

Herbert Schwaab

Ästhetische Konzepte des Gewöhnlichen und das Nebenschichten-Fernsehen

2014

<https://doi.org/10.25969/mediarep/16196>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schwaab, Herbert: Ästhetische Konzepte des Gewöhnlichen und das Nebenschichten-Fernsehen. In: Andrea Seier, Thomas Waitz (Hg.): *Klassenproduktion. Fernsehen als Agentur des Sozialen*. Münster: LIT 2014 (Medien'welten. Braunschweiger Schriften zur Medienkultur), S. 153–174. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/16196>.

Nutzungsbedingungen:

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

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>

Terms of use:

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

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>

ÄSTHETISCHE KONZEPTE DES GEWÖHNLICHEN UND DAS NEBENSCHICHTEN-FERNSEHEN

Als ich vor Jahren einen meiner fernsehwissenschaftlich ertragreichsten Gegenstände fand, war dies nicht das Ergebnis einer gezielten Suche. Vielmehr hat die Sitcom KING OF QUEENS mich selbst zu ihrem Betrachter bestimmt, ungeachtet meines Status und meiner Vorlieben. Es ist ihr durch eine äußerst raffinierte Komposition in der Episode LIFE SENTENCE (Staffel 4, Episode 8) gelungen. In ihr wird der widerspenstige Arthur von seiner Tochter Carrie und seinem Schwiegersohn Doug wegen seiner Gesundheitsprobleme von einer Babycam überwacht, deren Bilder auf einem der Sender der häuslichen Fernsehgeräte übertragen werden. Die Sitcom findet in ihrem Spiel mit den Überwachungsbildern eine sehr interessante Verschränkung der Zuschauer und der Figuren der Sitcom. Sie fokussiert sich auf den reinen und grauen Alltag des im Keller wohnenden Arthurs auf eine ähnliche Weise, wie sich die Sitcom häufig auf den banalen häuslichen Alltag ihrer Figuren bezieht. Als Dougs Freunde in dessen zum Hobbyraum umgewidmeten Garage zufällig auf die Bilder stoßen, wird zudem eine spezifische Form von Zuschauerwerdung im Fernsehen kommentiert. Sie wollen zunächst, als die Herkunft der Bilder geklärt ist, weiterschalten, aber irgend etwas an Arthurs Alltag und an den



ABB.1 bis 3: Betrachter-Werden in KING OF QUEENS

ohne sein Wissen fabrizierten Überwachungsbildern scheint sie so zu faszinieren, dass sie sich zurücklehnen und gebannt den marginalen Ereignissen (beispielsweise dem Verlust einer Socke in einer Waschmaschine) dieser rohesten Fassung einer Sitcom folgen.

Dies ist ein Moment voller Banalität, aber auch ein verdichteter Moment einer Reflexion über Banalität und Alltäglichkeit, der über diese Verschränkung offensichtlich eine Möglichkeit der Ansprache des Zuschauers gefunden hat und mich dadurch zu einem Betrachter des Formats macht. Die Sitcom ist ein armseliges, wenig bildgewaltiges Format, dessen flache, breite Räume von einem neutralen, undramatischen Licht geformt werden, dessen Figuren aufgrund des Livedrehs nicht immer akkurat ins Bild gesetzt werden (Butler 2010, 191f). Während das Still eines Spielfilms immer auch zu Spekulationen über die Menschen und die Handlung des Films einlädt, befriedigt das Still einer Sitcom solche Fantasien selten. Es geht um die kleinen Ereignisse und die kleinen Irritationen und selten um existenzielle Krisen, es geht um eine von Wiederholung und einer ewigen Wiederkehr bestimmten Zeitlichkeit, die immer nur die Rückkehr zu einem Ausgangszustand kennt (Ellis 2002a, 56f). Doch die Sitcom bemüht sich auch immer, aus dieser Armut heraus zu operieren und mit verblüffenden Bildeinfällen sich auch in ein Verhältnis zu seiner Form der televisuellen Weltrepräsentation zu setzen. Das ist eine spezifische textuelle Ökonomie der Sitcom, die zugleich auch eine Ökonomie des Fernsehens ist, ein Wechselspiel von Banalität und Großartigkeit, die den Betrachter auf intensive Weise anspricht.

Dennis Potter mag wahrscheinlich eher den Betrachter seiner komplexen, für die BBC geschriebenen Fernsehserien der 1970er und 1980er Jahre im Blick gehabt haben, als er folgenden Satz formulierte, aber er lässt sich auch auf die hier beschriebene Ökonomie des Fernsehens und der Sitcom anwenden:

»When you watch television you don't dress for it, you don't go out for it, you don't pay for it, lights are on, and you do things and you talk, and all that is largely to the detriment of the experience – but if something is working it can be extraordinarily powerful – because it sits right in the middle of all that mundaneness.« (Potter, zitiert in Creeber 2006, 12).

Mit diesem Zitat wird so etwas wie ein Ideal des Fernsehens skizziert, das viel zu selten zum Gegenstand von Untersuchungen des Mediums wird. Das Ideal ist eng mit seiner Alltäglichkeit verbunden, einem offenen Konzept von Alltäglichkeit, das hier vor allem auf die Platzierung des Fernsehens im unbestimmten Ort des Zuhauses verweist, im Gegensatz zum kulturell eindeutiger bestimmten Ort des Kinos etwa, in dem das Private und Öffentliche stärker getrennt sind als im Fernsehen.

Die Ökonomie des Fernsehens

Mir geht es hier um eine philosophische Deutung einer Gewöhnlichkeit des Fernsehens, mit der aber auch eine spezifische Vorstellung von einem Publikum des Fernsehens verbunden ist, die eine soziale Komponente hat oder haben kann. Ich werde mich später etwas stärker mit diesem Zitat beschäftigen, hier aber erst einmal einige Aspekte des Sozialen und der Bildung des Publikums durch Serien und Serienästhetik beschreiben. Was wir mit dem Zitat von Potter festhalten können, was aber auch von der Episode LIFE SENTENCE von KING OF QUEENS verkörpert wird, ist die Vorstellung von einer Gewöhnlichkeit des Fernsehpublikums und der Rezeptionssituation, aber auch die Formung von etwas Besonderem aus dem Gewöhnlichen heraus: Die Macht, die bestimmte Momente im Fernsehen haben können, entsteht nicht trotz, sondern wegen der Gewöhnlichkeit des Fernsehens. Das Zitat lässt sich auch mit einer Streuung des Publikums verbinden, der aber ein Moment der Sammlung gegenübersteht. Das Publikum des Fernsehens ist unbestimmt, aber es wird immer wieder auf neue Weise gesammelt, nicht durch eine Übereinkunft, die sich auf dieses oder jenes Programm richtet, sondern durch Momente, die auch vom Fernsehen geschaffen werden. Der Begriff des Nebenschichtenfernsehens, der dem Beitrag den Titel gibt, soll auf diese spezifische Form einer zufälligen Adressierung eines heterogenen Publikums hinweisen, die unsere Sicherheiten darüber, wer das Publikum des Fernsehens und bestimmter Formate ist, zerstört.

Der Begriff des Nebenschichtenfernsehens steht im Kontrast zum problematischen und denunziatorischen Begriff des Unterschichtenfernsehens. Beide fügen sich ein in eine Reihe von Spekulationen über das Publikum des Fernsehens, die schon immer mit dem Fernsehen verbunden waren und noch immer sind und die auch mit dem Wunsch der Institution des Fernsehens zusammenhängen, sein Publikum zu definieren und daraus seine Form der Adressierung abzuleiten: Diese Spekulationen finden sich im Bild eines kindlichen Fernsehbetrachters, das Lynn Spigel als Gegenstand des frühen Unterhaltungsfernsehens der 1950er Jahre skizziert (vgl. Spigel 2002), im von John Hartley definierten Begriff der »paedocracy«, mit dem er auf eine paternalistische Form der Ansprache durch das Fernsehen hinweist (Hartley 1992, 108), in der Unterstellung eines Wunsches nach einer Neuverteilung der Macht seit den 1970er Jahren, die den Betrachter als von den zeitlichen Strukturen des Fernsehens abhängig und die Einführung des Videorekorders als Selbstermächtigung des Zuschauers begreift (vgl. Marlow/Secunda 1987, 122), in dem Begriff des aktiven Zuschauers, der mit der Hilfe der Semiotik in den Cultural Studies der 1980er

Jahre einen Prozess seiner Emanzipation einleitet (vgl. Fiske 1987), oder auch in einer den Strategien der Videoanbieter eng verwandten Argumentation, die eine ähnliche gelagerte Befreiung durch die Fernbedienung feiert, weil der Zuschauer mit dem Zapping durch die in den 1990er Jahren vermehrten Sender sich eigene Sinneinheiten aus dem Flow heraus schaffen kann (vgl. Winkler 2009, 223). Es gibt weitere Konzepte der Fernsehwissenschaft, die auch einen gewissen Niederschlag in Bildern und Vorstellungen vom Zuschauer gefunden haben, so etwa das wirkmächtige Bild eines beiläufigen, in den Alltag integrierten Betrachtens der Hausfrau, mit dem Tania Modleski Überschneidungspunkte zwischen der Ästhetik und Rezeption findet (vgl. Modleski 2002).

Doch der Begriff des Unterschichtenfernsehens ist kein Begriff mit großer wissenschaftlicher Validität. Das wird deutlich, wenn selbst bei *Stern Online* zu findende Artikel darauf hinweisen, dass es keinen Zusammenhang zwischen der sozialen Stellung und der Rezeption bestimmter Sender gibt, es eher, wie mit Verweis auf einen zitierten Medien- und Kulturwissenschaftler angemerkt wird, um einen affirmativen Aspekt solcher Wendungen und ihrer Propagierung eines modernen, mobilen Lebensstil geht, der sich von den imaginierten trägen Massen von Fernsehzuschauern, die nicht dem neuen Ideal des flexiblen, beweglichen Menschen entsprechen, abzugrenzen versucht. (vgl. Stern, 2006). Auch ein Artikel von Focus zu Dschungelcamp zitiert eine Studie von den Kommunikationswissenschaftlern Elisabeth Klaus und Jutta Röser, die auf die affirmative Funktion des Begriffs hinweist und ihn nicht von der Realität gedeckt sieht (vgl. Focus 2011). Mit dem Begriff des Unterschichten-Fernsehens müssten wir uns eigentlich nicht beschäftigen, er affirmiert nur das Phantasma einer Gleichsetzung von Massen- und Klassenkultur. Erstaunlicherweise wird gerade in diesem Bericht der Philosoph Georg Franck zitiert, der etwas weniger elegant und noch von einem dem Fernsehen gegenüber typischen Ressentiment bewegt, einen ähnlichen Gedanken wie Dennis Potter formuliert und damit den Hunger und die Suche nach Reizen rechtfertigt: »Wenn ich in Trübsal meinen Tag vor dem Fernseher verbringe, weil mir nichts Besseres einfällt, dann warte ich darauf, dass etwas passiert, was mir die Augen aus dem Kopf reißt« (ibid.). Hier verkommt die Großartigkeit, die aus der Gewöhnlichkeit heraus operiert, zu einem einfachen ›thrill‹, doch die Bewegung und der Kontrast, die hier beschrieben werden, gleichen sich.

Es ist schade, dass gerade ein Philosoph nicht das philosophische Potenzial dieser Suche nach dem Ungewöhnlichen im Gewöhnlichen erkennt. Der Begriff des Nebenschichtenfernsehens, der die zufälligen Adressierungen unterschiedlicher Betrachter durch einen Inhalt bezeichnet, welcher sich in den Fluss des Fernsehens einordnet, versucht Worte für diese ›reizvollen‹ Momente zu fin-

den und zu erklären, wie daraus eine weniger sichere Kategorie von Publikum entsteht, als ideologisch überfrachtete Begriffe wie Unterschichtenfernsehen zu suggerieren versuchen. Wie unsicher diese Kategorie ist, zeigt sich gerade darin, dass ein Format wie *Dschungelcamp* zu etwas geworden ist, was in Texten zum US-Fernsehen als sogenannter ›watercooler‹ bezeichnet wird, Fernsehen, über das die Menschen sprechen, wenn sie sich an ihren Arbeitsstellen um den Wasserspender gruppieren (vgl. Einav/Carey 2009, 128). Die Sitcom hatte und hat immer noch die Qualität, zu einem ›watercooler‹ zu werden. Janet Staiger hat in einer Studie zu Blockbuster Sitcoms versucht, diesen Erfolg, diese Lust, über die Sitcom zu sprechen, zu erklären. Aber sie kann nur eine Annäherung an diese Gründe liefern. Es seien allerdings nicht ausschließlich die gesellschaftlich relevanten und lebensnahen Themen, die die Sitcom immer wieder behandelt hat, die dazu führen, dass über sie geredet wird, sondern die Kommunikation wird eher durch das Vergnügen an der Sitcom ermutigt, oder auch durch die spezifische Position, die sie Menschen als über das Format sprechende zuordnet (vgl. Staiger 2000, 50). Diese Beschreibung eignet sich auch dafür, das Nebenschichtenfernsehen zu erklären, weil sie deutlich macht, dass es um mehr als um Unterhaltung oder um eine thematische Synchronisierung mit dem Publikum geht, aber dass dieses ›mehr‹ schwierig zu bestimmen ist, dass die Art der Sammlung eines Publikums durch die Sitcom tatsächlich eine besondere Form der Rezeption ermöglicht.

Die Verdrängung des Publikums

Es ist deswegen wichtig, dieses Ideal des Fernsehens, das sich im Begriff Nebenschichtenfernsehen manifestieren soll, zu skizzieren, weil die Entwicklungen der neuen Medienkultur gerade diese Form der Adressierung eines unspezifischen Publikums verdrängen. Diese Verdrängung spielt in der Auseinandersetzung mit dem Qualitätsfernsehen, die in den letzten Jahren sehr intensiviert wurde, eine große Rolle. Mein Beitrag problematisiert das Publikum eines ästhetisch als höher stehend identifizierten Qualitätsfernsehens, ausgehend von der Erkenntnis, die bereits 1984 in einer Arbeit von Jane Feuer, Tise Verhamagi und Paul Kerr (1984) formuliert wurde, nämlich dass sich Quality Television weniger über die Qualität seiner Inhalte als über die Qualität seiner Publika bestimmt: Die Qualitätsserie entstammt einem demographischen Denken, das nach den werberelevanten Zuschauern für eine Serie sucht (ibid., 4). Das bedeutet in den 1970er Jahren mit Formaten wie *Mary Tyler Moore Show* und ihrem Versuch, moderne, junge, urbane Frauen anzusprechen auch eine

Abkehr von einem Prinzip, das noch die Sitcomproduktion in den 1960er Jahren bestimmt hat, nämlich nach dem kleinsten gemeinsamen Nenner für eine möglichst große Ansammlung von Zuschauern zu suchen, was zu einigen eher harmlosen, wenig gesellschaftspolitisch relevanten Sitcoms, die in ländlichen Milieus spielen oder eher fantastische Stoffe behandeln, geführt hatte (vgl. Jones 1992, 163f). Meine Definition eines Begriffes des Nebenschichtenfernsehens soll weder auf einen Konsens noch auf eine gezielte Adressierung verweisen.

Qualität hat also nicht ausschließlich mit der erhöhten Komplexität bestimmter Serien zu tun, die die Storybögen ausweiten, mehr Figuren einführen und ihnen allen eine akkurate Psychologie verleihen oder tabuisierte Themen behandeln. Diese Aspekte sind eher Markierungen für bestimmte Zuschauer, die wie jedes andere Genre des Fernsehens Erwartungen wecken. Rushton und Chamberlain haben die aktuelle Variante dieses Genres als »mature quality series« bezeichnet und darauf hingewiesen, wie formelhaft und in seiner Thematik begrenzt viele Gegenstände dieses Genres tatsächlich sind, als »komplexe, auf den Charakter bezogene Erzählungen mit einer liberalen, humanistischen Weltsicht, die sich mit kontroversen Themen beschäftigen« (2007, 15). Die Dominanz dieses Genres verdrängt auch andere Möglichkeiten, die Qualität eines Fernsehtextes zu bestimmen, die unter anderem von Jon Cook und Thomas Elsaesser (1994) formuliert wurden: So ließe sich etwa auf die Nachhaltigkeit des Vergnügens hinweisen, den Realitätsbezug und den Repräsentationsaspekt oder die Diversität der Inhalte und der mit ihnen verbundenen Publika (vgl. *ibid.*).

Quality Television ist tatsächlich auch der Versuch, sich als das von einer Serie angesprochene, besondere Publikum von dem unbestimmten, heterogenen, klassenübergreifenden Publikum des Fernsehens zu dissoziieren, auch der Versuch, sich von einer ungezielten, irritierenden Adressierung, die häufig als Erzwingung eines falschen Kompromisses und Konsens missverstanden wird, zu befreien – als würde der Betrachter oder die Betrachterin zwangsverpflichtet, Teil einer Gemeinschaft zu sein, der sie oder er nicht zugehören wollen. Das Publikum des Fernsehens unterliegt einer ständigen Neukonzeptionierung, bei der allerdings eine zunehmende und wenig in Frage gestellte Atomisierung festzustellen ist. Diese Entwicklungen sind nicht neu, sie sind auch nicht unbedingt problematisch, sondern das Produkt einer Ausdifferenzierung des Fernsehens, die John Ellis etwa unter dem Begriff von *scarcity, availability* und *plenty* zusammenfasst. Schon in der Phase der *availability* (mit der klassischen Ära des Sendes Fernsehens in den 1970er Jahren verbunden) geht es um eine Kommodifizierung des Fernsehens unter dem Begriff der Wahlfrei-

heit und der Selbstbestimmung des Fernsehpublikums, die im Zeitalter des *plenty* (seit der Privatisierung oder der Einführung des Kabelfernsehens) intensiviert wird. Das Problematische an diesem Prozess der Diversifikation der Inhalte und der Publika besteht darin, dass sie Rezeption weniger einer kulturellen Logik, sondern einer Warenlogik unterwirft: »it accentuates and commodifies every available difference between citizens in the name of choice.« (Ellis 2002, 2). Die Befreiung wird hier kritisch als eine Verstärkung des Warencharakters von Fernsehen beschrieben. Der Begriff Qualität verweist ja bereits durch seine Herkunft darauf, wie Geoffrey Nowell-Smith deutlich macht, dass wir vom Fernsehen als Kunden von Qualitätsprodukten angesprochen werden, da der Begriff eher an die Produkte eines Kaufhauses wie Marks and Spencer denken lasse und weniger an Gegenstände aus der Sphäre der Kultur (vgl. Nowell-Smith 1994, 36).

Im Folgenden soll kurz dargestellt werden, welche unterschiedlichen Formen die Verdrängung des heterogenen Publikums des Fernsehens annimmt und mit welchen Strategien dabei gearbeitet wird:

(1) Da sind zunächst die Versuche aus dem Fernsehen etwas anderes zu machen, und damit auch ein anderes Publikum des Fernsehens zu imaginieren, was seit 1980er Jahren als Diskurs und als ästhetische Strategie bestimmte Formen des Fernsehens prägt. Zum einen gibt es viele Versuche, Serien-Fernsehen ›cinematisch‹ zu gestalten und mit dem Kino auch den Nimbus des Kinos zu bekommen. Diese Strategie ist bereits in den späten 1980er Jahren in Serien wie *thirtysomethings* zu finden, die sich mit selbstreflexiven Szenen an Godard, an Kurosawas *RASHOMON* oder an Woody Allen anlehnt und damit ein großstädtisches, wohlhabendes, intellektuelles Publikum, dem diese Referenzen nicht fremd sind, anzusprechen versucht (vgl. Feuer 1992, 82). Dieses Motiv erfreut sich immer noch großer Beliebtheit. So behauptet etwa der Autor David Chase, dass jede Episode seiner Serie *THE SOPRANOS* wie ein kleiner Kinofilm sein solle (in Lavery 2006, 5). Die filmischen Referenzen finden ihren Höhepunkt in der kühlen, schicken, kontrollierten Ästhetik einer Serie wie *MAD MEN*, man findet sie aber auf den unterschiedlichsten Feldern wie der Steadycam-Dokumentar-Ästhetik von *ER* oder in der audiovisuellen Aufladung einzelner Sequenzen durch Zeitlupe und Musik, die gerade in Serien wie *WITHOUT A TRACE* Konjunktur hat. Hier geht es nicht immer um Qualität durch Anlehnung an die Filmkultur, sondern häufig auch um eine neue visuelle Qualität des Fernsehbildes und den Versuch, durch den Look einer Serie Aufmerksamkeit zu bekommen. Aber bei Serien des Quality Television ist der Verweis auf das Cinematische Teil einer Strategie, die Serie im Programm zu platzieren. So schreibt Jane Feuer zu *SIX FEET UNDER*:

»Not only does *Six Feet Under* reference art cinema, the show also interprets itself as art cinema. It does this through self-promotion on HBO, through supplementary materials included on the DVD release and by encouraging critics such as Lavery to offer readings of it.« (2007, 153f).

Es erfolgt eine diskursive Absicherung, die es, so Feuer, dem Kritiker und den mit Qualitätsserien beschäftigten Wissenschaftlern überhaupt nicht mehr erlaube, die von den Machern als cinematisch vorinterpretierte Serie noch eigenständig zu bewerten. Es gilt als selbstverständlich, dass sie gut ist.

Vor allem im deutschen Diskurs zeigt sich eine verwandte Strategie, die, unseren großen Kulturtraditionen folgend, aus den HBO-Serien wie *THE WIRE* oder *THE SOPRANOS* das »gute Buch« machen will. Die DVD wird hier als ein dem Buch entsprechendes Format bezeichnet und behauptet, sie sei das geeignete Medium, eine Serie zu rezipieren. Autoren wie Christoph Dreher vergleichen DVD-Staffeln von Serien explizit mit Gesamtausgaben von Shakespeare und anderen Autoren und auf der Ebene der Erzählform werden auf einmal die Bezüge zu Autoren wie Dickens, Mann und Dostojewski herausgestellt (vgl. Dreher 2007, 122). Was den Realismus des 19. Jahrhunderts einst für die Film- und Fernsehtheorie fragwürdig gemacht hat, spielt plötzlich keine Rolle mehr, ebensowenig der Gedanke daran, dass Massenkünste auch ein neues, von der Hochkultur emanzipiertes Massenpublikum schaffen (vgl. Schlüpmann 2007, 43). Es erfolgt eine Umdeutung, die die televisuellen Aspekte einer von Serialität bestimmten, ausgreifenden Erzählform plötzlich als das Produkt von dem Fernsehen vorgängigen literarischer Formen sieht. Damit rechtfertigt sich auch die Befreiung von einer in Alltagsroutinen eingebundenen Rezeption und die buchartige Lektüre von Fernsehen.

(2) Ein anderer Aspekt, der die Qualität mit der Konstitution bestimmter Publikula in Zusammenhang bringt, lässt sich als das »gentrifizierte« Fernsehen bezeichnen. Fernsehen wird mit der *mature quality series* zu einem gereinigten Feld der kontrollierten Irritation, das alle Möglichkeiten wirklicher Irritationen brachliegen lässt und von einem zunehmend irritationsresistenten Publikum rezipiert wird. Tatsächlich wird häufig übersehen, wie homogen diese Welten, Dramaturgien und Inhalte sind, wie sehr sich die musikalische Untermalung ähnelt, wie ähnlich sich die thematischen Felder und ästhetischen Strategien von Serien wie *SIX FEET UNDER*, *BREAKING BAD*, *THE SOPRANOS*, *MAD MEN*, etc. tatsächlich sind. Sie alle können auch mit einer gewissen Gediegenheit ihrer visuellen Strategien verbunden werden, einer bestimmten Form der Psychologisierung, die typisch ist für das amerikanische Erzählen und die bei aller Komplexität doch niemals ertragen würde, Dinge ohne Grund geschehen zu lassen. Das ist ein perfektes Programm für gebildete, liberale, konsumfreu-

dige, distinktionssichere Menschen, die mobil und flexibel sind und es daher vielleicht tatsächlich vorziehen, nicht mehr vom Programm des Fernsehens abhängig zu sein und die Serie wie das gute Buch auf DVD rezipieren. Das bedeutet aber auch immer, dass dieser Zuschauer auch mit dem anderen Publikum des Fernsehens nichts zu tun haben will. Es entsteht der Eindruck, dass Quality TV nicht viel mehr ist als ein Lifestyle-TV, dessen angebliche Großartigkeit immer in einem engen Rahmen klar definierter Erwartungen bleibt, gefangen in einem Spiel, in dem sehr kalkuliert immer wieder der Einsatz erhöht wird und mit gewagten Inhalten (drogenkochenden Chemielehrern, dysfunktionalen Bestatterfamilien) Zuschauer gefunden werden sollen, eine Strategie des »upping the ante«, die beispielsweise McCabe und Akass den Produktionen des Abosenders HBO zuschreiben (vgl. McCabe/Akass 2005, 6).

(3) Eine weitere Entwicklung geht offensichtlich dahin, ein neues Publikum des Fernsehens zu schaffen: Das von Konvergenz ermöglichte transmediale Erzählen. Texte zur Transmedialität, meistens von Henry Jenkins, stellen immer wieder heraus, dass es um die Veralltäglichsung des Fernsehens geht, dass die Serie auf »pervasive« Weise zu einem Teil des Alltags werden soll, in dem die Grenzen zwischen Fiktion und Realität konsequent übersprungen werden und durch die Auslagerungen auf unterschiedliche Plattformen eine Erzählung verbessert wird (vgl. Jenkins 2006, 97). Dies geschieht etwa dadurch, dass Teile der Handlung von *Lost* zunächst nicht in der Serie selbst, sondern im begleitenden Computerspiel platziert werden, aber auch indem fiktive Produkte in der Serie zu realen Produkten in der Wirklichkeit werden. Angela Ndaliansis bringt dies mit einer räumlichen Strategie der Aneignung im Sinne de Certeaus in einen Zusammenhang: Es gibt nicht nur den imaginären, von der Realität abgegrenzten Raum der Fiktion, sondern auch den realen Raum des Alltags, in den Elemente der Fiktion integriert werden und in »realen« Produkten oder Ereignissen Ausdruck finden (vgl. Ndaliansis 2009). Dies solle nicht nur die »Tiefe der Erfahrung« eines Gegenstands steigern, sondern auch die mit Macht verbundene Geschlossenheit einer Serie auflösen und sie zu einem offenen Gegenstand machen. Für Will Brooker bietet dieses Überschreiten eine immersive Erfahrung, die durch die Diskussion der Serie in Internetforen auch zu einer kollektiven Erfahrung werden kann (Brooker 2009, 57). Max Dawson verweist nicht nur auf die Grenzüberschreitungen, sondern auch auf die vielfältigen Formen der Verlagerung der Rezeption auf andere Medienplattformen, die von der Ästhetik, aber auch der Distributionsform der Serie gefordert wird: Die Serie zwingt uns geradezu ein neues Rezeptionsverhalten auf, sie will auf unterschiedlichen Plattformen gesehen werden – mobil, unterwegs, auf DVD, um sie anzuhalten und bestimmte für die Handlung wichtige Details zu iden-

tifizieren, gelegentlich sogar auf dem Fernseher (Dawson 2007). Derek Johnson (2009) begründet das Überlappen der narrativen Welt als einen Aspekt des Marketings der Serie, die allerdings auch eine »mediation of everyday life« (ibid., 31) nach sich ziehe. Für Jenkins ist diese Mediatisierung nicht problematisch, weil er dem transmedialen Erzählen eine Funktion für die mediatisierte Kultur zuordnet: Es wird zu einer Ausbildungsstätte, in der wir in eine von kollaborativen, kreativen, selbstbestimmten, dezentralisierten Arbeitsprozessen bestimmte *convergence culture* sozialisiert werden (vgl. Jenkins 2006, 133). Die positiven Bestimmungen des transmedialen Erzählens erscheinen durchaus interessant, aber die Verweise auf eine Intensivierung der Erfahrung, der Überschreitung von Grenzen, der Unterlaufung einer Macht des Medientextes, die er in einer nicht transmedialen Form über uns auszuüben trachtet, verkennt, dass in Frage zu stellen ist, ob die Texte durch von Konvergenz bestimmte Erweiterungen tatsächlich ›qualitativ‹ verbessert, die Erfahrungen erweitert werden. Ebenso wird unterstellt, dass eine aktive Rezeption besser sei als eine passive. Aber Jenkins unterschlägt vor allem, dass mit dem transmedialen Erzählen die umfassende Naturalisierung eines bestimmten Medienhandelns einhergeht, die Ausstattung unseres Alltags mit mobilen, ›interaktiven‹ Medien. Dies lässt sich als ein Prozess der Mediatisierung begreifen, bei dem nach Friedrich Krotz zunehmend »Sinnprovinzen« zerstört werden, das heißt, Räume, Zeiten und Situationen, die von dem Gebrauch oder der Rezeption eines Mediums bestimmt waren (Krotz 2007, 94). Fernsehen ist schon die Auflösung der Sinnprovinz Kino (die Bindung an einen besonderen Ort), allerdings noch immer eine spezifische Sinnprovinz im Kontrast zu mobilen Medien oder flexiblen Formen der Programmrezeption im Internet. Fernsehen ist ein Ort, der eine bestimmte Form von Aufmerksamkeit fordert, diese aber auch zu belohnen vermag. Bei der Auflösung dieser Sinnprovinz durch Serien, die darauf drängen, auf anderen Medienplattformen genutzt zu werden, die in den Raum des Spieles oder des Unterwegsseins diffundieren, geht auch immer etwas verloren, was von Texten zu transmedialen Erzählungen fast nie reflektiert wird. Gerade im Zusammenhang mit *Lost* ist es wichtig, zu unterscheiden, welchen Effekt dieses Spiel mit Fiktion/Alltag hat. Interessant ist, dass *Lost* auf vielfältige Weise diesen neuen Mediengebrauch naturalisiert, allerdings selbst in der Serie nur auf einer symbolischen, nicht explizit technologischen Weise das Drama einer vernetzten Welt vorführt. Es findet eine versteckte Umwidmung des Publikums statt, das nicht mehr passiv sein darf und mit Medien tätig werden soll. Dabei stellt *Lost* selbst einen Hybriden des neuen und des alten Sehens dar, eine auf einem der klassischen großen US-Sendern (ABC) ausgestrahlten Serie, die viele Zuschauer zeitlich mit der Ausstrahlung der Serie synchronisiert und sich in der Sinnpro-

vinz des Fernsehens einrichtet, aber gleichzeitig die Serie, mit der am meisten der Aspekt der Transmedialität, der Verlagerung der Rezeption weg vom Fernsehen, verbunden ist und diskutiert wird. Transmedialität formuliert, so lässt sich abschließend behaupten, den Imperativ, dass der Betrachter als User nicht mehr passiv sein darf, und es schließt eine große Zahl rückständiger Betrachter von der Rezeption des Fernsehens aus.

(4) Die Verdrängung bestimmter Publika wird auch in der Gegenüberstellung von Quality Television und Reality Television sichtbar, die von Jane Feuer beschrieben wird: »Reality TV is the great other to quality drama.« (2007, 156). Mit der Ablehnung des Reality TV ist immer auch eine Ablehnung seines Publikums verbunden, auch wenn, wie bereits erwähnt, gerade Programme wie Dschungelcamp sich als Anker für Gespräche für die unterschiedlichsten Menschen eignen, also die Erregung über diese Programme und ihr Publikum meist unter denen entsteht, die selbst das Format sehen und den Eindruck haben, nur zufällig auf einen Gegenstand gestoßen zu sein, der sie sowohl abstößt als auch fasziniert. Sie brauchen die Fiktion und Absicherung, nicht zum eigentlichen Zielpublikum des Programms zu gehören.

Jane Feuer weist darauf hin, dass es keine guten Gründe und keine objektiven Kriterien gibt, nach denen Reality TV als das schlechte Fernsehen betrachtet werden könnte. Tatsächlich fließt viel Kreativität in die Produktion solcher Formate, sie können wie Survivor oder The Apprentice auf eine ähnliche Weise ›authored‹ sein wie The West Wing, nur dass Autorenschaft in dem einen Fall keinen Aspekt des Diskurses um das Format darstellt und es im anderen Fall tut und so West Wing für die mit dem Format assoziierte Interpretationsgemeinschaft interessant wird (vgl. *ibid.*). Der Betrachter von Reality Formaten mag sie wegen ihrer spezifischen Eigenschaften schauen, aber wird selten ein Interesse daran haben, nach deren Autoren zu fragen, weil das Format auch nicht über Autorenschaft beworben wird. Bei diesem Format zeigt sich nicht nur sehr deutlich eine Absetzbewegung gegenüber dem Publikum des Fernsehens, sondern auch eine Absetzbewegung gegenüber der *liveness* des Fernsehens, die auch ein Format wie die Sitcom verkörpert, das in dem aktuellen Diskurs um Qualität keine Rolle spielt. Jeremy G. Butler bezeichnet »to signify liveness« als eine der sieben wichtigen Grundfunktionen des Stils im Fernsehen und weist damit auch auf Momente des Unkontrollierten und Spontanen hin, die in live gedrehten Erzählformaten zu finden sind (Butler 2010, 15). Die selbstverständliche Ausgrenzung von *liveness* lässt sich nicht nur als eine Ablehnungen dieser Form der Irritation begreifen, sondern auch als eine Ablehnung eines Formats, das Kriterien einer ungezielten und gestreuten Ansprache im Nebenschichtenfernsehen erfüllt.

Das demokratische Medium

Das Nebenschichtenfernsehen erscheint deswegen als problematisch, weil es Eigenschaften des Fernsehens realisiert, die an ihm schon immer als irritierend begriffen wurden. Vor allem sein Realitätsbezug und seine *liveness*, aber auch der Aspekt der nicht klassenmäßig spezifischen, weitgestreuten, ungesicherten Ausstrahlung. Qualitätsserien haben berechtigte Gründe dafür, den Bedingungen von *liveness* und der Adressierung unterschiedlichster Zuschauer zu entkommen, weil es auch um eine Form der Absicherung des Zuschauers geht. Aber dies widerspricht dem Versprechen einer ›demokratischen‹ Neukonstitution des Publikums durch das Fernsehen. Dennis Potter, der mit Serien wie *THE SINGING DETECTIVE* (1987) sehr schwierige und herausfordernde Formate im öffentlich-rechtlichen Fernsehen platziert und mit ihnen zwar keinen großen Erfolg hatte, aber dennoch eine nicht geringe Zahl von Zuschauer erreicht hatte, erkennt beim Fernsehen nicht nur das Potenzial, Großartigkeit aus Gewöhnlichkeit heraus entstehen zu lassen, sondern er besteht auch darauf, dass es sich beim Fernsehen um ein demokratisches Medium handelt:

»Television seemed to me the most democratic medium. I thought that if I wanted to write both for my parents and the people I grew up with, and the people I was now moving amongst, there was only one medium capable of that, and that was television, and that's still the case. It cuts across the lines, the hierarchies inherent in, for instance, print culture.« (Potter in Creeber 2004, 159).

Dieses demokratische Ethos mag vielleicht etwas naiv gegenüber den vielen problematischen Aspekten des Fernsehens sein, ein bestimmtes Bild von Welt zu konstruieren und beispielweise deviante Gruppen zu markieren, aber tatsächlich kann die Durchkreuzung von Hierarchien als ein wesentliches Merkmal von Fernsehen betrachtet werden. Aus Potters Formulierung spricht noch das Ethos einer Kunstvermittlung für die Arbeiterklasse und einer Demokratisierung der Kunst, aus denen die Cultural Studies hervorgegangen sind (vgl. Lutter/Reisenleitner 2002, 16). Aber dieses Verständnis überschneidet sich auch mit dem Konzept des kulturellen Forums, der in den 1980er Jahren von Newcomb und Hirsch definiert wurde: »Fast jeder Sendungstyp fungiert als Forum, auf dem sich wichtige kulturelle Phänomene thematisieren lassen.« (1992, 94). Fernsehen gibt damit der Öffentlichkeit die Möglichkeit, Probleme zu diskutieren, unterschiedliche Lebensentwürfe und Ansichten sichtbar werden zu lassen, dabei unterschiedlichste Gruppierungen der Gesellschaft zusammenzubringen, ohne dass allerdings diese Diskussion zielführend wäre: Fernsehen und Formate wie die Sitcom interessieren sich mehr für die Reprä-

sentation und Kommentierung von Problemen, nicht für deren Lösung oder für die Veränderung der Gesellschaft (vgl. *ibid.*, 196).

Mich interessiert hier aber weniger, wie das Fernsehen als kulturelles Forum eine Funktion für die Gesellschaft übernehmen kann, die durch das *narrow casting* und die Auflösung des Massenpublikums zunehmend in Frage gestellt wird, sondern wie das Fernsehen sein Publikum auf weniger eindeutige Weise einhegt als andere Medien und ein offeneres Publikum besitzt. Das Nebenschichtenfernsehen bezeichnet im Unterschied zum gentrifizierten Fernsehen oder dem nicht-existenten Unterschichtenfernsehen eine offene, heterogene soziale Formation. Das Fernsehen für dieses Publikum ist überraschend und irritierend und erzeugt dadurch interessante diskursive Effekte. Hierbei handelt es sich allerdings nicht um eine, mit Quoten belegte, empirische Tatsache, sondern um den Versuch, den Akzent stärker auf gewöhnliche Zuschauer oder auf eine Gewöhnlichkeit des Fernsehens und dessen Potenziale zu legen, bei der es auch darum geht, eine mit dem Nebenschichtenfernsehen verbundene Zuschauerschaft zu entschlüsseln. Das Nebenschichtenfernsehen ist eher ein Begriff für die Fernsehtheorie oder die Medienphilosophie, der versucht, eine bestimmte Form der Assoziierung von Menschen als Rezipienten zu beleuchten. Der Fokus liegt darauf, wie eine Sitcom wie *KING OF QUEENS* oder *HOME IMPROVEMENT* im Sinne Kracauers bestimmten Affinitäten des Fernsehens, deren Systematik noch nicht in ausreichender Weise geliefert worden ist, Bedeutung geben und wie diese Affinitäten als ästhetische Eigenschaften auch immer auf die Kategorie des Publikums und der Rezeption zurückgeführt werden können.

Die Affinitäten des Fernsehens

Als Affinitäten des Fernsehens und im Besonderen der Sitcom als spezifisch televisuelles Format ließen sich folgende Begriffe nennen: Liveness, Alltagsnähe, Zufall als Aspekte der Gewöhnlichkeit, Zufall als Moment der Improvisation, *performance* im Unterschied zum *acting* in realistischen Formaten des Films (vgl. Mills 2005, 69f), die Wiederholung, die nicht-dramatische, nicht-lineare Organisation von Erzählinhalten etc. Der Zufall spielt hier auch als Moment einer ungerichteten Fernsehrezeption eine Rolle, die erst das entdeckt, was einen interessiert, noch bevor man weiß, was einen interessieren könnte. Das ist durchaus auch als ein Moment der Irritation von Narzissmus durch die vermeintliche Konsensmaschine Fernsehen gemeint, als Moment der Offenheit des Zuschauer für das ›Andere‹, der Durchkreuzung von Erwartungen. Im Fall von *KING OF QUEENS* handelt es sich um die die Offenheit für das Leben eines Pa-

ketboten und einer Sekretärin oder für den wenig glamourösen Alltag in einem nicht metropolitanen Vorort New Yorks, der nichts von den Schauwerten zu bieten vermag, mit der eine Serie wie *SEX AND THE CITY* hausieren gehen kann. Wenn wir hier eher von einem Ideal des Publikums sprechen, einer alternativen Imagination von Zuschauern, die im Gegensatz zum Quality Television nicht aus einer relativ homogenen Masse besteht, sondern tatsächlich eine darüber hinausgehende Assoziation unterschiedlichster Menschen erreicht, so können wir von einem Kontrast zwischen Streuung und Sammlung sprechen, oder im Sinne Luhmanns von loser und strikter Kopplung, von Medium und Form (vgl. Luhmann 2001, 200). Denn die ästhetischen Qualitäten der Sitcom, durch die sie ihre Zuschauer findet, liegen nicht offen: Sie sind da, aber nicht wirklich da, sie manifestieren sich, wenn sie für flüchtige Momente die feste Kopplung von Publika schaffen, die von den Erscheinungen in einer Weise verblüfft werden, dass darüber die Lust entsteht, über sie zu sprechen und das von ihnen erreichte Publikum sichtbar werden zu lassen (zumindest atomare Partikel davon). Diese nicht offen liegenden ästhetischen Eigenschaften sind allerdings nicht ausschließlich im Sinne der Cultural Studies als Ergebnisse der Rezeption eines vieldeutigen, offenen Textes zu verstehen, sondern tatsächlich als eine produktive Realisierung einer der Serie eingeschriebenen Eigenschaft, die sich aber nicht immer und eindeutig manifestiert, sondern nur für kurze Augenblicke einer aus der Gewöhnlichkeit emporgehobenen Außergewöhnlichkeit, wie sie sich etwa in dem Moment zeigt, als Dougs Freunde in *KING OF QUEENS* zu begeisterten Zuschauern eines ereignisarmen Lebens werden und uns damit auch ein Motiv unseres Interesses für die redundante Erzählform der Sitcom erklärt wird.

Die Sitcom ist ein relativ einfaches Syntagma, dessen paradigmatische Achse (die Performance, die Darbietung der Gags, die Variationen in den Figuren) der Grund für die Faszination des Publikums ist, während die reife Qualitätsserie durch das offene Ausspielen ihrer Komplexität eher von der syntagmatischen Achse gesehen interessant erscheint (während ich mich beispielsweise auf der paradigmatischen Achse selten wirklich für dessen Personal interessiere). Dennoch gibt es auch strukturell herausgehobene Momente einfacher Komplizierungen des syntagmatischen Schemas, einer Modifikation der Zeichenkette, die mit dafür verantwortlich ist, Anker auszuwerfen und Zuschauer zu gewinnen.

Für diese Exemplifikation ließen sich über den zitierten Moment hinaus unzählige weitere Momente in der Sitcom *KING OF QUEENS* finden und häufig drehen sich diese Konstruktionen um das Fernsehen und wie dieses im Format thematisiert wird. Die Rückkopplung von Fernsehen und Publikum, die in der Episode

LIFE SENTENCE zu finden ist, bestimmt bereits die Anfänge der Sitcomgeschichte und ist bereits in Formaten wie I LOVE LUCY in den 1950er Jahren zu finden, etwa wenn deren Hauptfigur Lucy in der Episode LUCY DOES A TV COMMERCIAL (Staffel 1, Episode 30) ihren Wunsch, im Fernsehen zu arbeiten, damit Nachdruck verleiht, ihren Kopf in das Gehäuse des leeren Fernsehapparats zu stecken. Diese Momente sind nicht ausschließlich auf das Ausstellen von Selbstreflexivität zu reduzieren, sondern sie schaffen auch eine besondere Verketzung zwischen dem Format und seiner Rezeption, die einen Grund dafür liefert, an dem Format hängen zu bleiben.

Aber mit diesen Selbstthematisierungen werden auch bestimmten ästhetischen Reizen oder Funktionen des Fernsehen und der Sitcom Ausdruck verliehen. Stanley Cavell verknüpft den Aspekt der *liveness* mit der Bedingung des *monitorings*, die den spezifischen Bildstatus von Fernsehen im Gegensatz zum Kino markiert, nicht als betrachtete, sondern als vom Zuschauer überwachte Bilder der Welt. Das *monitoring* findet sich in Live-Formaten wie der Sportübertragung oder der Sitcom in einem Wechsel zwischen unterschiedlichen Monitoren, die ein Areal überwachen (vgl. Cavell 2002, 150). Die Sitcom, aber auch die Soap Opera, bestehen zu großen Teilen aus Szenen, die vor mehreren Kameras am Stück gedreht werden, und sie dokumentieren im Gegensatz zu sogenannten ›single-camera‹-Formaten, in der einzelne isolierte Einstellungen zusammengefügt werden, das, was vor der Kamera stattfindet. Das hat wichtige Konsequenzen: Unsere Identifikation mit der Sitcom ist immer auch eine Identifikation mit der von ihr gezeigten Welt, nicht eine Identifikation mit einer Repräsentation von Welt. In diesem Sinne erfüllt die Sitcom eine Funktion, die John Ellis dem Fernsehen zuordnet, nämlich Zeugnis von der Welt abzulegen, womit auch eine spezifische Form von Gegenwart oder Ko-Präsenz verbunden ist (vgl. Ellis 2002b, 32). Jonathan Bignell stellt unter Bezugnahme auf SEX AND THE CITY heraus, dass diese Funktion der Zeugenschaft durch eine ironische Stilisierung der Darstellung in Frage gestellt wird, das Fernsehen nicht von der Welt zeugt, sondern Bilder der Welt erzeugt (vgl. Bignell 2004, 174). Auch wenn die Ereignisse einer Sitcom sich einer Kategorisierung von real oder nicht-real entziehen, so hat die ›traditionelle‹ Sitcom durch die Überwachung eines bühnenartigen Studiosettings durch drei Kameras (das sogenannte ›three-camera-set-up‹) nicht nur einen live-charakter, sondern beschränkt auch die Möglichkeiten des Formats, ein Bild der Welt zu modellieren: Sie ist abhängig von den Ereignissen, die vor der Kamera stattfinden. Daher ist das Interesse für die Sitcom, die auf viele Möglichkeiten der Gestaltung dieser Welt verzichtet, auch immer ein Interesse für die Welt, die überwacht und nicht konstruiert wird.



HOME IMPROVEMENT: Alltag und Kunst

Sitcoms wie KING OF QUEENS oder HOME IMPROVEMENT (HÖR MAL WER DA HÄMMERT) spielen mit dieser Fokussierung der Sitcom auf ein zu überwachendes Leben, das auf dem engen Raum weniger Sets stattfindet. Sie erzielen aber auch durch bestimmte audiovisuelle Konstruktionen eine interessante, hybride Mischung von Alltag und Kunst, die anders als die Strategien von Anbietern des Quality Television wie der Sender HBO und seinem Slogan »It's not TV. It's HBO« darauf verzichtet, sich eindeutig vom Fernsehen abzugrenzen. Vor allem in HOME IMPROVEMENT wird dieser Bezug auf das Fernsehen überdeutlich, da die Handlung der Serie sich auf zwei Sets verteilt, auf das Zuhause der Familie Taylor und auf die Heimwerker Sendung TOOL TIME, die Tim Allen als Tim Taylor moderiert. HOME IMPROVEMENT eignet sich aber nicht nur wegen dieser Verknüpfung von Familienalltag und Fernsehen dafür, als Format des Nebenschichtenfernsehens betrachtet zu werden, sondern auch wegen seines Bezuges auf ein Amerika, das den meisten Zuschauern dieser Sitcom fremd sein sollte und fast schon zu »alltäglich« erscheint.

Die Episode NOTHING MORE THAN FEELINGS (Staffel 1, Episode 7) zeigt sehr schön, wie diese beiden Elemente zusammenkommen und die Sitcom verdichtete Momente televisueller Repräsentation konstruiert. Wütend auf seine Frau Jill, deren Unachtsamkeit einen Autoschaden verursacht hat, macht er die Heimwerkersendung zu einem Forum dafür, seinen Ärger über deren Umgang mit Werkzeugen und Technologien zu artikulieren, wozu er auch andere Zuschauer der Sendung einlädt. Als ihm diese Sendung, bei der er auch intime Details seiner Ehe ausplaudert,

Abb. 4-7: Verkettung des Fernsehraums mit dem häuslichen Raum in HOME IMPROVEMENT

zu Hause Ärger einbringt, macht er die folgenden Sendungen wiederum unter dem Titel »Male Improvement« zu einem Forum der Diskussion männlicher Defizite und dem unsensiblen Umgang mit dem anderen Geschlecht.

Wir haben es hier mit einer Kette gegenseitiger Rückversicherung zu tun. Ein Ereignis im häuslichen Raum führt zu seiner Kommentierung im Fernsehraum, die wiederum zu Reaktion im häuslichen Raum und einem (für diese Sitcom typischen) Zurückrudern im Fernsehraum führt. Das ist eine komplexe und interessante Konstruktion. Wir sehen einen weichen Übergang zwischen dem häuslichen Alltag und der Fernsehshow, die als eher randständiges Format des Fernsehens nicht viel weniger alltäglich ist. Das heißt, dass es nicht unbedingt nur um die Inszenierung eines Bruches geht, der über televisuelle Repräsentation nachdenkt, sondern eher um eine Unterbrechung, die auch als Übergang oder als Alternieren funktioniert. So lässt sich die Darstellung des Publikums der Sendung *TOOL TIME* eher als eine Anerkennung des Publikums der Sitcom begreifen, denn es überschneiden sich nicht nur beide Publika im Aspekt ihrer Alltäglichkeit, sondern dieses Publikum fungiert tatsächlich auch beim Live-Dreh als Publikum, das unter anderem die Tonspur für den Laugh-Track liefert. Das Alternieren zwischen Zuhause und Fernsehen lässt sich auch als ein Alternieren zwischen dem Öffentlichen und dem Privaten begreifen, das ebenso die Öffentlichkeit des Privaten wie die Privatheit des Öffentlichen vorführt. Die Konsequenz, mit der diese Rückkopplungen zwischen Alltag und Fernsehshow und wieder Alltag vorgeführt werden und die den Fernsehschirm als Trägermedium sichtbar machen, lässt an Closed-Circuit-Installationen der Videokunst denken. Die Darstellung hat aber einen anderen Akzent, weil sie sehr stark auf den Alltag und auf Kommunikation gerichtet ist.

Es handelt sich um einen Kontrast und nicht um einen deutlich ausgespielten selbstreflexiven Bruch, dennoch kommen hier Dinge zusammen, die eigentlich nicht zusammenpassen, eine kunstvolle Konstruktion und die Welt, die die Show behandelt. Es handelt sich um eine Serie, die nicht banaler sein könnte, die nicht tiefer in den Alltag und mit dem Gegenstand der Shopping-Sendung in die Randbereiche der Fernsehkultur eindringen könnte. Hier findet die extreme Übersteigerung der Häuslichkeit des Fernsehens statt. Sie bekommt in der Bloßstellung eines auf einfache, aber energiefressende Technologien fixierten Amerikas – am deutlichsten sichtbar in der Forderung nach »more power«, wenn Tim die noch größere Variante eines Werkzeugs vorführt, deren Gebrauch meistens in einem Desaster endet – auch fast so etwas wie einen kritischen Akzent. Das alles sind auf jeden Fall Gründe, sich weniger abgesichert und wohl als die Zuschauer von *Quality Television* zu fühlen, weil wir zu Zuschauern einer Welt werden, die nicht für uns gemacht ist. Auch die et-



Abb. 8: Der verstellte Blick auf Nachbar Wilson.

was aufgesetzte Harmonie, die Haarschnitte und Kleidungen der Kinder, die bunten, weiten 1990er-Jackets von Tim Allen, aber auch Toiletten, die immer wieder ins Bild gesetzt werden, offenbaren eine wenig glamouröse Welt. Die Frage stellt sich also, wie wir dazu gebracht werden, uns mit dieser Welt zu beschäftigen, die sowohl auf der inhaltlichen als auch auf der ästhetischen Ebene so viel weniger unserem Habitus entspricht als eine Serie wie *SIX FEET UNDER* oder *THE SOPRANOS*. Dennoch handelt es sich hier um bewusste Versuche der Herstellung einer Hybridität, einer Gegensätzlichkeit, die auch in der Figur des Nachbarn Wilson zum Ausdruck kommt, der durch den Gartenzaun verdeckt nie vollkommen sichtbar werden kann.

Mit dieser Figur wird auch die Möglichkeit verbunden, eine gewisse (sehr angelesene wirkende) Intellektualität auf das schlichte Heimwerker-Gemüt Tims treffen zu lassen. Allerdings figuriert sich damit auch eine interessante Grenze zur Welt gebildeter, liberaler Menschen, die andere Formen des Qualitätsfernsehens bevorzugen. Dieses Format weiß um seine Grenzen, um sein Pendeln zwischen Alltag und einem ästhetischen herausgehobenen und reflektierten Alltag: Hinter dem Zaun dieser Welt, oder wenigstens weiter als Wilsons Garten (den wir gelegentlich sehen), werden wir nie gelangen.

Und genau hier liegt der Grund dafür, warum diese Sitcom uns ähnlich wie *KING OF QUEENS*, auf eine spezifische Weise anzusprechen versteht. Es gibt hier eine Hybridität zwischen dem Künstlerischen, dem Reflexiven und dem Alltäglichen, die Irritationen auslöst, die aber auch unterschiedlichste Menschen zusammenführt und ihr Interesse auf diese Welt und zugleich auf die interessanten ästhetischen Konstruktionen richten lässt. Es ist eine Kunst, die nicht offensichtlich ist, es ist keine Komplexität, die sofort zu erkennen wäre. Im Gegenstand selbst sind die Merkmale einer ästhetischen Komplexität weniger deutlich zu finden als in Qualitätsserien. Aber – und das wäre der Unterschied zu einem Modell einer Offenheit des Textes, die anschlussfähig an unterschiedlichste Milieus ist – es gibt diese Qualitäten. Es liegt nicht einzig im Auge des Betrachters, diesem Gegenstand Bedeutung zu geben und an ihm Vergnügen zu haben, es ist nur schwieriger, die Eigenschaften zu finden und zu bestimmen, die mein Interesse an der Sitcom wecken. Das Milieu (und die bunten Anzüge), aber auch der Bildcharakter einer Sitcom als überwachendes und nicht

als bilderzeugendes Format verstellen den Blick auf diese ästhetische Komplexität.

Da die Serie sich meist im offenen System der Reste des Sendefernsehens bewegt, hat die Begegnung mit ihr immer auch einen Zufallscharakter. Es geht hier nicht um eine eindeutige Ansprache bestimmter Publika wie in vielen Serien des Qualitätsfernsehens. Sie eignet sich auch nicht, auf DVD entdeckt und zu Futter für ›Serienbinging‹ zu werden. Am besten funktioniert so eine Sitcom in diesem, bald wohl völlig zerstörten, Alltag des Fernsehens selbst. Auf Sendern wie Kabel 1 oder RTL 2, die Sitcoms wie KING OF QUEENS oder HOME IMPROVEMENT immer noch ausstrahlen (wenn auch nicht mehr zur besten Sendezeit) oder lange ausgestrahlt haben, gibt es die Möglichkeit, zu Betrachtern unbekannter und auch unpassender Formate zu werden. Hier wird emsig Publikum gesammelt, als ein Nebenschichten-Fernsehen, das weder Mainstream noch Elite noch irgendein soziokulturelles Habitat, das einen passenden Gegenstand des Serienkonsums sucht, repräsentiert, sondern tatsächlich ein (idealerweise) disparates Publikum zusammenführt, dem nicht ein ungebrochener Alltag als eine Idylle vorgeführt werden soll, sondern ein Alltag, der sich seiner Limitationen bewusst ist. Der Zufall, der einen Betrachter beim Schweifen durch die Fernsehlandschaften in die Arme einer Sitcom führt, ist ein wichtiges Element dieser Sammlung – mir wird etwas gezeigt, von dem ich nicht wusste, dass ich es sehen wollte. Es impliziert einen Moment des Offenseins für das Andere, unserer Welt außenliegende (nichts ist fremder als dieses Amerika). Es droht hier keine Einigelung wie beim Qualitätsfernsehen, bei dem sich das Habitat der Serie und das Habitat der Zuschauer überschneiden (und gegenseitig bestätigen oder auch eine rituelle Weise irritieren), sondern wir sehen eine Welt, die offen ist für alle Zuschauer und diese auch zu finden versteht. Als demokratisches Medium kann es die Illusion liefern, ein klassenübergreifendes Publikum zu finden, nicht als Bestätigung eines Konsenses, sondern als Vereinigung der Heterogenen. Denn es gibt eine von spezifischen televisuellen Eigenschaften geprägte Objektqualität, die es vielen Formen des Fernsehens erlaubt, ein Publikum auf besondere Weise zu sammeln und so die Frage nach dem Sozialen im Fernsehen auf eine interessante Weise zu artikulieren, als die Möglichkeit, Teil immer neuer nicht homogener Publika zu werden und dabei immer wieder kleine, imaginäre oder tatsächliche Brücken zu bauen, wenn interessante Gespräche über Serien entstehen. Ich wünschte es würde mehr für den Inhalt dieser Biotope getan oder weniger Energie dafür verschwendet, ihr Ende herbeizureden.

Bibliographie

- Adelmann, Ralf et al.** (Hrsg.) (2002) *Grundlagentexte der Fernsehwissenschaft. Theorie – Geschichte – Analyse*. Konstanz: UVK.
- Bignell, Jonathan** (2004) *Sex, Confessions and Witness*. In: *Reading Sex and the City*. Hrsg. v. McCabe, Janet/Akass, Kim. London: I.B. Tauris, S. 161-176.
- Brooker, Will** (2009) *Television Out of Time. Watching Cult Shows on Download*. In: *Reading Lost. Perspectives on a Hit Television Show*. Hrsg. v. Roberta Pearson. London/ New York: I.B. Tauris, S. 51-72.
- Butler, Jeremy G.** (2010) *Television Style*. London/New York: Routledge.
- Cavell, Stanley** (2002) *Die Tatsache des Fernsehens*. In: Adelmann et al. 2002, S. 125-164.
- Cook, Jon/ Elsaesser, Thomas** (1994) *Definitions of Quality*. In: Elsaesser/Simons/Bronk 1994, S. 64-76.
- Chamberlain, Daniel/ Rushton, Scott** (2007) *24 and Twenty-first Century Quality Television*. In: *Reading 24. TV against the clock*. Hrsg. v. Steven Peacock. London/New York: I.B.Tauris, S. 13-24.
- Creeber, Glen** (2004) *Serial Television. Big Drama on the Small Screen*. London: BFI Publishing.
- Creeber, Glen** (Hg.) (2006) *Tele-Visions. An Introduction to Studying Television*. London: Bfi Publishing, S. 26-43.
- Dawson, Max** (2007) *Little Players, Big Shows. Format, Narration, and Style on Television's New Smaller Screens*. In: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 13,3, S. 231-250.
- Dreher, Christoph** (2007) *Das Privileg eines natürlichen Todes. Der amerikanische Pay-TV-Sender HBO revolutioniert Film und Fernsehen*, In: *Spex* 7, S. 122-124.
- Ellis, John** (2002a) *Fernsehen als kulturelle Form*. In: Adelmann et al. 2002, S. 44-74.
- Ellis, John** (2002b) *Seeing Things. Television in the Age of Uncertainty*. London/New York: I.B. Tauris.
- Elsaesser, Thomas/ Simons, Jan/ Bronk, Lucette** (Hrsg.) (1994) *Writing for the Medium. Television in Transition*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Enav, Gali/ Carey, John** (2009) *Is TV Dead? Consumer Behavior in the Digital TV Environment and Beyond*. In: *Television Goes ›Digital‹*. Hrsg. v. Darcy Gerbag. New York: Springer, S. 115-129.
- Engel, Esteban** (2006) *TV ersetzt die Reale Welt*. In: [<http://www.stern.de/politik/deutschland/unterschiedenfernsehen-tv-ersetzt-die-reale-welt-575310.html>]; letzter Abruf 16.12. 2013.
- Feuer, Jane/ Kerr, Paul/ Vahimagi, Tise** (1984) *MTM. Quality Television*. London: Bfi Publishing.
- Feuer, Jane** (1992) *Seing through the Eighties. Television and Reaganism*. Durham/London: Duke University Press.

- Feuer, Jane** (2007) HBO and the Concept of Quality TV. In: *Quality Television. Contemporary American Television and Beyond*. Hrsg. v. Janet McCabe & Kim Akass. London/New York: I.B. Tauris, S. 145-157.
- Hartley, John** (1992) *Tele-ology. Studies in Television*. London/ New York: Routledge.
- Jenkins, Henry** (2006) *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York/ London: New York University Press.
- Johnson, Derek** (2009) The Fictional Institutions of *Lost*. World Building, Reality and the Economic Possibilities of Narrative Divergence. In: *Pearson 2009*, S. 27-49.
- Krotz, Friedrich** (2007) *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Lavery, David** (2006) Can this be the End of Tony Soprano? In: *Ders. (Hg.) Reading the Sopranos. Hit TV from HBO*. London/New York, I.B. Tauris, S. 3-14.
- Luhmann, Niklas** (2001) Das Medium der Kunst. In: *Ders. Aufsätze und Reden*. Stuttgart: Reclam, S. 198-217.
- Lutter, Christina/ Reisenleitner, Markus** (2002) *Cultural Studies. Eine Einführung*. Wien: Löcker.
- Marlow, Eugene/ Secunda, Eugene** (1987) *Shifting Time and Space. The Story of Videotape*. New York. New York: Praeger.
- McCabe, Janet/Akass, Kim** (2005) Introduction. ›Why do People have to Die? To Make Contemporary TV Drama important, I guess‹. In: *Dies. Reading Six Feet Under. TV to Die For*. London: I.B. Tauris, 2005, S. 11-18.
- Mills, Brett** (2005) *Television Sitcom*. London: BFI Publishing.
- Modleski, Tania** (2002) Die Rhythmen der Rezeption. Daytime- Fernsehen und Hausarbeit. In: *Adelmann et al. 2002*, S. 376-387.
- Ndalianis, Angela** (2009). *Lost in Genre. Chasing the White Rabbit to Find a White Polar Bear*. In: *Pearson 2009*, S. 181-197.
- Newcomb, Horace/ Hirsch, Paul M.** (1992) Fernsehen als kulturelles Forum. In: *Fernsehen, Wahrnehmungswelt, Programminstitution und Marktkonkurrenz*. Hrsg. v. Knut Hickethier. Frankfurt a.M.: Peter Lang, S. 89-107.
- Nowell-Smith, Geoffrey** (1994) *Quality Television*. In: *Elsaesser/Simons/Bronk 1994*, S. 35-40.
- Pearson, Roberta** (Hrsg.) (2002) *Reading Lost. Perspectives on a Hit Television Show*. London/ New York: I.B. Tauris.
- Riedel, Katja** (2011) Dschungelcamp. Von wegen Unterschichtenfernsehen. In: [http://www.focus.de/wissen/mensch/geschichte/tid-21071/dschungelcamp-von-wegen-unterschichtenfernsehen_aid_592303.html] letzter Abruf 16.12.2013
- Schlüppmann, Heide** (2007) *Ungeheure Einbildungskraft. Die dunkle Moralität des Kinos*. Frankfurt a. M.: Stroemfeld.

- Spigel, Lynn** (2002) Fernsehen im Kreis der Familie. Der populäre Empfang eines neuen Mediums. In: Adelman et al. 2002, S. 214-252.
- Staiger, Janet** (2000) Blockbuster TV. Must See Sitcoms in the Network Era. New York: The University of New York Press.
- Winkler, Hartmut** (2009) Eins, zwei, eins, vier, x. Switching: Die Intallation der Tagtraummaschine. In: Texte zur Theorie und Geschichte des Fernsehens. Hrsg. v. Michael Grisko. Stuttgart: Reclam, S. 222-230.