

Inhalt

INHALT	1
EINFÜHRUNG	2
EINLEITUNG	11
Fokussierungen.....	16
Soziale Praxis	18
Wissenssysteme.....	21
Raumstrukturierende Medien.....	22
KARTEN IM FERNSEHEN	26
Kursorische Geschichte der Medienkarten	36
Kontextualisierungen der Karten im Fernsehen: <i>Flow</i>	41
Logos	51
Trailer.....	57
Visiotyp und Blauer Planet.....	62
Bedeutungsproduktion	70
Nachrichten.....	76
Infographik.....	81
Hintergrundkarte	88
Insertkarten	94
Ideologische Setzungen	103
WETTERKARTEN	107
Zeichensätze.....	115
Nachrichtenkontext der Wetterkarte.....	121
NARRATION DER KARTE	124
Narratologie	125
Formatierte Erzählungen.....	132
Kommonsensuale Erzählungen.....	138

DIGITALE KARTEN	143
Intermedialität und Hybridität	143
Hybridkultur.....	145
Kartographie im Fernsehen als Intermedialität.....	149
Digitale Kartographie als Hybridisierung	153
Digitale Kartenflüge.....	172
KARTOGRAPHISCHE REPRÄSENTATION	178
Perspektive und Horizont	186
Lesweisen des Wetterflugs.....	193
Kartenflug als Transparenzillusion.....	200
DIE PRODUKTION VON POSITIONIERUNG.....	204
Raumkonstruktion und -konstitution.....	206
Mentale Modelle	208
Kognitive Raumkarten.....	212
Kartographie und kognitive Karten	219
Medien und mentale Karten.....	228
Raumerfahrung.....	231
Kognitive Karten: Produktion subjektiver Positionierung	243
Subjektposition	250
TOPOGRAPHIEN DES FERNSEHENS.....	263
Raummedium oder Identitätsmedium ?.....	265
Global-Lokal-Nexus.....	267
Global Village vs. Wohnzimmer.....	271
ANDERE RÄUME – ANDERE KARTEN	276
EPILOG.....	288
LITERATURVERZEICHNIS	291

Der Blick gleitet als Vogelperspektive über eine leicht gewellte, grün-braune Topographie. In der Bildmitte schließt sich der Horizont, der Untergrund trifft auf eine grauweiße Wolkendecke. Das unsichtbare (Kamera-) Auge scheint sich unterhalb der Wolkendecke weiterzubewegen, Regen streicht immer wieder von oben nach unten durchs Bild. Vertraut anmutende Gebäude überziehen den unifarbenen Untergrund, versehen mit Städtenamen. München, Nürnberg, Erfurt, Hannover ziehen vorbei, markieren Punkte auf einer Karte oder einer Reise. Der Flug endet, in der Ferne Hamburg. Dazu eine Stimme: »...Bayerns Landeshauptstadt unter grauem Himmel. Aber trocken. So bleibt es zunächst bei unserer Weiterreise. Es wird trister, und über Franken geraten wir richtig hinein ins Regenwetter. Auch über dem Main fallen Tropfen. Ebenso über dem Thüringer Wald. Und auch am Zielort Hannover gibt es nasse Füße...«

Die ntv-Börsennachrichten: Hinter der Moderatorin bildfüllend ein stilisierter Globusausschnitt, auf Europa zentriert.

Ein RTL-Trailer: auf blutrotem Hintergrund entfaltet sich aus einer stilisierten Weltkugel das Schiffbild »Der große TV-Roman«.

Eine sich langsam drehende Weltkugel in schwarzem Raum. Der nordamerikanische Kontinent kommt ins Bild, innerhalb der USA sind die Grenzen der Bundesstaaten und einige Städte zu erkennen. Während der Globus dichter ins Bild rückt, ihn ausfüllt, dreht sich der Bilduntergrund weiter, der Ausschnitt streift über den Atlantik, über Afrika und ins Mittelmeer. Dort verharrt der Blick, aus dem amorphen, undifferenzierten Untergrund schälen sich die Ländergrenzen Serbiens, des Kosovos, Mazedoniens, Albaniens und Montenegros. Der körperlose Blick richtet sich auf einen animierten Flottenverband in der Adria, zentriert ihn, lässt ihn bildfüllend werden; ein US-Kreuzer startet eine Rakete. Der Blick wechselt nun in den Gefechtskopf der Rakete, der Flug beschleunigt sich, führt den Betrachter im rasenden Tiefflug über die Landschaft Ex-Jugoslawiens und endet mit der Explosion über Belgrad in einer weißen Überblendung. Im Off kommentiert der Sprecher die Lage im Kosovo und die Notwendigkeit der amerikanischen Intervention.

Die Erdkugel vor schwarzem Hintergrund. Von vorne gleitet lautlos eine Kreditkarte auf sie zu, dringt auf Äquatorhöhe in den Globus ein. Im Off eine sonore Stimme: »Weltweit Bargeld...Mastercard«.

Auf Pro7 ein Sendertrailer – aus einer Wundertrommel-Animation schält sich eine Erdkugel und bildet mit der enger werdenden Kadrange das Senderlogo.

Einführung

Diese Arbeit beginnt mit Beobachtungen einer normalen Fernsehwoche im Mai 1999. Dem aufmerksam gewordenen Auge offenbart sich plötzlich eine wahre Invasion von televisuellen Texten in Form von topographischen Artefakten. Karten, Kartographien, Bilder des blauen Planeten und virtuelle, pseudodreidimensionale Raumflüge erscheinen dem einmal aufmerksam gewordenen Zuschauer überall. Nicht nur in den Nachrichten und Wetterberichten, auch auf der Ebene von Senderlogos, Trailern, Werbung oder im *corporate identity*-Design argumentiert der »ewige« Text des Fernsehprogrammes mit Raumbildern. Die Kartenformen erscheinen einmal als dominante Setzungen und Markierungen, einmal als Marginalien und Fussnoten, sie erscheinen als Texte und Bilder. Woher kommt die Ballung dieses visuellen Kanons? Wie entfalten diese Elemente ihre Bedeutung? Was ist der Stellenwert der Kartographie für Macher und Rezipienten von Fernsehen? Wie wirken die Karten auf den Einzelnen und wie wirken sie mit am Verständnis und Gebrauch des Fernsehens? Wie interagieren die beiden Mediensysteme, nämlich die Kartographie als historische und tradierte kulturelle Praxis und das Fernsehen als (transitorisches) Leitmedium miteinander? Und vor allem, als grundlegende Fragestellung dieser Arbeit: wie produzieren Karten im Fernsehen Positionierung?

Das Fernsehen postuliert das globale Dorf. Es ist ein Medium, das globale Wirksamkeit entfalten möchte, das als raumwirksam betrachtet wird, das uns – im Sinne eines »merkwürdigen« Realismuseffektes – ein »Fenster zur Welt« sein will. Wie geht ein solches Medium mit den Bildern von Raum, also den Karten und Kartographien, den Globen und Satellitenbildern um? Welche Bedeutung produzieren diese Bilderformen, wie werden sie vom Zuschauer angeeignet? Wie positioniert sich das Subjekt zum Fernsehen, wo verortet das Fernsehen das Subjekt? Und natürlich wird auch und zuerst zu fragen sein, wie das Fernsehen die Karten benutzt: welche Narrationen produzieren sich am Einsatz der Kartographie? Welche Kontexte prägen das Bild des Raumes im Fernsehen? Inwieweit wird die Grundfunktion der Karte, nämlich ihren Leser zu orientieren, im Fernsehen verwirklicht? Welchen Stellenwert hat die Karte im Fluss der Bilder, wieso scheint sie vor allem im Kontext der Selbstthematization der Sender (Logos und Trailer) und der Nachrichten (Hintergrundkarte und Wetter) aufzutauchen?

Noch einmal: diese Arbeit will sich mit dem Phänomen *Kartographie im Fernsehen* auseinandersetzen. Der dabei gewählte Weg führt nicht über Statistik und quantitative Auswertung zu einem verallgemeinerbaren Ergebnis. Diese Arbeit will vielmehr den Bedeutungsproduktionen, Her- und Ableitungen, den Aufladungen und Leerzeichen der Kartographie im Fernsehen nachgehen. Grundthese soll dabei sein, dass das Fernsehen eine *Alltagspraktik* ist, dass die Analyse von Fernsehen auch und immer zugleich eine Analyse der sozialen Praktiken der Aneignung, des

Gebrauchs und der Bedeutungsproduktion ist. Am Beispiel der Fernsehkartographie soll so letztendlich über das Fernsehen an sich nachgedacht werden, aber auch über Strategien des Raumverstehens durch das Subjekt ebenso wie über die Raumstrukturierung durch das Medium selbst. Weniger die Frage nach dem geographischen, meteorologischen oder kartographischen Inhalt soll im Mittelpunkt stehen, sondern vielmehr die Frage nach den Bedeutungen, Diskursen und Ideologien der Kartenbilder. Karten sollen als signifikanter Teil einer visuellen Kultur betrachtet werden, die einerseits aktuell eine hohe Wirkungsmächtigkeit entfalten und andererseits in einer Reihe von Entwicklungen und Referenzsystemen stehen.

Diese Arbeit will ihren Wert aus dem Synthetisieren und (Re-) Kombinieren von Ansätzen und Reflexionen gewinnen, aus der Anwendung verschiedenster theoretischer Positionen auf ein Materialfeld, das in der fernsehwissenschaftlichen Beschäftigung bis dato weitgehend unberücksichtigt geblieben ist. Aber gerade an diesen unbeachteten Formen, den Marginalien im Bilderfluss des Mediums, lassen sich meines Empfindens nach exemplarisch Haltungen und Strukturen ablesen. Um dies zu gewährleisten, verpflichtet sich diese Arbeit auch der (heuristischen) Dreiteilung, ihre Analyseobjekte unter den Perspektiven der Funktionen in der Produktion, als ›singuläres‹ Produkt und im Kontext der Rezeption zu berücksichtigen (vgl. dazu Hepp 1999, 109). So verstanden wird sich auch fast zwangsläufig ein Verständnis einstellen, die eigentliche ›artefaktische‹ Karte zugunsten eines eher umfassenden, kommunikativen und interagierenden Aufschreibesystems ›Raumbeschreibung‹ aufzugeben.

Unter diesen Vorannahmen lässt sich also die Frage nach der *Produktion von Positionierung* als Kern dieser Arbeit präzisieren. Positionierung wird so verstanden als Grundfunktion jeder Karte beziehungsweise des kartographischen Systems im Ganzen, nämlich ihren Rezipienten zu orientieren und ihm Aufschluss über seine Position zu vermitteln. Dadurch wird die Produktion von Positionierung aber auch erkennbar eine Funktion des subjektiven und gesellschaftlichen Wissens. Die Frage nach den Wissensbeständen, den Einflussnahmen und Kontexten dieses Wissens macht schon deutlich, dass Karten viel mehr sind als ›nur‹ pragmatische Orientierungshilfen. Der Produktionsbegriff verweist daher auch auf eine Ebene der Reflexion, Karten im Fernsehen als Teil eines konsumatorischen und ideologischen Systems zu begreifen, innerhalb dessen Karten als Waren hergestellt, zirkuliert und artikuliert werden. Die Produktion von Positionierung oszilliert somit zwischen den (inner-)subjektiven Momenten der Produktion von raumverhaftetem Wissen und den sozialen Momenten der Herstellung von ideologisierten Raumkonzepten.

Diese Arbeit ist eine überarbeitete und gestraffte Version meiner Dissertationsschrift (Nohr 2002) am Institut für Film- und Fernsehwissenschaften an der Ruhr-Universität Bochum. Mein Dank gilt Wolfgang Beilenhoff, Hartmut Winkler und Peter M. Spangenberg für konstruktive Kritik in verschiedenen Phasen des Projekts. Ebenso den Bochumer Kolleginnen und Kollegen, namentlich Markus Stauff und Ralf Adelman für Hilfe, Rückhalt und Diskussion. Ebenso haben Wolfgang Settekorn, Matthias Thiele und Wilhelm Trapp durch Anregung und Diskussion meine Argumentation weiter gebracht. Nicht unerwähnt bleiben darf die Unterstützung meiner Arbeit durch die Körper-Stiftung und das Engagement des Deutschen Wetterdienstes (Offenbach). Ein letzter Dank an Nicole – neben anderem – für Interpunktion.

Einleitung

Hie wird dir noth seyn, daß du offt und viel So schreibst, sein Lebenswerk resümierend, anschauest die Tafel Europe und'd Länder der Baseler Kartograph und Professor für gelegenheit wol in dein Kopf fassest: dan Hebraistik Sebastian Münster.¹ Bestrebt, es ein trefflich nutz ding ist, so der Mensch eine möglichst exakte und detailgetreue weißt, wo hinaus ein jetlich Landt gelegen ist, ob es gegen Occident od'Orient oder Gesamtkarte erstellen zu können, rief er mittag hinaus sein Lager habe. Hie wirstu 1528 in Ingolstadt alle deutschen Gelehrten sehen, daß einer zu Basel oder Mentz in ten auf, geographische Angaben und deinem Schiff sitzen mag und fahren bis zu tailierte Beschreibungen ihrer Heimat an St. Jacob in Hispaniam. Fragst du, wo ihn zu senden. Um möglichst der gleichen muß er dann hinausfahren, antwort ich: Beschreibungsgrundlage entsprungene nimm für dich die Tafel Europe..., so sihest du, daß er den Rhein hinab fahren kann, Berichte zu erhalten, legte er seinem Aufbiß an das Meere, darnach fahret er zwischen Flandern und Engellandt der Normandie zu und darnach fürbaß in Hispaniam.

Sebastian Münster

umfassendsten Versuche zur Vereinheitlichung der geographischen Wissenschaft darstellen (Kupčák 1980, 110). Bei genauerer Lektüre und gleichzeitiger Betrachtung einer Münsterschen Karte wird aber weit mehr über Kartographie und Raumverständnis offensichtlich als lediglich eine wissenschaftshistorische Würdigung. Zunächst wird deutlich, dass eine Karte kein isolierbares Artefakt darstellt, sondern im Kontext von Herstellung und Rezeption steht. Die reine Karte bedarf einer »Anleytung« zu ihrer Herstellung, bevor sie ein »trefflich nutz ding« werden kann. Und selbstverständlich dient sie nicht nur der Orientierung des Einzelnen (»...nimm für dich die tafeln...«), sondern verweist auch auf ein epistemologisches Paradigma, dem historischen Wissensbestand ihrer Herstellung. Die Karte spricht ihr *Welt-Wissen* aus, gleichzeitig verschweigt sie aber auch das Nichtwissbare (beispielsweise Nordamerika). So wird sie zu einem beredten Zeugnis eines Wissens über und einer Vorstellung von Raum, sowohl in seiner konkret vorgestellten Ausdehnung (»..den Rhein hinab... bis an das Meere...«) als auch in seiner abstrakten Konzeption (»Orient... Okzident... Mittag«). Sie orientiert den Benutzer ebenso, wie der Hersteller dessen Positionierung wünscht. Und gleichsam fällt in der Betrachtung der Weltkarte von 1532 (s. Abb.1) die Durchdringung verschiedener kommunikativer Systeme in der Abbildung der Welt auf: Das graphische Bild der Welt steht fast gleichberechtigt neben den Elementen des (textuellen) Beschreibens und des bildlichen Narrativisierens. Textuelle Kartenlegende und ausschmückende Legendenbilder umranken und durchdringen die wissenschaftliche Abbildung der Welt. Die Karte ist kein *Ab-Bild*, sondern ein diskursi-

¹ zit. nach Zahn/Kleinschmidt 1995, 154

ves, mehrstimmiges Kommunikationssystem, das sich im Wesentlichen mit der Beschreibung der Welt (*geo graphein*) und des abstrakten Raumverständnisses (*cosmographia universalis*) beschäftigt. Sie ist nicht mehr eindeutig zuordenbar: Zeigt sie die Welt als Text oder als Bild, was genau repräsentiert sie? Münsters Blick auf die Welt ist mehrfach gebrochen. Er will orientieren, positionieren, objektivieren, rückt die Perspektive des in-der-Welt-seienden Menschen in den Mittelpunkt. Aus der Beschreibung seines Augenfeldes, seines Umweltraumes, der erlebten Landschaft extrapoliert und addiert der forschende Mensch das Bild der Welt als Ganzes. Was er nicht sehen kann, davon schweigt er, somit radikale Epistemologien vorwegnehmend, nur um sie auf einer weiteren Ebene zu unterwandern. Denn keineswegs ist ihm die Welt die Summe ihrer Tatsachen, das Schweigen der Karte füllt er mit den Phantasien, Legenden und Mythen einer diskursiv-historischen Kultur. Seine reale Welt ist ihm – fast buchstäblich-bildlich – das Zentrum in einer ›legendären‹ und imaginären Welt. Der abstrakte Raum ist eingebettet in eine mythische Landschaft.

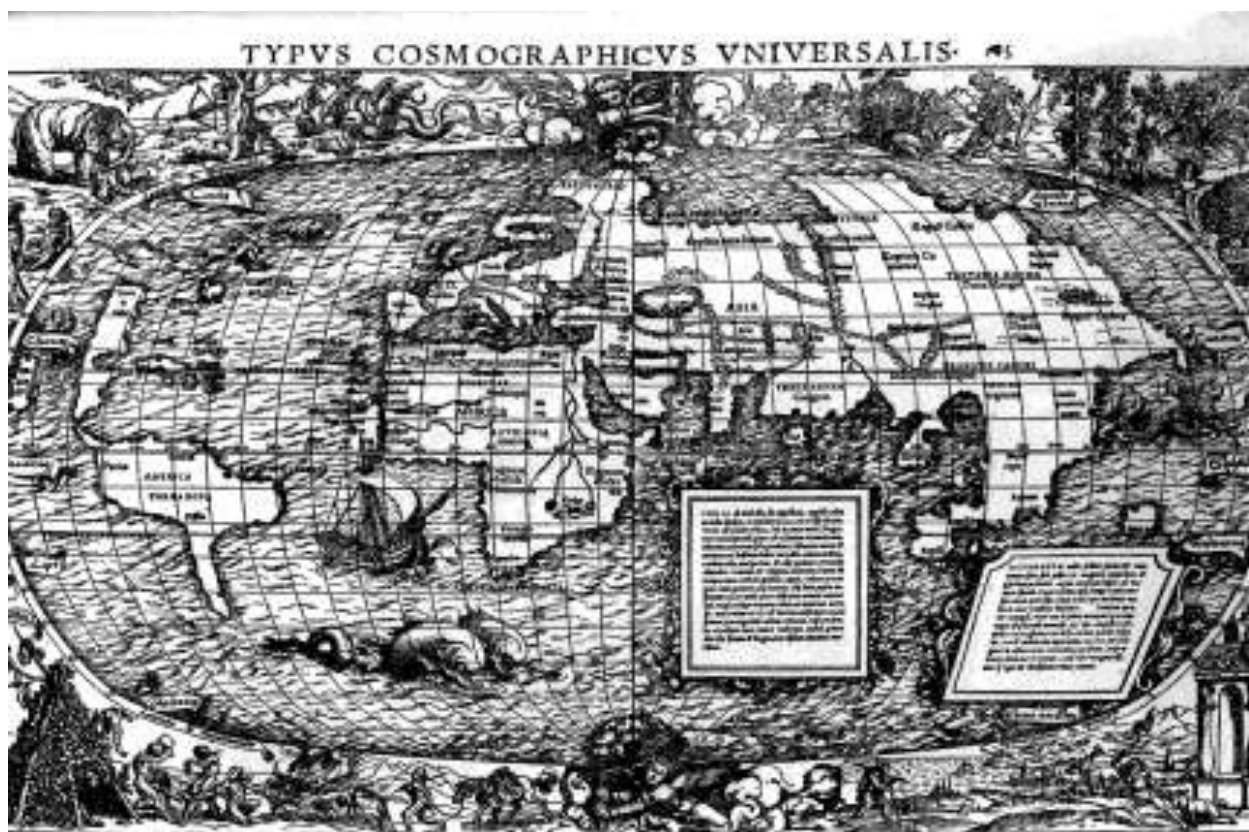


Abbildung 1 Erdkarte, Sebastian Münster, 1532

Kartographie steht hier weniger für ein *Sehen der Welt*, sondern vielmehr für ein *Sehen der Welt als...* ein. Kartographie ist bei Münster keine objektive Verbildlichungsstrategie, sondern ein von darstellenden und ideologischen Parametern

durchzogenes Abbildungssystem.² Die Karte spiegelt nicht die Welt, sie ist Sinnbild oder Repräsentation des Welt-Bildes. Die »naive« subjektive und gesellschaftliche Anschauung der Kartographie, nämlich ein Grundbedürfnis nach Orientierung und Information zu erfüllen, ist nur eine Ebene der Repräsentation. Positionierung selbst ist ebenso nur in einer ersten Ebene ein tatsächlich räumlich-geographischer Wunsch nach Verortung im Raum. Darüber hinaus steht die Idee der Positionierung auch für einen (kognitiven) Handlungsprozess der subjektiven und diskursiven Seinsbestimmung, der Selbstbestätigung nicht nur im Raum sondern auch in der Zeit; schlicht: im Sein. Karten sind also per se hochgradig aufgeladenen Metaobjekte, die spezifischen Abbildungsstrategien unterworfen und bewussten oder unbewussten nichträumlichen Einschreibungen und Bedeutungsaufladungen interdependent sind. Die Karte ist aber nicht nur aus sich selbst heraus oder durch ihren Produzenten aufgeladen, sondern auch für Aufladungen und Durchdringungen durch andere, weniger deutlich verort- und lokalisierbare diskursive³ Strömungen offen. Karten sind insofern auch prinzipiell ideologisch und damit (auch) normativisierbare und funktionalisierbare Systeme.

² Hier schreibt sich – übergreifend und auf das gesamte Feld verweisend – das Grundproblem der *kartographischen Generalisierung* ein. Die Abbildung der dreidimensionalen Welt in einem zweidimensionalen Bild ist zwangsläufig ein Prozess, der Entscheidungen zur Reduktion, Auslassung, Interpretation und Verkürzung erzwingt. Die Person oder Institution des Kartenherstellers rückt ins Augenmerk, tritt aus dem Verborgenen hervor. Unterstellen wir dieser Autorenschaft, dass sie bewusst oder unbewusst intentionale Einflüsse ihres Kontextes, ihres politischen, sozialen und ökonomischen Umfeldes in diese Entscheidungsleistung mit einbeziehen, so wird deutlich, wie sehr die Karte als Modell von ihrem Hersteller abhängig ist. Gerade an einer Figur wie Sebastian Münster oder – noch deutlicher – dem »Gründungsvater der deutschen Kartographie« Gerhard Mercator wird dies erkennbar. Auf der einen Seite präsentiert Mercator sich als Universalgelehrter und Hofkosmograph, ein Mensch zwischen den Polen von wissenschaftlicher und politischer Macht auf der Suche nach Universalien. So fungiert er als das Urbild des zweckfreien Wissenschaftlers, der Grundlagenforschung, lediglich institutionell und finanziell eingebunden in ein wissenschaftlich-politisch-ökonomisches System. Auf der anderen Seite erscheint Mercator als ein »Patenthalter« der Mercatorprojektion als paradigmatischem Abbildungsverfahren, hochgradig eingebunden in ein System der ökonomischen Potenzierung, sei es als Begründer einer erfolgreich vermarkteten Produktlinie (dem »Mercatoratlas«), sei es als Schöpfer eines Kolonialisierungswerkzeugs, eines Erschließungsinstruments neuer Märkte (vgl. Thiele 1995, 29). So stellt sich die Figur des Gerhard Mercator auf der Scheidelinie zwischen den Zeitaltern dar: Auf der einen Seite Kartograph für Karl V. als letztem Kaiser des Mittelalters, auf der anderen Seite als marktwirtschaftlich orientierter Produzent der Aufklärung. Diese Polarität der Figur Mercator fixiert John Fiske an der vollzogenen Namensänderung von »Cremer« nach »Mercator«. Durch die Änderung verdichtet er eine zweifache Repräsentation: zum einen durch die Latinisierung seines Namens eine Koppelung an intellektuelle Diskurse, durch die assoziative Nähe von »Mercator« zu »merchant« (wie auch »Cremer« zu »Krämer«) eine Koppelung an den ökonomischen Diskurs (Fiske 1993a, 157f).

³ Ich beziehe mich in der Verwendung des Diskursbegriffes auf eine Denkungsweise, in der dem Diskurs nicht nur die Summe der symbolischen und materiellen Praktiken, sondern zusätzlich dazu auch außersymbolische Praktiken (im Sinne der sozialen Praktiken) enthält (vgl. dazu exemplarisch Winkler 1999, 45f).

Ein Nachdenken über moderne Kartographie muss fast zwangsläufig auch zur Frage nach der Distribution der Kartographie gelangen. Und eine Form dieser Distribution ist das Fernsehen. Eine nur auf die Kartographie bezogene Historiographie und Analyse würde die Karte zwar vorrangig als Medium⁴ begreifen, die Spezifika der Medialität selbst aber weit außer acht lassen. Karten sind eben nicht nur Repräsentationen räumlicher wie nicht-räumlicher Bedeutungen, sondern auch Teil eines Mediensystems, das zunächst auch unabhängig seiner Inhalte ebenso Bedeutungen produziert. Ein Nachdenken über die Zirkulationen gesellschaftlicher Wertesysteme am Beispiel der Kartographie darf letztlich die Spezifika des Trägersystems dieser Kartographie nicht unberücksichtigt lassen.

Generelle Fragestellung der Argumentation ist somit die Bedeutungsproduktion durch, zum anderen die individuellen Lesweisen von Karten im Fernsehen. Das bindende Glied dieser Doppelklammer ist das als (im weitesten Sinne) aktiv postulierte Subjekt.⁵ Daraus resultiert die konkrete Untersuchung einerseits des (vorrangig: nichttopographischen) Gehalts von Fernsehkarten, und zum anderen die individuelle Rezeption (also die Aneignungsformen von kartographischen Raumbildern). Da sowohl das Objekt der Untersuchung selbst (die Karte) als auch das Medium selbst (Fernsehen) vielfach von differenten Aussagesystemen durchdrun-

⁴ Ich sehe mich an dieser Stelle natürlich mit dem Problem konfrontiert, eine eigentliche Definition des Begriffes »Medium« leisten zu müssen. Jenseits eines Ausschlusskriteriums, nämlich der Annahme, dass eine Definition des Mediums lediglich über die Topoi der Massenhaftigkeit und der Reichweite, oder über ästhetische Konfigurationen zu leisten sei, kann an dieser Stelle vielleicht die These stehen, dass ein Medium ist, »...was für und zwischen Menschen ein (bedeutungsvolles) Zeichen (oder ein Zeichenkomplex) mit Hilfe geeigneter Transmitter vermittelt, und zwar über zeitliche und/oder räumliche Distanzen hinweg« (Bohn/Müller/Ruppert 1988, 10; zit. nach Müller 1994, 127). Aber selbst diese weit gefasste Definition kann nicht als definitorische Basis dienen, betont sie doch beispielsweise eher die verbindende Vermittlung zwischen Subjekt und Objekt und nicht die ebenso zu konstatierende Trennung derselben im Medienbegriff (vgl. Ochsenner/Hoffmann 2000, 410f). Am pragmatischsten lässt sich das »Dilemma« des ungeklärten Begriffs vielleicht durch den Kittlerschen Ansatz überbrücken, den Begriff des Mediums als *Aufschreibesystem* zu paraphrasieren. Aufschreibesystem bedeutet ihm nicht nur eine Umfassung des instrumentellen Charakters der Werkzeuge, sondern auch »das Netzwerk von Techniken und Institutionen [...], die einer gegebenen Kultur die Adressierung, Speicherung und Verarbeitung relevanter Daten erlauben« (Kittler 1993, 519); und dies eben – in meiner Lesweise – nicht nur im Sinne eines medialisierbaren Kommunikats, sondern im Verständnis einer Bedeutungsmaterialisation. Eine so umrissene Begrifflichkeit von *Medium* meint im Folgenden dezidiert nicht eine über ihre Materialität oder technisch, »hardware-orientiert« definierte Objektklasse, sondern genereller einen Bedeutungsträger im reaktiven Interagieren zwischen Produzent und Rezipient.

⁵ Dass Rezeption primär ein aktiver Prozess ist, ist als verkürzte Aussage sinnvoll, theoretisch-analytisch jedoch genauer zu differenzieren. »Aktivität« der Rezeption muss also als eine bedingte und deshalb vermittelte aufgefasst werden. »Passivität« dürfte dabei das eine (und praktisch nie erreichbare) Extrem auf der Bandbreite der Möglichkeiten abgeben. Zudem ist die Konfrontation von Aktivitäts- und Passivitätspostulaten theoretisch insofern gegenstandslos, als beide Paradigmen gänzlich unterschiedliche Gegenstände konstruieren: Konzepte »starker« Medien beschäftigen sich mit medialen Strukturen, sei es ihre institutionelle Verfasstheit, ihrer Ökonomie oder ihrer Programme und Sendungen« (Müller/Wulff 1997, 172).

gen ist, scheint nur eine interdisziplinäre Herangehensweise, oder zumindest ein Argumentieren auf der Grundlage verschiedener Paradigmen sinnvoll. Zu erwartende Brüche und Diskontinuitäten werden in Kauf genommen.

Bei der Überführung des Mediums Kartographie in das Medium Fernsehen findet – so die These – eine progressive Hybridisierung statt.⁶ Die Überschneidung der beiden Linien ›Fernsehen‹ und ›Kartographie‹ ist nicht additiv; der entstehende Hybride *Fernsehkartographie* setzt eine spezifische – und im Folgenden zu reflektierende – Bedeutungsproduktion frei. Als Konsequenz der Hybridisierung muss davon ausgegangen werden, dass darstellungs- und rezeptionsspezifische Postulate der reinen Kartographieanalyse nur eingeschränkt angewandt werden können, da sich in der Hybridisierung das transferierte Medium verändert. Ziel ist es also, diese – vielleicht vage als ›synergetisch‹ zu bezeichnenden – Effekte des Hybridisierungsprozesses zu analysieren. Hybridisierung kann somit nicht als ein rein struktureller, medienapparativer Verschmelzungsprozess verstanden werden, sondern muss auch als rezeptionsseitige Produktion angenommen werden. Ein besonderes Augenmerk muss in diesem Betrachten daher zweierlei finden: einerseits das kognitive und relationale Subjekt, das die Hybridisierung und ihre Bedeutungsverschiebungen rezeptionell aneignet, andererseits aber auch die eher strukturelle Hybridisierung von sowohl in der Kartographie als auch im Fernsehen selbst angelagerten Formen und Bedeutungsstrukturen.

Nicht nur deswegen wird im Folgenden ein perspektivischer Spagat zu leisten sein: Es soll das (kognitive) Subjekt selbst in seiner prozessualen Interaktion mit der Fernsehkarte neben dem gesellschaftlichen Subjekt als Rezipient im Feld zwischen Medieninteraktion und gesellschaftlicher Kommunikation im Augenmerk stehen. Wenn wir den Produktionsbegriff von Positionierung in dem Sinne verstehen, dass Produktion immer ein Prozess sowohl der zugrundeliegenden Struktur wie auch des konsumierenden und aneignenden Einzelnen ist, so wird deutlich, dass eine Analyse dieser Positionierungsproduktion beide Ebenen zu berücksichtigen hat. Im weitesten Sinne könnte also die Betrachterperspektive aufgespalten werden in das kognitive Individuum und das gesellschaftliche Subjekt. Weniger soll hierbei eine Unterscheidung in *res cogitans* und *res extensa* als Begründung dienen, sondern die Überlegung, ein – wie auch immer geartetes – ›aktives Subjekt‹ als doppelt perspektivierbar anzunehmen. Vielmehr kann hier eine Nähe zum

⁶ Gegen die populäre Verwendung des Begriffes Hybride möchte ich dezidiert die von McLuhan (1992 [1962]) etablierte Verwendung stellen. Er analysiert beispielhaft an dem Zusammengehen von oraler und schriftlicher Kultur die Energien und Reaktionen des entstehenden neuen Kommunikationssystems und zeigt dabei einerseits, dass das Zusammenfallen nicht als additiver Prozess, sondern als ›Bedeutungsexplosion‹ betrachtet werden muss. Andererseits betont er, dass gerade im Zusammengehen zweier Medien die Strukturmerkmale beider Medien besonders deutlich hervortreten: »Der Augenblick der Verbindung von Medien ist ein Augenblick des Freiseins und der Erlösung vom üblichen Trancezustand und der Betäubung, die sie sonst unseren Sinnen aufzwingen« (ebd. 73).

Anschauungsbegriff abgeleitet werden, die sich aus der Modellhaftigkeit und der konzeptuellen Analogiebildung der mentalen Modelle speist. Absichtliches Sehen und die daraus resultierende deutliche Wahrnehmung scheint im anschauungsbegriff als Wechselspiel zwischen Wahrnehmung und Vorstellung. Mit dieser Parallele wird aber auch mein eigentlicher Punkt dieser Argumentation betont: der Kern der Anschauung ist ein zutiefst subjektiver, hochgradig individueller Punkt.

Diese Doppelung (oder innen-außen Dichotomie) beruft sich einerseits auf die mentale Aktivität des handelnden Subjekts, wie es beispielsweise der Kognitivismus beschreibt, zum anderen auf die Konzeption des gesellschaftlichen Subjekts, wie es aktuell im Kontext (post-) strukturalistischer und diskursanalytischer Ansätze diskutiert wird. Die zweite Linie der Hybridisierung jeweiliger Bedeutungsproduktionen von sowohl Fernsehen als auch Kartographie wäre insofern wiederum über das Subjekt integriert. Es ist dies die Frage nach den in beiden Medien selbst angelegten Diskursstrukturen, Machtpraktiken und Aussagesystemen.

Fokussierungen

Die Reflexion des Hybridisierungsprozesses von Karten und Fernsehen bedarf aber eines geschärften Blickes für den Kontext und seine Rückbindung in gesellschaftliche, soziale und mediale Strukturen. Nicht Binnenanalyse, sondern Ethnographien, *dichte Beschreibungen* (Geertz 1983) scheinen zur Umfassung des Topos angezeigt. Entscheidender ist aber, dass für die beiden Verdichtungspunkte dieser Arbeit, nämlich *Karte* und *Fernsehen*, eine materialistische, objektorientierte Betrachtungsweise ausscheidet. Fernsehen kann nicht produktiv am technischen Artefakt, an der rein apparativen Anordnung festgemacht werden. Fernsehen als Konglomerat aus Sendung, Sender, Apparat, verstreuten Zuschauern (mit Fernbedienungen) bildet ein dynamisches Beziehungsgeflecht ohne abgeschlossene distinkte Einheiten, innerhalb dessen in einem komplexen und oftmals oszillierenden Rückkoppelungsgeflecht Bedeutungen an Artefakten wie den Karten produziert werden. Nicht unähnlich in der Kartographie: Auch hier ist nicht von eindeutigen und linearen Abhängigkeiten auszugehen, sondern, wie einführend angerissen, ebenso von einer Vielzahl von Abhängigkeiten und Beeinflussungen. Ebenso ist die Kartographie selbst nicht ausschließlich über das distinkte und enthistorisierte Objekt Karte analysierbar. Vorausgeschickt sei aber bereits hier die Einschränkung, dass sich diese Arbeit in ihrer Beschränkung eher dem genealogischen als dem archäologischen Zugang widmen wird.⁷ Es sei aber dennoch angedeutet, dass das Nach-

⁷ Vage orientiert an der von Michel Foucault (1992 [1977]) vorgegebenen Linie der theoretischen Dialektik von Genealogie (Forschung nach Folge und Verwandtschaft) und Archäologie (Rückschluss vom Heute auf das Gestern).

denken über die Etablierung von aktuellen Selbstverständlichkeiten nicht zuletzt auch eine historische Perspektive mit einschließt, was gleichermaßen für »das Fernsehen gilt.

Karten sollen also nicht als hermetische Objekte angesehen werden, sondern als Teil einer relationalen Beziehung zum Subjekt analysiert werden. Somit ist es notwendig, den Prozess der Interaktion zwischen Karte bzw. kartographischer Information einerseits und dem rezipierenden Subjekt andererseits näher zu bestimmen. Es ist daher offensichtlich, dass die Bestimmung eines Kulturverständnisses – als dem Kontext dieser Interaktion- an Gewicht gewinnt. Denn selbstverständlich ist die Überführung der Karte ins Fernsehen kein singuläres Phänomen, sondern Teil eines komplexen Wirkungszusammenhangs – der Handlungsrahmen ist die Kultur, das Handeln des Subjekts individuelle, kulturelle und soziale Praxis.

Kartographie ist eine tradierte und historische kulturelle Praxis, Fernsehen ein Leitmedium. Die Interaktion dieser Diskurse setzt spezielle Aussagesysteme und Bedeutungsproduktionen frei. Interessant sollte in der Analyse des aktuellen Bilderprogrammes Fernsehen sein, den parallel stattfindenden gesellschaftlichen Veränderungen des Raumbegriffes und des Raumbildes im Medium nachzuspüren. Dabei scheint die Kategorie *Raum* sowohl im sozialen wie auch im medialen Feld eine hervorgehobene Kategorie zu sein. Ob sich diese Korrelation von Veränderungen sowohl des Wahrnehmungsfeldes Raum wie auch des Raumkonstitutivums Fernsehen auf einen Binarismus wie »global flow versus local viewing« (vgl. Crang 1998, 93) reduzieren lässt, wird zu diskutieren sein.

Es wird so vielleicht aber auch deutlich, dass es im Folgenden nicht um monokausale und binarische Beschreibungen von Wirkungszusammenhängen gehen kann. Interaktion zwischen Medium und Rezipient, zwischen Welt und Subjekt ist immer ein oszillierender, sich rückkoppelnder Prozess der beständigen Fluktuation und des Austausches. Die Produktion von Bedeutung durch den Medienhybriden Fernsehkartographie auf den Ebenen von Gesellschaft und Subjekt kann somit weder abgeschlossen noch umfassend dargestellt werden. Sowenig der Versuch eine vollständige Ergründung der Tiefenstrukturen zum Ziel haben kann, sowenig kann die angestellte Reflexion als exemplarisch für das gesamte Mediensystem betrachtet werden. Trotzdem sollen beide Linien zumindest angedacht werden: wie lässt sich die Wirkung von Karten im Fernsehen begreifen? Welche allgemeinen Medienhandlungen kommen dabei zum Tragen?

Soziale Praxis

Beginnen wir mit der fundamentalen und verbindenden Ebene unserer disparaten Gegenstände – der Kultur. Dass es mir bei der Bestimmung von Kultur nicht um die materielle Verfasstheit von Kultur geht, scheint aus der gestellten Aufgabe selbst zu sprechen. Kultur kann als die »sinnhafte Dimension des Sozialen« aufgefasst werden. Diese – zunächst noch rudimentäre – Definition Hörnings (1997, 31f) grenzt sich vor allem ab gegen ein reduktives Verständnis von Kultur als Summe von Sinnstiftungen und Deutungsmustern durch symbolische Zusammenhänge. Hörning kritisiert an diesem semiotischen Kulturbegriff die mangelnde Klärung des Verhältnisses von Sinn und Praxis (ebd., 32f). Es erscheint so, als würde sich die soziale Welt als Text erschließen, als Zusammenhang von Zeichen und Regeln, Semantiken und Deutungsmustern. Ein so konzipierter »Kulturalismus«, wie er beispielsweise von Clifford Geertz⁸ vertreten werde, übersehe die Pragmatik der Hervorbringungen, Zirkulationen und Neudeutungen von sozialen Mustern. So fände das Kontingente, Zufällige und die daraus resultierenden möglichen Gegenlesweisen und Umdeutungen in einem semiotischen Kulturalismus keinen Platz.

Dieser eher vage zu nennende Versuch gibt eine Richtung vor, die immateriellen Werte des Feldes *Kultur* dienlich zu benennen. Steven Greenblatt (1995) selbst leitet aus einem ähnlichen, »immateriellen« Verständnis eine Umfassung von Kultur als Polarität von Restriktion und Bewegung ab (ebd., 48f). So sieht er das Ensemble von Überzeugungen und Praktiken, die in ihrer Gesamtheit eine Kultur bilden, als umfassende disziplinarische und beschränkende Kontrolltechnik der Konformitätsbildung, die aber andererseits auch Bewegungen zulassen muss:

Ohne Bewegungen sind Beschränkungen praktisch bedeutungslos, nur durch Improvisationen, Experiment und Austausch lassen sich kulturelle Grenzen errichten (ebd. 53).

Dieses Verständnis von Kultur als Dichotomie zwischen eingeschriebener Macht und Zirkulation von Bedeutung führt zu einem dienlichen, wenn auch nicht »definitiven« Begriff der Kultur. Von besonderem Interesse für mein Unterfangen ist dabei sicherlich die räumliche (oder besser: topologische) Dimension der Kultur. Dabei geht es mir nicht vordergründig um die räumliche Erstreckung von Kultur, sondern viel eher um räumliche Sinnstiftungen durch Kultur: »how cultures make sense of space« (Crag 1998, 2). In einem solchen kulturgeographischen Verständnis wird der Raum und die Landschaft zu einem Einschreibungsort

⁸ »Der Kulturbegriff, den ich vertrete [...], ist im Wesentlichen ein semiotischer« (Geertz 1983, 9). Dabei zeigt sich jedoch im Folgenden, dass der von Geertz gewählte Kulturbegriff weitaus flexibler ist, als die »semiotische« Definition zunächst unterstellt. So zielt seine anthropologische Analyse von sozialen Handlungen und Praktiken m.E. nicht auf eine Idee einer symbolisch determinierten Ausdrucksform, wie von Hörning (1997, 32) impliziert.

kultureller Bedeutungen und Praktiken, zu einem Palimpsest kultureller Entwicklung und Diffusion. So formt sich aber auch ein anderer Begriff der Geographie als analytischer Wissenschaft. Geographen wie Neil Smith (1996), Edward Soja (1989) oder Irit Rogoff (1992), Denis Wood (1992) und J. Brian Harley (1990; 1992) etablieren mit den *Postmodern Geographies*⁹ ein Verständnis der Geographie als im weitesten Sinne diskursiv-topologisch-kognitiver Systeme, welches sich mit den Verbindungen zwischen Subjekt und Ort auseinandersetzt und dabei nicht nur die diskursive Positionierung des Subjekts neu bewertet, sondern auch Blickpositionen, Differenzstrategien, Kontextualisierungen in Raum und Zeit und intelligible Artikulationen mit integriert (vgl. Rogoff 1996, 72). Auch der *linguistic turn* hinterlässt in dieser Auseinandersetzung seinen Spuren. Vor allem die Arbeiten Woods und Harley zeichnen sich durch eine Neukonzeptualisierung der Karten als Sprachsysteme in Anlehnung an (post-) strukturalistische Überlegungen aus. Auch werden (vor allem in der Nachfolge Foucaults) Karten vor allem als hegemoniale Machtpraktiken analysiert und die bis dato angenommene ›Eindeutigkeit‹ der kartographischen Kommunikation durch die ›Krise der Repräsentation‹ in Frage gestellt.¹⁰ Ausgehend von der Perspektive, geographisches Wissen in erster Linie als Manifestation und Repräsentation von (modernen) Machtverhältnissen zu verstehen, erfahren Konzepte wie *Nation*, *raumgebundenen Identität* oder *Heimat* hier (naheliegende) Umbewertungen.

Modernization, as I view it here, is a continuous process of societal restructuring that is periodical accelerated to produce a significant recomposition of space-time-being in their concrete forms, a change in the nature and experience of modernity that arises primarily from the historical and geographical dynamics of modes of production (Soja 1999, 124).

Grundsätzlich offenbart sich hier das Nebeneinander der zwei entscheidenden Grunddenkungsarten im Feld der *cultural studies* – nämlich der Widerstreit zwischen einer kulturalistischen und einer strukturalistischen Denkungsweise (vgl. Hall 1999b, 128). Um nicht zu tief in diese Auseinandersetzung einzusteigen, sei hier einfach betont, dass der Begriff der *sozialen Praktik* die Prozessualität und Undeterminiertheit, Offenheit des sozialen Handelns betont, die im Vorhaben dieses Projekts passend erscheint. Und nicht zuletzt wird so die Prozessualität des Handelns in der Kultur, in der Gesellschaft betont; eines Handelns, das ebenso auch Kunstform ist – eben die »Kunst des Handelns« (de Certeau 1988). Wichtig scheint jedoch, den Begriff der Handlung und der Praktik grundsätzlich nicht als Gegenbegriff zu einer diskursiven, hegemonialen oder macht-praktischen Konzeption von Kultur und Gesellschaft zu verstehen. Die soziale Praktik ist keines-

⁹ So der Titel Sojas richtungsweisender Arbeit (Soja 1989).

¹⁰ Zu einer dezidierten Auseinandersetzung mit den neuen Ansätzen der Postmodernen Geographie vgl. Huffman (1996).

wegs als Bedeutungsproduktion jenseits des Diskurses zu verstehen, als eine Form des sinnfälligen Agierens gegen die soziopolitischen Machtstrukturen, sondern viel eher als eine Form des mikropolitischen Handelns im Rahmen der Diskurse, im generellen System der Machtpraktiken. Die soziale Praktik ist – in meinem Verständnis – lediglich als ein Versuch zu verstehen, individuelle Handlung und Sinngebung jenseits der gesellschaftlichen Makrostrukturen zu konzeptualisieren, und die Bandbreite disziplinatorischer Strukturen dergestalt zu umreißen, als das Individuum vorgebliche Handlungsfreiheiten umzusetzen vermag, die dennoch den Diskurs an sich nicht zu destabilisieren in der Lage sind.

An dieser ›Handlungsdiagnostik‹ sozialer und individueller Befindlichkeiten wird die Idee der Untersuchung von Raumbildern deutlich. In einem Verständnis der Rezeption von Karten als sozialer Praktik entfaltet sich sinnfällig die Polarität von lokaler und individueller Positionierung wie auch die eher topologische Relationierung des sozialen Gefüges. These dieses Vorhabens ist, dass die kartographische Materialität auf eine spezifische Weise die Sozialität (sowohl gesellschaftlich als auch intersubjektiv) durchdringt und beeinflusst und sich auch in einem rückgekoppelten Austauschprozess mit der sozialen Realität befindet. So zeichnet sich auch eine wissensbasierte Oszillation zwischen Gesellschaft, Subjekt und Medium ab. Die Karte als ›Wissensproduzent‹ wie auch als ›Wissensspeicher‹ interagiert mit kulturellem und sozialem Wissen insofern, als sie einerseits dieses Wissen in sich aufnimmt und aufschreibt, andererseits aber in der Rückkoppelung auch und vor allem an der Produktion eines solchen Wissens beteiligt ist. Diese Bedeutungsproduktion entzieht sich aber einer eindeutig darstellbaren Wirkungsspezifik. Die Rezeption und Interaktion mit kartographischer Bedeutung ist sicherlich ein klar zu umreißendes Alltagshandeln. Aber alleine die Frage, in welchen Bezugsrahmen und mit welchen Kopplungen die Lektüre der abendlichen Wetterkarte zu umfassen ist, macht deutlich, dass die Suche nach einer eindeutigen Regelmäßigkeit am Objekt vorbeigeht. So muß zum Beispiel die Analyse der vom Fernsehen verbreiteten Bilder (Vorstellungen) und der vor dem Fernsehen verbrachten Zeit (ein Verhalten) durch eine Untersuchung dessen ergänzt werden, was der Kulturkonsument während dieser Stunden mit diesen Bildern *fabriziert* (de Certeau 1988, 13).

Wie entsteht Sinn und Bedeutung im Betrachten einer Wetterkarte oder einer politisch-thematischen Karte? Welche Aufladungen erfahren differente kartographische Formen und Inhalte von Seiten der Produzenten? Welche Aneignungen, Interpretationen und (Gegen-) Lesweisen tragen Rezipienten an diese Kartenformen heran? Was ›fabrizieren‹ wir aus Karten im Fernsehen?

Wissenssysteme

Karten sind in vielfacher Weise Teil des Wissenssystems. Es gilt daher auch, sie unter der speziellen Fokussierung der Wissensgenese und -repräsentation zu betrachten.

Wissen produziert nicht Wahrheit, sondern Macht, und folglich bedeutet seine Produktion und Zirkulation eine Teilnahme an gesellschaftlichen Beziehungen (Fiske 1993c, 51).

In einer so gefassten Fragestellung wird deutlich, dass Kartographie, in einem Verständnis von Raumabbildung, eng verbunden ist mit einem Wissensbegriff. Es gilt daher, Karten unter der speziellen Fokussierung der Wissensgenese und -repräsentation zu betrachten. Karten in einem Verständnis von Welt-Bildern sind archetypische Wissens-Bilder. Sie sind Verbildlichungen, Archive und Dokumente der jeweilig motivierenden Wissenssysteme ihrer Herstellung. Diese archäologische Herleitung lässt deutlich werden, dass an den Komplex der Fernsehkarte die Frage nach dem innewohnenden Wissensbild, und daran gekoppelt auch die Frage der Machtfülle, zu stellen ist. Deutlich geschieden werden muss aber auch hier die dem Medium Fernsehen selbst innewohnende Wissen-Macht-Koppelung. Aber auch hier ist wieder davon auszugehen, dass die Hybridisierung mehr als nur additive Effekte hervorbringt; vielmehr ist von einer ›Potenzierung‹ von Wissenbeständen auszugehen. So stellt sich die Karte in ihrer archäologischen Aufschlüsselung als signifikante Ausdrucksform eines verändernden *Episteme* dar, wie es Foucault in seiner *Ordnung der Dinge* beschreibt (Foucault 1974; vgl. Fink-Eitel 1992, 38).¹¹ Dieser historischen Linie in aller Tiefe und Ausführlichkeit zu folgen, würde den Rahmen dieser Ausführungen jedoch sprengen.

Vorläufig kann also der Untersuchungsrahmen der Kartographie am Pol der Macht in der Gesellschaft, am Pol der Wissensproduktion und am Pol der Subjektposition gekoppelt werden. Die Kultur entfaltet die innewohnende Macht, indem sie den Deutungsspielraum einschränkt. Macht ist produktiv und fein verästelt, das Dispositiv der Macht ist in der Formation der Diskurse verankert, und das selbstbewusste Subjekt interagiert in diesem Bezugsgeflecht.¹² Wichtigster Parameter dieser Umkreisung ist aber selbstverständlich das Medium (Fernsehen) als Ausdrucksform dieses Geflechts. Foucaults zentrale Metapher der Normalisierungsgesellschaft ist ein »komplexes Netz aus unterschiedlichen Elementen« ohne

¹¹ »Die klassische ›Episteme‹ definiert als die Gesamtheit der Bedingungen, die das Wissen der Klassik ermöglichen, beruht auf einer allgemeinen Ordnungswissenschaft, in der die Analyse, das Feststellen von Identitäten und Differenzen, universales Erkenntnisprinzip ist« (Plumpe/Kammler 1980, 194).

¹² Ohne dem Verlauf der Argumentation vorzugreifen, scheint eine wichtig Differenzierung bereits hier angebracht: die soziale Praktik ist nicht deckungsgleich mit der foucaultschen Machtpraktik (vgl. Hörning 1997, 40 oder Winkler 1999, 54f).

einen fest definierbaren Mittelpunkt, ein »Machtzentrum« (Foucault 1994, 396). Es scheint zu weit gegriffen zu sein, dieses dezentrale Netz sofort und ausschließlich mit den Netzwerken der neuen Medien (beispielsweise dem Internet) verknüpfen zu wollen. Vielmehr erscheint diese Metapher vorrangig geeignet, Mikropolitiken von Mediensystemen (beispielsweise dem Medium Fernsehen) näher zu kommen. So könnte darüber reflektiert werden, inwieweit das Medium Fernsehen in einer Betrachtung als dezentralem Kommunikationsmittel (dezentral in dem Sinne, dass es keinen zentralen Produzenten, keinen zentralen »Meinungsmacher« impliziert) nicht strukturkompatibel zur foucaultschen Beschreibung der gesellschaftlichen Machtpolitik gesetzt werden kann: Die Macht verliert den Körper, entsubstantiiert sich und subjektiviert sich in den Einzelnen. So wirkt sie, körper- und substanzlos, nicht institutionell gebunden im dezentralen, semipermeablen Kommunikationsprozess der Fernsehrezeption weiter. In dieser medialen Form aber hat die Macht keine direkte Durchdringung zum Rezipienten: Das Medium ist nicht allmächtiger Manipulator. Vielmehr sind disziplinierende Prozesse somit in das Feld der Rezeption verlagert, können als Austauschprozesse zwischen medialem Kommunikat und dem Subjekt im Moment der Rezeptionsaushandlung angesiedelt werden. Mit dem Begriff der *sozialen Praktik* (oder dem später noch zu diskutierenden Begriffen der *oppositionellen Lesweise* (Hall 1989) oder beispielsweise der *Polysemie* (Fiske 1997)) wird aber die Absolutheit eines so gesetzten Dispositives zumindest kritisch zu hinterfragen sein.

Für den Anfang soll diese rudimentäre (und sicherlich diskussionswürdige) Verknüpfung von (foucaultscher) Machtkonzeption und Medium genügen. Klar scheint aber, dass nicht nur Inhalte (wie eben beispielsweise Kartographie), sondern auch strukturelle Funktionen dem Hybridisierungsprozess unterworfen zu sein scheinen. Somit sind bereits drei relevante Kriterien der Reflexion gewonnen: soziale Praktik, Wissen und Macht in ihren jeweiligen Funktionen im hybriden Medium.

Raumstrukturierende Medien

Karten produzieren – getreu ihrer pragmatischen Definition – Orientierungsanleitung und individuelle Raumbilder. These ist, dass das Fernsehen als mehrfach auf Räumlichkeit abzielendes Medium (räumliches Kommunikationsmittel, Raumabbildner sowie »Eigenräume« darstellender technischer Verbund) ein essenzielles Mittel der Umweltinteraktion und somit der Orientierungsbildung ist.

Das Fernsehen wird in der Medientheorie meist als ein raumdeterminierendes Medium behandelt. Ob es sich nun um Marshall McLuhans *Global-village*-These handelt (McLuhan 1992) oder um Joshua Meyrowitz, demzufolge das Medium die traditionelle Verknüpfung zwischen physischem Ort und sozialer Situation aufhebt

(Meyrowitz 1990), der (kritische) Zusammenhang von Fernsehen und Raum scheint deutlich. So kann das Fernsehen als *raumevozierendes Medium* verstanden werden, und dies in zweierlei Hinsicht. Zum einen schafft sich das Fernsehen eine spezifisch eigene Raumkonstruktion, ähnlich wie beispielsweise das Dispositiv Kino Eigenräumlichkeiten evoziert und konstruiert. Zum anderen ist Fernsehen insofern als raumproduzierendes, bzw. raumstrukturierendes Medium charakterisierbar, als ja gerade an den Thesen McLuhans deutlich wird, dass eine metaphorische Konzeption von Raumstrukturierung durch Kommunikation eben gerade hier nicht mehr *nur* Metapher ist, sondern tatsächlich im weitesten Sinne strukturierende Effekte in der Raumwahrnehmung durch die mediale Anordnung zu beobachten sind. Diesen Linien gilt es, allerdings in unterschiedlichem Maße, Rechnung zu tragen. Die Raumkonstitution des Mediums Fernsehen (sowie seine eigene ›Topologie‹) soll exkursiv gestreift werden: Nicht weil diese Diskussion für das Medium nicht relevant wäre. Im Gegenteil: die Überführung eines raumbildenden Mediums in ein Eigenräume evozierendes anderes Medium lässt hier eine Vielzahl von spezifischen Bedeutungsproduktionen vermuten. Ebenso ist deutlich, dass die aus der Kinotheorie herstammenden Konzepte zum Verständnis des filmischen Raumes (exemplarisch: Winkler 1992) im Bezug auf das Medium Fernsehen nurmehr Denkanstöße bieten können, sich aber einer Übernahme entziehen. Alternative Konzepte zum Raum des Fernsehens liegen jedoch nur spärlich und, im Sinne dieser Ausführungen, nur schwer nutzbar vor.¹³

Weit größeren Raum wird vielmehr die Raumstrukturierung durch Kommunikation und die Orientierungsanleitung durch Medieninteraktion einnehmen. Ausschlaggebend ist aber auch hier die Fokussierung der Diskussion auf die medientheoretisch interessanten Aspekte der Fragestellung. Nicht die didaktische Komponente des Raumverstehens soll hierbei im Vordergrund stehen, sondern eher eine Reflexion darüber, wie sich ein generelles Verständnis von Raum, Selbstpositionierung und Raumorientierung – eben die Gewinnung eines Welt-Bildes – in der Interaktion mit medial dargereichten Raum(ab)bildern herausprägt. Eine interessante und produktive Perspektive in diesem Unterfangen bildet die aus der Stadtplanung (Lynch 1965) und der Kognitionspsychologie (Tolmann 1973) herührende Idee der mentalen Karten. Roger M. Downs und David Stea (1982), die dieses Konzept in den Siebziger Jahren im Kontext der kognitiven Wende zur

¹³ So wurden in letzter Zeit hauptsächlich semiotisch orientierte Arbeiten zur Kartographie publiziert (beispielsweise Schmaucks 1996, Wulff 1998, Zeitschrift für Semiotik, Bd. 20 1998). Eine zweite Hauptlinie der Beschäftigung mit der Fernhsehkartographie hat sich (naheliegenderweise) im Kontext des interdisziplinären Reflektierens zwischen Geographie, Kartographie, Meteorologie und Medienpraxis ergeben (beispielsweise Scharfe (Hg.) 1998 oder Wehry (Hg.) 1998). Vermisst werden hier aber (noch) Arbeiten, die sich mit integrativen und vornehmlich medientheoretischen Aspekten des Materials beschäftigen (als Ausnahmen: Settekorn (1998), Adelman (1999) und Nohr (1999; 2000)).

Popularität brachten, definieren die mentalen Karten (*mental maps*) als Interaktionsprozess.

Kognitives Kartieren ist ein abstrakter Begriff, welcher jene kognitiven oder geistigen Fähigkeiten umfaßt, die es uns ermöglichen, Informationen über die räumliche Umwelt zu sammeln, zu ordnen, zu speichern, abzurufen und zu verarbeiten. [...] Vor allem aber bezieht sich kognitives Kartieren auf einen Handlungsprozeß: es ist eher eine *Tätigkeit*, die wir ausführen, als ein Objekt, das wir besitzen. Es ist die Art und Weise, wie wir uns mit der Welt um uns herum auseinandersetzen und wie wir sie verstehen (Downs/Stea 1982, 23).

Für die Film- und Fernsehwissenschaft bis dato hauptsächlich als theoretisches Konzept zur Analyse narrativer Funktionen verwandt,¹⁴ sollen die »Karten im Kopf« hier tatsächlich als Orientierung und Positionierung produzierende Modelle verstanden werden, die in ihrer Funktionalität eher epistemologisch als tatsächlich statistisch-empirisch (beispielsweise Winterhoff-Spurk 1989) zum Tragen kommen sollen.¹⁵ Die Tätigkeit der individuellen und subjektiven Orientierungsbildung in der Interaktion mit medialen Karten schient dazu angehalten, den subjektiven Prozess der medienvermittelten Interaktion mit Raum besser verstehen zu können. Neben dieser stark auf das rezipierende Subjekt orientierten Linie soll aber auch die oben schon angerissene Denkungsweise der Raumstrukturierung durch Medien reflektiert werden. Die von McLuhan etablierte Betrachtungsweise der globalen Dörfer, der atomisierten Zuschauer, die sich via Medium in jeden Teil der Welt versetzt sehen können, scheint in der Koppelung mit nachmodernen Globalisierungstendenzen zunehmend an Bedeutung zu gewinnen. Nicht mehr die Frage nach der Orientierung des Einzelnen, vermittelt durch die Medien, soll hier also verhandelt werden, sondern die Veränderung des Raumerlebens durch das Medium selbst. Und im weiteren werden sowohl aus der technischer Anordnung als auch aus den Inhalten herrührende Konsequenzen für die Gesellschaft zu bedenken sein.

David Morley (1997b) weist darauf hin, dass bisherige Analysen von Kultur, Kapitalismus und Gesellschaft den Raum als Kategorie vernachlässigt hätten. Der Raum als solcher wurde auch und vor allem durch die Geographie zumeist topographisch begriffen. Mit Edward Soja (exemplarisch: 1989) beispielsweise stellt sich aber auch die Erkenntnis ein, dass der Raum, auch als hergestellter Raum der sozialen Ordnung und Produktion, als Raum der »zweiten Natur« (Morley 1997, 6) betrachtet werden kann. In dieser »neuen« Räumlichkeit gewinnt die postmoderne

¹⁴ Beispielsweise durch Ohler (1994b) oder Vitouch/Tinchon (1996).

¹⁵ Es wurde vorher schon ein Verständnis der Karte als objektiv-umweltabbildendes System der absoluten Positionierung sowie die Möglichkeit des vollständigen und unveränderbaren Transfers in ein anderes Medium verneint. Spätestens an dieser Stelle erscheint diese Argumentation nicht mehr nur als paradigmatische Abgrenzung, sondern als medientheoretisch zwingend relevant.

und postkapitalistische, globalistische Konstruktion von Räumen durch Kommunikationstrukturen ein neues Gewicht; die Analyse der Rekonfigurierung und Restrukturierung von Räumen durch verändernde Kommunikation führt zu weit mehr als zu Aussagesystemen rein topographischer Natur. Dabei – so Morley – darf aber nicht nur die Makroebene (beispielsweise die Globalisierung) analysiert werden, sondern auch die Mikroebene (als Gegenfigur: das Wohnzimmer) verdient eine eben solche Aufmerksamkeit. Dieser Dialektik aus Mikro- und Makroebene will die hier vorgeschlagene Teilung in subjektive kognitive Karten und sich gesellschaftlich verändernden Kommunikationsräumen jeweils in der Interaktion mit dem Medium Karte Rechnung tragen. Hauptgedanke ist dabei, die Fragen nach der Bedeutungsproduktion aus den Karten selbst, ebenso wie aus dem Medium selbst heraus zu erarbeiten, und nicht – wie von John Hartley als Hauptfehler bisheriger Medienforschung subsumiert (Hartley 1999, 130) – aus intellektuellen, gesellschaftlichen oder politischen Zusammenhängen an das Medium heranzutragen. So entwickelt sich die Frage nach der Produktion von Bedeutung: was erzählen, vermitteln und verschweigen Fernsehkarten? Wie ›benutzen‹ wir sie?

Abschließend noch eine Bemerkung zum Materialstand der Untersuchung. Wie ja schon im Beginn der Einleitung dargelegt wurde, interessiert jedwede Darbietungsform von Kartographie im Fernsehen. Ein Schwerpunkt der Analysen soll auf politischen Karten im Fernsehen liegen, beispielsweise Nachrichtenhintergrundbildern oder dem Einsatz von Kartenmaterial in Magazinsendungen. Eine zweite wichtige und differente Form der Fernsehkartographie ist sicherlich die Wetterberichterstattung, also statische und dynamische Karten, Prognose- und Satellitenbildkarten, ›Wetterflüge‹ etc. Die beiden Hauptlinien der Analyse (repräsentationale Bedeutungsproduktionen der Karten und Positionierungs- und Orientierungseffekte) sollen wechselseitig an jeweils beiden Materialformen festgemacht werden. Die Grundlage der Analyse bilden vornehmlich aktuelle Fernsehkarten; auf die Geschichte der Karten im Fernsehen soll zwar verwiesen, nicht aber dezidiert eingegangen werden. Darüber hinaus sollen aber auch die eher marginalen und weniger offensichtlichen Durchdringungen des Fernsehen mit geographisch-kartographischem, visuellen Material nicht unreflektiert bleiben. Kartographie im Fernsehen soll somit als eine signifikante visuelle Konstante verstanden und als solche in ihren differenten Wirkungsformen untersucht werden. Dabei soll aber ein integrativer Bogen über möglichst viele der angedeuteten und bereits ausgearbeiteten Einzelaspekte derer Wirkung und Funktion geschlagen werden.