

Männlichkeiten und Technologien

Relationen, Ambivalenzen, Implikationen

Stefan Sulzenbacher
Abteilung Genderkompetenz
Technische Universität Wien
21. Dezember 2023

Informationen zur Abschlussprüfung

Prüfungstermine im Audi. Max. (Getreidemarkt 9)

1. Termin: Donnerstag, 01. Februar 2024 (Zeitraum: 17-19h)
2. Termin: Donnerstag, 29. Februar 2024 (Zeitraum: 17-19h)

Nehmen Sie nach Möglichkeit bitte diese ersten 2 Prüfungstermine wahr!

3. Termin im Laufe des Sommersemesters 2024

Informationen zur Abschlussprüfung

Prüfungs-Anmeldung via TISS, Anmeldefristen

1. Termin: 15.01.2024 12:00h - 30.01.2024 23:59h (max. 150 Plätze)
2. Termin: 14.02.2024 12:00h - 28.02.2024 23:59h (max. 150 Plätze)

Informationen zur Abschlussprüfung

Organisatorische Voraussetzungen zur Prüfungs-Teilnahme

- Prüfungs-Anmeldung via TISS
- TUWEL-Zugang

Prüfungsmodus

- TUWEL-Prüfung im „bring your own device“-Modus (**Laptop**)
- Multiple Choice + offene Fragen (90 Minuten reine Prüfungszeit)

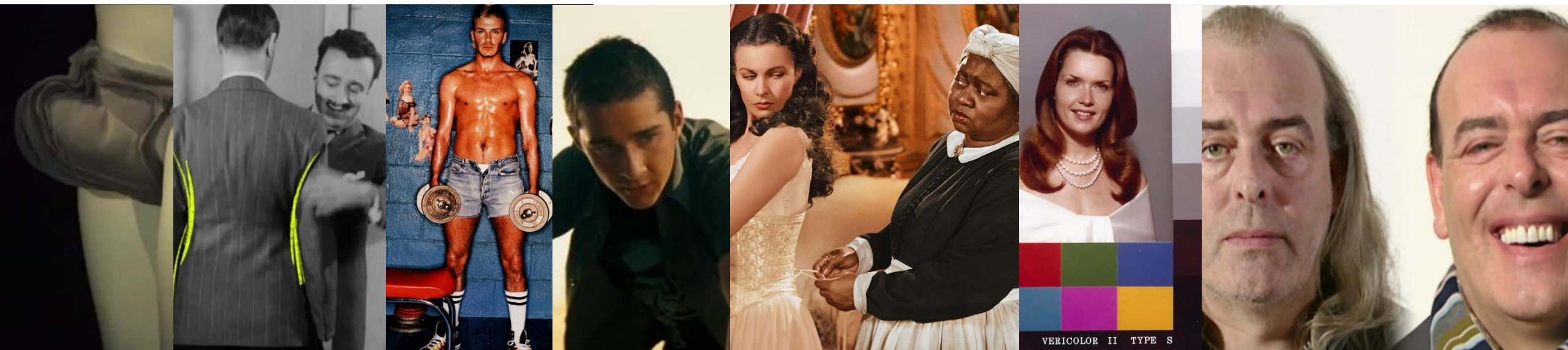
Notwendige technische Ausstattung

- Laptop mit aktuellster Browserversion
- Funktionierende Internetverbindung (tunet)

Previously on...

Bildtechnologien, Körper- und Schönheitsideale

- Kleidung als Schönheitstechnologie: Der „Herrenanzug“
- Wandelbare Schönheitsideale: Metrosexualität und Muskeltraining
- Patriarchale Blickstrukturen: Male Gaze und Intersektionalität des Farbfilms
- Makeover: Optimierbarkeit von Geschlecht



Diskussion

Wie hängen Männlichkeiten und Fernsehen zusammen?

2 Minuten Diskussion mit Sitznachbar*in



(Post-)Televisuelle Medienhaushalte

Einführung des Fernsehens

- Der Einzug des Fernsehens ins Private
- Frühe Fernsehkritik (Hoch- vs. Popkultur) und Angst vor „Verweiblichung“

Modernisierung von Medienhaushalten

- Tragbares Fernsehen: Räumliche Flexibilisierung und sexuelle Revolution
- „männliche“ Magie der Fernbedienung: PROSIEBEN MAXX und DIRECTTV

Kontrolle über Fernsehinhalte

- Posttelevisuelles Fernsehen: Vom Videorekorder zu NETFLIX
- Umwertung von *agency*: Play-Something-Feature von NETFLIX

Fernsehen

- Im 20. Jahrhundert als Medium des Zuhauses etabliert (im Wienerischen auch „Patschenkino“ genannt)
- Als „Medium des Häuslichen“ mit bestimmtem Raum (Wohnzimmer) und bestimmten Zeiten (TV-Programm) assoziiert
- Fernsehen strukturiert als privates Medium den Alltag (z.B. Nachrichten um 19:30h -> Abendessen um 19:00h)



New Director 21. Two speakers. Mahogany or blond tropical hardwood finish (21CT662), \$895. Not shown, The Saville 21. (21CT661), \$795.

BIG COLOR BY RCA VICTOR

The final touch of beauty in TV—ready for you now in your choice of two new 21-inch Color TV sets.

Your guests arrive. One of them notices your handsome new TV set. You turn it on, not saying a word. Then . . . “Oh, it’s Color TV!” someone exclaims.

Listen to their excited comments. How big the picture is! (It’s big 21-inch TV—in color.) How true the colors are! (This is the special meaning of Big Color by RCA Victor.)

Then you tell them about the wonders you watch in brilliant color. Spectaculars . . . stirring plays . . . college football. And because this is Compatible Color, pioneered and developed by RCA, you see all your favorite black-and-white programs in black-and-white, too!

This is a picture that can come to life for you now. The first step: phone your RCA Victor dealer. He is holding an invitation for you — to see an actual colorcast on RCA Victor Color TV some evening soon!

Worry-free! With an RCA Victor Factory Service Contract (optional, extra) you get expert installation and maintenance. Available in most TV areas but only to RCA Victor TV owners.

Manufacturer’s nationally advertised UHF/VHF list prices shown, subject to change.

See Milton Berle, Martha Raye on NBC-TV alternately, 2 net of every 3 stations. And don’t miss NBC-TV’s spectacular “Producers Showcase” in RCA-Compatible Color or black-and-white, NBC-TV, Nov. 18, 1965! Enter: Colgate’s big “Barbie the Tugboat” contest. See “Aloey Dorey” in Color on NBC-TV at your RCA Victor dealer’s.

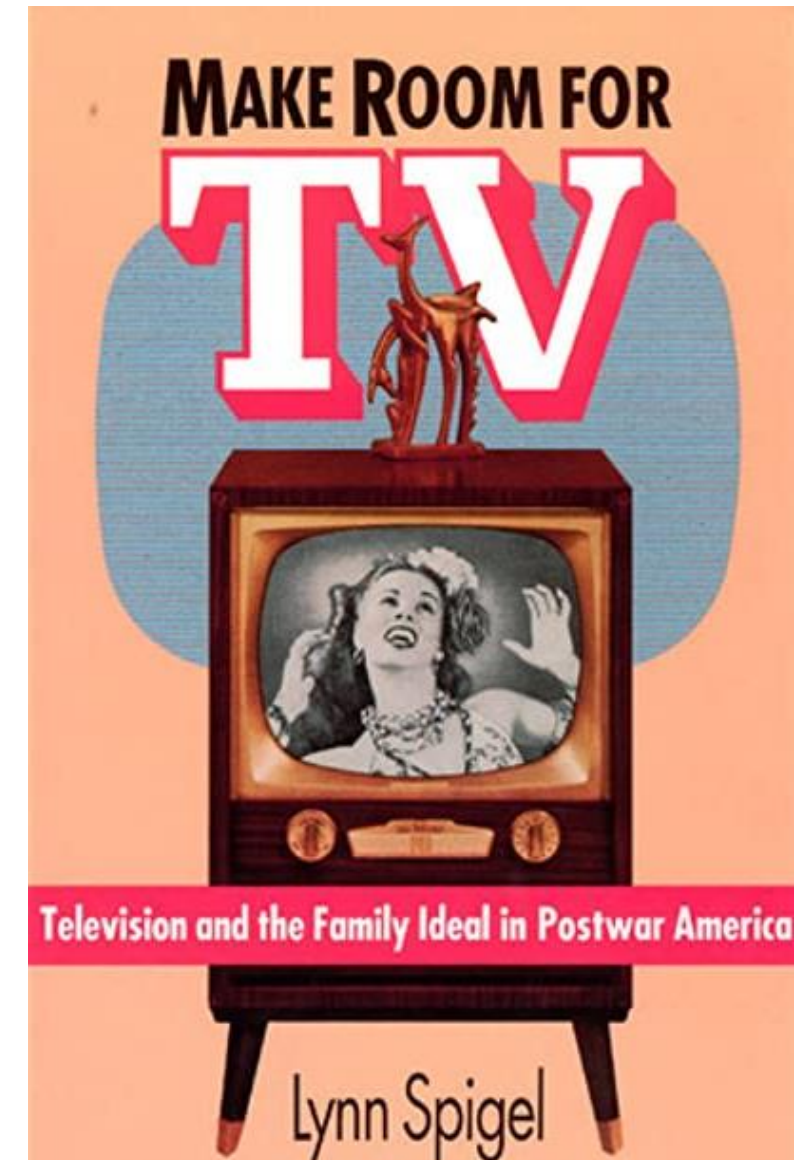
RCA VICTOR
RADIO CORPORATION OF AMERICA

FIRST IN BLACK-AND-WHITE TELEVISION • FIRST IN COMPATIBLE COLOR TELEVISION

Das Fernsehen zieht ein

Lynn Spigel (1992):

- Medienhistorische Studie der Etablierung des Fernsehens als privates Medium in USA
- Geschichtsschreibung des frühen Fernsehens sehr schwierig (z.B. kaum vorhandene Aufzeichnungen)
-> Analyse von populären Diskursen
(Werbeanzeigen, Artikel, vereinzelte Sendungen, Ratgeber*innenliteratur)
- Fokus auf Geschlechter- und Generationenverhältnisse, die das neue Medium im (familiären) Haushalt problematisiert



Das Fernsehen zieht ein

„In den Zeitschriften gehörte der Fernseher schon zur Grundausstattung von Wohnräumen, bevor die meisten Amerikaner*innen überhaupt ein Fernsehsignal empfangen, geschweige denn, daran denken konnten, sich ein so teures Gerät zu kaufen. Diese Mediendiskurse spiegelten nicht so sehr die soziale Realität wider, vielmehr leiteten sie diese ein. Die Haushaltsmagazine trugen dazu bei, den Fernseher als einen Haushaltsgegenstand zu konstruieren, der in den familiären Raum gehört.“

(Lynn Spigel)

Das Fernsehen zieht ein

„Die wichtigste Frage lautete: ‚Wo soll der Fernsehapparat hin?‘“ (Lynn Spigel)

- Fernsehgeräte besetzten bis Anfang der 1950er-Jahre fast alle vorstellbaren Orte im Familienhaus (Keller, Wohnzimmer, Küche, Schlafzimmer, Spielzimmer, Garage, etc.)
 - Nicht nur das Zimmer, sondern auch genaue Positionierung sollte für Verwendung als „Fernseh-Zone“ berücksichtigt werden
- > Ziel: Schaffung von „*togetherness*“ im sogenannten „Familienkreis“



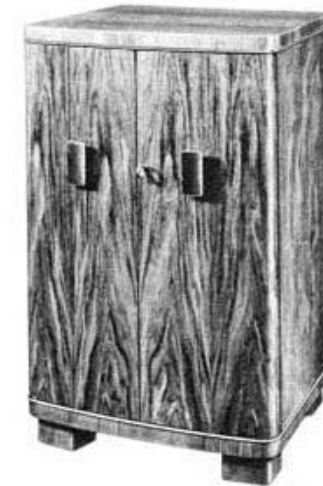
Televisuelle Familienkreise

- Familienkreis als wichtigste Bildstrategie in der Werbung für Haushaltswaren
 - Fernsehgeräte als Zentrum der familiären Gruppe suggerierte zugleich Familienqualität des Mediums und Art der Benutzung: Fernsehen sollte von Familienpublikum geschaut werden
 - Z.B. Crosley-Werbung (1951): Gerät selbst für Betrachter*innen kaum sichtbar, zentrale Faszination eher in Fähigkeit, Familie um sich zu versammeln
- > Einerseits euphorische Haltungen zum Fernsehen als Vehikel zur Wiederherstellung häuslicher Tugenden (Heilmittel für Eheprobleme und Problemkinder)



TV-Angst

- Andererseits Angst und Skepsis vor dem neuen Apparat im Haus (Horrorvorstellung einer „Technik außer Kontrolle“)
- Verschiedene Gegenstrategien:
 - Domestizierung des Fernsehens durch „Vermöbelung“ der Geräte (Gehäuse aus mitunter edlem Holz)
 - Vermenschlichung: Fernsehen als Familienmitglied
- > Neue Sorge: Zuschauer*innen verlieren die Kontrolle (über sich selbst)



Das Siemens-Fernsehgerät ist in Technik, Bild und Formgebung etwas ganz Besonderes:

Ausgereifte, im Ausland bereits hervorragend bewährte Technik bürgt für absolute Zuverlässigkeit.

Siemens-Fernsehgeräte erfüllen außerdem die Störstrahlungsbedingungen der Deutschen Bundespost und sind damit zukunftssicher.



Außergewöhnlich ist das Bild, von bestechender Schärfe und bemerkenswert hohem Kontrastreichtum.

Das geschmackvoll gestaltete Gehäuse, aus erlesenen Edelhölzern gefertigt, fügt sich gefällig in jedes Heim ein.

TV-Angst

„Populäre Medien beschwerten sich, dass das Fernsehbild die Autorität an sich gerissen hätte die bisher die Eltern innehatten. So äußerte sich der Fernsehkritiker John Crosby beispielsweise: ‚Sie sagen klein Oskar, dass er ins Bett gehen soll und werden wahrscheinlich in eine Auseinandersetzung verwickelt. Aber wenn Milton Berle ihn ins Bett schickt, geht er sofort.‘ (1952, 115) Hier, wie auch in anderen Bereichen, drohte das Fernsehen besonders, den Vater zu entthronen. Fernsehen wurde als der neue Patriarch dargestellt, als eine Maschine, die den Männern ihre Vorherrschaft im Haus geraubt hat.“
(Lynn Spigel)

Fernsehen als „verweiblichendes“ Medium

- Wiederholung der geschlechtsbezogenen Medienkritik, die bereits am Radio geübt wurde
- Monodirektionale Sendetechnologie des Rundfunks würde „die normativen Strukturen der patriarchalen (Hoch-)Kultur stören und ‚echte Männer‘ in Stubenhocker verwandeln“ (Spigel)
- Sorge männlicher Fernsehkritiker: **Gefährdung der Verbindung von Männlichkeit und Aktivität durch den Rundfunk**



Fernsehen als „verweiblichendes“ Medium

„Fernsehen wurde oft dargestellt, als raube es Männern ihre Kräfte und mache sie zu passiven, hilflosen Frauen oder sogar Kindern. Im Unterschied zum männlichen Zuschauer des klassischen Kinos, der mit Formulierungen wie ‚Kontrolle über die Szene‘ dargestellt wurde, erwies sich das Fernsehen in diesen gängigen Darstellungen als Enteigner der Autorität über das Bild. **Es drohte, Männer zu weiblichen Zuschauern zu machen.**“

(Lynn Spigel)

Fernsehen als „verweiblichendes“ Medium

Rundfunk- und Fernsehkritik als Teil einer allgemeinen Kritik an der Massenkultur, die auf binärer Geschlechterdifferenz basiert

„Kulturkritiker[*innen] bringen die Massenmedien oft mit patriarchalen Vorstellungen von Weiblichkeit zusammen. Von **Massenunterhaltung** wird in der Regel angenommen, dass sie die **Passivität** fördert, und sie wird mit Begriffen wie ‚**Penetration**‘, ‚**Konsum**‘ und ‚**Flucht**‘ beschrieben. [D]iese Verbindung von Frauen und Massenkultur [hat] seit dem 19. Jahrhundert dazu gedient, die **Dichotomie zwischen ‚niederer‘ und ‚hoher‘ Kunst** (oder Modernismus) aufzuwerten. Massenkultur [...] ‚wird irgendwie mit Frauen in Verbindung gebracht, während **echte, authentische Kultur das Vorrecht der Männer** bleibt‘. Der Fall des Rundfunks ist in dieser Hinsicht besonders interessant, weil die Bedrohung der Feminisierung speziell auf Männer zielte.“
(Lynn Spigel)

Neue Medientechnologien und Geschlecht

„Insbesondere in historischen Umbruchsituationen werden Medien oftmals mit geschlechtlichen Konnotationen versehen. In der Regel geht es dabei um die Irritationen, die neue Medien im Hinblick auf kulturelle Hegemonien, Wissensbestände und soziale Praktiken jeweils auslösen. Neben dem **Kino** wurden auch **Fernsehen** und **Internet** in ihren jeweiligen Etablierungsphasen mit Weiblichkeit konnotiert, wie historisch bereits der **Roman**.“
(Kathrin Peters & Andrea Seier)

Tragbares Fernsehen

- Fernsehen zunächst als Technik, die imaginäre Reisen von Zuhause aus ermöglicht (TV als „Fenster zur Welt“)
- Neue Transistorentechnologie erlaubt ab den 1960er-Jahren Bau von kleineren, leichteren Fernsehgeräten
- Kleine Fernseher werden mit Griff ausgestattet und als **portable TV** vermarktet
- Verbindung von Fernsehen und Mobilität, die **aus dem Familienkreis hinaus führt**



Summertime is portable time with...

SONY MICRO-TV—THE TELEVISION OF THE FUTURE

Summertime is portable time. And now truly portable television, to go with you everywhere...on long golden days in the sun...cool evenings on the sands. No longer will you miss your favorite programs, with SONY Micro-TV, the Television of the Future. Here in one 8-lb. Space Age miracle is all the quality you'd expect from SONY, yet Micro-TV is hardly larger than a telephone. With 25 transistors and shock-resistant etched circuitry, Micro-TV will operate outdoors

on its own rechargeable battery pack. On 12v auto/boat power for weekends or in the back of a car*. Or anywhere in the house, you simply plug it into the nearest AC outlet. Micro-TV is the set you watch from up close, with all controls at hand, and no scanning lines to distract you. See your selected SONY dealer for a convincing demonstration today. The price is only **\$189.95**. Rechargeable battery, luggage carrying case, auto accessory kit available.

SONY
RESEARCH MAKES THE DIFFERENCE

*Before installing or using a TV set in an automobile, check with your Motor Vehicle Bureau to verify permissibility.



Send in for your personal copy of "Randy, the transistor radio", a delightful children's book in full color. Please enclose 25¢ for postage and handling.

SONY CORPORATION OF AMERICA • 580 FIFTH AVENUE, NEW YORK 36, N.Y. • REGIONAL OFFICES: LOS ANGELES, CALIF. • CHICAGO, ILL.

Tragbares Fernsehen

- Hervorhebung von **aktiver Freizeitgestaltung** und imaginären Reisen fort von Zuhause
- Mobilität als Leitmotiv der 1960er-Jahre bringt das tragbare Fernsehen in Werbungen mit gesellschaftspolitischen Bewegungen in Verbindung, insbesondere der sexuellen Revolution
- Spiel mit **Vorstellungen erotischer und explizit nichtfamiliärer Erfahrungen außerhalb des Zuhauses**



Drive-in Television

For smooching 'n' watching, this tiny Sony operates off your car's lighter. It also plays off a rechargeable battery pack. As well as an AC wall plug for non-driving smokers. And the reception? Thanks to the Sony's 24 long-lying head-fine transistors, together with its 4.5-inch antenna and non-distorting picture tube, you get a picture that's pretty brilliant. Even with the pavement's daylight shining in. And think of it: when you're fast about as you can move your television, just stick it in your glove compartment! **5 inch anyplace SONY TV**



The Sony for Sun-Lovers

If you're a person who hates to stay indoors watching television on a bright sunny day, we've got the perfect set for you. Because with the all-transistor Sony Sun Set, you can go outdoors and watch television on a bright sunny day. The secret is the screen. Instead of a conventional white screen, the Sun Set has a special black screen that cuts down the glare. Which means that the picture won't fade out unless it's supposed to. And since it plays off AC current as well as rechargeable batteries, there's nothing to stop you from going indoors and watching the Sun Set after the sun goes down.

The Sun Set



Tragbares Fernsehen

- Versprechen von exotischem Outdoor-Spaß für Großteil von Konsument*innen als Marketinggag verstanden
- Studie aus 1963 zeigte, dass tragbare Geräte – einmal angeschafft – nur selten von der Stelle bewegt wurden
- **Kauf von tragbarem Fernseher im Endeffekt Anschaffung eines Zweitgeräts**
- Medienhaushalte geraten vielmehr durch ein bestimmtes **Zubehör** in Bewegung, das mit tragbaren Fernsehern verkauft wurde

Coming soon:
General Electric
Portable Color TV.



Admiral Announces
The World's First
Portable TV with
Wireless Remote Control!



Admiral SON-R wireless remote control has no wires, no batteries, no transistors... super-sonic sound tunes this new space age portable TV... the most versatile TV ever created! Take it to any room. Tune from anywhere in the room... from the comfort of your bed or easy chair.

Wireless SON-R turns your new Admiral portable TV on-off, changes channels, adjusts volume to 4 levels! Admiral's SON-R is as tiny as half a pack of cigarettes and 24 Karat gold plated for lifetime lustre—no tarnish ever! It slips into a magnetic pocket on the side of the portable cabinet when not in use.

SON-R TV complete from \$199.95.†

†PRICES SLIGHTLY HIGHER WEST AND SOUTH
PRICES SUBJECT TO CHANGE WITHOUT NOTICE



Fernbedienung als Gamechanger

- Fernbedienung als Kontrolle und Steuerung des Fernsehens aus der Ferne
- **Beherrschung von Zeit und Raum durch Befehle von entfernten Schauplätzen**
- Bewerbung mit Flugmetaphern („Super Son-R“, „Space-Command“, etc.)
- Frühes Beispiel für das **Upgraden von Fernsehtechnologie und die Modernisierung von Medienhaushalten**

You don't get up – if it's a Zenith



Turn TV on, change channels and volume, from your easy chair



Zenith Space Command Remote Control television tuning has no wires or cords to bother with, no batteries to replace

It's magic! The one and only thing NEW in television!

ONLY ZENITH has the
"SPACE-COMMAND" tuner

Answers silent commands from your easy chair or even from the next room.
Turns set on and off, changes stations, mutes sound,
shuts off long annoying commercials!

YOU DON'T TOUCH THE RECEIVER!
"Space-Commander" in your hand
turns set on and off, changes stations, mutes sound!
It's the one and only thing new in television!

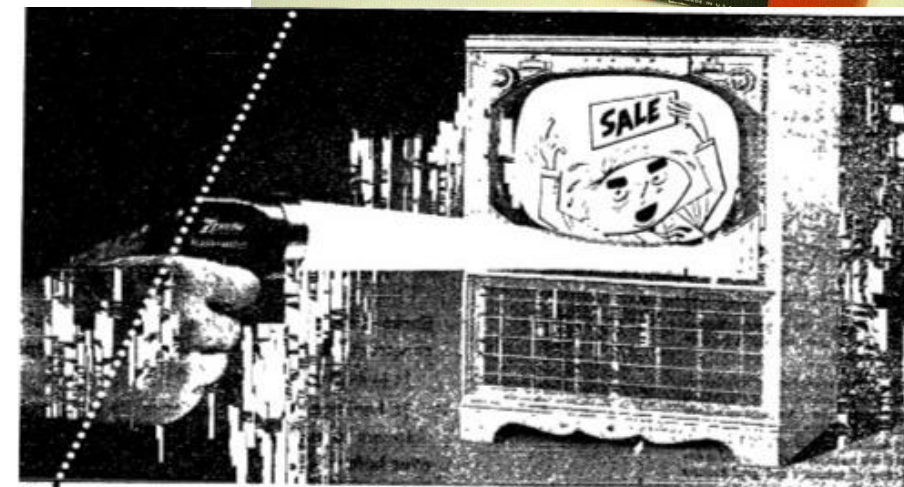
You don't have to shut off annoying commercials
while you answer the phone, unless you want to!

Yours today! The television performance of the future!

Fernbedienung als Gamechanger

„Adressing a **singular ,you‘**, the Flash-Matic ad made its remote control sharp-shooter sound like a **hero rather than a passive consumer**. This gunman would be an active, discerning viewer, not just another slack-jawed subject of mass-media propaganda.“ (Caetlin Benson-Allott)

- Individualisierung und Personalisierung der Zuschauer*innen (kein Massenpublikum mehr)
- Fernsehen als aktive Tätigkeit, die sich von („verweiblichender“) Werbung abheben kann
- Aufteilung in gewünschte und unerwünschte Inhalte, Fernsehen wird vom Sofa aus „bearbeitbar“



FLASH-MATIC TUNING cuts off sound of long, annoying commercials. Picture remains on screen while commercial is silent so you know when to turn on sound again.

Videobeispiel

Link:

https://tuwel.tuwien.ac.at/pluginfile.php/3576128/mod_resource/content/3/ProSieben%20MAXX%20-%20Tune%20In%20Trailer.mp4

„Du hast die Macht“ (2014)

- Teil einer Werbekampagne für den „Männer-Sender“ PROSIEBEN MAXX
- Sender macht den (Geschlechts-) Unterschied
- Verbindung von mythischer Macht der Fernbedienung, „männlichem“ Fernseh-Geschmack (Action, Risiko, etc.) und „männlich“-vergeschlechtlichenden Praktiken
- Sender „vereinheitlicht“ alle gezeigten Männlichkeiten „auf Knopfdruck“
- Verwendung der Fernbedienung als besonders aktive, mit Männlichkeit verbundene Tätigkeit



„Du hast die Macht“ (2014)



Modernisierung von Medienhaushalten

Elana Levine & Michael Z. Newman (2011):

- Legitimierungsstrategien des Fernsehens
- Versuche der Annäherung an Medien der Hochkultur bzw. kulturell akzeptierte Medienformen
 - „Quality-TV“ vs. „Trash-TV“
 - Abgrenzung zu Soap-Operas
 - Showrunner als Auteur*innen
 - Kino-Ästhetik und HD-Fernseher
 - Technologies of Agency



Media Convergence and Cultural Status

Legitimizing Television

Videobeispiel

„The power to turn back time...”

- Werbeserie für DIRECTTV (2016)
- 3 Werbungen für zeitversetztes Fernsehen mit Jon Bon Jovi als Modernisierer von Medienhaushalten
- Prämisse der Clips: Beginn der Sendung durch verspätetes Einschalten verpasst



Link: <https://www.youtube.com/watch?v=L47Jv-8UEr8>

Diskussion

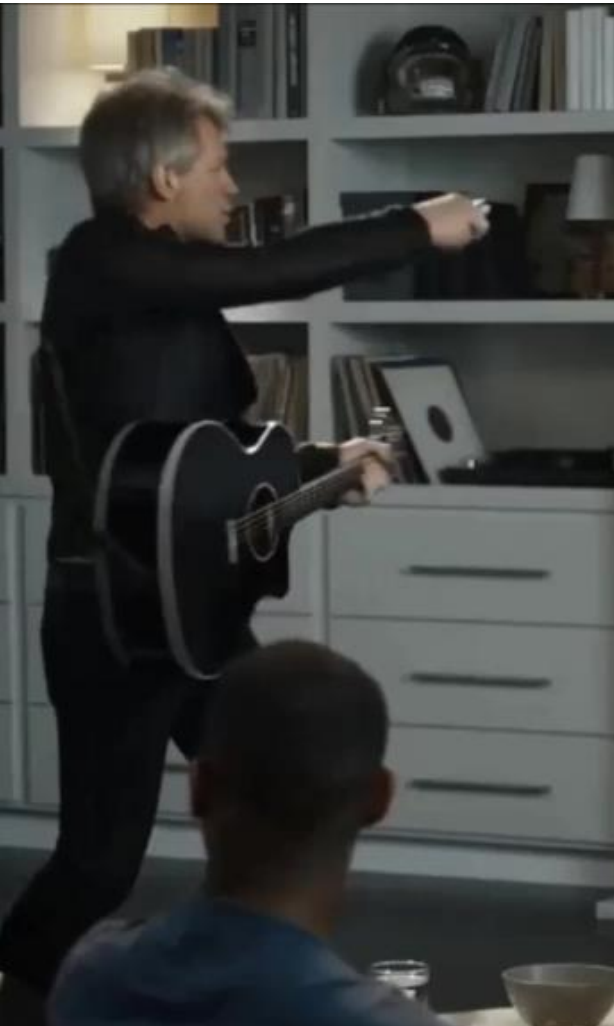
Wie wird Fernsehen hier mit
Männlichkeit(en?) in Verbindung gebracht?

2 Minuten Diskussion mit Sitznachbar*in



„The power to turn back time...”

- Zeitreise mit nostalgischer „Rocker“-Figur (Lederjacke, Akkustik-Gitarre, „klassischer“ Rock-Sound)
- Fernbedienung ermöglicht nicht nur Ein- und Umschalten (vgl. PROSIEBEN MAXX), sondern Manipulation der Zeit



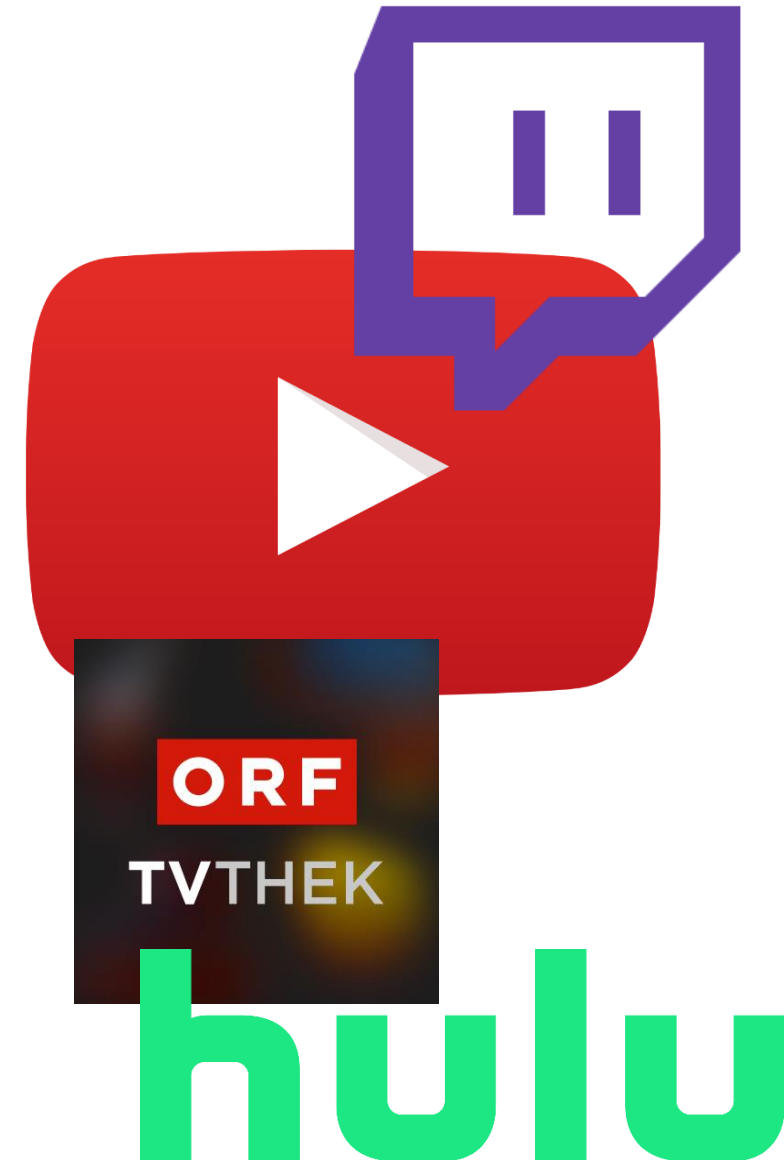
Posttelevisualität

„[I]f TV refers to the technologies, industrial formations, government policies, and practices of looking that were associated with the medium in its classical public service and three-network age, **it appears that we are now entering a new phase of television** - the phase that comes after ,TV‘.“ (Lynn Spigel, 2004)

„The ,post‘ in ,post-TV‘ does not indicate the end of television itself, but it does refer to the **end of a particular way in which broadcast television structured viewing** and the beginning of new ways of participating in television.“ (Michael Strangelove, 2015)

Posttelevisualität: „post“ ≠ nach

- Vergleichbar mit Begriffen wie Postfeminismus, Poststrukturalismus, Postmarxismus, Postanarchismus etc.
- neue Fernsehformen und -technologien, die televisuelle Eigenschaften *aufgreifen* und *verschieben* bzw. mit ihnen *brechen* (z.B.: YOUTUBE-„Kanal“, TWITCH-Livestreams, etc.)
- **zeitliche und/ oder räumliche Entkoppelung** von linearem TV-Programm und wohnzimmerlichem TV-Apparat



„Befreiung“ vom Programmfluss

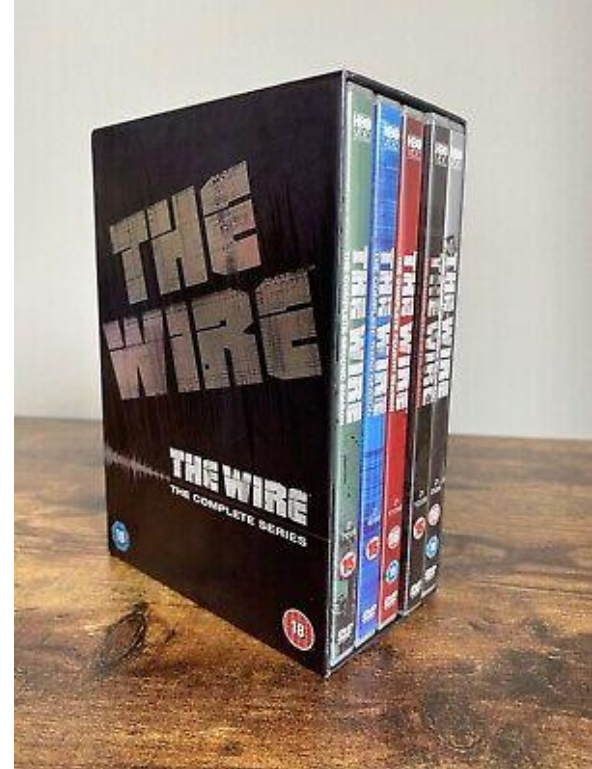
- Zeitversetztes Fernsehen („power to turn back time“) ebenso wenig neu, wie mobiles Fernsehen (vgl. *portable TV*)
- Erfindung von Videorekordern in den 1970ern: Möglichkeit einzelne Inhalte aus dem Programmfluss herauszulösen und nach Belieben erneut anzuschauen
- Fernsehen vor Videorekordern „flüchtige“ Erfahrung (verpasst ist verpasst)
- „Befreiung“ von Werbung durch Vorspulen (bzw. Aufnahmestopp) noch effizienter als mit Stummtaste der Fernbedienung

SO	23. April	DIGITAL	» ALLE SENDEN
ORF 1* HD	ORF 2* HD	ATV HD	PULS 4 HD
7.30 Polo (1/49) 5:50-6:00 7.35 Servus Kasperl 7:30-8:00 8.00 Hallo Okidoki 8:00-8:30 8.05 ABC für 8:05-8:30 8.20 Hallo Okidoki 8:30-9:00 8.25 Vienna City Marathon 8:25-9:00 8.55 Vienna City Marathon 8:55-9:30 9.00 Das Rennen 9:00-9:30 9.05 ABC für 9:05-9:30 9.10 Sport-Bild 9:10-9:30 9.15 Champions League Magazin 9:15-9:30 9.20 How I Met Your Mother (10/12) Serie (W.) 9:20-9:30 9.25 The Big Bang Theory (10/12) Serie (W.) 9:25-9:30 9.30 Simpsons 9:30-10:00 9.35 Crocodile Dundee (9/16) Eine Frau für Moe 9:35-10:00 9.40 Ein Krokodil zum Küssen Abenteuerkomödie, Aus 9:40-10:00 9.45 M. P. Hogan (5/12) 9:45-10:00 9.50 Fußball Bundesliga 9:50-10:00	6.00 Text Aktuell 6:00-6:30 7.00 Wetter-Panorama 7:00-7:30 9.00 ZIB 9:00-9:30 9.05 Chili, Curry, Kokosmus 9:05-9:30 9.10 Doku, 0 2010 9:10-9:30 9.35 Tanz macht TV-Geschichte 9:35-10:00 9.40 Doku, 0 2015 9:40-10:00 10.35 Die Kulturwoche 10:35-11:00 11.00 ZIB 11:00-11:30 11.05 Pressestunde 11:05-11:30 12.00 Hohes Haus 12:00-12:30 12.30 Orientierung 12:30-13:00 13.00 ZIB 13:00-13:30 13.05 Panorama 13:05-13:30 13.30 Fremde Heimat 13:30-14:00 14.00 Seitenblicke 14:00-14:30 14.30 Sternschuppen im August 14:30-15:00 14.40 TV-Liebesdrama, 90 Min. 14:40-15:00 15.00 Natur im Garten 15:00-15:30 15.30 Erlebnis Österreich 15:30-16:00 16.00 Was ich glaube 16:00-16:30 17.00 ZIB 17:00-17:30	11.05 Major Crimes (2/14) 11:05-11:30 Krimiserie, USA 2013, Rien ne va plus (W., v. gestern) 11:30-12:00 12.00 Ausgesetzt in der Wildnis Dokureihe, im Wilden Westen (W., von gestern) 12:00-12:30 13.00 Mein Recht! Ich geb nicht auf! Dokuap, 0 2016 (5) 13:00-13:30 14.05 Manieren statt Blamieren Dokureihe, 0 2016 (4) 14:05-14:30 15.05 Teenager werden Mütter Dokuap, 0 2017 15:05-15:30 16.40 Der Speck muss weg Dokuap, 0 2016 (3) / W., vom 29.3. 16:40-17:00 18.15 Hubert und Staller (4/7) Krimiserie, 0 / D 18:15-18:45 2014 Bauernopfer – Tierarzt Dr. Reyer liegt tot auf einer Kuhweide. Aber er stirbt nicht durch Tritt der Tiere, ein Schlag auf den Kopf war die Todesursache. Reyer 18:45-19:15 19.15 Die Simpsons (13/19) Trickserie, USA 2001 19:15-19:45 19.45 Die Simpsons (13/19) Trickserie, USA 2001 19:45-20:15 20.15 Die Simpsons (13/19) Trickserie, USA 2001 20:15-20:45	5.10 Two and a Half Men (1/10) (W., von Fr.) 5:10-5:40 5.30 Perception (1/10) 5:30-6:00 6.10 Perception (2/1) 6:10-6:40 6.50 Dr. House (4/34) 6:50-7:20 8.30 GO! Motormagazin 8:30-9:00 9.00 Switch Reloaded 9:00-9:30 10.00 Knallerfrauen 10:00-10:30 10.55 Rules of Engagement (4/34) Wer legt das 10:55-11:25 11.45 Two and a Half Men (3/22-24) Comedyserie, 11:45-12:15 USA 2005, Ein Mann braucht höhere Ziele / Die Samen-spende / Zwei Hochzeiten und ein Lachanfall 12:15-12:45 13.05 The Scorpion King (4/14) Wer legt das 13:05-13:35 Action, USA / D 2002 13:35-14:05 14.45 Der Herr der Ringe 14:45-15:15 Die Gefährten 15:15-15:45 Fantasy, NZL / USA 2001 15:45-16:15 18.10 Koch mit Oliver 18:10-18:40



Fernsehinhalte als Sammelobjekte

- Veröffentlichung von narrativen Fortsetzungsserien auf Videokassette nähert bestimmte Teile des Fernsehens ab 1990er-Jahren an Praktiken der Hochkultur an
- Wiederholtes Betrachten ändert den Blick und rückt ästhetische Aspekte in den Vordergrund
- Lieblingsserien lassen sich wie Bücher (akzeptiertes Kulturgut) in den Schrank stellen
- „Befreiung“ von Werbeunterbrechungen trennt die Erzählung von kommerziellen Aspekten des Fernsehens

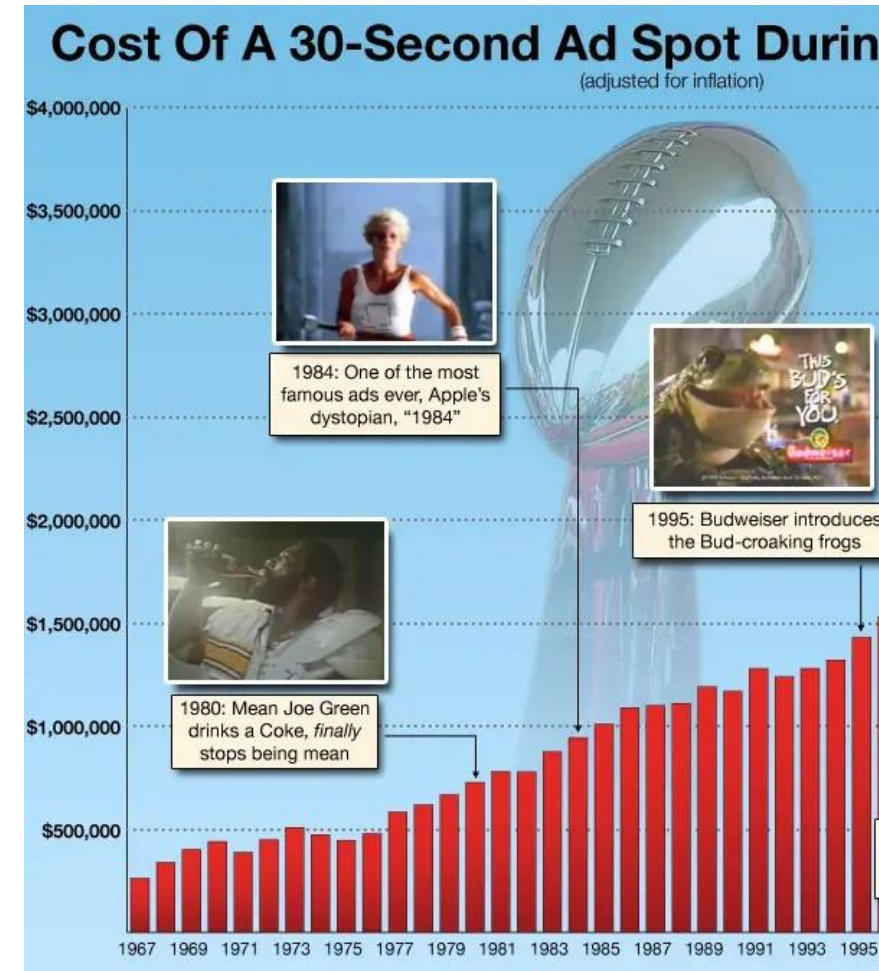


Ökonomische Verschiebungen

Serien auf VHS und DVD gehen mit Verschiebungen der ökonomischen Struktur des (Privat-)Fernsehens einher

- **Werbefinanzierung:** Unternehmen zahlen für Werbezeit – Preis pro Werbesekunde abhängig von Zuschauer*innenzahlen (Quote)

-> möglichst breit akzeptierte Sendungen (*least objectionable programming*),
Ziel: Massenpublikum zu bestimmter Sendezeit (Extrembeispiel: Super-Bowl)



Ökonomische Verschiebungen

Serien auf VHS und DVD gehen mit Verschiebungen der ökonomischen Struktur des (Privat-)Fernsehens einher

- **User*innenfinanzierung:** Konsument*innen zahlen direkt für die Inhalte und für Werbefreiheit
(HBO-Slogan: „It’s not TV, it’s HBO“)

-> möglichst anspruchsvolle Sendungen (**most repeatable programming**), Ziel: Komplexe Serien, die volle Aufmerksamkeit brauchen und durch Fan-Debatten Kultstatus erlangen



„neues“ Fernsehen = „männlicheres“ Fernsehen?

„Watching in a mode of **improved agency** is the newly culturally sanctioned way to experience audiovisual media, and along with the class-tinged implications of the superiority of cutting-edge technology comes a **masculinization of television as a newly active experience** of mediated leisure employing high-tech gadgets rather than stodgy domestic appliances. [...] With **interactive technologies** we see a shift from centering our notion of TV experience **from *viewers or audiences* to *users***. [...] Left behind is the **low status of traditional (non-interactive) television technology** and reception, ever figured as passive and feminine.“
(Elana Levine & Michael Z. Newman)

„neues“ Fernsehen = „männlicheres“ Fernsehen?

Elemente der Legitimierung neuer Fernsehtechnologien nach Elana Levine & Michael Newman

1. Die **gesteigerte Handlungsfähigkeit** (*improved agency*) als kulturell anerkannter Modus des Fernsehschauens (Klassen- und Genderaspekte neuer technologischer Gadgets!)
2. Die Unabhängigkeit von TV-Programmvorgaben (für ein anonymes **Massenpublikum**) und zunehmende Adressierung als aktive, individuelle **Nutzer*innen** von Fernsehtechnologien
3. Die **Absetzung von traditionellen, nicht-interaktiven** (und zu Werbezwecken häufig mit Passivität und Weiblichkeit assoziierten) Fernsehtechnologien

Videobeispiel

„Play Something“ (2021)

- Werbung für NETFLIX-Feature zur Unterstützung des Auswahlprozesses

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=sY2djp46FeY>



Diskussion

Wie werden Fernsehen und Fernbedienung
hier präsentiert?

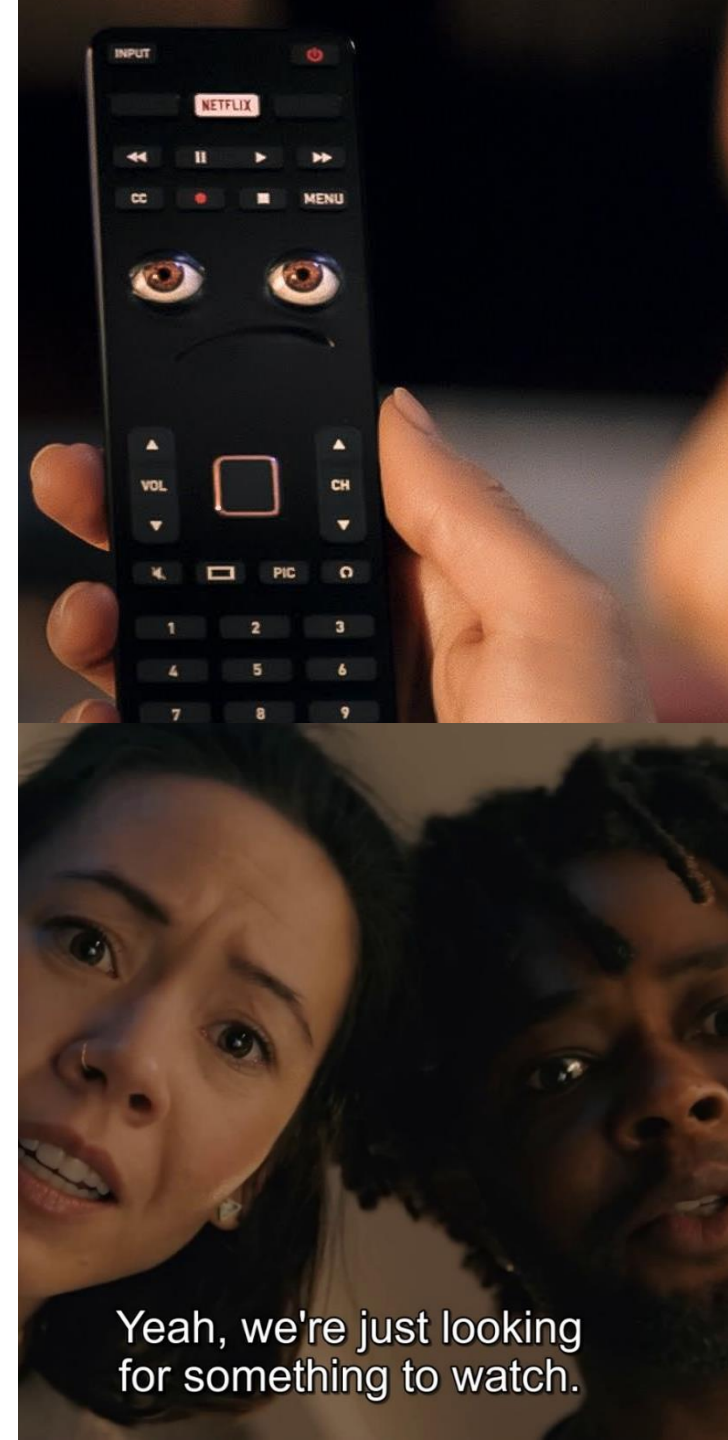
Welche Funktion wird Fernsehen hier
zugesprochen?

2 Minuten Diskussion mit Sitznachbar*in



Die algorithmische Fernbedienung

- Vermenschlichung/ Vermännlichung der Fernbedienung, Stimme von Will Arnett (BoJack Horseman & LEGO-Batman)
-> Vermenschlichung des Empfehlungsalgorithmus (vgl. TV-Angst)
- Ambivalenz von *agency* beim Fernsehschauen: Überforderung durch Angebot und Implikationen einer „On-Demand“-Kultur
- vormalige Emanzipation von Programmfluss als Last und Zumutung, sich ständig für etwas entscheiden zu müssen
-> Freizeit als Entscheidungsarbeit



Die algorithmische Fernbedienung

- „Wiederaufladen der Batterien“: Ferien und Feierabend zur Reproduktion von Arbeitskraft
- Umwertung von *agency*: „Sometimes the best choice is not to choose.“
- Fernsehen (wieder?) als Erholung präsentiert: „Einklinken“ in einen Programmfluss
- Fernsehen mit „Play-Something“-Funktion als optimierte (weil auf individuellen Geschmack abgestimmte) Erholung von neoliberalen Zumutungen:
Selbstverwirklichung durch Serienauswahl,
Geschmack als Distinktionsmerkmal



Literatur

- Levine, Elana & Newman, Michael Z. (2011): Technologies of Agency. In: Dies.: Legitimizing Television. Media Convergence and Cultural Status
- Peters, Katrin & Seier, Andrea (2016): Gender & Medien: Einleitung. In: Gender&Medien-Reader, S.9-19
- Spigel, Lynn (2001): Fernsehen im Kreis der Familie. Der populäre Empfang eines neuen Mediums. In: Grundlagentexte der Fernsehwissenschaft, S.214-252
- Spigel, Lynn (2004): Introduction. In: Television after TV. Essays on a Medium in Transition, S.I-XX
- Spigel, Lynn (2016): Tragbares Fernsehen. Studien in häuslicher Raumfahrt. In: Gender & Medien-Reader, S.365-384
- Strangelove, Michael (2015): POST-TV. Piracy, Cord-Cutting, and the Future of Television
- Sulzenbacher, Stefan (2016): Binge-Watching 3.0? (Post-)Televisuelle Remedialisierungen von Männlichkeit. In: medien & zeit. Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart (3/2016), S.78-92