

Eric Karstens

Jana Zündel: Fernsehserien im medienkulturellen Wandel

2023

<https://doi.org/10.25969/mediarep/19335>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Karstens, Eric: Jana Zündel: Fernsehserien im medienkulturellen Wandel. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen / Reviews*, Jg. 40 (2023), Nr. 1, S. 75–76. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/19335>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Hörfunk und Fernsehen

Jana Zündel: Fernsehserien im medienkulturellen Wandel

Köln: Herbert von Halem 2022, 377 S., ISBN 9783869626284, EUR 34,-
(Zugl. Dissertation an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn, 2021)

Im Laufe ihrer Geschichte haben sich die Produktionsmethoden für Fernsehserien weiterentwickelt, die audiovisuelle Qualität wurde beispielsweise immer besser, und das Publikum gewöhnte sich an ausgefeiltere Erzähl- und Montagetechniken. Dennoch blieb der eigentliche Kern der Fernsehserie praktisch unangetastet: Sie besteht aus halb- bis einstündigen Episoden unter der Klammer einer übergreifenden Handlung oder Figurenkonstellation.

Was sich jedoch fundamental gewandelt hat, ist die Serien-Distribution. War sie ursprünglich auf die ephemere Ausstrahlung im Fernseh-Rundfunk beschränkt, trat nach und nach eine Vielfalt von Vertriebskanälen hinzu, über welche Serien jeweils unterschiedlich rezipiert werden können. Angefangen bei Videokassetten und DVDs reicht die Palette über Social Media und selbständige Web-Angebote bis hin zu globalen Video-Streamingdiensten à la Netflix.

In ihrer Dissertation zu *Fernsehserien im medienkulturellen Wandel* spricht Jana Zündel deshalb von „Fernsehens“

(S.18) in der Mehrzahl und wählt einen kreativen Ansatz, um diesen Wandel wissenschaftlich festzumachen: die Verweise auf und Übergänge zwischen Serienepisoden. Damit meint sie einerseits Ankündigungstrailer, vor allem aber die Gestaltung von Vor- und Abspannen, Teasern, Rekapitulationen sowie die damit einhergehenden Navigationsmöglichkeiten der Zuschauenden, die sich je nach Umgebung und Geschäftsmodell unterscheiden.

Im linearen Fernsehen etwa gibt es typischerweise am Ende einer Episode den Hinweis auf die nächste Folge; da diese aber erst am folgenden Tag oder eine Woche später ausgestrahlt wird, versucht der Sender zugleich, das Publikum möglichst nahtlos in das unmittelbar nachfolgende Programm überzuleiten, auch wenn dieses von komplett anderer Natur ist (*audience flow*). Video-Streamer setzen wiederum eher darauf, das Publikum unmittelbar in die nächste Episode derselben oder zumindest einer gleichartigen Serie überzuleiten.

Solche Paratexte sind im Laufe der Zeit immer komplexer geworden;

ihre Aufgabe geht längst weit über das bloße ‚Dranbleiben‘ hinaus, sondern dient der Cross-Promotion, als Rahmen für bezahlte Werbung und Sponsoring, für rechtliche Hinweise (wie Altersfreigaben) sowie nicht zuletzt narrativen Zwecken. Orientiert vor allem am Beispiel Netflix arbeitet Zündel die verschiedenen Elemente und Varianten ihrer Abfolge detailliert und umfassend heraus und stellt sie unter anderem übersichtlich in einer vergleichenden Grafik dar (vgl. S.205).

Darüber hinaus analysiert sie die Funktion dieser Elemente vor dem jeweiligen sozioökonomischen Hintergrund. An vielen Stellen des Buchs könnte man geradezu von Hyperanalyse sprechen, verfolgt die Autorin doch den Anspruch, keine Perspektive oder Variation auszulassen. Um nur ein Beispiel zu nennen: Wenn Streamer unter der Prämisse des sogenannten *binge viewing* eine ganze Serienstaffel auf einmal verfügbar machen, verlieren Rekapitulationen ihren ursprünglichen Zweck; wer nicht weiß, worum es geht, hat gewissermaßen gegen die Seh-Anweisung verstoßen und soll zur ‚richtigen‘ Nutzung im Sinne des zugrundeliegenden Marketingkonzepts erzogen werden.

Stattdessen erstellen nun vielfach Fans der Serie Zusammenfassungen auf Episodenebene; diese sind aber unter Umständen für Außenstehende kaum verständlich, da sie ihrerseits das Fan-Sein voraussetzen, und erodieren damit weiter die gemeinschaftsbildende Rolle, die der Rundfunk einst hatte (vgl. S.243ff.).

Der Detailanalyse geht in der ersten Hälfte des Buches ein nicht minder ambitionierter Überblick über die bisherige Transformationsgeschichte der Fernsehserie im Kontext von Medienindustrie und Medientheorie voraus. Dem Charakter der Arbeit als Dissertation geschuldet, schöpft Zündel hier aus einem wahren Überfluss an Quellen und Aspekten, von denen nicht alle zwingend zum Verständnis des Hauptteils notwendig gewesen wären. Verglichen mit der äußerst gründlichen Bestandsaufnahme geraten große Entwicklungslinien und Schlussfolgerungen etwas aus dem Blickfeld, darunter zum Beispiel der Zusammenhang mit technologischen Entwicklungen oder auch mit der Aufmerksamkeitsökonomie im weiteren Sinne.

Eric Karstens (Krefeld)