

Lorenz Engell  
TASTEN, WÄHLEN, DENKEN.  
GENESE UND FUNKTION EINER  
PHILOSOPHISCHEN APPARATUR

Die Herausgeber wünschen sich einen Band voller programmatischer Schriften. Sie sollen den Horizont des offenbar neuen Gebietes der Medienphilosophie abschwemmen, indem sie darlegen, was aus der Sicht der jeweiligen Verfasserinnen und Verfasser unter Medienphilosophie zu verstehen sei, was ihre Aufgabe, welches ihr Verfahren sei.

Medienphilosophie aber ist genau das nicht. Sie ist nicht Schrift, ist bestimmt kein Programm. Sie hat nicht einmal Verfasser, schon gar nicht Philosophen. Medienphilosophie und Philosophen-Philosophie stehen in einem Spannungsverhältnis. Philosophen produzieren schriftliche Texte, in denen sie denken. Medien aber produzieren Denkvermögen und setzen es unter Bedingungen; sie machen Denken (und folglich Verhalten, Handeln) möglich. Medien machen denkbar. Medienphilosophie ist deshalb ein Geschehen, möglicherweise eine Praxis, und zwar eine der Medien. Sie wartet nicht auf den Philosophen, um geschrieben zu werden. Sie findet immer schon statt, und zwar in den Medien und durch die Medien.

Sie kann deshalb nur dort, in und an den Medien selbst, angetroffen und freigelegt werden. Wir werden das hier anhand des Fernsehens Versuchs- und ansatzweise skizzieren. Verkürzt auf einen einzigen Aspekt, das Denken oder spezifische Denkbarmachen der Wählbarkeit, soll die Philosophie des Fernsehens hier aus dem ihm »Eigenen« - dem Fernsehen - ins ihm »Fremde« - das Philosophisch-Schriftliche - übertragen werden.

Die Klärung der eigenen Voraussetzungen gilt - neben dem Bedenken der Folgen - zu Recht als vornehmste Verpflichtung der philosophischen Arbeit (auch wenn diese Klärung bisweilen verhindert, die Resultate der Arbeit in den Blick zu nehmen). Will man den Medien wirklich eine eigene philosophische Tätigkeit außerhalb aller Philosophen-Philosophie zubilligen, dann muss zuerst gezeigt werden, wie Medien ihre eigenen Voraussetzungen klären. Indem sie ihre eigenen Voraussetzungen klären, machen sie sich selbst denkbar, d. h. möglich.

### *1. Trailer*

Jedes Medium macht etwas möglich, das vor dem Auftreten dieses Mediums nicht möglich war. Etwa werden die Dinge vermittelbar, erreichbar, darstellbar, messbar, veränderbar usw.; Medien sind Ermöglichungen. Dabei öffnet ein Medium einen je spezifischen Horizont der Möglichkeiten. Aus dem wie immer diffusen Medium heraus kann etwas entstehen, etwas sich entwickeln, etwas - Neues - sich ereignen. Medien sind grundsätzlich generativ. In einem unscharfen, ungenau strukturierten, noch indifferenten - aber keineswegs völlig bestimmungslosen - Raum der Möglichkeiten kristallisieren sich Verdichtungen, Ereignisse, Strukturen je eigenen Typs heraus. Es entstehen - und vergehen - Formen. Jede im Medium auftretende, feste Form - Ereignis, Erlebnis, Funktion, Repräsentation, Sinnfigur, Bild, Text, System - ist so als Aktualisierung des medialen Potenzials denkbar.

Umgekehrt jedoch fügt jedes aktualisierte Ereignis dem medialen Repertoire auch seinerseits neue Möglichkeiten hinzu und verändert alte. Neue Wirklichkeiten verändern das Mögliche, so wie der Wechsel des tatsächlichen Aufenthaltsortes den Horizont möglicher anderer, nächster oder vorausgegangener Aufenthaltsorte und den Blick auf sie verändert. Deshalb sind nicht nur die Formen Hervorbringungen aus dem Medium, sondern auch das Medium Resultat der Aktualisierungen oder Formen. Medien

sind folglich ebenfalls als Gemachtes, Verfertigtes und insbesondere als wandelbar zu begreifen; keineswegs als Vorgängiges oder Ursprünglicheres. Diese Oszillation erst, in der ein in sich wandelbarer Bestand an möglichen Formen sich ständig selbst durch Aktualisierung überarbeitet, ist ein Medium.

Aus diesem Vorgang zieht sich das Medium jedoch umgehend wieder zurück. Es macht sich unbemerkbar. Es hinterlässt eine Vielzahl aktualisierter, beobachtbarer Formen, ist aber als Hülle, als Möglichkeitshorizont und Entstehungsbedingung der Formengene- und des Formenwandels selbst nicht beobachtbar und beschreibbar und beschreibt auch seinerseits nicht. Dies leisten nur die festen Formen; sie sprechen, das Medium selbst dagegen spricht nicht.<sup>1</sup> Eingriff in die medial konstituierte Welt, Zugriff, Verständnis ist deshalb immer Formzugriff, während die Medien als dessen Voraussetzung selbst unbegriffen, nahezu un wahrnehmbar bleiben müssen. Wir sprechen über »die Medien« wie über die Dinge und die aktuellen Ereignisse, nicht wie über deren Voraussetzung.

Das kann zu der Annahme führen, die Welt als Gesamtheit aller aktualisierten Formen sei unvermittelt zugänglich, gleichsam naturwüchsiger Festbestand, als diskretes, abgeschlossenes und unveränderliches Repertoire außerhalb aller Bedingtheiten. Wenn das Medium dennoch erscheint, dann abgeschattet, mitgeführt als Folie, vor deren Durchscheinen sich die verschiedenen Erfahrungsweisen, Handlungsmöglichkeiten und Denkformen differenzieren lassen. So wird das Medium kaum greifbar innerhalb eines Weltgefüges oder -ereignisses, das es dennoch selbst konstituiert oder wenigstens konditioniert hat.

Als eine der möglichen Verdichtungs- und Verallgemeinerungsformen hält es dabei auch die Möglichkeit des Selbstbezuges bereit. Es ist in der Lage, auf sich zurückzuwirken. Es enthält sich dann - und notwendig paradox - selbst als Form. Das Medium tritt auf als selbstwidersprüchliche - und das heißt: selbstbewusste - Form der Bezugnahme verschiedener Möglichkeiten des Mediums aufeinander. So bildet ein immer noch grundsätz-

lieh unscharfes, unsichtbares Medium dennoch seine eigene reflexive Form aus - seine eigene Philosophie; die Fähigkeit, sich auf seine eigenen Möglichkeiten hin zu entwerfen. Medien bearbeiten sich selbst, sie denken sich von ihren Möglichkeiten her. Voraussetzungen und Resultate greifen in einem selbstgenerativen Prozess ineinander. Medien sind nur, insofern sie stets werden und sich wandeln; und nur in ihrem Wandel sind sie der Philosophie aufschließbar.

Meist ist es diese schon philosophische, durch Bezugnahme auf die eigenen Möglichkeiten, also die eigene Medialität, hindurchgegangene Form des Mediums, die wir meinen, wenn wir von »den Medien« wie von Dingen oder Ereignissen sprechen, beispielsweise von einem Speichermedium oder einem Massenmedium, sei es die Schrift, sei es das Fernsehen. Die »Medien« in diesem Sinne, um deren Philosophie es hier gehen soll, sind also schon Medien zweiten Grades. Und diese konkrete, alltägliche Rede vom medialen Gegenstand geschieht in gewisser Weise zu Recht, denn das so bezeichnete Medium kann zwischen den Formen und in der Vielheit ihrer Möglichkeiten die Virtualität des medialen Horizonts erahnen oder durchscheinen lassen; und »die Medien« erscheinen dabei oftmals als Produktivkräfte oder Produktionsmittel, Abschattung ihrer grundsätzlichen Generativität.

Philosophieren kann und wird unter diesen Bedingungen wesentlich Schreiben heißen. Seit den Anfängen ist das, was als Philosophie gilt, an die Verfügung über die Verbalschrift gebunden worden. Die Schrift hat das charakteristische Doppelgesicht einer medialen Form: Sie ist selber im Horizont eines Mediums, das sie selbst nicht ist, aktualisierte Form, zugleich agiert sie aber als Mittler in einem großen Feld der Formen und generiert selbst als Medium einen Horizont möglicher Formen, z. B. Mitteilungen. Schrift als Form gehört dem Horizont eines ungenannt bleibenden Mediums an; als Medium aber generiert sie ihrerseits Formen; und die Philosophie ist diejenige Form, die sich reflexiv zu diesen Formen verhält.<sup>2</sup>

Nur das in der Philosophie stets vorausgesetzte, aber nicht

mitgeteilte Medium der Verbalschrift sichert die Reflexivität der Kommunikation, das Bedenken des Denkens, die Sinnhaftigkeit des Sinns und ermöglicht damit - und benötigt - Philosophie. Erst seit kurzem jedoch ist der Philosophie diese Bindung bewusst geworden,<sup>3</sup> nachdem andere Medien bereitstehen, ähnliche Leistungen zu erbringen wie die Verbalschrift, doch auf ganz anderem Wege. Die Differenz nicht der bloßen Formen, sondern ganzer Formenhorizonte erst lässt die dahinter liegende Medialität erahnen.

Einer derart medienbewusst gewordenen Philosophie stehen nun verschiedene Tätigkeitsfelder offen. Sie kann die Medien als neuen - wenngleich niemals verfügbaren - Gegenstand der Philosophie begreifen. Sie wird dann besonders in den Texten der Klassiker und der Großen nach Ansätzen suchen, die zum Verständnis des neuen Gegenstands, der Medien, und zum Aufbau einer spezifischen Medienphilosophie herangezogen werden können.<sup>4</sup> Das Durchscheinen des thematisch oder unthematisch Medialen im Denken wird so bearbeitet. Genau diese Bearbeitung kann und wird aber auch, durchaus weiter gehend, die Gedanken und Ansätze ebendieser Klassiker und Großen daraufhin befragen, inwieweit sie ihrerseits medial bedingt sind; Produkte spezifischer Schreibwerkzeuge oder Verbreitungstechnologien beispielsweise.<sup>5</sup>

Den Innenraum der Verbalschrift, den sie bewohnt, hat die Philosophie dennoch nicht verlassen können. Medienphilosophie dagegen, in Komplementarität zur Philosophie zu begreifen, müsste den Versuch unternehmen, Tätigkeit und Funktionsweise der Medien auch jenseits des Schriftgeschehens und der Schreib- und Lese-Praxis zu begreifen. Als Erstes wäre neben der Verbalschrift die Zahl zu beachten. Was die Philosophie für die Verbalschrift leistet, das leistet vermutlich doch die Mathematik als Philosophie der Zahl für dieses Medium.<sup>6</sup>

Für die anderen, nicht sprachlichen Graphien, die Bildzeichensysteme und Bildmedien aller Art, von der Malerei über die Fotografie und den Film bis zum elektronischen Bild, sind es mög-

licherweise die Bildkünste, die die Reflexivität des Mediums im Spiegel der beobachtbaren Formen sichern und so seine Medialität überhaupt »denkbar« machen.<sup>7</sup> Bild, Zahl und Schrift teilen sich selbst nicht mit, öffnen Mitteilungsräume für und durch Formbildungen.

Zudem jedoch sind sie sämtlich Aufzeichnungsmedien, Speicher- oder Notationsmedien. Sie liefern Beschreibungen verschiedener Art und ermöglichen Schlussfolgerungen. Wirklich schwierig aber wird das Unterfangen einer Übersetzung der Medienphilosophie ins Schrift-Philosophische erst da, wo andere, nicht notative Medien in Rede stehen, die nichts beschreiben, keine Folgerungen erlauben und keine Anweisungen erteilen. Beispielhaft kann man hier auf die Beobachtungsmedien wie das Teleskop oder das Mikroskop verweisen, auf reine Übertragungsmedien wie das Telefon oder das Radio oder auch auf Steuerungsmedien wie Geld, aber auch den elektrischen Strom.

Auch diese Funktionsmedien bedingen Formbildungen, teilen sich aber selbst nicht mit; sie spannen Innenräume auf, deren Grenzen nicht oder eben nur von den Innenseiten her thematisierbar sind. Sie setzen - allerdings aufzeichnungslos: durch Funktionieren - Erfahrungen und Denkformen frei, die auch reflexiv auf die Erfahr- und Denkbarkeit selbst gerichtet sein können. Auch das Fernsehen zählt zu den Funktionsmedien; es vereinigt sogar in sich die Funktionen und Leistungen des Beobachtens, der Übertragung und der Steuerung, koordiniert sie und fasst sie zusammen. Als Entwurf auf seine eigenen Möglichkeiten hin - als Philosophie also, nach der hier gefragt ist - hat das Fernsehen sich eine Entwicklung gegeben, deren Logik im Übergang von der Sichtbarkeit zur Wählbarkeit liegt und entsprechend auch vom Selbstbild zur Selbstwahl führt. Das Fernsehen entwirft und entfaltet sich im Zuge dieser Entwicklung auf die Möglichkeit hin, das Wählen zu denken, die Welt als Selektionsraum zu fassen. Diese Bewegung werden wir im Folgenden freizulegen versuchen.

*II. Space Night*

Ursprünglich, mindestens seit 1884, war das Fernsehen gedacht als eine »Apparatur mit dem Zweck, ein an einem Orte A befindliches Objekt an einem beliebigen Orte B sichtbar werden zu lassen«<sup>8</sup>. Dieses Verständnis impliziert, leicht ersichtlich, Fernsehen als technische Installation (»Apparat«); weiter eine Verteilung (mindestens) zweier verschiedener Orte im Raum, A und B, sowie eines Objekts, das sich am Ort A befindet und am Ort B sichtbar ist. Die beiden Orte A und B sind nicht vollständig isomorph, denn A ist durch die Anwesenheit des Objekts genauer bestimmt, B dagegen ist beliebig gewählt: Jeder Ort kann B sein. Die dispositive Grundverfassung des Fernsehens ist damit hinreichend beschrieben.<sup>9</sup> Interessant an dieser frühen Auffassung ist, dass von einer Übertragung von A nach B zunächst gar keine Rede ist.

Mitzudenken ist dabei allerdings notwendigerweise die Gleichzeitigkeit: Das Objekt ist am Ort A vorhanden und zugleich an Ort B sichtbar. Die Anordnung im Raum ist zugleich eine Synchronisierung. Nur darin liegt der spezielle Effekt des Fernsehens, denn eine nachträgliche Sichtbarmachung an einem anderen Ort leistet z. B. auch die Fotografie, schon Zeichnung, Aquarell, Gemälde.<sup>10</sup>

Fernsehen als Medium ist also gefasst als Möglichkeitsraum, der durch alle zugleich von der Sichtbarkeit des Objekts erreichbaren und durch die Beziehung auf den besonderen Ort A privilegierten Orte B aufgespannt wird. In der Frühzeit der Fernsehentwicklung bis in die dreißiger Jahre lassen die einschlägigen Experimente - wengleich aus unterschiedlichen Gründen - das Konzept einer simultanen Verknüpfung ausgewählter Orte miteinander erkennen; nach stets demselben Schema des Draußen und Drinnen, des Großen im Kleinen soll die Oper in den Salon, die Olympiade in die Fernsehstube und das Bild des Führers in die Herzen des deutschen Volkes versenkt werden.<sup>11</sup> Das Fernsehen macht Simultaneität und Raumverschränkung denkbar.

Neben der simultanen Sichtbarkeit an verschiedenen Orten

wird aber schon früh die Selektivität als Grundform und -funktion des Fernsehens im Bereich des Möglichen angesiedelt. Ausgewählt, erwählt wird in diesen Konzepten immer der Ort B, immer der Zuschauer; nötigenfalls zeigt er sich selbst erwählt, durch Gerätebesitz nämlich, Kaufkraft und Anteilhabe.<sup>12</sup> Die lineare, technisch durch Signalübertragung instrumentierte Verbundenheit mit dem Ort A verleiht der Selektion eine vektorielle Grundform, dem Lichtstrahl vergleichbar.

Mit der zunehmend zur Sättigung tendierenden, allmählich flächendeckende Tendenz zeigenden Verbreitung des Fernsehempfangs in den 50er Jahren, in Europa in den 60er Jahren, ändert sich dies. Aus dem beliebigen und privilegierten Ort B werden schlichtweg alle Orte. Nicht mehr Strahlen der Erwählung in einen Möglichkeitsraum projiziert das Fernsehen, sondern eine dichte Zone der Erreichbarkeit, in der die Orte nicht einzeln, sondern spezifischerweise alle zugleich erreicht werden.

Wenn aber alle Orte B grundsätzlich gleichförmig und gleichzeitig erreicht werden können, dann macht ihre Erwähltheit keinen Unterschied und keinen Sinn mehr. Früh schon zeigt das Selektionsverhältnis deshalb im Mutterland des Fernsehens, den Vereinigten Staaten, eine Tendenz zur Umkehrung, viel später erst auch in Europa. Jetzt, am Ende der 50er Jahre, beginnen, wengleich innerhalb enger, gleichsam und sorgsam durch Vorauswahl gezogener Grenzen, die »Empfänger« zu entscheiden, welches Objekt und damit welchen Ort A sie am Ort B sichtbar werden lassen wollen.<sup>13</sup> Und das Fernsehen beeilt sich expansiv, immer neue, weitere Objekte und Orte anzubieten und die Zone der Wählbarkeit über alle bekannten Oberflächen auszudehnen.

Schließlich kulminiert diese Expansionsbewegung in einem Experiment<sup>14</sup> maximaler Reichweite und Ausdehnung und macht dabei, zunächst überraschend, einer Rückwendung, einer Kontraktion des Fernsehens Platz. Damit wird zugleich, wie in einer zweiten Erfindung des Fernsehens, das Schema der Selektion von dem der Übertragung abgelöst, wird neu gefasst und gibt damit eine völlig veränderte Entwicklungsmöglichkeit frei. Dies ge-

schieht spektakulär im größten Fernsehereignis aller Zeiten, zugleich der Triumph der klassischen Fernsehübertragung wie ihr Ende, im Apollo-Projekt in den 60er Jahren und namentlich in den epochalen Live-Sendungen aus dem All und vom Mond 1968/69, in den durchwachten Weltraumnächten und in den sagenhaften Bildern, die die Erde im Rückblick aus der Kapsel und vom Mond zeigen.<sup>15</sup>

Die Funktionen des Selektionsschemas, die Orte A und B, die Sichtbarkeit, das Objekt, die Gleichzeitigkeit, werden hier plötzlich aufeinander bezogen, reflexiv. Das sichtbar gemachte Objekt nämlich, die Erde, ist selbst die Gesamtheit aller Orte B; zudem ist das Objekt an dem Ort A, an dem es sich befindet, eigentlich nicht sichtbar (für wen auch); seine Sichtbarkeit ist vielmehr erst ein Produkt der Apparatur. Und in scharfer Abkehr von den frühen Verhältnissen wird nicht die hochselektive Erwähltheit besonderer Orte B kommuniziert, sondern, im Gegenteil, gerade ihr unterschiedsloses Zugleich, ihre tiefe Zusammengehörigkeit in gemeinsamer Erwartung. Gegenwart im Sinne der Gleichzeitigkeit herrscht nicht nur zwischen A und B, sondern insbesondere zwischen den unermesslich zahlreichen Orten B. Der Ort A und die vielen Orte B, das Objekt und die Gleichzeitigkeit werden zusammengelegt und in dieser Zusammenlegung sichtbar gemacht.

Der Möglichkeitsraum des Fernsehens (oder Fernsehen als Medium) wird im Mondflug als Form des Fernsehens reflexiv. Die fernsehgenerierte Welt als Welt schaut sich selbst beim Zuschauen zu und erfährt ihre eigene Medialität, nämlich ihre Gemachtheit als Selektion und Projektion, als Wahl und Entwurf aus einem Möglichkeitshorizont und auf ihn hin. Sie erfährt sich, wenigstens an diesem Punkt, nicht mehr unmittelbar, sondern vermittelt, distanziert von sich durch das Medium, das sie selbst ist. Spätestens hier also entfaltet sich Fernsehen als philosophische Apparatur. Es ist die eigentliche Genese des Mediums Fernsehen.

Fortan fungiert das Fernsehen vor dem Hintergrund dieser vom Fernsehen generierten pan-optischen Jahrhundert Erfahrung: dass die Welt auf die Welt abbildbar und in der Welt sicht-

bar wurde. Denkbar wurde mithin, dass alles zu jeder Zeit an jedem Ort sichtbar werden könnte. Das Denken der Übertragung von Sichtbarkeit von einem Ort an einen anderen machte allerdings fortan keinen Sinn mehr. Jedes Bild von jedem Objekt muss an jedem Ort tendenziell als schon vorhanden gedacht werden. Die Herausforderung liegt jetzt nicht mehr, wie von Nipkows Zeit bis zum Mondflug, darin, wie Sichtbarkeit zu übertragen sei, sondern vielmehr, wie zwischen all den möglichen Sichtbarkeiten und Objekten auszuwählen sei. Notwendig ist nun endgültig eine gänzlich neue philosophische Praxis, nämlich schärfste Selektion, die das Aktuelle, tatsächlich jetzt Sichtbare, vom Virtuellen, dem daneben ebenfalls möglichen Sichtbaren, unterscheidet.

Vor diesem Anspruch beginnen alle Fassungen des Denkens, die von der Übertragung bestimmter Inhalte, von Botschaft, Nachricht oder gar, besonders beliebt, von Manipulation im Sinne einer Fernsteuerung durch Themen und Darstellungsweisen des Fernsehens ausgehen, ganz allmählich zu verdunsten.<sup>16</sup> Indem es sich von der Übertragung auf die Selektion verlagert, kehrt das Medien-Denken in sich ein: Es gilt mit der Selektion die Verhältnisse zwischen Aktualisiertem und Virtuellem, zwischen Ausgewähltem und anderem, Möglichem zu bedenken. Genau diese Verhältnisse aber herrschen, wie ausführlich gesehen, zwischen Medium und Form. Das Denken in Form der Selektion macht es dem Medium möglich, zugleich die paradoxe Form des Mediums zu denken.

### *III. Remote Control*

Auf diese seine neue Möglichkeit hin entwirft sich das Fernsehen in der Folge. Es generiert dabei nach der Implosion des Übertragungsschemas neue Notwendigkeiten, neue Formen und neue dingliche Kristallisationen. Als Erstes war das Entscheidungsproblem zu lösen. Während in den Vereinigten Staaten schon vor 1960 in den meisten Fernsehhaushalten, wenigstens in den Metropolen, drei bis fünf verschiedene Fernsehsender empfangbar

waren, gab es in den europäischen Ländern überwiegend nur ein einziges Fernsehprogramm.<sup>17</sup> Entsprechend hatte sich in den Vereinigten Staaten das Problem der Wahl aus einem Repertoire an Möglichkeiten als ein fernsehtypisches Entscheidungsproblem schon früh gestellt und war verschiedenen Zuspitzungen und Lösungsperspektiven unterzogen worden, die dann später wegweisend wurden.

Eine erste Lösung war das Ausweichen in die Zeit, die neue Schematisierung des Programmgeschehens. Fernsehen wird zur Zeittaktmaschine; Vormittags-, Nachmittags- und Abendprogramm sowie Wochentags- und Wochenendprogramm werden - so von den frühen 50er Jahren an bis heute gültig - unterschieden und wenden sich an Hausfrauen, Schulpflichtige, Familienväter, oder, eigens ausgewiesen, an alle Gruppen zugleich.

Das Selektionsproblem war jedoch auf diese Weise dann nicht mehr zu lösen, wenn mehrere Sendungen parallel zur Auswahl standen. Da, nach längerem Herumirren, der Ort des Fernsehens die Wohnung und präzise das Wohnzimmer geworden war, fielen Haus- und Familienherrschaft mit der Entscheidungsgewalt über das Fernsehprogramm zusammen.<sup>18</sup> Dabei wurde schon in den 50er Jahren in Amerika deutlich, dass Differenzen zwischen Fernsehprogrammen, und seien sie noch so unbedeutend, sofort auf Differenzierungen innerhalb des Fernsehpublikums, seien sie individueller oder gesellschaftlicher Art, projizierbar waren: Männer und Frauen etwa wollten so wenig wie Jugendliche und Erwachsene einfach dasselbe sehen.<sup>19</sup> Fernsehverhalten und individuelle Selbstverortung, Wahl des Fernsehprogramms und Selbstwahl, Medium Fernsehen und Form des Daseins begannen zu überlagern; und wie der existenzielle Selbstentwurf wurde der Fernsehabend als Selektionszwang, als Entscheidungsdruck erlebbar.

Eine zweiter Ansatz geht das Problem deshalb durch Lösungen im Raum an: durch Kleinfernseher für die Küche etwa, die neben dem Wohnzimmergerät einen zweiten Fokus in der Wohnung, speziell für die Hausfrau, aufmachen (»TV Stove«); durch ein seltsames Doppelgerät, das zwei Betrachter (das Ehepaar) neben-

einander sitzend mithilfe einer Spiegelkonstruktion zwei verschiedene Programme zur gleichen Zeit verfolgen lässt;<sup>20</sup> durch tragbare Geräte, seit 1962 durch Richard Sappers genialen Entwurf des Portable von aller Behelfsmäßigkeit befreit und freigegeben zur Benutzung in allen Teenager-Räumen; schließlich und bis heute durch flächendeckende Ausbreitung von Fernsehschirmen aller Größen in alle offenen und geschlossenen, öffentlichen, halböffentlichen und privaten Räume, ja sogar in bewegte Räume (Bus, Zug, Flugzeug, Handgelenk).<sup>21</sup>

Ein dritter Ansatz verfährt genau umgekehrt. Er versucht nicht, den Entscheidungsdruck aufzuheben, sondern, im Gegenteil, ihn zu erhöhen. Reflexive Selbststeigerung - Erhöhung des Möglichkeitsdrucks, d. h. der eigenen Medialität - kennzeichnet ihn. Er verfolgt erneut eine Temporalisierungsstrategie; diesmal jedoch nicht extensiv durch das Abstecken von Zeitflächen und -fenstern, das den Selektionsdruck nicht dauerhaft abwenden kann, sondern intensiv, durch Verkürzung und Verdichtung, durch die Vermehrung der Selektions- und Entscheidungsgelegenheiten: die Fernbedienung. In elektromechanischen Vor- und Frühformen ist sie seit den mittleren 50er Jahren nachweisbar. Um 1970 werden dann drahtlose Fernbedienungen angeboten, seit 1976 als Standardzubehör nahezu aller ausgelieferten Fernsehgeräte.

Die Tasten für die Programmwahl werden jetzt zum Hauptbedienungselement der Fernbedienung: Eine Selektionsmaschine entsteht. Ein Umschalten ist nunmehr eine leicht zu treffende, rasch revidierbare und gegebenenfalls wiederholbare Entscheidung. Statt die Wahl zwischen mehreren Angeboten unnötig zu machen, wird sie im Gegenteil gefördert und zugleich in ihren Konsequenzen abgefangen - es ist nicht mehr nötig, bald nicht mehr möglich, den ganzen Abend beim einmal gewählten Programm zu verbringen. Durch entsprechend frequente und geschickte Handhabung lässt sich sogar ein gleichzeitiges Verfolgen mehrerer Sendungen realisieren.

In der Fernbedienung kristallisiert sich apparativ das reflexionsfähig gewordene Fernsehen als Medium der Selektion. In ihr

denkt und entwirft sich das Fernsehen als Medium; sie ist auf ihre Weise eine Philosophie des Fernsehens; und eine privilegierte, weil sie als Möglichkeit, das Virtuelle und das Aktuelle zu steuern, zugleich immer als Medialität selbst, als paradoxe Form des Mediums, in der das Medium sich selbst als Möglichkeit enthält, fungiert. Das jeweils nicht Ausgewählte, die nicht aktualisierte Form, wird nicht unmöglich oder tatsächlich ausgeschlossen, sondern nur gleichsam abgeblendet, vom Zentrum in einen weniger zentralen oder weitgehend randständigen Bereich der Aufmerksamkeit geschoben.

Es kann von dort aber jederzeit wieder heraufgeholt werden; es ist virtuell, der Möglichkeit nach, immer noch vorhanden. Ich sehe nicht nur das, was ich tatsächlich sehe, sondern gleichsam auch das, was ich jetzt stattdessen sehen könnte, und in dieser Differenz die paradoxe Form des Mediums. Auf Tastendruck wechseln das Aktuelle und das Virtuelle, Form und andere mögliche Form, die Positionen, und diese Möglichkeit nicht nur der anderen Form, sondern des Wechsels macht das Medium möglich, d. h. denkbar. Haupt- und Nebenaspekte, Sendung und Unterbrechung, Thema und Rhema sind noch verschieden, aber schon nicht mehr unterscheidbar. Und genauso sind das gerade Gewesene, das jetzt Sichtbare und das als Nächstes auf dem Bildschirm Aktualisierte selbstverständlich verschieden, aber mit einer Tendenz zur Verwischung, zur Übereinanderlagerung, zur Ununterscheidbarkeit ausgestattet. Indem Medium und Form voneinander ununterscheidbar werden, ohne jedoch irgendwie ihre Verschiedenheit einzubüßen, erweist sich der Gebrauch der Fernbedienung als Denkraum des Medialen.

Das wiederum hat zur Folge, dass die Erfahrung von Zeit und in Sonderheit von Gegenwart gegenüber dem klassischen Konzept des Fernsehens verschoben wird. Dort wurde, wie oben gesehen, Gegenwart definiert als Gleichzeitigkeit, als Kommunikation gleichzeitiger Sichtbarkeit im Sinne einer - reflexiv eigens mitgeteilten - Gleichzeitigkeit der Betrachtung mit dem betrachteten Vorgang (Prinzip des »live«). In Sonderheit aber handelte es

sich beim klassischen Fernsehen um die Synchronisierung aller »Orte B«, also aller Empfangs- und Betrachtungsvorgänge. Jetzt dagegen wird die gleichzeitige Sichtbarkeit als ein möglicher Fall unter vielen anderen aufgefasst und die Synchronisierung der Betrachtung weitgehend ausgesetzt. Gegenwart erscheint nicht mehr als Koordination von Abläufen, sondern als Differenz zwischen Zuständen. Wenn ich kurz wegschalte und dann zurückkehre, dann versäume ich dennoch nichts (Entscheidendes), sodass innerhalb einer kurzen Zeitspanne Vorwärts- und Rückwärtssprünge möglich erscheinen und die Unterscheidung des Früheren vom Späteren leicht verwischt.

Scharf und absolut als Gegenwartspunkt artikuliert sich demgegenüber der Moment des Umschaltens, des Tastendrucks selbst. Der Tastendruck markiert und produziert die Differenz von Vorher und Nachher, von Aktualität und Virtualität. In ihm berühren sich die beiden parallel laufenden Sendungen, die er aneinander vermittelt, ebenso wie die Ereignisse auf dem Bildschirm sich mit denen vor dem Bildschirm beim Tastendruck berühren und synchronisiert werden, wengleich eben nur für diesen Moment. Selbst eigentlich ausdehnungslos, ist der Tastendruck der Fernbedienung schlechthin die Erfahrungsform von Gegenwärtigkeit als Punktualität im und beim Fernsehen.

Die Welt des Fernsehens erschließt sich deshalb nicht mehr pan-optisch als ein dauerhafter Gesamtzusammenhang, horizonthaft als Hintergrund aller Erfahrung und Möglichkeitsraum aller sichtbaren Gegenstände oder Vorgänge und aller Orte der Sichtbarkeit. Sie tritt vielmehr auf als Einheit der Differenz von Aktuellem und Virtuellem.<sup>22</sup> Sie bildet nicht mehr die Bedingung der Möglichkeit von Ereignissen, sondern sie ist selbst zum Ereignis<sup>23</sup> geworden, und zwar zu einem auf Knopfdruck aufscheinenden Ereignis. Dieses Ereignis ist mit einem konventionellen, journalistischen Verständnis des Fernseh-Ereignisses als Ereignis, das im Fernsehen erscheint, als Gegenstand der Darstellung oder Berichterstattung oder auch - simulationsgeschult - als Projektion eines Ereignisses in die Umwelt nicht mehr zu fassen.<sup>24</sup>

Diese Rückbezüglichkeit, die Freigabe des Fernsehens als Medien-Denken führt zu einer enormen Steigerung seiner Möglichkeiten. Die Verbreitung der Fernbedienung als Selektionstechnologie ist es nämlich, die überhaupt erst die explosionsartige Vermehrung des Programmangebots seit dem Ende der 70er Jahre ermöglicht hat, denn sie hat die Voraussetzung für die Bewältigung des ungeheuren Selektionsdrucks geschaffen, der mit dieser rasanten Komplexitätssteigerung einhergeht. Die Aufhebung des Sendemonopols in den meisten europäischen Ländern, beginnend 1977 in Italien, und die Lösung des Kapazitätsproblems durch die Installation von Kabel- und Satellitenempfangssystemen in den 80er Jahren in allen Industriegesellschaften, die gewöhnlich als Ursachen für diesen Umbruch geführt werden, sind tatsächlich nur Symptome oder Auskristallisierungen eines mithilfe der Fernbedienung instrumentierten umbruchartig gesteigerten Selektionsprinzips. Das schockartig aufgenommene visuelle Großversprechen von 1969, die Welt des Fernsehens reflexiv und paradox in ihrer Gesamtheit auf die Welt abbildbar zu machen und zur Aus- und Anwahl freizugeben, erscheint in den 90er Jahren endlich einlösbar.

Der Aufstieg der Fernbedienung kann aber nicht nur als Generierung einer neuen Form über einem Möglichkeitshorizont als Medium gesehen werden. Vielmehr wirken Formen, wie gesehen, grundsätzlich ins Medium zurück, dem sie neue Möglichkeiten hinzufügen. Und umgekehrt wird das Potenzial der Hinzufügung neuer Möglichkeiten des Mediums in Form gebracht. Das Fernsehen entwickelt Formen, die Selektivität nicht nur thematisieren, sondern als gegenwärtiges Geschehen inszenieren. Die Entstehung der Form als Verdichtung aus einem Möglichkeitsraum des Medialen und die wechselseitige Konditionierung beider kehrt in die Formenwelt des Mediums ein. Nicht länger werden lediglich ausgebildete, ausgewählte Formen präsentiert, sondern die Formgenese wird in Form gebracht, wird angeleitet als ureigenste Möglichkeitssteigerung des Mediums. Und damit wird auch eine neue Form der funktionalen Gleichzeitigkeit eingesetzt, die sich

als Differenz artikuliert (Differenz im Vorher und Nachher; Differenz im Vorgang des Schaltens). Die Selektivität wird zum Bestandteil möglicher Formen, und aktualisierte Formen weisen sich als Selektionsprodukt aus.

So integrierte der berühmte Lichttest aus »Wünsch Dir was« (1969 f.), bei dem als Regelgröße der Stromverbrauch einer Mus-terregion diente, anhand dessen die Zustimmung des Publikums zu einem Kandidaten gemessen wurde, Selektionsmöglichkeiten in den weiteren Ablauf der Sendung. Die Mitwirkung machte die Entscheidung des Zuschauers zum Denkbaren des Mediums. Das synekdochisch fürs Ganze des Meinungsbürgertums stehende Studiopublikum bei »Pro und Contra« durfte an den entscheidenden Stellen, auf das Kommando »Drücken Sie jetzt!«, die Ja-Nein-Alternative bestätigen. Heute funktioniert dies per TED und bildet, wie bei »Big Brother«, das Grundgerüst ganzer Strukturkonzepte des Fernsehens. Jedes Mal kehrt die aus der systemtheoretischen Kommunikationstheorie entwickelte Trias von Informationsselektion (Kenntnisnahme der Vorauswahl), Mitteilungsselektion (Entscheidung) und Verstehen (Warten auf den Ausgang der Abstimmung, Bewertung des Ergebnisses) und ihrer wechselseitigen Einbindung wieder.

Sehr schön kann man diese Strukturduplizierung des Kommunikationsgeschehens in den neuen Millionärsspielen sehen: Es werden vier Antwortmöglichkeiten zur Kenntnis genommen (Information, scharf vorselektiert); es wird eine davon ausgewählt und macht dadurch die Antwort des Kandidaten aus (Mitteilungsselektion); und schließlich wird eine Übereinstimmung/Nichtübereinstimmung, nach möglichst lang gezogener Wartezeit, präsentiert (Verstehensselektion). Und dabei war noch keine Rede von den allfälligen Umfrage- und Hochrechnungspraktiken (deren Aufkommen interessanterweise präzise mit dem Mondflug koinzidiert). Anders festgehalten, das Fernsehen selbst bildet den Grundzug der Medialität noch einmal als Form ab, bezieht ihn aber auf anderes als sich selbst, auf Meinungsbildungsprozesse (»Pro und Contra«, Bundestagswahlen) oder Weltwissen (»Wer wird Millio-

när«). Gestufte, koordinierte Selektion aus einem Repertoire erscheint so als Grundzug der Welt selbst. Das Medium zieht sich aus den von ihm selbst geschaffenen Bedingungen wieder zurück.

#### *IV. Miami Vice*

Der Umschwung vom klassischen zum modernen Fernsehen<sup>25</sup> vollzieht sich demnach als Übergang vom Übertragungs- zum Selektionsschema im Denkraum des Mediums, von der Konzeption der Gegenwart als Gleichzeitigkeitserfahrung zur Konstitution Gegenwart als Differenzenerfahrung, von der Sichtbarkeit der Welt als Horizont zur Generierbarkeit der Welt als Ereignis. In allen drei Bewegungen wendet sich das Fernsehen auf die Grundierungen des Medialen im Zwischenraum von Virtualität und Aktualität. Wenn ein Medium sich auf seine Möglichkeiten - d. h. seine Medialität - hin entwirft und realisiert, dann reflektiert es, wie gesehen, auf seine eigenen Voraussetzungen; zugleich aber setzt es auch seine eigene Entwicklung in Gang; es entwirft sich dabei also auch auf seine weitere mögliche Entwicklung hin. Der Selbstentwurf des Fernsehens - wie der Medien überhaupt - verschränkt die Reflexion auf Voraussetzungen des Medialen funktional mit den möglichen Folgen dieser Reflexion.

Neben der Klärung der eigenen Voraussetzungen gehört auch die Reflexion auf die eigenen Folgen zu den typischerweise von der Philosophie erwarteten Leistungen. Deshalb ist, um weiterhin von einer Medienphilosophie sprechen zu können, in einem weiteren Schritt zu zeigen, dass das Medium sich in seiner Philosophie nicht auf eine Reflexion der Voraussetzungen im Sinne einer Selbstdarstellung, Selbstbegründung und Selbstwahrnehmung beschränkt, sondern, wenigstens im Falle des Fernsehens, übergeht zu einem Entwurf der Folgen, zu Selbstprojektion und Selbstwahl. Beginnt das Medium, so wäre zu prüfen, im Zuge seiner Entwicklung sich von seinen Funktionen her zu denken? Tatsächlich entwirft sich das Fernsehen in seiner klassischen Phase

als (Selbst-) Wahrnehmungsmöglichkeit der Welt, wie zahlreiche Beispiele belegen, in denen von der Berichts- und Augenzeugenmetapher Gebrauch gemacht wurde und wird; in dieser Funktion kulminiert das Fernsehen, wie gesehen, im Mondflugexperiment. Danach aber geht es im Zuge seiner Modernisierung dazu über, sich auf seine Funktion als Selbstwahlmöglichkeit der Welt hin zu projizieren.

Auch wenn dieser Übergang sich letztlich über mehrere Jahrzehnte hinweg vollzieht und noch heute nicht völlig restlos vollzogen sein mag, behauptet er dennoch große Nachhaltigkeit und Wirktiefe. Indem sich das Fernsehen zur Selbstwahlmöglichkeit der Welt hin funktionalisiert, verzahnt und synchronisiert es sich mit hoch greifbaren, ihrerseits erfahr- und erlebbaren makroskopischen Entwicklungen, nämlich mit der sozialen Formation der Fernsehgesellschaft.<sup>26</sup> Zu diesem Zweck muss es selbstverständlich spezielle und konkrete Formen ausbilden, denn nur als Form kann das Medium wirksam werden. Wenn sich das moderne Fernsehen die Funktion zuschreibt, als Wählbarkeitsorgan der Welt zu fungieren, so muss es diese Formation in erfahrbare, gleichsam begegnungsfähige oder handhabbare Größen auskristallisieren, ganz so, wie es das klassische Fernsehen mit der Beobachtungsfunktion getan hat.

Insbesondere nutzt das Fernsehen hierfür die Erfordernisse, die aus Entstehung und Entwicklung der Konsumgesellschaft herühren.<sup>27</sup> Sie formuliert und ihnen begegnet das Fernsehen in herausragender Weise. Indem es sich funktional in den Konsumzusammenhang einbringt, verschweißt es grundlegende Kulturtechniken der Konsumökonomie - wie die Auswahl aus einem Überangebot an Waren - mit seiner eigenen Medialität.<sup>28</sup> Im vorliegenden Zusammenhang geht es dabei zentral um die Führung der Selektion einmal als orientierende Handhabung, als Alltagsfähigkeit, die das Fernsehen inauguriert und lehrt wie das Buch das Lesen; zum anderen aber und reziprok dazu um die Funktionalisierung und Instrumentalisierung des Warenkreislaufs zur gesteigerten Selbstgenerierung des Mediums Fernsehen.

Schon seit 1952 etwa gab es Versuche mit reinem Verkaufsfernsehen, »Television Department Stores«; beworben wurden sie u. a. damit, dass hier Mütter leicht von zu Hause aus ihre Töchter in die Vielfalt des Warenangebots einführen und sie den Umgang damit lehren könnten.<sup>29</sup> Bekannter ist der Fall der Soap Opera, einem Fernsehgenre, das ausschließlich als Hüllprogramm für die darin enthaltene Werbung konzipiert wurde. Der denkbare Kund(inn)enkreis, Hausfrauen nämlich, wurde durch Senderhythmus (vormittags, wenn sonst niemand zu Hause ist, und täglich zur festen Zeit, weil sich dies am besten an die täglichen Routinen der Hausarbeit anschließt), Dramaturgie (geringer Bildanteil und hohe Redundanz, sodass ein Wegsehen, ein beiläufiges Betrachten bei anderer Verrichtung möglich wird) und Setting (nämlich in der Mittelstandsfamilie, die sich um die Mutterfigur herumgruppiert) der frühen Soaps gezielt so adressiert, dass die eigentlichen Kernteile, die (nur so genannten) Werbe»pausen«, auf ein geeignetes, vorselegiertes Publikum treffen konnten.<sup>30</sup>

Doch nicht nur an die Werbung als repräsentativer, wenngleich auf die Konditionierung von Entscheidungen ausgerichteter Bereich ist hier zu erinnern. Die reflexive Einbindung des Fernsehgeschehens in den Warenkreislauf als dessen Durchlauferhitzer erfolgt in vielfältiger Form in den Game Shows und Quiz Shows seit den 50er Jahren:<sup>31</sup> Von »The Price is Right« (deutsche Version: »Der Preis ist heiß«), eine Sendung, in der die Preise von Konsumartikeln geraten werden müssen, bis zum »Laufenden Band«, an dem es darum geht, die zu gewinnenden Konsumgegenstände (Föhn, Waschmaschine, Heizdecke) zu memorieren.

Das Fernsehen als Medium macht seither möglich, dass Individuen sich auf einen Kontext möglicher Besitzdinge und Verbrauchswaren hin denken und entwerfen können oder müssen. Wo alles grundsätzlich zur Wahl steht, selegiert werden kann, da besteht bald ein Zwang zur Wahl; und die Kontrolle über das Selektionsverhalten kann nicht mehr durch Einschränkung der Wahlfreiheit, sondern nur durch geeignete Koordination von Se-

lektionen geschehen, wie der Sonderraum des Fernsehens sie zu installieren, zu beobachten und ggf. zu überarbeiten erlaubt. Die Distinktions- und Individuierungsfunktion beispielsweise bestimmt nicht erst den Besitz von Kleidungsstücken, Automobilen, Zigaretten bestimmter Marke oder Duftnoten.<sup>32</sup> Schon die Bevorzugung einer bestimmten Serie oder Soap im Fernsehen (in Absetzung von anderen), erst recht das populärkulturell ungeheuer wichtige Bekenntnis zu einer bestimmten Musikrichtung oder Musikband etwa im Musikfernsehen erfüllt sinnstiftende gesellschaftliche Funktion.

So wird der Selektionsprozess, wie er sich im Gebrauch der Fernbedienung aktualisiert, zur zentralen Instanz, in der auch das Ringen um Selbstbehauptung und Fremdbestimmung in einer durchfunktionalisierten, auf Selektion abgestellten Gesellschaft stattfindet. Indem ich mich für ein Programm entscheide, entscheide ich mich für einen Ausschnitt aus der Warenwelt und dadurch wiederum für einen Lebensstil, eine Daseinsweise. Selbstverwirklichung tritt als Selbstwahl und Selbstwahl als Auswahl aus einem Warenangebot auf; und jedes Mal ist das Fernsehen Einübung in das entsprechende Wahlverhalten und Wahllokal in einem. Damit gelingt es dem Fernsehen, in Co-Evolution mit dem Konsumsystem, seine Medialität nicht nur zu begründen, sondern auch zu funktionalisieren.

Mit dem Übergang zum modernen Fernsehen generiert das Medium jedoch auch hier eigene Formen, in denen sich der Funktionsbezug des Mediums in der Art der Selbstwahrnehmung oder der Selbstbeauftragung auskristallisiert. Das vielleicht höchst elaborierte Beispiel ist die Serie »Miami Vice« aus den 80er Jahren. Bildsprache und Montagerhythmus mit ihrer Struktur der »eingebauten Fernbedienung«, die Durchmischung von Text und Paratext, schließlich das designerisch tief durchgestaltete Outfit der Figuren und der Innenräume und die Inszenierung einzelner, herausgehobener (Konsum-)Gegenstände (Ferrari, Armani, Martini) verschränken Formenästhetik und eigene Funktionsbeschreibung der Serie.

Entscheidend aber ist, dass das Fernsehen in »Miami Vice« sich erstmals nicht nur in den Konsum- und Selektionskreislauf funktional einlässt, sondern selbst als Konsumobjekt und Konsumform erkennt und gestaltet. So wenig, wie Warenwerbung mit irgendwelchen Eigenschaften des beworbenen Gegenstands zu tun hat, hat das Styling, hat die Oberflächengestalt von »Miami Vice« noch etwas mit der erzählten Kriminal- und Ermittlungshandlung zu tun. Die Erfordernisse von Farbdramaturgie und musikalischem Erzählrhythmus, Beschleunigung und Verlangsamung, bestimmen den Fortgang der Handlung, und nicht umgekehrt. »Miami Vice« ist die erste Serie, in der die Selektivität des medialen Formgebungsgeschehens selbst Form, reflexiv wird und die die Wählbarkeit ihrerseits wählt und zur Wahl stellt. Sie weiß, dass sie abgewählt werden kann, und sie reagiert darauf, indem sie auf visuelle Progression, auf Erzählzusammenhang weitgehend verzichtet, dafür aber zahllose Brüche und Übergänge integriert, an denen ein Um- und Wegschalten geradezu provoziert wird - aber dann ebendeshalb ausbleibt. »Miami Vice« macht den Zuschauer nicht vergessen, dass er eine Fernbedienung in der Hand hat, sondern es erinnert geradezu bei jedem Umschnitt daran; es simuliert dabei aber die Effekte der Selektion derart dicht, dass die Selektion selbst auch unterbleiben, wenigstens kurz aussetzen kann. Wie im Lichttest oder im Millionärsquiz die dem Medium eigene, es ausmachende Möglichkeitsstruktur als Voraussetzung des Medialen in Form gebracht und so reflektierbar gemacht wird, so geschieht es hier im Horizont der Funktion.

#### V. ... und hier kommt die Maus

Damit hat sich auch das Verhältnis des Mediums zu seiner Welt wenigstens ansatzweise verkehrt: Nicht mehr das Medium ist es, das, nachdem es die Strukturen seiner Denkbareit der gedachten Welt aufgeprägt hat, verschwindet und das als Welterfahrung auftreten lässt, was doch medienbedingt und medial erfahren

wird. Vielmehr zieht sich die Welt zurück; sie beschränkt sich auf ereignisartiges gelegentliches Aufblitzen in der Ausnahmeerfahrung und überlässt es dem Medium, sie zu substituieren. Jetzt denken wir die Welt als Alternative. Phänomenal verhalten wir uns zur Welt so, als hätten wir eine Fernbedienung zur Verfügung, sie an-, ab- und umzuschalten. Die Welt, als umfassender Möglichkeitsraum vor und hinter aller Selektion oder aber als Wahlereignis gedacht, wird damit selber wählbar. Die Konsumgesellschaft und das Medium Fernsehen (zumindest das, was wir bisher davon kannten) sind mithin an einer gewissen, wenigstens logischen Grenze ihrer Entwicklungsreichweite angelangt. Eine wählbare Welt zu denken, wie das Fernsehen es tut, heißt, paradox zu werden, denn es müsste eine weitere Welt und ein weiteres Medium geben, das diese Wahl zur Wahl stellt. Und es müsste eine Welt sein, die auch nicht sein könnte, eine kontingente Welt.

Umgekehrt müsste in ihr, wäre sie wirklich kontingent, auch zur Wahl stehen, nicht wählen zu können. Wie immer man die neu heraufziehende Formation auch benennen möchte, als Informationsgesellschaft, Wissensgesellschaft, Erlebnis- oder gar Sinngesellschaft fassen, man müsste in dieser Gesellschaft auch nicht wählen, auch nicht kommunizieren können, und das ist bekanntlich bislang für die Kommunikationstheorie unvorstellbar,<sup>33</sup> aber auch für die Selbstbestimmung der medialen Existenz. Wie Kommunikation und Gesellschaft und wie die Medien Welt oder Sinn sind eigentlich alle Medien nicht negierbare Termini, weil jede Negation wiederum im Medium stattfinden und medial konditioniert sein müsste. Das Medium wird von der Negation selbst nicht nur vorausgesetzt, sondern geradezu bestätigt werden.<sup>34</sup> So wird auch das Abschalten noch als Bedienung der Fernbedienung durchgeführt, sodass noch die Anwahl der Wählbarkeit eine Wahl ist; und der Fernsehapparat bleibt stets und ununterbrochen am Netz (die Leuchtdiode meldet das).

Die philosophischen Apparaturen aber sind über die Fernbedienung des Fernsehgeräts weit hinausgewachsen und haben begonnen, neue Denkmöglichkeiten auch des Kontingenten aufzu-

schließen. Es gibt eine Inflation von Fernbedienungen für alles und jedes und ebenso und in erster Linie eine Vervielfältigung der Tastenfelder. Insbesondere zwei Selektionstechnologien sind es, die die weitere Geschichte der Selektion schreiben, nämlich das Mobiltelefon und die Maus. Das Mobiltelefon ist ein Symbol und eine Praxis unbeschränkter Adressierung und Erreichbarkeit im durchmessenen Raum, der damit aufhört, Raum zu sein. Es entbindet die Kommunikation vom Ortsempfinden. Die Maus samt ihrer Surrogat- und Nachfolgetechnologien wie Trackball und Touchpad fungiert als digitale Universalmaschine der Wählbarkeit. Gerade sie kann als Erbin der Fernseh-Fernbedienung angesehen werden. Genau wie jene ist sie etwa ein typisches Komplementärmedium, das nur in einer festen Kopplung an ein anderes, an einen Bildschirm und das Geschehen darauf nämlich, funktioniert. Und genau wie im Gebrauch der Fernbedienung können gerade im Mausegebrauch die Selektionsstufen der Information, der Mitteilung und des Verstehens wieder sehr schön nachgewiesen werden, im Abschnen und Vor-Aktivieren der Schaltfelder, im Klicken, und in der Verkettung von Mausektionen zu komplexeren Zusammenhängen, etwa Bearbeitungs- oder Suchvorgängen mit ihren Routinen und Überraschungen.

Die Maus führt dennoch über die Fernbedienung deutlich hinaus. Sie nimmt den Fluss der Zeit überhaupt aus dem Selektionsvorgang heraus. Damit entbindet die Maus das Denken der Wählbarkeit vom Moment- und Augenblicksempfinden. Die Alternativen, die sich dem Mausegebrauch erschließen, liegen typischerweise flächenhaft ausgebreitet vor uns, schön im Nebeneinander etwa verschiedener Schaltflächen angeordnet. Aus der getroffenen Wahl kann ich tatsächlich wieder in die ursprüngliche Selektionssituation, auf die vorhergehende Seite zurückkehren, die ich mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit unverändert antreffen werde (wo beim Fernsehen das Programm, zu dem ich zurückkehre, noch stets weitergelaufen ist, auch wenn ich das Dazwischenliegende mühelos interpolieren kann). Die problematische Kontingenz löst sich dabei tendenziell auf: Sie verwischt

gegenüber der Virtualität. Was nicht ist, aber sein könnte, und was ist, aber nicht sein könnte, wird indifferent.

Zeit wird dann medial anders gedacht werden. Insofern Gegenwart definiert werden kann nicht nur als scharfer Differenzpunkt, sondern als weiche Differenzzone, nämlich als diejenige Zeitspanne, in der getroffene Entscheidungen noch revidiert werden können und eingetretene Ereignisse noch keine anderen Ereignisse nach sich gezogen haben,<sup>35</sup> arbeitet die Maus, anders als die Fernbedienung, nicht an der Kontraktion der Gegenwart zu einem Ereignispunkt, sondern an ihrer Ausdehnung. Das hat den Nebeneffekt, dass in einer Welt revidierbarer Wahlen auch das Problem der Verantwortung eindampft und kaum mehr gedacht werden kann: Verantworten muss ich erst, was ich getan habe.

Mit der Form des Fernsehens und der Fernbedienung beginnend, mit der der Maus sich steigernd konditionieren die Medien das Denken der Medien, der Welt, der Dinge und des Selbst auf Selektivität, Kontingenz und Alternativität hin. Mit der so definierten Gegenwart ist die Welt allerdings noch nicht ganz zur Deckung gekommen. In der Welt vergeht, solange es Sterblichkeit gibt, die Zeit. In der Welt können wir, solange wir uns zeitlich-sterblich denken, nicht alle und noch nicht einmal die meisten oder wichtigsten Entscheidungen wiederholen und anders treffen. Das ist ein kritischer Aspekt am gegenwärtigen Umbruch in der Philosophie der Medialität als Selektion.<sup>36</sup> Was Nam June Paik vom Videorecorder sagte, »there is no rewind button on the betamax of life«, das gilt noch viel mehr für die Maus: Es gibt - noch - keine Rückkehr zum vorhergehenden Fenster.

Aber die erst vage erkennbaren Apparaturen der Gentechnologie arbeiten daran, das Prinzip der Selektion weiter und jenseits der Sterblichkeit zu denken und die freie Wählbarkeit im Ganzen, die uns die Medien uns selbst haben zuschreiben lassen, indem sie sie sich zuschrieben, auf jede einzelne unserer Eigenschaften beziehbar zu machen.

*VI. Abspann*

Wir haben versucht zu umreißen, wie die Philosophie des Fernsehens, eingeschränkt auf die Dimension der Wählbarkeit, als immer schon funktionierender (das Fernsehen arbeitet ja, wir wirken, ob Zuschauer oder nicht, daran mit) und damit konditionierender Denkraum beschreibbar gemacht werden könnte. Beschreibbar machen heißt in diesem Zusammenhang, die Möglichkeiten des Mediums zu übersetzen in Formen eines anderen Mediums, nämlich der Schrift und des philosophischen Schrift-Denkens. Was immer die Medien denken oder denkbar machen, was immer also ihre eigene Medienphilosophie ist, die Philosophen-Philosophie möchte es dennoch wissen und mitteilen.

Wenn es dabei hilfreich ist zu zeigen, dass das vom Medium denkbar Gemachte in den Arbeiten der Klassiker (oder der Modernen) schon vorgedacht war - oder dass und inwiefern auch schon dieses Vordenken von Medien denkbar gemacht worden war -, wenn weiter die Begriffe der wissenschaftlichen Theoriebildung und die Verfahren der akademischen Debatten dabei herangezogen werden können, umso besser. Die Arbeit der Medien und der Medienentwicklung berührt das ohnehin erst dann, wenn derlei Beschreibungen wiederum in die philosophische Praxis der Medien zurückgebunden werden.

Medienphilosophie kann dazu beitragen, das Denken der Welt selbst zu betrachten, dessen Möglichkeit sich nicht in Texten allein, sondern in Artefakten, in künstlerischen Objekten und technischen Apparaturen, in sozialen Konfigurationen und Verkehrsverhältnissen verdichtet, ausformt und realisiert. In unserer Beschränkung auf das menschliche Sprachprivileg konnten wir immer meinen, wir wären es, die die Welt denken. Medienphilosophie kann zeigen, dass es anders ist.