Tönen in Richtung des Publikums; es wird vielmehr auch über sie geredet und auf komplexe Weise mit ihnen interagiert. Mediale Macht manifestiert sich daher auch auf vielen Meta-Ebenen, die der direkten Achse zwischen Gerät und Zuschauer weit entrückt sind. Wie nahe dieser

Ansatz liegt, wird unter anderem durch Foucault-Zitate untermauert. in denen das Wort „Sexualität“ ohne Sinnverlust durch „Fernsehen“ ersetzt werden kann. Speziell am Digitalfernsehen - aber nicht nur an diesem - exemplifiziert Markus Stauff seinen theoretischen Ansatz. Digitale TV-Angebote eignen sich dafür besonders gut, weil deren potentielle Kanalvielfalt praktisch automatisch neue Navigations- und Ordnungssysteme erfordert und zugleich nach besonderen Begründungen dafür verlangt, warum und wie das Publikum sie nutzen (und dafür bezahlen) soll. Die Industrialisierung und Marketing-Orientierung des Fernsehens dürften damit einen neuen Höhepunkt erreicht haben. Auf diese Weise leistet die Studie einen sehr inspirierenden Beitrag zur Grundsatzdebatte um Medienwirkung, Medienpolitik und Medienethik in einer von neoliberalen Rationalitäten geprägten Gegenwart. Nicht zuletzt der in den 90er Jahren vollzogene Paradigmenwechsel vom Fernsehen als Kulturgut zu einem reinen Wirtschaftsfaktor wird dadurch schlüssig begründet. Die hieraus erwachsenden Konsequenzen sind zum Teil bereits gezogen worden, indem z.B. die öffentliche Regulierung, die ursprünglich Meinungsmacht im Fernsehen verhindern und kulturelle und informationelle Vielfalt fördern sollte, immer mehr einer wirtschaftspolitisch orientierten *Laissez-faire*-Politik weicht. Dennoch handelt es sich beim vorliegenden Buch beinahe mehr um eine wirtschaftstheoretische als im engeren Sinne medienwissenschaftliche Untersuchung. Die hier sichtbar werdenden psychologischen Effekte für die Individuen und die Auswirkungen auf persönliche Freiheit und Chancen verdienen deshalb dringend eine weiterführende Analyse und Diskussion - ganz zu schweigen von etwaigen Schlussfolgerungen für die Medienpraxis.