

Thomas Waitz; Andrea Seier

Fernsehen als Agentur des Sozialen. Zur Einleitung

2014

<https://doi.org/10.25969/mediarep/4060>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Waitz, Thomas; Seier, Andrea: Fernsehen als Agentur des Sozialen. Zur Einleitung. In: Thomas Waitz, Andrea Seier (Hg.): *Klassenproduktion: Fernsehen als Agentur des Sozialen*. Braunschweig: LIT 2014, S. 7–23. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/4060>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://doi.org/10.25365/phaidra.25>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0/ deed.de Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - No Derivatives 4.0/deed.de License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Thomas Waitz

Fernsehen als Agentur des Sozialen. Zur Einleitung

DOI

<https://doi.org/10.25365/phaidra.25>

Original

Thomas Waitz: »Fernsehen als Agentur des Sozialen. Zur Einleitung«, in: Andrea Seier/Thomas Waitz (Hg.): *Klassenproduktion. Fernsehen als Agentur des Sozialen*. Münster: Lit 2014, S. 7-23 (gemeinsam mit Andrea Seier).

Kontakt

t.waitz@univie.ac.at

Hinweis

Diese Textfassung weicht in geringfügigen Details von der Druckfassung ab.



Thomas Waitz

<http://www.thomaswaitz.at/>

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0137-515X>



Dieses Werk ist unter *Creative Commons Namensnennung - Keine kommerzielle Nutzung - Keine Bearbeitungen 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)* lizenziert. Um die Lizenz anzusehen, gehen Sie bitte zu: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode.de>

Andrea Seier / Thomas Waitz (Hrsg.)

**KLASSENPRODUKTION
FERNSEHEN ALS AGENTUR DES SOZIALEN**

LIT

Bucheinbandgestaltung: Tonia Wiatrowski / Rolf F. Nohr
unter Verwendung einer Fotografie von bit.it, photocase.de
Buchgestaltung: © Roberta Bergmann, Anne-Luise Janßen, Tonia Wiatrowski
<http://www.tatendrang-design.de>
Satz: Rolf F. Nohr
Lektorat: Kathrin Wojtowicz, Mary Shnayien
© Lit Verlag Münster 2014
Greverer Straße / Fresnostraße 2 D-48159 Münster
Tel. 0251-23 50 91 Fax 0251-23 19 72
e-Mail: lit@lit-verlag.de <http://www.lit-verlag.de>
Chausseestr. 128 / 129 D-10115 Berlin
Tel. 030-280 40 880 Fax 030-280 40 882
e-Mail: berlin@lit-verlag.de <http://www.lit-verlag.de/berlin/>

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.
ISBN 978-3-643-12587-3
Printed in Germany

INHALTSVERZEICHNIS

Andrea Seier / Thomas Waitz 7
Fernsehen als Agentur des Sozialen. Zur Einleitung

I. Zusammenhänge

Thomas Waitz 25
»Unterschichtenfernsehen« – Eine Regierungstechnologie

Andrea Seier 37
Subjektivitäten, Körper, Technologien: Der soziale *Flow* des Fernsehens

Barbara Eder 55
»Eine Klasse für sich?«
Zur Frage von Klassenbewusstsein und medialer Vermittlung

II. Historische Perspektiven

Joan Kristin Bleicher 73
Zwischen Propagandainstrument und Akteur des sozialen Wandels.
Zur historischen Entwicklung von Konzepten und Angebotsformen
der Repräsentation des Sozialen im Fernsehen

Monika Bernold 87
»Aber das heißt nicht, dass sie eine Frauenrechtlerin sind!«
Gegenderte Wissens-Ökonomien im Fernsehen der 1970er Jahre

III. Die Agentur des Sozialen

- 101 **Vrääth Öhner**
Die Dystopie Fernsehen
- 111 **Markus Stauff**
Zuschauern zuschauen. Fernsehen als *social medium*
- 131 **Matthias Thiele**
Die Couch der Gesellschaft

IV. Nutzungs- und Adressierungsweisen

- 153 **Herbert Schwaab**
Ästhetische Konzepte des Gewöhnlichen und das
Nebenschichten-Fernsehen
- 175 **Andrea B. Braidt / Nicole Kandioler**
Echte Lesben?! *Class Closet* und retroaktives Outing in THE (REAL) L-WORD

V. Problematisierungen und Repräsentationen

- 193 **Rolf F. Nohr**
SuSi-Fernsehen.
Beratung, Empowerment und Denormalisierungsangst
- 213 **Ralf Adelman**
Televisuelle Zirkulation sozialer Unsicherheit.
Sedimente von *White Trash* in US-amerikanischen Serien
- 227 **Nachweis Autorinnen und Autoren**

FERNSEHEN ALS AGENTUR DES SOZIALEN ZUR EINLEITUNG

Am 6. Mai 2010 berichtet der *Kölner Stadtanzeiger* in seinem Onlineangebot von einem »tragischen Unglück«, das sich im Kölner Stadtteil Weiden zugetragen habe. Ein dreijähriges Mädchen sei, so lesen wir, in ihrem Kinderzimmer von einem herabstürzenden Gegenstand getroffen worden. Mit einem Rettungswagen sei das

leblose Kind in ein Krankenhaus gebracht worden; alle Versuche der Ärzte, es wiederzubeleben, seien jedoch erfolglos geblieben. »Nach allem, was bis jetzt bekannt wurde, sei nicht zu erkennen, dass jemand Schuld an dem Unfall trage«, wird ein Beamter der Polizei zitiert. (Drack/Stinauer 2010)

Die Meldung dieses Unfalls wäre kaum weiter bemerkenswert, wenn es sich bei dem Gegenstand, der zum Tode des Kindes führte, nicht um ein besonderes Objekt gehandelt hätte, nämlich einen »schweren Röhrenfernseher« (ibid.). Der Unfall und die Berichterstattung veranlassten eine Reihe von Leserinnen und Lesern, unter dem Beitrag einen Kommentar zu hinterlassen. So schrieb etwa eine Person mit dem Benutzernamen *Kulturretter*, »Was hat, zum Teufel nochmal, ein dreijähriges Kind mit einem Fernseher im Zimmer anzufangen? Schön einfach für die Eltern: TV an, Kind ruhiggestellt.« (ibid.)

Obwohl die eigentliche Meldung des Unglücks keinerlei Anhaltspunkte für seine Diagnose liefert, fährt er fort,

»Unter den genannten Umständen muss man den verantwortungslosen sogenannten ›Eltern‹ eine erhebliche Mitschuld am Tode des eigenen Kindes attestieren. Die Asozialität sogenannter Eltern in diesem unserem Lande kann man jeden Mittwoch bewundern, wenn die ›Supernanny‹ Saalfrank mal wieder in den Hütten derer reparieren muss, die zwar weder Bildung noch Geld haben, deren Schönstes es aber nach wie vor ist, sich massenhaft zu vermehren, um dann die Kinder sich selbst zu überlassen. Ich habe kein Mitleid mit sogenannten ›Eltern‹, die ihre Kinder vernachlässigen und ihnen Fernseher ins Kinderzimmer stellen, um in Ruhe rauchen und saufen zu können.« (ibid.)

»Die gesellschaftslose Klasse, bzw. die Klasse der Gesellschaftslosen lebt weder ohne noch außerhalb der Gesellschaft, sondern inmitten der gewesenen Gesellschaft.«
Buden 2007

Zwar wurde der Verfasser von einer anderen Person für seine drastische Ausdrucksweise und seine weitreichenden Interpretationen kritisiert. Davon abgesehen wurde ihm jedoch in der Sache von allen anderen Kommentatorinnen und Kommentatoren Recht gegeben und identisch argumentiert.

Wären ähnliche Einlassungen denkbar, wenn es sich bei dem todbringenden Gegenstand nicht um einen Fernseher, sondern um einen Kühlschrank gehandelt hätte? Die Frage mag zunächst zynisch klingen. Aber sie verweist auf einen mittlerweile klassischen fernsehwissenschaftlichen Text, in welchem John Hartley (2002) die »Erfindung, Kapitalisierung und Popularisierung der Häuslichkeit« (ibid.: 268) untersucht hat. Hartley sieht nicht den Fernseher, sondern eben den Kühlschrank als entscheidendes Dispositiv für die Durchsetzung einer Konsumgesellschaft, die in der Technisierung der privaten Haushalte ihre Voraussetzung fand und in deren Folge sich eine bürgerliche »Ideologie der Häuslichkeit« durchzusetzen begann (ibid., 263) – eine Häuslichkeit, die, so Hartley, »existierende Aspekte einer anständigen Lebensführung aufnahm: Religion, Weiblichkeit, Sparsamkeit, Scham, Privatsphäre, Selbsthilfe, Eigentum« (ibid., 272). Kühlschrank und Fernseher eint, dass ihre je spezifische Einbettung in die häusliche Umgebung die integrale Voraussetzung für sehr spezifische Vorstellungen von dem sind, was bürgerliche Verhaltensweisen und eine ebensolche Lebensführung auszeichnet.

Kühlschränke bilden – und dies unterscheidet sie von Fernsehern – einen in kultureller Hinsicht wenig reflektierten Gegenstand. Das Fernsehen hingegen offenbart sich bereits in seiner apparativen Struktur als ein Objektbereich, der so problematisch ist, dass seine Gebrauchsweisen keineswegs eine Privatangelegenheit seiner Nutzerinnen und Nutzer zu sein scheinen. In solcher Folge – wie im Beispiel der Berichterstattung des *Kölner Stadtanzeigers* – erweist sich jeder so ergebende Zusammenhang als hochgradig kommentierungsbedürftig und ruft und ein ganzes Bouquet diskursiver Bezüge auf, die eint, dass sie die Medientechnologie Fernsehen in Bezug setzen zu behaupteten sozialen Entwicklungen und daran geknüpfte Werturteile. Fernsehen ist daher alles andere als ein unproblematisches ›Fenster zur Welt‹ oder – etwa in Programmen des Reality TV – zum ›privaten Leben‹ seiner Akteurinnen und Akteure.

Thematik und Forschungsintention

Die Perspektive, die dem vorliegenden Band und der Tagung, ¹ aus der er hervorgegangen ist, zugrunde liegt, besteht darin, dass sich Fernsehen als eine gesellschaftliche Agentur beschreiben lässt, die in wesentlicher Hinsicht da-

mit beschäftigt ist, soziale Differenz zu problematisieren und in eigensinniger Weise evident zu machen. Dieser Zusammenhang lässt sich auf mindestens drei Weisen denken: Fernsehen *vermittelt ein Bild von und ein Wissen über soziale Schichtung*, wodurch primär Fragen der Repräsentation angesprochen sind. Fernsehen bildet jedoch nicht nur ab, sondern *bringt soziale Unterscheidungen hervor*, bewirkt diese und lässt sie gesamtgesellschaftlich evident erscheinen, so dass sich ein performativer Zusammenhang ergibt. Und schließlich *bearbeitet Fernsehen soziale Ungleichheit*, es ist ›Werkzeug‹ und ›Instrument‹ des Zugriffs auf diese (vgl. Stauff 2005).

Die Frage nach dem Fernsehen und seiner Funktion für die fortlaufende Verfertigung des Sozialen ist somit nicht nur eine nach Inhalten und Programmen. Der Nutzen und die »Gebrauchsweisen« (Hartley 1999) des Dispositivs Fernsehen liegen vielmehr darin, dass es über seine Einbettung in soziale Praktiken, seine Adressierung mittels regulativer Entscheidungen und seine Problematisierung innerhalb von Diskursen Teilhabe an Prozessen der Vergesellschaftung ermöglicht und selbst Modelle der Verbürgerlichung bereitstellt – etwa über die Adressierung seiner Rezipientinnen und Rezipienten als »Zuschauer« (vgl. Ang 2002). Den spezifisch politischen Vorzeichen, unter denen sich dieser Zusammenhang erschließt, gilt das Interesse der in diesem Band versammelten Untersuchungen.

Vom »Unterschichtenfernsehen« zum »Qualitätsfernsehen«

Einen wesentlichen diskursiven Bezugsrahmen, der den hier angesprochenen Zusammenhang wirksam werden lässt, lag in den vergangenen Jahren im deutschsprachigen Raum in der Diskussion zweier Begrifflichkeiten, deren kulturelle Produktivität nur über ihre wechselseitige Abhängigkeit und miteinander verschränkte Plausibilität verständlich wird. Gemeint ist die Rede vom sogenannten »Unterschichtenfernsehen« auf der einen, und die Anführung eines sogenannten »Qualitätsfernsehens« auf der anderen Seite. Die Debatten, die sich jeweils entlang der entsprechenden Termini entzündeten, verorten sich vor einem konkreten politischen Hintergrund: der im Zuge der sogenannten »Agenda 2010« betriebenen Ablösung des Solidarprinzips in den sozialen Sicherungssystemen und der als Stärkung von ›Eigenverantwortung‹ und ›Selbstbestimmung‹ verhandelte, neoliberale Abbau des Sozialstaats.

Begriffe wie »Unterschicht«, »abgehängtes Prekariat« und »Neue Armut« sind in den vergangenen Jahren in politischen Debatten, im Feuilleton, aber auch in der Wissenschaft bestimmende Bezugspunkte für eine Diagnose gegenwärtiger

tiger gesellschaftlicher Lagen gewesen (vgl. Altenhain et al. 2008). Diese Debatten, die bis in die Gegenwart reichen und fortlaufend aktualisiert werden, zeichnet aus, dass Medien, ihre vermeintliche Funktion in Prozessen sozialer Differenzierung sowie ihnen zugeschriebenen Effekte in zentraler Weise thematisiert werden. Insbesondere der Begriff des »Unterschichtenfernsehens«, den Harald Schmidt 2005 in einer Ausgabe seiner in der ARD ausgestrahlten *Late Night-Show* verwendete und damit zu einiger Prominenz verholfen hat, entzündete eine kulturelle und soziale Debatte, in der behauptete Zusammenhänge zwischen Medien, Mediengebrauch und Bevölkerungspolitik im weitesten Sinne, aber auch Gesundheits- und Bildungsfragen, Klassenzugehörigkeit, Geschmack und divergierende Lebensstile problematisiert worden sind. Der Begriff der »Klassengesellschaft«, Fragen der gesellschaftlichen Regulierung und Regierung als auch die Problematisierung der sozialen und kulturellen Funktion des Fernsehens erfuhren in dieser Debatte eine entscheidende Neu-Formulierung, wobei die jeweiligen Umdeutungsprozesse auf Engste miteinander verknüpft waren und füreinander produktiv wurden. ◀2

Die so geführte Debatte um das sogenannte »Unterschichtenfernsehen« steht jedoch nicht alleine. Ihr gegenüber findet sich ein phantasmatisch beschwo-rener Begriff: jener der »Qualität«, respektive der des »Qualitätsfernsehens«. Über den Antagonismus beider Begriffe formiert sich eine gesellschaftliche Diskussion, die ihren Gegenstand – das Fernsehen – in einer bezeichnenden, nämlich um die Dimension sozialer Differenz erweiterten Weise konstituiert. So postuliert nicht nur die Fernsehwissenschaft seit geraumer Zeit die Existenz eines sogenannten »Quality TV« (McCabe/Akass 2007 unter Bezug auf Feuer et al. 1984) – eine Behauptung, die impliziert, dass neben dem so nobilitierten Fernsehen auch eines ohne »Qualität« existierte. Dabei handelt es sich um Perspektivierungen, die eine Entsprechung im massenmedialen Diskurs finden. So spricht etwa Caroline Emcke im Onlineangebot der Wochenzeitung *Die Zeit* anlässlich eines Gesprächs zwischen dem Literatur- und Fernsehkritiker Marcel Reich-Ranicki und Thomas Gottschalk von einer »Sendung über die Qualität des Fernsehens« und unterstellt dem Medium *per se* eine »vielfältige Niveaulosigkeit«, die »Ausdruck von Gleichgültigkeit und Schamlosigkeit« der Programmverantwortlichen sei (Emcke 2008). Einlassungen wie diese sind geprägt von Geschmacksurteilen, die auf scheinbar »selbstverständliche« kulturelle Wertvorstellungen rekurrieren. Tatsächlich beruhen sie – wie alle Fragen nach Geschmack – auf habituellen Grundlagen, die in den seltensten Fällen reflektiert werden.

Die Wirksamkeit des solcherart formierten Diskurses etabliert sich dort, wo sich vermeintlich wohlbegründete Aussagen zur »Qualität« des Fernsehpro-

gramms als implizite und wirkmächtige Konstruktionen sozialer Differenz erweisen. Unabhängig von der Frage, ob man bereit ist, den so gestellten Diagnosen zuzustimmen, erweist sich die Rede über die »Niveaulosigkeit« des Fernsehens, die sich in der Form eines vermeintlichen Konsens, der jenseits des Anscheinsbeweises keiner Grundlegung, keiner Widerrede, keines Streits bedarf, gestaltet, als Einhegung des Politischen. Dieser Zusammenhang findet seinen auffälligen Ausdruck in einer wiederkehrend geäußerten, obsessiven Vorstellung – jener der »Verblödung« des Publikums, die sich als Engführung von unterstellten Lebensstilen, sozialen Zugehörigkeiten und Intelligenz erweist.

In seiner unter dem Titel *Dummgeglotzt* veröffentlichten Erörterung behauptet etwa der Fernsehkritiker Alexander Kissler (2009), dass »das Fernsehen uns verblödet«. Auch der ehemalige Chefredakteur der Illustrierten *Stern*, Michael Jürgs (2010), konstatiert, dass »wir hemmungslos verblöden« und identifiziert als maßgebliche Ursache die *Seichtgebiete* der Fernsehunterhaltung. Der Ressortleiter des Feuilletons der Wochenzeitung *Die Zeit*, Jens Jessen (2010), unterstellt, dass das Fernsehen allenfalls »vom Volk bezahlte Verblödung« biete. Auch – und damit sei diese keineswegs abschließende Aufzählung beendet – Marcel Reich-Ranicki bezeichnete die Darbietungen im Rahmen der Verleihung des Deutschen Fernsehpreises im Jahr 2008 als »Blödsinn« (zit. nach Buß 2008), woraufhin er bekanntlich die Annahme des ihm zugedachten Ehrenpreises verweigerte. Soviel Blödheit erscheint verdächtig. Was aber macht die ostentative Beschwörung einer »Verblödung«, an der das Fernsehen schuld sein soll, so attraktiv? Wenn Michael Jürgs etwa von der »Blödheit derer da unten« (2010, 10) spricht und damit »fettarschige Leggings-Mädchen« (ibid., 116) meint, dann ist seine Ausdrucksweise nicht nur vulgär und verletzend. In ihrer Theorie der Performativität des politischen Diskurses hat Judith Butler (1997) offengelegt, wie die Handlungsmacht einer solchen, »perlokutionären« Rede darin liegt, dass ihr eine soziale Konstruktionsleistung zukommt, ohne dass diese einen solchen Anspruch erhöhe. Das Sprechen von der »Verblödung« ist nicht nur Ausdruck eines Ringens um soziale Distinktion, innerhalb derer wenig verholten bürgerliche Ideale zur *ultima ratio* und, in einem emphatischen Sinne, der eigene Geschmack zur letztgültigen ästhetischen »Qualität« erklärt werden. Es ist auch der Versuch, jene, die diese Normen nicht teilen oder ihnen nicht entsprechen können oder wollen, auf ihre Plätze zu verweisen. Denn, so die unbeschönigte Angst derer, die so reden: »[Z]u viel Fernsehen kann eine soziale Abwärtsspirale in Gang setzen« (Kaiser 2004).

Der Grund für die fortdauernde Aktualisierung des Sprechens von der »Verblödung« begründet sich jedoch nicht nur in seiner Wirkung für die Konstitu-

tion von Subjektpositionen. In einer Gesellschaft, in der die soziale Herkunft in einem erheblichen Ausmaß Bildungschancen bestimmt (vgl. Isserstedt et al. 2010, 8ff.), sind alle Fragen nach dem, was Niklas Luhmann (2002) das »Erziehungssystem der Gesellschaft« genannt hat – jenem System sozialer Auswahl, das sich mit dem humanistischen Ideal der menschlichen Bildung schmückt – Fragen nach Klassenzugehörigkeiten. Die Funktionsstelle, die das Fernsehen dabei einnimmt, ist durchaus widersprüchlich: Wenn etwa Michael Jürgs mit Blick auf das Fernsehen behauptet, »es ist einfacher als früher, [die Blöden] aus der Nähe zu beschreiben, weil ihre Dummheit nicht mehr im Verborgenen blüht« (Jürgs 2008, 12), dann erweist sich Fernsehen als Ursache und Ausdruck der behaupteten »Verblödung«. Zugleich – und paradoxerweise – bestimmt sich seine Funktion darin, dass es jenes Wissen bereitstellt, das es Jürgs erst ermöglicht, diejenigen zu identifizieren, die er abwechselnd »Dummies« (ibid.), »Blöde« (ibid., 13), die »Massen« oder das »tümelnde Volk« (ibid., 19) nennt. Und schließlich knüpft sich auch ein Großteil der von ihm – wenngleich nur in Ansätzen formulierten – interventiven Strategien gegen die »Verblödung« an das Medium: die Forderung nach mehr »Qualität«.

Georg Seeßlen und Markus Metz haben mit ihrem Buch *Blödmaschinen. Die Fabrikation der Stupidität* (2011) zu dieser Diskussion einen umfänglichen Beitrag geleistet und formulieren hinsichtlich der paradoxen Stellung des Fernsehens für die Generierung klassenspezifischer Differenzen eine ähnliche These:

»Die Erzeugung der Unterschicht in den Blödmaschinen geschieht [...] auf drei miteinander verbundene Weisen: in der Form der Bewunderung für die lustvolle Regression, in der Form der virtuellen und realen Almosen (das verbliebene Kleinbürgertum darf sich in seiner Güte sonnen) und schließlich in der Form der symbolischen Bestrafung. Die Darstellung der neuen Unterschicht ist in der Blödmaschine nach dem Bruch mit dem Integrationspakt demnach ›doppelt adressiert‹: Sie gilt sowohl dem Betroffenen als auch dem Empörten, der sich distanzieren will. Man könnte wohl sagen: Die Blödmaschine ist eine besonders tückische Waffe im Klassenkampf von oben geworden. Sie erzeugt zugleich, was sie bekämpft, sie bestraft, was es ohne sie in dieser Form womöglich gar nicht gäbe.« (ibid., 302)

Was Seeßlen und Metz auf fast 800 Seiten zu belegen suchen – die These einer systematischen »Verblödung« durch das Medium Fernsehen – und woran sich gesellschaftliche Debatten abarbeiten – sei es explizit in der Rede vom sogenannten »Unterschichtenfernsehen« oder implizit in der Beschwörung eines »Qualitätsfernsehens« –, das nimmt das vorliegende Buch zum Anlass, um in systematischer Weise Fragen nach der sozialen Produktivität des Fernsehens zu formulieren. Dabei verstehen wir Fernsehen als Dispositiv, dessen Machteffekte und Subjektpolitiken sich nur im Zusammenspiel der apparativen und

technischen Dimension, seiner Diskurse, seiner Einbettung in soziale Praktiken und schließlich seiner Inhalte und Programme erschließen.

Klassenproduktion

Geht man davon aus, dass es ›das‹ Fernsehen nicht gibt, sondern dass jene wechselhaften Eigenschaften, die Fernsehen als Medium auszeichnen, immer wieder re-aktualisiert werden müssen (vgl. Keilbach/Stauff 2011), so lassen sich Diskussionen über den Verlust an ›Niveau‹ auf der einen und den Zueginn an ›Ästhetik‹ auf der anderen Seite als ein Ort aufsuchen, an dem eine solche Re-Aktualisierung beobachtet werden kann. Sie findet nicht nur im akademischen Feld statt und nicht unabhängig von einer so oder so gegebenen, vorgängigen Realität. Wo Fernsehen – oder *fern sehen*, wie John Fiske (2004) vorgeschlagen hat – definiert wird, werden zugleich kulturelle Differenzen, etwa in Form von Lebensstilen, Identitätswürfen oder auch als Vorstellungen einer gelungenen oder misslungenen Mediennutzung, mitbestimmt. In den Beiträgen des vorliegenden Bandes steht damit nicht alleine das Fernsehen zur Debatte. Tatsächlich geht es, indem Fernsehen problematisiert wird, um weitreichende sozioökonomische und politische Kämpfe, die auf gesellschaftliche Teilhabe zielen und in Form von Klassendifferenzen wirksam werden. Aus diesem Grund sprechen wir mit Blick auf die Rolle und Funktion von Fernsehen von einer »Klassenproduktion«.

Die Rede von der »Neuen Klassengesellschaft« (Nolte 2004), die mit divergierenden und oftmals pejorativen politischen Vorzeichen in wissenschaftlichen wie kultur- und sozialpolitischen Kontexten geführt wird, aufgreifend, wollen wir die medialen Voraussetzungen eines solchen Sprechens aus der Sicht der Fernsehwissenschaft beleuchten. Der Begriff der Klasse soll dabei nicht als essentialistische Kategorie der Analyse eingesetzt werden. Aufschlussreicher erscheinen uns vielmehr die Verschiebungen, die der Begriff im Kontext öffentlicher Debatten über Mediennutzung im Allgemeinen und der ›Qualität‹ des Fernsehprogramms im Besonderen erfährt. Die von uns versammelten Beiträge untersuchen Klassendifferenzen somit in erster Linie als Diskurseffekte – allerdings solche, die in ihrer performativen Dimension kaum zu unterschätzende Folgen bewirken. Historische Fernsehprogramme und aktuelle Serien, Debatten über Fernsehkonsum sowie prototypische televisuelle Szenarien, in denen Soziales und soziale Differenzen inszeniert werden, dienen den Beiträgen des Bandes als Ausgangspunkte der Untersuchung. Dabei steht nicht die sozialwissenschaftlich bestimmte begriffliche Konkurrenz zwischen »so-

zialer Differenz«, »Schicht« und »Klassenzugehörigkeit« im Vordergrund. Sie tritt hinter eine Sichtweise zurück, die den Begriff der Klasse weder nostalgisch wiederbeleben noch mit Blick auf gegenwärtige Subjektivierungsweisen, in denen sich ökonomische, kulturelle und soziale Lebensbedingungen auf komplexe Art überlagern, für obsolet erklären will.

Die hier vorgenommenen Auseinandersetzungen mit dem *Fernsehen als Agentur des Sozialen* gehen davon aus, dass die derzeitigen gesellschaftlichen Verwertungs- und Ausbeutungsmechanismen im Vergleich zur lohnabhängigen Fabrikarbeit umfassender und zugleich abstrakter geworden sind. Sie finden unter veränderten politischen, kommunikativen und medialen Bedingungen statt, die umfassende Neuausrichtungen sozialer, globaler und lokaler Beziehungen, institutioneller Abläufe und Zugangsweisen zu gesellschaftlichen Wissensbeständen mit sich bringen und – in höchst problematischer Weise – in die scheinbar »gesellschaftslose« Anrufung des Subjekts münden. Wirtschaft, Politik und Medien – keine dieser Instanzen bringt eine solche Klasse der Gesellschaftslosen, beziehungsweise diese »gesellschaftslose Klasse« (Buden 2007) in ursächlicher Weise hervor. Alle Teilbereiche erweisen sich jedoch als Agenturen einer vernetzten Produktion mit je unterschiedlicher Wirksamkeit und Reichweite (vgl. Lazzarato 1996, 15), und auch das Medium Fernsehen lässt sich in einer solchen Weise als Agentur begreifen. Fasst man Fernsehen zudem – wie die im vorliegenden Band versammelten Aufsätzen es tun – in Foucaults Sinne als »Regierungstechnologie«, so gerät nicht nur eine normierende Funktion des Mediums in den Blick.

Auch die Fragen danach, welche Handlungsoptionen und Wissensgegenstände Fernsehen bereitstellt und plausibel werden lässt, stehen mit jenen »Verfahren, Institutionen Praktiken und Diskurse[n], die einen Gegenstandsbereich definieren, ein Wissen von ihm produzieren und regulierende Zugriffe mit den Praktiken der Selbstregierung verschränken« (Stauff 2005, 92), in Rede. Angesprochen ist dabei nicht nur die repressive, verknappende und manipulierende Wirksamkeit des Fernsehens. Seine Machtwirkungen werden zugleich im Bereich einer hervorbringenden Wirksamkeit verortet, insbesondere mit Blick auf die Ermöglichung von Subjektivierungsprozessen.

Die kulturwissenschaftliche Fernsehwissenschaft hat Fragen nach sozialer Differenz bislang allenfalls im Rahmen von qualitativen Rezeptionsstudien und auf der Ebene der Repräsentationskritik bearbeitet. Untersucht wurden dabei Aushandlungsprozesse kultureller Bedeutungsangebote sowie – mit Blick auf Repräsentationspolitiken – Inszenierungsstrategien und bildliche Codierungen, etwa von »arm« und »reich«, von *Working Class* und besitzender Klasse – so im Reality-Fernsehen, in Boulevard-Magazinen, in Quiz-Shows und in

Serien (vgl. etwa Bennett/Savage et al. 2009; Wood/Skeggs 2011). Nicht nur im deutschsprachigen Kontext, auch in den englischsprachigen *Cultural Studies* sind solche Ansätze jedoch eher die Ausnahme geblieben. Tatsächlich lässt sich im Rückblick auf die Etablierung jener Analyseansätze, die sich den *Cultural Studies* verpflichtet fühlen, eine symptomatische Vernachlässigung von Klassendifferenzen gegenüber den Kategorien *Race* und *Gender* verzeichnen. Oliver Marchart (2008) verortet einen möglichen Grund für eine solche Entwicklung in den Folgen der Absicht der *Cultural Studies*, sich von orthodox-marxistischen Modellen abzusetzen – insbesondere von jener Vorstellung, die Kultur als »Überbau« fasst. Mit Bezug auf die Arbeiten von Pierre Bourdieu sei zwar, so Marchart, die ökonomische Fundierung der Kultur als auch die kulturelle Fundierung der Ökonomie innerhalb eines relationalen Feldes wieder aufgegriffen worden. Allerdings sei dies oftmals nur in der Form der etablierten Aufzählung von *Race*-, *Class*- und *Gender*-Identitäten geschehen. Klassendifferenzen seien dabei zumeist nur als eine unter vielen Identitätsdimensionen thematisiert worden (vgl. Marchart 2008, 195f.).

Der vorliegende Band unternimmt den Versuch, diese Beschränkungen zu überwinden und zu einer Beschreibung, Analyse und Kritik der strukturellen Dimensionen des Zusammenhangs von Fernsehen und Klasse vorzustoßen. Fernsehen zeigt ›die Leute‹ (im Sinne der *Cultural Studies*) nicht, wie sie ›sind‹. Es ›erfindet‹ aber auch – um nur ein Beispiel zu geben –kein Prekariat, das nur im Fernsehen existierte. Fernsehen ist Teil des Sozialen. Und das Soziale wird in diskursiven und nicht-diskursiven Praktiken, in Alltagsroutinen und Bedeutungskämpfen konfiguriert, in denen Medien wie dem Fernsehen eine konstitutive Rolle zufällt. Die Sphäre des Sozialen und das Medium Fernsehen konstituieren sich dabei in einer je spezifischen Wechselbeziehung stets nur vorläufig. Diesen Zusammenhang, die Verfahren seiner Konstitution und die Möglichkeiten alternativer Strukturierungen zu untersuchen, ist das Anliegen der im Folgenden versammelten Beiträge.

Zu den Beiträgen

Zu Beginn des Bandes stehen drei Beiträge, die in je unterschiedlicher, sich jedoch wechselseitig erschließender Weise nach dem strukturellen Zusammenhang von Fernsehen und sozialer Differenz fragen.

So beschreibt *Barbara Eder* das Auftauchen der sogenannten »Neuen Unterschicht« im Medium Fernsehen und nimmt dies zum Anlass, die Gründe für die gegenwärtig offenkundig limitierten Möglichkeiten der Ausbildung eines

Klassenbewusstseins zu analysieren. Dabei kritisiert ihr Beitrag eine sozialwissenschaftliche Pragmatisierung des Klassenbegriffs, die, so Eder, dazu geführt habe, ihn zugunsten anderer – vermeintlich »entideologisierter« – Begriffe wie »soziale Differenz«, »soziale Schicht« oder auch »Prekariat« zu ersetzen und damit die Möglichkeiten der Analyse einer umfassenden gesellschaftlichen Position, insbesondere aber auch die Möglichkeiten eines Klassenbewusstseins suspendiert habe. Fernsehen unterstütze diese Entwicklung, so Eder – etwa durch spezifische Bildpolitiken, die den Rückzug des Sozialstaats ideologisch legitimieren.

Auch der Beitrag von *Thomas Waitz* setzt bei der begrifflichen Konkurrenz von »Prekariat« und »Unterschicht« an und fragt nach den Gründen für die gegenwärtig wiederkehrende Popularität des Unterschichtenbegriffs. Er befasst sich in diesem Zusammenhang nicht nur mit den Unterschieden zwischen kulturalistischen und ökonomischen Begründungen für Klassenzugehörigkeiten und dem damit jeweils einhergehenden Abgrenzungspotenzial für die Mittelschicht. Vielmehr weist der Beitrag darauf hin, dass die Funktion des Fernsehens über die Visualisierung und Sichtbarmachung prekärer Lebensstile weit hinaus geht. Fernsehen vermittele oder übertrage nicht nur Wissen von »Unterschicht«, es sei vielmehr selbst ein entscheidender und überaus selbstreferentieller Bestandteil dieses interdiskursiven Wissens, das nicht nur im Fernsehen selbst, sondern auch in der Wissenschaft, in der politischen Auseinandersetzung und im Feuilleton Verbreitung fände.

Der Beitrag von *Andrea Seier* hingegen zielt auf die soziokulturelle Produktivität von Fernsehkritik. Mit Bezug auf den von Jack Bratich entwickelten Zusammenhang zwischen post-operaistischen Thesen zur Biomacht, immaterieller Arbeit und Fernsehen untersucht ihr Beitrag Fernsehkritiken als neue Form einer medienbasierten Handlungsmacht, welche die traditionellen Grenzziehungen zwischen Tätigkeiten des Produzierens und Rezipierens nachhaltig unterlaufe. »Aktive« und »passive« Rezeptionsvorgänge hätten innerhalb eines postfordistischen Medienensembles, in dem sich die Nutzung von Fernsehen, Internet und Mobiltelefon überlagerten, den Effekt, soziale und affektive Beziehungen herzustellen und zu intensivieren. Die Demarkationslinien sozialer Klassen und schichtenspezifischer Lebensstile würden dabei, so Seiers These, kontinuierlich (re-)aktualisiert. Überprüft wird dies am Beispiel des ATV-Formats SATURDAY NIGHT FEVER – SO FEIERT ÖSTERREICHS JUGEND.

Den sich an diese Ausführungen anschließenden Teil des Bandes bilden zwei Beiträge, welche die historische Dimension der Herstellung sozialer Differenz durch das Fernsehen untersuchen. *Joan Bleicher* analysiert zunächst Entwicklungen televisionärer Repräsentationen des Sozialen aus der Perspektive

der historischen Programmforschung. Die Beispiele, mit denen sie charakteristische Entwicklungslinien nachzeichnet, verdeutlichen dabei die Differenz zwischen der wechselvollen Einschätzung der Wirkungspotenziale des Fernsehens, der jeweiligen Sendungs-dramaturgie und -gestaltung und der tatsächlichen Nutzung und Bewertung der Angebote, wie von der Rezeptionsforschung bezeugt.

Auch der Beitrag von *Monika Bernold* weist eine historische Perspektive auf. Sie wählt jedoch weniger eine überblicksartige Darstellung, sondern stellt in das Zentrum ihrer Analyse DIE SPARMEISTERSCHAFT VON ÖSTERREICH, eine auf Familien abzielende *Quiz Show*, die der ORF mit nur zwei Folgen 1973 ausgestrahlt hat. Dabei begreift sie die Sendung als historisch spezifische Praxis einer ökonomischen Regierung des Sozialen durch das Medium Fernsehen, wofür die wechselseitigen Überlagerungen des Sparens und des Fernsehens wirksam werden – zweier Kulturtechniken, die in ähnlicher Weise in zahlreichen Fernsehformaten, so etwa der *Game Show* WÜNSCH DIR WAS, enggeführt werden. Im Scheitern des Formats, so Bernold, werde Fernsehen als Aushandlungsort sichtbar, an dem unterschiedliche Akteurinnen und Akteure, widerstreitende Interessen und sich verschiebende normalistische, ökonomische und geschlechterpolitische Diskurse aufeinandertreffen und miteinander konkurrieren.

Im Anschluss an die theoretischen Annäherungen und die historischen Verortungen der Funktion von Fernsehen als Agentur des Sozialen stellen die folgenden drei Abschnitte des Bandes jeweils eine wesentliche Perspektive, unter der die Produktion von Klasse analysiert wird, in den Mittelpunkt. Mit dem Konzept der ›Agentur‹ werden dabei zunächst Vorstellungen von Fernsehen als integrelem Teil des Sozialen beschrieben. Mit den Adressierungs- und Nutzungsweisen des Fernsehens sind, daran anschließend, die sozialen Praktiken angesprochen, über die Fernsehen konstruiert wird. Den Abschluss bilden zwei Beiträge, die im engeren textanalytischen Sinne konkrete Verfertigungen und Repräsentationen sozialer Differenz analysieren.

Vrästh Öhners Beitrag zielt auf die Art und Weise, wie Fernsehen gesellschaftlich legitimiert wird. Im Gegensatz etwa zum Film, so Öhner, kennzeichne Fernsehen, dass es keine gesellschaftlichen Utopien gegeben habe, für die es strukturelle Funktion übernommen hätte. Fernsehen als soziale Hervorbringung kennzeichne vielmehr, dass es einem emanzipatorischen gesellschaftlichen Projekt eher entgegenstehe. Öhner geht es dabei nicht um die Bewertung der Valenz der entsprechenden Diagnosen, sondern um die Frage nach der Funktion eines sich so formierenden Diskurses. Dabei greift er auf eine Sichtweise zurück, mittels der die beständige Wiederkehr kulturkritischer Einwände gegen das Fernsehen ebenso wie deren Resistenz gegen Widerlegung als das Resultat

tat einer Problematisierung des Fernsehens verstanden wird, die schon alleine deshalb nicht zum Abschluss kommen könne, weil der Gegenstandsbereich, den die Problematisierung konstituiere, ein Experimentierfeld mit vielfältigen Einflussgrößen darstelle und keinen feststehenden Erkenntnisgegenstand.

Gegenwärtige Theorien des Fernsehens, die behaupten, dass sich ein Wandel des Mediums von einem tendenziell a-sozialen hin zu einem »Social TV« verzeichnen lasse, bilden den Ausgangspunkt des Beitrags von *Markus Stauff*. Die spezifische Funktion der Zurschaustellung und sekundären Inszenierung von Zuschauerschaft steht im Zentrum seiner Überlegungen. Fernsehen zu schauen, so Stauff, bestehe tatsächlich häufig darin, Zuschauerinnen und Zuschauern wiederum zuzuschauen. Auf diese Weise problematisiere Fernsehen nicht nur die Frage, was es heiße, Vorgänge gemeinsam mit anderen zu sehen und damit, Teil eines Publikums zu sein, sondern auch Vorstellungen von mediatizierter Vergesellschaftung überhaupt. Stauffs Text zielt daher auch auf eine Analyse der Verfahren und Implikationen, mit denen Medien entweder in einem emphatischen Sinne als ›sozial‹ bestimmt werden oder in expliziter Abgrenzung hierzu gefasst sind.

Der Beitrag von *Matthias Thiele* nähert sich dem Fernsehen als Agentur des Sozialen über ein Möbelstück, das die Fernsehwelt mit der Welt außerhalb des Fernsehens auf spezifische Weise verknüpft. Die Couch dient dem Beitrag als Ausgangspunkt, um nach ganz konkreten televisuellen Inszenierungsweisen des Sozialen – als Gefüge von Dingen und Menschen – zu fragen. Couch-Szenarien in Magazinsendungen, Unterhaltungsshows und Serien werden daraufhin untersucht, welche Versionen des Sozialen das Fernsehen imaginiere. Insbesondere die konfliktbeladenen Couch-Sequenzen der *Domestic Sitcom* dienen dazu, so Thiele, Sozialität, Verhaltensweisen und Subjektivitäten zu modellieren, wobei das Spannungsfeld zwischen Gemeinschaft und Gesellschaft, von Eintracht und Antagonismus sowie klassenspezifisch kodierte Differenzen des Verhaltens aufgerufen würden.

Ähnlich wie *Matthias Thiele* fragt auch *Herbert Schwaab* nach dem Nexus zwischen der Herstellung des Sozialen und dem Fernsehen, bindet diesen Zusammenhang jedoch weniger an ein spezifisches Objekt und dessen Produktivität für bestimmte Formen der Problematisierung, als an eine kennzeichnende Eigenschaft von Fernsehen: Seine Gewöhnlichkeit, mit der, so Schwaab, immer auch eine spezifische Vorstellung des Publikums und der Gebrauchsweisen von Fernsehen verbunden sei. Der relativen Unbestimmtheit des Publikums stehe dabei die Fähigkeit des Mediums gegenüber, immer wieder auf neue Weise zu versammeln – nicht durch eine Übereinkunft, die sich auf dieses oder jenes Programm richte, wie Schwaab anmerkt, sondern durch Momente, die vom

Fernsehen geschaffen würden. Diese spezifische Form der zufälligen Adressierung eines heterogenen Publikums, die inkommensurabel bleibe und jegliche Sicherheit darüber, wer das Publikum des Fernsehens und bestimmter Formate sei, fasst Schwaab dabei in den Begriff des »Nebenschichtenfernsehens«. Der Beitrag von *Nicole Kandioler* und *Andrea Braidt* greift das Thema der Klassenproduktion im Kontext des Queer TV auf. Dem Ineinandergreifen von Klassenzugehörigkeit und sexueller Orientierung geht der Beitrag anhand der beiden Serien *THE L-WORD* und *THE REAL L-WORD: LOS ANGELES* nach. Mithilfe der Figur des Closets wird aufgezeigt, dass in beiden Serien die Verheimlichung/Veröffentlichung des Wissens um Klasse, Schicht, Herkunft etc. auf sehr spezifische Weise korreliert. Während jedoch im fiktionalen Format Klassenfragen kaum eine Rolle spielten und stattdessen Problemstellungen des Sexualitätsdispositivs im Zentrum stünden, weise das *Reality-Programm* einen expliziten Umgang mit Klassendifferenzen auf. Die klassenlose Lesbenutopie aus *THE L-WORD* werde, so die These von Kandioler und Braidt, durch die Nachfolgeserie *THE REAL L-WORD* retroaktiv klassenspezifisch lesbar.

Der Beitrag von *Rolf F. Nohr* greift noch einmal die Kulturtechnik des Sparens auf, die Monika Bernold aus fernsehhistorischer Sicht untersucht. Im Sinne der foucaultschen Gouvernementalität beschäftigt sich der Text mit gegenwärtigen Formaten des *Makeover-* und *Reality-Fernsehens*, in denen das Sparen als Technik der Selbstregierung thematisiert wird. Klassenproduktion entstehe hier auf ganz spezifische Weise, nämlich durch die Dethematisierung von ökonomischen Fragen zugunsten von Möglichkeiten der Selbstregierung. Da Formate wie *RAUS AUS DEN SCHULDEN* und *RACH, DER RESTAURANTTESTER* Subjektverhältnisse der Selbstsorge anreizen, schlägt Rolf Nohr – in Anlehnung an Foucaults Rede von der »Sorge um sich« – für dieses spezifische Programmangebot den Begriff des »Su-Si-Fernsehens« vor. Das Spannungsverhältnis zwischen Klassenlosigkeit und Klassenbewusstsein, das in fast allen hier versammelten Beiträgen thematisiert wird, findet auch in Nohrs Beispielanalysen Berücksichtigung. Die durch das gegenwärtige Reality-Fernsehen evozierten De-Normalisierungsängste würden, so seine Beobachtung, jenseits von sozialer Stratifikation und jenseits einer ideologischen oder sozialtopografischen Selbstverortung wirksam. Im Unterschied zur ›alten‹ Klassenordnung fehle den Prinzipien der Selbstermächtigung und Selbstregierung jedoch ein Gegenüber. An die Stelle des Antagonismus (›Die da oben – wir da unten‹) treten Segregationen (Abgrenzung) und Transgressionen (Denormalisierungsangst), welche neue soziale Ordnungen herausbildeten.

Mit dem Konzept des »White Trash« analysiert *Ralf Adelmann* schließlich eine in der populären Kultur vielfältig aufgerufene und perpetuierte Vorstellung

sozialer bzw. kultureller Differenz. Adelman begreift dabei »White Trash« als flexibles kulturelles, soziales und politisches Konzept, Stereotyp und Erklärungsmodell. Gerade die Flexibilität und eine kennzeichnende Fähigkeit des Crossover stehen im Zentrum seiner Überlegungen, die in gegenstandsanalytischer Sicht auf die Untersuchung der ästhetischen, stilistischen und narrativen Produktivität des »White Trash« für US-amerikanische Fernsehserien zielen. Zwar seien, so Adelman, die strukturellen Analogien der Funktionsweise von »White Trash« im Musik- und Fernsbereich offensichtlich. Doch aufgrund unterschiedlicher medialer Voraussetzungen und Merkmale lasse sich eine eigene Linie des »White Trash« -Konzeptes in Fernsehserien wiederfinden. Den Aufruf entsprechender Vorstellungen bindet Adelman an die produktive, konstitutive und agenturliche Funktion des Fernsehens für das Soziale: Die televisuelle Zirkulation von »White Trash«-Stereotypen und die Adaptionisleistungen der untersuchten Formate ließen sich, so die These, als spezifische Form einer Verhandlung sozialer Unsicherheit in US-amerikanischen Serien lesen.

Dank

Für die finanzielle und ideelle Unterstützung, die wir in der Arbeit an diesem Buch und der Durchführung der zugrundeliegenden Tagung erhalten haben, danken wir dem Dekanat der Philologisch-Kulturwissenschaftlichen Fakultät, dem Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft der Universität Wien sowie der Abteilung für Intermedialität unter der Leitung von Prof. Dr. Klemens Gruber. Ebenso möchten wir uns bei der Kulturabteilung der Stadt Wien (MA 7) und dem *Depot* – Raum für Kunst und Diskussion bedanken.

Auch unseren Kolleginnen und Kollegen, insbesondere Andrea B. Braidt, Patric Blaser und David Murobi, den wir schmerzlich vermissen, aber auch all jenen Studierenden, die uns bei der Organisation der Veranstaltung und der Herstellung des Buches hilfreich zur Seite standen, gilt unser herzlicher Dank. Für die redaktionelle Bearbeitung der Beiträge danken wir Kathrin Wojtowicz und Mary Shnayien.

Schließlich bedanken wir uns bei allen Autorinnen und Autoren und den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Tagung für die gute Zusammenarbeit und die intensiven Diskussionen. Ein besonderer Dank gebührt Rolf F. Nohr, der sich freundlicherweise bereit erklärte, den vorliegenden Band in die Braunschweiger Schriftenreihe *Medien'Welten* aufzunehmen.

Anmerkungen

- 01** ▶ *Klassenproduktion. Fernsehen als Agentur des Sozialen*, Tagung am Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien/Depot – Raum für Kunst und Diskussion, 9.-11. Juni 2011. Konferenz- und Buchbeiträge decken sich nicht vollständig. Der vorliegende Band enthält zusätzliche Texte, während einige Konferenzbeiträge nicht aufgenommen werden konnten.
- 02** ▶ Vgl. ausführlicher den Beitrag von Thomas Waitz im vorliegenden Band.
- 03** ▶ Dazu zählen selbstständige und nicht-selbstständige Formen der Erwerbsarbeit, Geschlechterdifferenzen, sexuelle Orientierungen, Nationalitäten, familiäre Gefüge und Generationenverhältnisse, aber auch Religionszugehörigkeiten und viele andere Aspekte mehr

Bibliografie

Altenhain, Claudio/Danilina, Anja/Hildebrandt, Erik/Kausch, Stefan/Müller, Annekathrin/Roscher, Tobias (Hrsg.) (2008) *Von »Neuer Unterschicht« und Prekariat. Gesellschaftliche Verhältnisse und Kategorien im Umbruch. Kritische Perspektiven auf aktuelle Debatten*. Bielefeld: Transcript.

Ang, Ien (2002) Zuschauer, verzweifelt gesucht. In: *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie, Geschichte, Analyse*. Hrsg. v. Ralf Adelman/Jan Otmar Hesse/Judith Keilbach/Matthias Thiele/Markus Stauff. Konstanz: UVK, S. 454-483.

Bennett, Tony/Mike Savage/Elisabeth Silva/Alan Warde/Modesto Gayo-Cal/David Wright (Hrsg.) (2009) *Culture, Class, Distinction*. Routledge: London/New York.

Buden, Boris (2007) Was ist das eicpc? Versuch einer Sinngebung. In: eicpc, [<http://eicpc.net/transversal/0407/buden1/de>] vom 22.02.2012.

Buß, Christian (2008) Blödel-TV attackiert, Sendeplatz erobert. In: Spiegel Online [<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,583662,00.html>] vom 22.02.2012.

Butler, Judith (1997) *Haß spricht. Zur Politik des Performativen*. Berlin: Berlin Verlag.

Drack, Hariett/Stinauer, Tim (2010) Kind von Fernseher erschlagen. In: *Kölner Stadtanzeiger* (Onlineangebot), [<http://www.ksta.de/html/artikel/1270457801483.shtml>] vom 07.05.2010.

Emcke, Carolin (2008) Der Skandal der Intendanten. Qualität im Fernsehen. In: *Zeit Online*, [<http://www.zeit.de/online/2008/43/reich-ranicki-intendanten?page=all>] vom 28.04.2011.

Feuer, Jane/Kerr, Paul/Vahimagi, Tise (Hrsg.) (1984) *MTM: Quality Television*. London: BFI.

- Fiske, John** (2004) Augenblicke des Fernsehens. Weder Text noch Publikum. In: Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Hrsg. v. Claus Pias/ Joseph Vogel/Lorenz Engell/Oliver Fahle/Britta Neitzel. Deutsche Verlags-Anstalt, S. 234-253.
- Hartley, John** (1999) Democra(tain)ment. Television and Cultural Citizenship. In: The Uses of Television. London/ New York: Routledge, S. 154-188.
- Hartley, John** (2002) Die Behausung des Fernsehens. Ein Film, ein Kühlschrank und Sozialdemokratie. In: Adelman, Ralf/Hesse, Jan Otmar/Keilbach, Judith/Thiele, Matthias/Stauff, Markus (Hg.): Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie, Geschichte, Analyse. Konstanz: UVK, S. 253-280.
- Holert, Tom** (1996) Bad Brains. Pop, kulturelle Politik und das Konzept ›Intelligenz‹. In: *Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft.* Hrsg. v. Tom Holert & Mark Terkessidis. Berlin: Edition ID-Archiv, S. 169-189.
- Isserstedt, Wolfgang et al.** (2010) Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in der Bundesrepublik Deutschland 2009. 19. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks. Bonn und Berlin.
- Jessen, Jens** (2010) Vom Volk bezahlte Verblödung. Warum der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht leistet, wofür er die Gebühren bekommt. In: *Die Zeit* vom 29.07.2010.
- Jürgs, Michael (2010) Seichtgebiete. Warum wir hemmungslos verblöden. München: Goldmann.
- Kaiser, Andrea** (2004) Sehen, was kommt. Zu viel Fernsehen macht dumm. Und wir Deutschen schauen mehr denn je. In: *Die Zeit* vom 24.06.2004.
- Keilbach, Judith/Stauff, Markus** (2011) Fernsehen als fortwährendes Experiment. Über die permanente Erneuerung eines alten Mediums. In: *Blickregime und Dispositive audiovisueller Medien.* Hrsg. v. Nadja Elia-Borer/ Samuel Sieber/Georg Christoph Tholen. Bielefeld: Transcript, S. 155-182.
- Kissler, Alexander** (2009) Dummgeglotzt: Wie das Fernsehen uns verblödet. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.
- Lazzarato, Maurizio** (1996) Klassenkampf in der Postmoderne. In: *Die Beute. Politik und Verbrechen* 10, S. 8-17.
- Luhmann, Niklas** (2008) Das Erziehungssystem der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Marchart, Oliver** (2008) Cultural Studies. Konstanz: UVK.
- McCabe, Janet/Akass, Kim** (Hrsg.) (2007) Quality TV: Contemporary American Television and Beyond. London: I.B. Tauris.
- Nolte, Paul** (2004) Generation Reform. Jenseits der blockierten Republik. München: C.H. Beck.
- Seeßlen, Georg/Metz, Markus** (2011) Blödmaschinen. Die Fabrikation der Stupidität. Berlin: Suhrkamp.

Stauff, Markus (2005) Zur Gouvernementalität der Medien. Fernsehen als ›Problem‹ und ›Instrument‹. In: Politik der Medien. Hrsg. v. Markus Stauff & Daniel Gethmann. Zürich/Berlin: Diaphanes, S. 89-110.

Wood, Helen/Skeggs, Helen (Hrsg.) (2011) Reality Television and Class. London: Palgrave Macmillan.