

NICHT DER REDE WERT? HIERARCHISIERUNGEN UND KONFLIKTE BEI DER FERNSEHANEIGNUNG

Die über 1000 Folgen starke LINDENSTRASSE stellt in der BRD in hohem Maße Öffentlichkeit her: Kaum ein Tag, an dem nicht über sie in Zeitungen, Zeitschriften oder televisuellen Boulevardmagazinen berichtet wird, ihre Darsteller und Darstellerinnen treten in anderen Fernsehformaten auf (etwa in Talkshows, Quizshows etc.), manche werden zu Stars und zieren die Titelseiten von (Hochglanz-)Magazinen (etwa Till Schweiger). Bis auf das Cover des PLAYBOY haben es die Darstellerinnen der Figuren Urszula (Anna Nowak) und Jacqueline Svilarov (Nina Beimer) geschafft.¹ Politiker und andere Prominente interessieren sich für Gastauftritte in Dauerserien, um ihren Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad zu steigern.² In einer Inhaltsanalyse zur journalistischen Rezeption der LINDENSTRASSE in der Presse stellt Helmut Volpers fest, dass bereits im November 1992, also nach ca. siebenjähriger Laufzeit, im Pressearchiv des WDR über 1500 Presseartikel über die erste bundesdeutsche Dauerserie archiviert wurden (vgl. Volpers 1993: 2). Der Autor ist der Ansicht, dass bis dahin kein anderes TV-Ereignis in quantitativer Hinsicht in diesem Ausmaß publizistisch begleitet wurde. 2002 zeigte das Filmmuseum Potsdam eine Wanderausstellung zu *Daily-Soaps*, in der auch der ersten bundesdeutschen Dauerserie, der *Weekly-Soap* LINDENSTRASSE, eine prominente Rolle zukam.³ Viele haben schon einmal von »Mutter Beimer« (Marie-Luise Marjan) oder anderen Figuren aus der LINDENSTRASSE gehört, ohne je eine Folge der Serie gesehen zu haben. Die LINDENSTRASSE gehört zu den populärsten bundesdeutschen

-
- 1 Mit den folgenden beiden Headlines: »Anna Nowak, die Urszula aus der Lindenstraße« (Playboy 1998) sowie »Ausgezogen: Tochter Beimer. Lindenstraßen-Schauspielerinnen Jacqueline Svilarov in ihrer schönsten Rolle« (Playboy 2006). Interessanterweise handelt es sich bei Urszula um eine jener Figuren, die bisher eine lesbische Rolle in der Serie übernommen hat. Ich komme darauf später zurück.
 - 2 Der Übersetzer und Kolumnist Harry Rowohlt hat nach einem Gastauftritt eine Rolle in der LINDENSTRASSE als »Obdachloser Harry« übernommen. Gerhard Schröder ist im Wahlkampf in der Serie GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN aufgetreten (vgl. zu diesem Phänomen Dörner 2001).
 - 3 Zu der Ausstellung ist ein Katalog erschienen (vgl. Landbeck o.J.).

Fernsehserien, was etwa das Goethe-Institut veranlasst hat, Arbeitsmaterialien und ein Video zu sechs Folgen der Dauerserie für den Unterricht in ›Deutsch als Fremdsprache‹ anzubieten (vgl. Goethe-Institut 1999). Es liegt auf der Hand, dass auch in Kneipen, an Universitäten, auf der Arbeit oder zu Hause im Kreis der Familie viel über die Serie gesprochen wird. Das alltägliche Reden über Medien oder bestimmte Sendungen ist ein bedeutender Bestandteil alltäglicher Kommunikation (vgl. Keppler 1994).

In diesem Kapitel diskutiere ich Untersuchungen, die sich hauptsächlich mit Formen und Bedingungen der kommunikativen Aktivitäten während der Rezeption der LINDENSTRASSE auseinander setzen. Zu diesem Thema liegen vergleichsweise viele Befunde vor, die, so meine Annahme, auf eine Tendenz hinweisen, die sich derzeit in Teilen der Aneignungsforschung beobachten lässt: einen ›positiven Blick‹ auf das Fernsehen und seine Zuschauenden. Mir geht es dabei nicht um die Forderung nach ›anderen‹ Fragestellungen, oder den Anspruch, man hätte etwas ›anderes‹ untersuchen sollen. Ich behaupte, die Ausblendung gesellschaftlicher/historischer/politischer Verhältnisse konstruiert ein harmonisierendes, affirmatives Bild dessen, was als die Tätigkeit ›Fernsehen‹ beschrieben wird. Im Folgenden untersuche ich exemplarisch die Konsequenzen dieser Auslassung, um davon ausgehend eine gesellschaftsbezogene Betrachtungsweise von Mediengesprächen aufzuzeigen.

Der positive Blick auf die Fernsehaneignung

Hinführung: Gespräche beim und im Fernsehen

Bezogen auf die LINDENSTRASSE haben bereits einige Untersuchungen gezeigt, dass die Serie ein beliebter Stoff für Alltagsgespräche ist. In einer Repräsentativbefragung⁴ zur Rezeption von EASTENDERS und LINDENSTRASSE im interkulturellen Vergleich, die unter anderem die Gespräche über die Serie untersucht, gaben immerhin 39% der Befragten aus der BRD an, gelegentlich oder oft über die LINDENSTRASSE zu sprechen (vgl. Frey-Vor 1996: 226). Von diesen Personen machten 51% lediglich kurze Bemerkungen über die Serie, 34% diskutieren und argumentieren über das Geschehen und 14% erzählen anderen davon, was in

4 Es wurden 3000 Zuschauende in Großbritannien schriftlich zur Fernsehserie EASTENDERS und in der BRD 1000 Personen zur LINDENSTRASSE telefonisch anhand eines standardisierten Fragebogens befragt.

der Serie passiert (vgl. Frey-Vor 1996: 227).⁵ Interessant sind die Unterschiede zur kommunikativen Aneignung zwischen den in Großbritannien und der BRD befragten Personen: Anscheinend ist in Großbritannien die Serie *EASTENDERS* häufiger Gegenstand von Gesprächen als in der BRD die Serie *LINDENSTRASSE* (vgl. Frey-Vor 1996: 239). Dies sieht Frey-Vor in einer älteren »Soap-Opera«-Kultur in Großbritannien zum Zeitpunkt der Befragung im Jahre 1989 begründet. Zudem kommt Frey-Vor zu dem Ergebnis, dass weibliche Fans in beiden Ländern häufiger angaben, sich über die Serie zu äußern als dies bei den männlichen Fans der Fall war. Allerdings ist in dieser Repräsentativbefragung das Problem der sozialen Erwünschtheit der Angaben zu reflektieren; eine Kritik, welche empirische Untersuchungen, die auf Selbstauskünften beruhen, häufig trifft. In der von Frey-Vor durchgeführten schriftlichen und telefonischen Befragung mit standardisierten Interviewbögen⁶ kann nicht überprüft werden, ob die männlichen Rezipierenden tatsächlich weniger über die Serie reden und wie sich dies gegebenenfalls begründen lässt. Die Einschätzung der männlichen Befragten, selten über die Serie zu reden, könnte eine Folge der normativen Bewertung von Mediengesprächen als »weiblicher Klatsch« sein. Denn Menschen sind in ihrem Handeln gemeinhin bemüht, ihre Geschlechterzugehörigkeit und damit verbundene kulturelle Vorstellungen von Männlichkeit und Weiblichkeit möglichst vereindeutigt darzustellen (vgl. Wetterer 1995: 237).

Obwohl Eva Schabedoth die kommunikativen Aktivitäten nicht systematisch untersucht hat, finden sich in ihrer Studie Hinweise auf Gespräche über die *LINDENSTRASSE*. Zumeist diskutierten die Befragten in den Tagen nach der Ausstrahlung der Serie mit anderen darüber, wie sich die einzelnen Handlungsstränge in den nächsten Folgen fortsetzen (vgl. Schabedoth 1995: 172). Schabedoth geht hier auf Gespräche ein, die unabhängig von der eigentlichen Rezeptionssituation stattfinden. Das soll aber nicht bedeuten, dass *während* des Fernsehens nicht gesprochen würde. Während im deutschsprachigen Raum im Kino zumeist ge-

- 5 Entsprechend der Differenzierung von Ulmer und Bergmann in Medienverweise und Medienrekonstruktionen (vgl. Ulmer/Bergmann 1993: 84ff) lässt sich sagen: etwa die Hälfte der Personen, die angeben, über die *LINDENSTRASSE* zu sprechen, machen Medienverweise, also kurze Bezugnahmen auf die Serie, während die andere Hälfte Medienrekonstruktionen vornehmen, womit eine ausführlichere Darstellung oder Rekonstruktion der *LINDENSTRASSE* gemeint ist.
- 6 Frey-Vor führt neben der Repräsentativbefragung auch eine Gruppendiskussion durch (vgl. Frey-Vor 1996: 269ff). Hier werden in kurzer Form manche der zuvor dargestellten Ergebnisse überprüft, aber nicht vertiefend analysiert und interpretiert. Auf die Mediengespräche wird nur an einer Stelle kurz hingewiesen (vgl. Frey-Vor 1996: 277).

schwiegen wird,⁷ können beim Fernsehen Gespräche bereits *während* der Rezeption aufkommen. Der Frage, wie und worüber Rezipierende beim Fernsehen sprechen,⁸ widmete sich Anfang der 1990er Jahre im größeren Umfang das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) finanzierte Forschungsprojekt *Über Fernsehen sprechen. Die kommunikative Aneignung von Fernsehen in alltäglichen Kontexten*.⁹ Bevor ich näher auf die Studien zur kommunikativen Fernsehaneignung des DFG-Projektes eingehe, beschreibe ich zunächst den Kontext, in dem diese Arbeiten entstanden sind und kläre einige grundlegende Begriffe.

Werner Holly und Ulrich Püschel, beide Leiter des DFG-Projektes, nennen zwei Ebenen, auf denen kommunikative Prozesse eine Rolle spielen. Es sei »zu unterscheiden zwischen ›primären Thematisierungen‹, die parallel zum medialen Ereignis *in* der Rezeptionssituation ablaufen und etwa Kommentare, Bewertungen, Assoziationen u.ä. enthalten; ›sekundären Thematisierungen‹, die *ex post* (*nach* der Rezeption) stattfinden. Diese sind im Unterschied zum Ersten rekonstruktiv« (Holly/Püschel 1993: 8, Herv. im Orig.). Michael Charlton verweist in einem Reader, der im Kontext des DFG-Projektes entstanden ist, noch auf jene kommunikativen Aneignungsprozesse, die *vor* der Rezeption erfolgen, wie etwa der Hinweis auf empfehlenswerte Programme oder Verabredungen zum gemeinsamen Fernsehen (vgl. Charlton 1993: 11). Aufgrund der Programmvietfalt im bundesdeutschen Fernsehen seit der Einführung des dualen Rundfunksystems 1984 dürften diese Mediengespräche heute einen wichtigen Faktor hinsichtlich der Programmauswahl darstellen. Eine Analyse dieser kommunikativen Aushandlungsprozesse könnte zum Beispiel in den Blick nehmen, wer sich wie und warum in bestimmten Gemeinschaften (Familie, Freundeskreis etc.) durchsetzt, welche Sendung gesehen wird.

Mit primären Thematisierungen sind im Folgenden also jene kommunikativen Handlungen gemeint, die während der Fernsehrezeption erfolgen, wohingegen sekundäre Thematisierungen unabhängig von der Rezeption erfolgen (vgl. auch Hepp 1999: 192). Medienthematisierungen

7 Ich beziehe mich hier explizit auf die bundesdeutsche Kinokultur. In anderen Kulturkreisen und Ländern, etwa in Indien, wird durchaus während des Filmlebens gesprochen, telefoniert etc.

8 Auf Gespräche während der Fernsehrezeption weist bereits Will Teichert hin (vgl. Teichert 1977: 290).

9 Ein erster Entwurf des Projektes findet sich in Holly/Püschel 1993. Eine abschließende Publikation erschien 2001 unter dem Titel *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*, herausgegeben von den Projektleitern Werner Holly, Ulrich Püschel und Jörg Bergmann. Zu letztgenanntem Titel verweise ich auch auf meine Rezension (vgl. Maier 2005).

können sich dabei sowohl aus der Rezeption primärer Texte (etwa der LINDENSTRASSE) oder sekundärer Texte (etwa einem Zeitungsbericht über dieselbe) ergeben.¹⁰

Eine weitere Ebene, die neben den Gesprächen der Zuschauenden einzuführen ist, ist der »Broadcast Talk« (Scannell 1991), wie es Paddy Scannell für den Titel eines Readers formuliert – also der Diskurs des Fernsehens. Da Dialogen und Gesprächen im TV eine wichtige Rolle zukommt, wurde das Medium insbesondere in seiner Anfangsphase häufig als »bebildertes Radio« (Schumacher 2000: 181) bezeichnet. Dialoge sind ein wichtiges Element der Dauerserie: »Denn Visualisierung und direkte Handlung bleiben minimal, während der Dialog auch im Fernsehen das dominante Element der soapopera ist« (Frey-Vor 1990: 490). Auch Peter Moritz beschreibt die LINDENSTRASSE als aktionsarm: »Ihr Handeln [das der Figuren, T.M.] besteht darin, über das zu reden, was an anderer Stelle geschieht. Dadurch steht die Aktion selbst kaum mehr im Mittelpunkt der Inszenierung« (Moritz 1996a: 197). Die meisten Ereignisse – wie etwa Anna Zieglers (Irene Fischer-Probst) Selbstmordversuch – werden Moritz zufolge gar nicht oder nur am Rande bildlich in Szene gesetzt,¹¹ solche Geschehnisse würden aber »lang und breit« von verschiedenen Bewohnerinnen und Bewohner der LINDENSTRASSE besprochen (vgl. auch Jurga 1999a: 169ff). Schlagfertige, pointenreiche Dialoge seien ein grundlegendes dramaturgisches Muster der Serie. Während also Spielfilme im Kino »food for the eyes« (Rieser 2002: 325) sind – ihr Publikum also durch visuelle Effekte in den Bann zu ziehen versuchen – zeichnen sich TV-Serien diesem Denken zufolge mehr durch ihre Gesprächsorientiertheit aus. Martin Jurga meint, es sei typisch für

10 Diese in der Rezeptionsforschung viel beachtete Unterscheidung zwischen *primären Texten* (hier die LINDENSTRASSE), *sekundären Texten* (weiteren Medientexten) und *tertiären Texten* (von Rezipierenden produzierte Texte) hat John Fiske im Rahmen seiner Theorie der Intertextualität eingeführt (vgl. Fiske 1987: 108ff). Zu den tertiären Texten zählt Fiske neben Zuschauerpost oder Fanzines eben auch die Gespräche über die televisuelle Bilderwelt. Andreas Hepp ist allerdings der Ansicht, Fiske unterschätze mit dieser Einteilung den zentralen Stellenwert der Gespräche, denn diese seien das zentrale Glied im Vermittlungsdiskurs zwischen Medien- und Alltagsdiskursen (vgl. Hepp 1998: 44).

11 Allerdings sind hin und wieder auch actionhaltige Szenen zu finden. Beispielsweise in Folge 715 »Gewonnen und zerronnen«, die am 15. August 1999 ausgestrahlt wurde. In dieser Folge ging das Reisebüro in der LINDENSTRASSE in Flammen auf, nachdem ein Auto vorfuhr, aus dem zwei verummte Personen heraussprangen und einen Molotowcocktail durch die zuvor eingeschlagenen Schaufensterscheiben werfen. Und Martin Jurga weist auf gefährvolle Cliffhanger hin, in denen Brände, Mord- und Selbstmordversuche, angeschossene, überfahrene oder erfrierende Personen inszeniert werden (vgl. Jurga 1999a: 147).

die LINDENSTRASSE, dass diese die Figuren in ihrer Privatsphäre zeige und in Gesprächen in der Serie »sehr häufig Handlungen und Probleme der Figuren thematisiert werden« (Jurga 1999a: 170), was ihm zufolge zur Para-Interaktion einlädt. Untersuchungen, die kommunikative Handlungen als soziale Praxis in den Blick nehmen, analysieren daher neben Gesprächen zwischen einzelnen Personen oder Gruppen auch die Kommunikation der Rezipierenden *mit dem Medium* selbst; also die sogenannte para-soziale Interaktion.¹² Die intimisierte Beziehung zwischen dem Text und seinen Zuschauenden spielt eine wichtige Rolle für die Interpretation des Geschehens. Da Fernsehen eher beiläufig konsumiert wird, kommt für Rick Altman und John Ellis dem Klang eine wichtige Rolle zu, um die Wahrnehmung und die Aufmerksamkeit der Zuschauenden zu steuern (vgl. Altman 2002; Ellis 2002).¹³ »Im Fernsehen verankert gewöhnlich der Ton die Bedeutung, im Film hingegen das Bild« (Ellis 2002: 60).¹⁴ Die wichtige Rolle des Tons im Fernsehen und in Fernsehserien darf allerdings nicht dazu führen, das TV als auditives Medium zu beschreiben, womit seine Visualität aus dem Blick gerät.

Zusammengefasst strukturieren Gespräche das Fernsehen also auf mehreren Ebenen: Sie sind ein bedeutendes szenisches Element im Fernsehen, sie werden bei der Aneignung bedeutsam und auch die Produktionsseite dürfte bestimmte Gespräche über die Medienprodukte positiv bewerten. Fernsehserien müssen entsprechend vermarktet werden, sie müssen ›im Gespräch‹ bleiben. Und zwar nicht nur in den unterschiedlichen Medien, sondern auch in Kneipen oder auf der Arbeit. Werner Hollys These, sprachliche Handlungen seien als Produkt- und Rezeptionsphänomen zu konzipieren (vgl. Holly 1995), lässt sich somit auch auf die ökonomische Ebene der Produktion erweitern.¹⁵

12 Den Begriff der para-sozialen Interaktion haben Donald Horton und Richard Wohl bereits 1956 eingeführt. Am Beispiel einer Interaktion zwischen einem Moderator im Fernsehen und den Zuschauenden verdeutlichen sie ihren Begriff ›parasozial‹, mit dem sie die Interaktion zwischen Medienhandelnden (Figuren in Serien, Nachrichtensprechern etc.) und Rezipierenden beschreiben (vgl. Horton/Wohl 2002).

13 Die beiden Texte beziehen sich auf das US-amerikanische Fernsehen, sie lassen sich aber auf das bundesdeutsche Fernsehen übertragen.

14 Rick Altman unterscheidet sechs aufmerksamkeitssteuernde Funktionen und Techniken, die der Klang im Fernsehen übernimmt: die kennzeichnende Funktion, die hervorhebende Funktion, die hermeneutische Funktion, der interne Zuschauer, das Voranschreiten des Tons und die Diskursivierung (vgl. Altman 2002: 398).

15 Ein Beispiel dafür, wie die *Filmindustrie* auf negative Mund-zu-Mund Propaganda reagiert, findet sich bei Bauer (vgl. Bauer 2003). Obwohl es sich hierbei um ein Beispiel aus der Kinoindustrie handelt, verdeutlicht es doch eindrucksvoll, welchen Einfluss kommunikative Praktiken auf die Medienproduktion und -vermarktung haben. Antonie Bauer berichtet in der

»Über Fernsehen sprechen«

Die DFG-Projektgruppe »Über Fernsehen sprechen« besteht aus Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der Sprachwissenschaft und der Soziologie der Universitäten Chemnitz, Trier und Gießen.¹⁶ Von ihnen wird ein ethnographischer und interdisziplinärer Ansatz verfolgt, der sich an die qualitative Medienrezeptionsforschung (z.B. der strukturanalytischen Rezeptionsforschung von Michael Charlton und Klaus Neumann-Braun) anlehnt, zudem wird sich stark auf die Cultural Studies bezogen. Die Studien greifen explizit (vgl. insb. Hepp 1998: 33ff) oder implizit auf eine Aneignungstheorie zurück, wie sie in Auseinandersetzung mit Michel de Certeaus Studie *Kunst des Handelns* entstanden ist (vgl. de Certeau 1988). Deswegen möchte ich kurz die grundlegenden Annahmen dieser Theorie skizzieren.

Für de Certeau stellt sich die Frage, was Individuen oder Gruppen eigentlich *mit* medialen Repräsentationen machen:¹⁷ »Viele, oft bemerkenswerte Arbeiten beschäftigen sich damit, entweder die Vorstellungen oder die Verhaltensweisen einer Gesellschaft zu untersuchen. Aufgrund der Kenntnis dieser gesellschaftlichen Objekte scheint es möglich und notwendig zu sein, auf den *Gebrauch* zu schließen, den Gruppen oder Individuen von ihnen machen. So muß zum Beispiel die Analyse der vom Fernsehen verbreiteten Bilder (Vorstellungen) und der vor dem Fernseher verbrachten Zeit (ein Verhalten) durch eine Untersuchung dessen ergänzt werden, was der Kulturkonsument während dieser Stunden und mit diesen Bildern *»fabriziert«* (de Certeau 1988: 13, Herv. im Orig.). Davon ausgehend wird in der medienwissenschaftlichen An-

SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG davon, dass es sich in den USA unter den Zuschauenden schnell herumspreche, wenn ein Kinofilm nicht sehenswert sei, die Besucher und Besucherinnen blieben dann aus. Die Filmindustrie begrenze diese finanziellen Ausfälle durch negative Mundpropaganda, indem sie mithilfe hoher Werbe- und Marketingausgaben versuche, in der ersten Woche nach Anlauf eines Films die meisten Zuschauenden anzulocken. So läuft ein durchschnittlicher Kinofilm in den USA heute in 3200 Kinos zeitgleich an, 1993 waren es lediglich 1800 (vgl. Bauer 2003: 17).

- 16 Zur Projektgruppe gehören neben den Projektleitern Werner Holly, Ulrich Püschel und Jörg Bergmann die Projektmitarbeiter Andreas Hepp, Angela Leister, Heike Baldauf sowie die studentischen Hilfskräfte Jana Scherf, Marita Steffen, Dirk Schulte, Jörg Schlicker und Gabriele Graf. Darüber hinaus gehören zur erweiterten Forschungsgruppe Stephan Habscheid, Michael Klemm, Marlene Faber und Ruth Ayaß.
- 17 Diese Frage wird auch im Uses-and-Gratifications Approach gestellt: »This is the approach that asks the question, *not* »What do the media do to people?« but, rather, »What do people do with the media?« (Katz/Foulkes 1962: 378, Herv. im Orig.).

eignungsforschung der forschende Blick auf ein ›Element‹ gerichtet, welches in den Textanalysen wenig Berücksichtigung findet: die konkreten Personen, die sich den bewegten Bildern zuwenden.

De Certeau unterscheidet zwischen zwei Aneignungspraktiken, nämlich *strategisches* und *taktisches* Handeln (vgl. de Certeau 1988: 23ff). ›Strategie‹ bezeichnet die Handlungsweisen eines *machtvollen* Individuums oder einer Institution. Strategisches Handeln beruht auf einer Berechnung von Kräfteverhältnissen, es besitzt einen eigenen Ort, einen Machtbereich. ›Taktik‹ bezeichnet ein Kalkül, ein Handeln der ›Schwachen‹ (de Certeau 1988: 92). Taktische Handlungsweisen besetzen keinen konkreten eigenen Ort, sie arbeiten vielmehr im Ort des Anderen. Das heißt, die Strategie setzt auf den eigenen Ort, die Taktik hingegen auf den Raum: Der Raum ist ein Ort, der gebraucht wird, mit dem etwas gemacht wird (vgl. de Certeau 1988: 218).¹⁸ Produzenten und Produzentinnen von medialen Texten versuchen immer, eine von ihnen favorisierte Bedeutung festzuschreiben, dominante Aneignungsweisen können nach de Certeau aber immer auch von eigensinnigen, trickreichen, listigen Taktiken umgewandelt werden. »Das Alltägliche setzt sich aus allen möglichen Arten des *Wilderns* zusammen« (de Certeau 1988: 12, Herv. im Orig.). Kulturelle Praktiken und Diskurse sind also immer strategisch und taktisch zugleich. Die Frage ist, wo sind sie was?

Die Suche nach den ›Tricks‹ und ›Finten‹ der Rezipierenden hat in Teilen der Cultural Studies dazu geführt, die Rezipierenden als ›Wohnzimmer-Revolutionäre‹ zu stilisieren. Die Forschungslinie des DFG-Projekts will sich der Annahme, dass sich das Publikum den vorgegebenen Bedeutungen der medialen Texte listig entzieht und ausschließlich seine eigenen Interessen verfolgt ebenso entziehen wie den Ideen der klassischen Medienwirkungsforschung und deren Implikationen: Vorstellungen von einem Publikum, das passiv die vorgegebenen Medienbotschaften aufnimmt und den manipulierenden Medienwirkungen ausgesetzt ist (vgl. Holly/Püschel 1993: 10; Holly 2001: 17f). Hier finden sich deutliche Parallelen zu meiner Ausgangsfrage, die aber, wie sich zeigen wird, in eine andere Richtung führen.

Die Autoren und Autorinnen wollen untersuchen, was eigentlich genau passiert, wenn Menschen mediale Texte rezipieren. Sie wollen zeigen, wie der Kommunikationsprozess zwischen Text und Publikum in konkreten Situationen abläuft. Sie richten den Blick einerseits auf die Interaktionen zwischen Text und Rezipierenden, andererseits auf die Interaktionen zwischen den gemeinsam fernsehenden Personen. Den zentralen Begriff der kommunikativen Fernsehaneignung definiert Werner Holly wie folgt: »Mit dem Begriff der ›kommunikativen Aneignung‹ von

18 Zur Unterscheidung zwischen Raum und Ort vgl. de Certeau 1988: 217ff.

Fernsehen ist hier eine spezielle Aktivität im Prozeß der Rezeption gemeint, der sich im »Sprechen über Fernsehen« vollzieht, wobei impliziert ist, daß diese Aneignung eben nicht nur in einer subjektiven Aktivität eines isolierten Subjekts zu sehen ist, sondern eine soziale Aktivität darstellt« (Holly 2001: 18). Medienkommunikation meint ein »Wechselspiel zwischen Text und Rezipient« (Holly 2001: 17), ein umfassender Prozeß, in dem sowohl der Medienproduktion, dem Medientext als auch der Aneignung eine gleichwertige Rolle zukommen soll.

Die Materialerhebung des DFG-Projektes erfolgte aufgrund von Dialog-Aufzeichnungen der verbalen Kommunikation beim Fernsehen, die studentische Hilfskräfte in teilnehmenden Beobachtungen über mehrere Wochen durchführten (vgl. hierzu Holly 2001: 21f). Die untersuchten Gruppen wurden aus dem Familien- und engeren Freundes- und Bekanntenkreisen der Hilfskräfte ausgewählt. Bei den qualitativ-interpretativen Beobachtungen handelt es sich um halbverdeckte Audio-Aufzeichnungen von Sprachhandlungen während der Fernsehrezeption. Zudem zeichneten die Studenten und Studentinnen die jeweilig dazugehörenden Medientexte auf Video auf und fertigten Beobachtungsprotokolle an. Die Audioaufnahmen und Videomitschnitte wurden an 14 Tagen im November 1995 an den Standorten in Gießen, Chemnitz und Trier zeitgleich durchgeführt, zudem an weiteren 14 Tagen von den verschiedenen Standorten unabhängig. Insgesamt umfasst der Textkorpus sieben unterschiedlich große Rezeptionsgemeinschaften aus verschiedenen regionalen und sozialen Milieus und Lebensformen (Familien, Paare, Freundeskreise).

Die thematische Ausrichtung auf primäre Medienthematisierungen hat sich Werner Holly zufolge erst im Laufe der ethnologischen Analyse ergeben, als sich zeigte, dass diese ausreichend empirisches Material bereitstellten (vgl. Holly 2001: 18). Daher findet sich in dem Projektentwurf von 1993 noch der Hinweis, dass die Forschungsgruppe sowohl primäre wie sekundäre Thematisierungen analysiert (vgl. Holly/Püschel 1993: 8), was sich noch in einigen Studien zur LINDENSTRASSE wieder spiegelt.¹⁹ Laut Online-Dokumentation entstanden im Rahmen des DFG-Projektes allein zwischen 1993 und 1999 mehr als 60 Veröffentlichungen, Vorträge und Typoskripte,²⁰ weitere folgten. Anfang bis Mitte

19 Einige der für meine Arbeit relevanten Studien – nämlich Holly 1993; Holly 1995; Faber 1995; Püschel 1993; Hepp 1995 – basieren auf mehreren Pilotaufnahmen, die Studierende in der Vorbereitungsphase des Projektes gewonnen haben. Zum Teil findet sich dieses Material auch noch später bei Hepp 1998.

20 Für eine umfangreiche Auswahl an Veröffentlichungen (bis 1999) im Rahmen des Forschungsprojektes siehe: <http://www.tu-chemnitz.de/phl/>

der 1990er Jahre entstanden mehrere Studien im Rahmen des DFG-Projektes, die kommunikative Fernsehaneignung beispielhaft während der Rezeption der LINDENSTRASSE analysieren. Um auch neuere Entwicklungen des Projektes berücksichtigen zu können, habe ich zudem einige weitere Publikationen hinzugezogen, insbesondere den 2001 erschienenen Sammelband, der die empirischen Ergebnisse dieses Projektes dokumentiert (vgl. Holly/Püschel/Bergmann 2001). Wenn ich lediglich einige Aspekte herausstelle, dann nicht, um die komplexen theoretischen Ansätze und empirischen Befunde des Forschungsprojektes zu vereinfachen oder gar abzuwerten. Um es an dieser Stelle noch einmal zu wiederholen: Mir ist an keiner umfassenden Bestandaufnahme in Form eines Überblicks gelegen, vielmehr sollen einige Tendenzen und Ausblendungen der Rezeptionsforschung anhand der das DFG-Projekt umfassenden Fragestellung, wie, worüber und wozu Rezipierende über Fernsehen sprechen, problematisiert werden.

Das DFG-Projekt erforscht fernsehbegleitende Gespräche von Lebensgemeinschaften (Familien, Ehepaare) aber auch von Gruppen mit unterschiedlicher Gruppenstruktur (Freunde, Bekannte, Familienmitglieder). Der Begriff der Gruppe, wie er hier verwendet wird, umfasst informelle Gruppen, in denen keine expliziten Regeln formuliert sind: wie Freunde, Rezeptionsgruppen etc. Verschiedene gesellschaftliche Gruppen, also unterschiedliche Seherfahrungen von Frauen und Männern unterschiedlichen Alters, Nationalität oder Bildung, werden nur manchmal thematisiert.²¹ Vornehmlich geht es um Fragen wie: Worüber genau sprechen die Rezipierenden während sie fernsehen? Welche Funktionen erfüllen die Medienthematisierungen für die Einzelnen, die Familie oder die Gruppe? Welche Gesprächsstile lassen sich ausmachen? Am Beispiel der LINDENSTRASSE – aber auch anderer Fernsehformate wie Nachrichten, Sportsendungen und Spielfilmen – zeigen die Untersuchungen, dass die gemeinsame Fernsehaneignung in ein polymorphes Netz von kommunikativen und sozialen Handlungen eingebettet ist: Das häusliche Medium Fernsehen wird als eine komplexe und kontextualisierte Praxis

germanistik/sprachwissenschaft/projekte/dfg/veroeffl.php [Zugriff am 08.03.06]

- 21 Zum Beispiel schreibt Andreas Hepp über die kommunikative Aneignung der LINDENSTRASSE: »Welchen Aneignungsstil eine Gruppe von Rezipienten pflegt, hängt von einer Reihe von Bedingungen ab. Im Einzelnen sind dies (a) gruppenspezifische Faktoren (bspw. soziale Beziehungen), (b) *personenspezifische Faktoren* (*Alter, sozialer Status, Rezeptionsmotivation u.ä.*), (c) situationelle Faktoren (z.B. Rezeptionssituation) und (d) produkt-spezifische Faktoren (rezipierte Textsorte/-gattung usw.)« (Hepp 1995: 226, Herv. T.M.). Angesetzt wird aber nur selten bei den »personenspezifischen Faktoren«.

verstanden, die mit anderen – auch gleichzeitig stattfindenden – Aktivitäten verbunden ist. Das heißt, Gespräche sind *eine* Form der Nebentätigkeit während des Fernsehens. Mit den DFG-Studien stehen detaillierte Beschreibungen der unterschiedlichen kommunikativen Aktivitäten während des Fernsehens zur Verfügung. Was mich an diesem Diskurs über die kommunikative Aneignung besonders interessiert, ist das, was sich der positive Blick auf die kommunikative Aneignung nennen lässt.²² Um zu verdeutlichen, was ich darunter verstehe, sollen zunächst einige Befunde des Projektes dargestellt werden. Was finden die Studien heraus, wofür interessieren sie sich, welche Forschungsperspektive wurde gewählt?

Mehrere Publikationen des Projektes gehen der grundlegenden Frage nach den charakteristischen Formen und Strukturen fernsehbegleitender Gespräche während der Rezeption der LINDENSTRASSE sowie deren Funktionen im Prozess der Medienaneignung nach (vgl. insb. Püschel 1993; Hepp 1998). Da fernsehbegleitende Gespräche anders verlaufen als beispielsweise Gespräche im Museum, der Kneipe oder der Universität, gilt es Ulrich Püschel zufolge zunächst zu klären, »welcher Art eigentlich die verbalen Aktivitäten sind, die wir beim Fernsehen hervorbringen« (Püschel 1993: 115). Im Mittelpunkt der Forschung steht weniger die (genrespezifische) kommunikative Aneignung der LINDENSTRASSE selbst, als vielmehr die Tätigkeit fernzusehen.²³

Die spezifische Art des Gesprächsverhaltens beim Fernsehen, die Art der verbalen Aktivitäten beim Fernsehen, bestimmt Ulrich Püschel (vgl. Püschel 1993). Fernsehbegleitende Gespräche zeichneten sich durch lange Pausen aus, die mitunter zwischen den einzelnen Äußerungen liegen.²⁴ Das heißt, Erzählungen sind zumeist kurz, Bezüge zur eigenen

22 Birgit Althans hat ähnliches für die Organisationstheorie festgestellt; nämlich dass der Klatsch, der lange Zeit als Zeitverschwendung der Arbeitnehmerinnen bekämpft wurde, plötzlich von den Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen positiv bewertet wird (vgl. Althans 2000). Sie spricht daher ebenfalls von einem positiven Blick (vgl. Althans 2000: 11).

23 Was sich auch anhand der Art und Weise der Auswertung zeigen lässt. Die Gespräche über die LINDENSTRASSE sind ein Belegbeispiel unter anderen. Z.B. wird bei Hepp der Zusammenhang zwischen Zuschauerthemen und Fernsehthemen sowohl an Gesprächsausschnitten über die LINDENSTRASSE, als auch über den auf Video abgespielten Film PIPPI LANGSTRUMPF AUSSER RAND UND BAND betrachtet (vgl. Hepp 1998: 67ff).

24 Andreas Hepp beschreibt die Struktur der fernsehbegleitenden Gespräche daher auch als »kommunikative Minimalformen« mit einem »kondensierten Charakter« (Hepp 1995: 221; auch Hepp 1998). Diese komprimierte Form von Gesprächen während des Fernsehens haben Heike Baldauf und Michael Klemm als »Häppchenkommunikation« bezeichnet (vgl. Klemm 2001b; Baldauf 2001).

Wirklichkeit werden oft über »Blurtings«²⁵ hergestellt. Neben einem Recht zu Schweigen beobachtet Ulrich Püschel darüber hinaus eine »rudimentäre Kommunikationsverpflichtung« (Püschel 1993: 122) beim gemeinsamen Fernsehen (vgl. auch Holly 1993; Hepp 1998). Mit den verbalen Aktivitäten der Rezipierenden beim gemeinsamen Fernsehen treten für Püschel die Zuschauer und Zuschauerinnen als aktiv Handelnde in den Blick (vgl. Püschel 1993: 116). Die Para-Interaktion²⁶ – also die Medium-Rezipient-Interaktion – kann nicht nur »vom Bildschirm her« (Püschel 1993: 123f) gedacht werden, wie Püschel anmerkt. Sie funktioniere nicht nur, indem die Medienschaffenden das Publikum direkt adressieren, sie ließe sich auch als Aktivität des Publikums beschreiben: Zum einen hänge es vom Publikum ab, ob sie in die Para-Interaktion eintreten oder nicht, zum anderen könnten die Zusehenden selbst eine Para-Interaktion etablieren, ohne dass dies vom Medientext intendiert sei (vgl. Püschel 1993: 123f).

Andreas Hepp bestimmt die spezifischen Formen und Funktionen der kommunikativen Aktivitäten beim Fernsehen (vgl. Hepp 1998). Er interessiert sich dafür, wie oder genauer durch welche kommunikativen Prozesse die Zusehenden das Fernsehen in ihre Alltagswelt integrieren. Als typische kommunikative Formen bei der Fernsehaneignung identifiziert er: Aufmerksamkeitsmarker, Identifizierungsfragen, Medienreferenzen, Medienrekonstruktionen, Aushandlungssequenzen, Bewertungs- und Lastersequenzen, Erzählungen, Scherze, Projektionen und Fantasien (vgl. z.B. Hepp 1995: 221).²⁷ Wenn zwei oder mehr Personen gemeinsam fernsehen, dann spielen verbale Aktivitäten seiner Ansicht nach eine

25 Blurtings, also »Herausplatzer«, sind nach Erwin Goffmann verbale Aktivitäten, selbstgesprächshafte Äußerungen in der Gegenwart anderer, wie zum Beispiel Verwünschungen wie »Mist« wenn einer Fernsehfigur ein Unglück passiert. Zu »blurtings« zählen auch sogenannte »response cries« wie »huch«, wenn sich ein Rezipient beim Fernsehen erschreckt (vgl. auch Püschel 1993: 120ff). Blurtings sind sprachliche Äußerungen, »die zwar nicht kommunikativ sind, aber neben dem Schweigen und Sprechen eine dritte Form des Verhaltens darstellen, wenn sie in bestimmten Situationen in Anwesenheit von Dritten gemacht werden« (Püschel 1993: 121). Blurtings können unterschiedliche Funktionen haben: als Teil der Para-Interaktion, als Selbstgespräch vor den Mitbewohnenden oder als Gesprächsangebot (vgl. Püschel 1993: 124f).

26 Ruth Ayaß hat den Ausdruck der para-sozialen Interaktion kritisiert, da er impliziere, bei der Beziehung zwischen Publikum und Text würde es sich um kein soziales Phänomen handeln. Sie schlägt daher den Begriff der Para-Interaktion vor (vgl. Ayaß 1993: 35f), dem ich hier folge.

27 Michael Klemm hat sieben Funktionen der fernsehbegleitenden Gespräche identifiziert: Organisieren, Verarbeiten, Verständnissichern, Deuten, Bewerten, Übertragen und Einordnen, Sich Vergnügen (vgl. Klemm 2001a: 84ff).

bedeutende Rolle für die *Art und Weise* der Aneignung. Primäre aber auch sekundäre Mediengespräche könnten die denotative Bedeutung und den konnotativen Sinn etwa der LINDENSTRASSE grundlegend verändern. Hepp situiert demgemäß die kommunikative Aneignung im Spannungsfeld von Text und Individuum: Fernschbegleitende Gespräche würden zwischen der Medienwelt und der Alltagswelt der Rezipierenden vermitteln. Medienthematisierungen seien »das zentrale Glied im Vermittlungsprozeß von Medien- und Alltagsdiskursen« (Hepp 1998: 44, Herv. im Orig.). Damit schreibt Hepp sowohl den primären als auch den sekundären Medienthematisierungen eine bedeutende Rolle im gesamten Prozess der televisuellen Bedeutungskonstruktion zu: Medieninhalte würden über verschiedene kommunikative Aktivitäten in die alltagsweltlichen Diskurse der Rezipierenden eingeordnet.

Auf diesen zentralen Aspekt der alltagsweltlichen Einbindung von Medienthematisierungen, der in nahezu allen Studien des DFG-Projektes betont wird,²⁸ hat auch Werner Holly in seiner Untersuchung *Fernsehen in der Gruppe* hingewiesen. Eine häufige kommunikative Aktivität sei – neben Bewerten und Interpretieren – das Identifizieren von Figuren, Zeiten oder auch Orten. Auf diese Weise würde die Offenheit der Texte bearbeitet und Wissenslücken gefüllt. Gruppenmitglieder unterstützten sich mit ihren Gesprächen wechselseitig beim Verstehen und Deuten von Medientexten, entsprechend der Devise: »Wenn ich etwas nicht weiß oder verstehe, kann ich die anderen fragen« (Holly 1993: 141). Holly vermutet die Faktoren für diese Verständnislücken einerseits auf Seite der Rezipierenden: Er nennt mangelnde Aufmerksamkeit, fehlendes Vorwissen und Voreingenommenheit. Andererseits seien es die medialen Texte, die »gezielt solche Lücken, Mehrdeutigkeiten und überschüssige Deutungsmöglichkeiten [schaffen], weil sie den Rezipienten, sogar möglichst viele Rezipienten einbinden wollen« (Holly 1993: 141f). Hier deutet Holly an, dass mediale Texte wie die LINDENSTRASSE genau auf eine solche Gesprächsförderung angelegt zu sein scheinen. Das Genre der Dauerserie ermöglicht es den Zuschauenden, während und nach der Rezeption über das zu sprechen, was sie im Fernsehen sehen. Mehr noch denke ich, die Genrekonventionen der Dauerserie stimulieren bei den Zuschauenden die Erwartung, über die erzählten Geschichten und die Figuren sprechen zu können. Dabei geht es meines Erachtens nicht darum, den Zuschauenden mehr Handlungsspielraum zu ermöglichen oder ihnen mehr ›Freiheiten‹ zu gestatten. Vielmehr sehe ich hierin eine strukturelle Ausrichtung auf Mobilität und Disponibilität, womit das Fernsehen zur Modernisierung beiträgt (vgl. hierzu Hickethier 1999).

28 Ich habe diese Wiederholungen an anderer Stelle kritisiert (vgl. Maier 2005).

Werner Holly hat in seiner Analyse einige genrespezifische narrative Elemente der Dauerserie herausgearbeitet, welche Tratsch und Gespräche ermöglichen. Der »Offenheit« von Medientexten spricht er dabei eine Schlüsselfunktion für die Einbindung der Rezipierenden zu (vgl. Holly 1995: 117). Insbesondere TV-Serien wie die *LINDENSTRASSE* gelten als »Prototypen für Offenheit« (Holly 1995: 119; aber auch Jurga 1996; 1999a). Auf die Offenheitsmerkmale televisueller Texte gehe ich im folgenden Kapitel ausführlich ein, hier soll ein Beispiel genügen: Der Cliffhanger, der am Ende jeder Folge Offenheitsstellen erzeugt. Der Cliffhanger, ein Abbruch am Ende der Episode,²⁹ lenkt »die Aufmerksamkeit auf den Fortgang« der Serie und lädt »zum eigenständigen Weiterspinnen des Handlungsverlaufs« ein (Holly 1995: 122). Er fordert damit auch zur kommunikativen Auseinandersetzung über die weitere Handlung heraus.³⁰ Ein Effekt, der durch die siebentägige Wartezeit zwischen zwei Folgen einer wöchentlich ausgestrahlten Serie sicherlich verstärkt wird. Holly verdeutlicht diesen Umgang mit dem Text an einem Gespräch zwischen vier Studierenden in der Cafeteria einer Universität, in dem einer der Studenten, der die letzte Folge verpasst hat, sich nach der Auflösung des Cliffhangers der Vorwoche erkundigt: »Lebt Robert Engel noch?« (Holly 1995: 123). In dem anschließenden Gespräch – so Holly – rekapitulierten die Studenten und Studentinnen nicht nur die letzte Folge, sondern sie setzten sich auch damit auseinander, wie dieser Handlungsstrang in der nächsten Woche weitergehen könnte. John Fiske hat umgekehrt darauf aufmerksam gemacht, Gespräche über das Fernsehen würden auch wieder zurückwirken: »Der Klatsch, den uns unsere Freunde über eine Sendung erzählen, beeinflusst unsere eigene Rezeption dieser Sendung« (Fiske 1999b: 246).

Marlene Faber berichtet in ihrer Studie von mehreren Personen, die sich über die neuesten Entwicklungen der Serie austauschen. Dabei stehen die Biographien einzelner Figuren oder der Fortgang der erzählten Geschichten im Mittelpunkt. Über die Figuren wird geklatscht, »gerade-so als handelte es sich um reale Personen« (Faber 1995: 195). Die Autorin betont, dass die Rezipierenden die Medienthemen und -texte für

29 Hans W. Geißendörfer hat die Erzählstruktur der *LINDENSTRASSE* mit einem Zopf verglichen: Eine Folge besteht aus drei Erzählsträngen, die ineinander verflochten sind. Am Ende des Zopfes wird eine Schleife gebunden: Der Cliffhanger (vgl. Geißendörfer 1995: 14f). Während bei »klassischen Serien« die erzählte(n) Geschichte(n) innerhalb einer Folge abgeschlossen werden, setzen sich in Langzeitserien verschiedene nebeneinander herlaufende Handlungsstränge über Wochen, Monate und sogar Jahre fort (vgl. Geißendörfer 1995: 17).

30 Aber auch der Miniclip, der Abbruch am Ende einer Szene, öffnet die Serie für Weiterführungen der Rezipierenden (vgl. Holly 1995: 117).

ihre individuellen Bedürfnisse gebrauchen. »So wie diese Gruppe die *Lindenstraße* geschickt für ihre eigenen Bedürfnisse (Strukturierung der Freizeit und Gruppenstabilisierung) nutzt, mag es andere Rezipienten (-gruppen) geben, die die gleiche Fernsehserie zur Lösung anderer Probleme und zur Befriedigung anderer Bedürfnisse einzusetzen wissen« (Faber 1995: 209). Für die von Faber untersuchte Gruppe bietet die gemeinsame kommunikative Aneignung der LINDENSTRASSE unter anderem die Möglichkeit, Themen und Probleme gemeinsam diskutieren zu können oder sich einfach miteinander auszutauschen. Der Sonntag müsse nicht alleine verbracht werden, die gemeinsame Aneignung erfülle eine Entlastungsfunktion im Hinblick auf die Strukturierung der Freizeit der Gruppe und es bilde sich ein Zusammengehörigkeitsgefühl heraus. Fernsehen Ende des Jahrhunderts beschreibt Faber als Hintergrundkulisse, es könne nebenbei und zerstreut gesehen werden (vgl. Faber 1995: 196ff). Sie identifiziert abwechselnde Phasen der Abwendung vom und Hinwendung zum Fernsehtext (vgl. auch Hepp 1998; Holly 1995).³¹

Solche Befunde zur kommunikativen Medienaneignung scheinen zunächst unvereinbar mit den Beobachtungen Marshall McLuhans zu sein, der Ende der 1960er Jahre meinte, Fernsehen verlange eine starke Einbeziehung der Gesamtperson und könne nicht als Hintergrund verwendet werden (vgl. McLuhan 1994: 125). Hierbei handelt es sich meines Erachtens um keinen Widerspruch, sondern um eine historische Verschiebung der Sehgewohnheiten. Fernsehen wurde eben nicht schon immer zerstreut und nebenbei gesehen. Erst als das Fernsehen sein Programm 1984 mit der Freigabe der Privatkanäle potenzierte, durch Werbeeinspielungen die konzentrierte Aufmerksamkeit des Publikums herabsetzte und mit der Dauer seiner Existenz eine Gewöhnung einherging (vom Ereignis zur Selbstverständlichkeit), wurde Fernsehen in der bundesdeutschen Öffentlichkeit zum Tagesbegleitmedium (vgl. Sichtermann 1999: 115ff). Heute sind wir während des Fernsehens oft abgelenkt, wir gehen nebenbei anderen Tätigkeiten nach, lassen den Blick aufgrund des

31 Bereits 1986 hat Dietmar Mieth auf die Möglichkeit »partieller Aufmerksamkeit« (Mieth 1986: 55) hingewiesen, die es erlaubt, während der Rezeption über andere Dinge als die Serie zu sprechen. In den 1980er Jahren hat die feministische »Soap-Opera«-Forschung dargelegt, dass sich Frauen, die im Haushalt tätig sind, dem Fernsehen oft nur zerstreut zuwenden, da sie nebenbei die Hausarbeit erledigen. Alexandra Raumer-Mandel stellt in ihrer Studie *Medien-Lebensläufe von Hausfrauen* fest, dass die von ihr befragten westdeutschen Hausfrauen oft Nebentätigkeiten während des Fernsehens ausüben, vor allem, wenn sie sich für einen Beitrag nicht so sehr interessieren oder wenn sie zu einer Zeit fernsehen, zu der sie gewöhnlich die anfallende Hausarbeit erledigen (vgl. Raumer-Mandel 1990: 70ff; auch Warth 1987). Eine Zusammenfassung der vorliegenden feministischen Untersuchungsergebnisse liefert Cornelißen 1998: 94ff.

kleinen Bildes im Raum umherschweifen oder verlassen den Raum und bleiben lediglich über den Ton mit dem Geschehen auf dem Bildschirm verbunden. Nebentätigkeiten während des Fernsehens scheinen heute sehr verbreitet, tendenziell wird das Fernsehen (besonders von den sog. Vielsehern) sogar selbst zu einer Nebentätigkeit gemacht (Vgl. Cornelißen 1998: 97). Seit den 1980er Jahren hat die Praxis des Vielsehens in bundesdeutschen Haushalten zugenommen, weshalb Hickethier von einer Flexibilisierung des Zuschauens spricht (vgl. Hickethier 1999: 155ff). Es liegt nahe, dass Vielseher, also Personen die mehrere Stunden täglich fernsehen, auch abgelenkter fernsehen, weil sie beispielsweise nebenher andere Tätigkeiten verrichten (Hausarbeit erledigen, lesen, telefonieren, sich unterhalten etc.) oder den Raum zwischendurch mehrfach verlassen. Menschen mit niedrigem Fernsehkonsum, die etwa gezielt eine Sendung anschauen, dürften diese dagegen konzentrierter verfolgen. Die Auffassung, Fernsehen sei zu einer Tätigkeit geworden, die eher nebenbei vollzogen wird, findet auch in der bundesdeutschen Fernsehforschung zunehmend Anerkennung.

Diese Zusammenschau der Befunde zur kommunikativen Fernsehan eignung sollte zeigen, wie im DFG-Projekt geforscht wird und welche Fragestellungen aufgeworfen werden. Primäre und sekundäre Medienthematisierungen werden als von den Rezipierenden selbst produzierte Texte verstanden, sie sollen die Aktivität der Rezipierenden belegen. Wie Werner Holly meint, haben »wir es nicht einfach mit passiven Fernsehkonsumenten zu tun [...], die sich nur berieseln lassen und so allen möglichen Manipulationen ausgeliefert sind. Im Gegenteil: hier geben Rezipienten ihre eigenen Deutungen, die sie je nach ihren situativen und Wissensvoraussetzungen, nach ihren jeweiligen Kommunikationsinteressen ausbilden. Dabei sind sie auch den Bedingungen der interaktiven Dynamik in der Gruppe unterworfen« (Holly 1993: 146). Hinsichtlich des Aktivitätsparadigmas argumentiert Marlene Faber ähnlich, wenn sie meint, »daß Fernsehen kein passiver Vorgang ist, bei dem der Rezipient die Rolle des unkritischen Konsumenten innehat. Statt dessen geht man davon aus, daß der Zuschauer sich den Fernsehtext als aktiver und vor allem auch kreativer Rezipient aneignet« (Faber 1995: 195). Die Polarisierung zwischen der ›Aktivität‹ und ›Passivität‹ des Publikums lässt sich mit Ann Gray als einen Mythos bezeichnen (vgl. Gray 2001: 77). Es dürfte weder das gänzlich aktive noch das völlig passive Publikum geben. In transaktionalen Modellen wird etwa davon ausgegangen, dass die Zuschauenden im Rezeptionsprozess zugleich aktiv wie auch passiv sind (vgl. Früh/Schönbach 1982; Früh 1991; Früh/Schönbach 2005).³²

32 Aktive Momente zeigen sich diesem Ansatz zufolge etwa darin, wie die Rezipierenden eigenständig aus dem Medienangebot auswählen oder in der

Gemeinsames Fernsehen: Ein Diskurs der Gleichheit?

Ein Verdienst des DFG-Projektes liegt sicherlich darin, die kommunikative Fernsehaneignung aus der Perspektive des alltäglichen Umgangs der Rezipierenden mit dem Fernsehtext in ihren situativen Kontexten ausgemacht zu haben. Der Fernsehtext wird im Zusammenhang mit seiner Aneignung in sozialen Kontexten betrachtet. Kommunikative Aktivitäten haben demnach nicht »an sich« eine Bedeutung, sondern Bedeutung entsteht in spezifischen sozio-kulturellen Kontexten. Eine solche Forschungsperspektive ist zweifelsohne produktiv, liefert sie doch ein erweitertes Verständnis davon, wie wir einerseits Fernsehtexte auf unterschiedliche Weise gebrauchen und in unseren Alltag einbinden und andererseits, wie sich die spezifischen Kommunikationsformen beim Fernsehen gestalten, worin sie sich also von anderen alltäglichen Gesprächen unterscheiden. Fernsehen im häuslichen Kontext hat demnach keine Kommunikationslosigkeit oder -unfähigkeit zur Folge, sondern ist Teil sozialer Interaktion. Die Rezipierenden werden in ihrer alltäglichen Umgebung beobachtet, um auf diese Weise mehr über deren Verhaltensweisen und kulturellen Praxen zu erfahren. Dabei wird versucht, den Erfahrungen und Praktiken der Untersuchten gerecht zu werden, um einen umfassenden Einblick in deren Medienwelt zu gewinnen.

Trotz weitreichender Befunde zur kommunikativen Fernsehaneignung vernachlässigt die Forschungsperspektive des DFG-Projektes aber die restriktiven, nicht-vergnüglichen, nicht-kreativen Aspekte der kommunikativen Aneignung. Falls hierarchisierende, normierende oder auch verletzende Effekte der Sprache bei der kommunikativen Fernsehaneignung tatsächlich keine Rolle spielen, müsste dies empirisch oder theoretisch begründet werden. Im Folgenden möchte ich zeigen, dass es sich bei der kommunikativen Medienaneignung um keinen »Diskurs der Gleichheit« handelt, sondern auch Konflikte, Normierungen und Hierarchisierungen auftreten.

Die LINDENSTRASSE fungiert sicherlich bei bestimmten Rezipierenden als thematische Ressource (vgl. Püschel 1993: 127; Hepp 1998) oder als thematischer Impulsgeber (vgl. Faber 1995), sie mag verschiedene Formen des Vergnügens ermöglichen (z.B. Hepp 1998; Holly 1995),

Auseinandersetzung mit den medialen Texten Sinn und Bedeutung produzieren. Passive Momente zeigen sich etwa darin, dass die Mediennutzung zumeist habitualisiert ist und die Zuschauenden nur aus einem begrenzten Angebot auswählen können. Hier spielen auch Inszenierungsstrategien eine wichtige Rolle.

dem geselligen Beisammensein zuträglich sein (etwa Püschel 1993; Hepp 1998), oder ihr kann eine Entlastungsfunktion zukommen, die dabei hilft, Kommunikationslücken zu füllen (vgl. Faber 1995: 207f).³³ Zugleich kann die Aneignung der LINDENSTRASSE auch einen zwanghaften (und gleichzeitig vergnüglichen) Charakter haben, wie etwa Jan-Uwe Rogge und Lothar Mikos zeigen (vgl. Rogge 1986: 80f; Mikos 1994a).

Es lassen aber auch in den vorliegenden Daten des DFG-Projektes Hinweise finden, die auf Konflikte und Hierarchisierungen hinweisen. Einige exemplarische Beispiele lassen sich hier nennen: Andreas Hepp, der den kommunikativen Umgang mit Emotionen bei der Fernsehrezeption untersucht, identifiziert neben Vergnügen auch Gefühlsregungen wie Abscheu und Verachtung³⁴ (vgl. Hepp 1995: 219ff). Vergnügen ist nur eine Möglichkeit des emotionalen Erlebens beim Fernsehen, auch weitere emotionale Reaktionen können in der kommunikativen Fernsehaneignung auftreten.³⁵ In Hepps Typisierung von Aneignungsstilen dominieren dann allerdings wieder vergnügliche Aspekte. Der *erlebniszentrierte* Aneignungsstil, bei dem die Rezipierenden über die Serie scherzen und lästern; der *spielerische* Aneignungsstil zeichnet sich durch das ›Spaß haben‹ mit der LINDENSTRASSE aus; der *analytische* Aneignungsstil ist durch eine ironisch-distanzierte Haltung der Zuschauenden charakterisiert und beim *marginalen* Aneignungsstil gehen die Zuschauenden primär anderen Tätigkeiten nach (vgl. Hepp 1995: 226f). In einer späteren Veröffentlichung identifiziert Hepp die Rolle der Emotionen nur noch mit dem Erleben von Vergnügen (vgl. Hepp 1998: 99ff).

Die Problematik der systematischen Annahme von Vergnügen ist im Kontext des DFG-Projektes bereits im Hinblick auf eine spezifische

33 Obwohl Faber nicht nachweist, dass ohne die Serie zwischen den Personen tatsächlich eine Kommunikationsbarriere entstehen würde.

34 Aus den vorliegenden Daten lässt sich nicht erschließen, dass diese negativen Emotionen sich tatsächlich als eine Verachtung gegenüber Alkoholikern interpretieren lassen, wie Hepp dies tut (vgl. Hepp 1995: 219 und 223). Um diese Annahme zu belegen, hätten etwa die personenbezogenen Daten der Rezipierenden herangezogen werden sollen, wie dies etwa bei Mingot geschieht (vgl. Mingot 1993: insb. 168). Die Freude über den Tod des Alkoholikers Franz Schildknecht (Raimund Gensel) ließe sich auch darüber erklären, dass die Rezipierenden den Handlungsstrang ablehnen, da er den Diskurs Alkoholismus sehr dramatisierend inszeniert.

35 Wie etwa die psychologisch orientierte Wirkungsforschung zeigt, sind Scham, Langeweile, Wut, Ärger, Furcht, Angst, Verzweiflung, Traurigkeit, Abscheu oder Ekel neben Vergnügen und Freude weitere Emotionen, die im Kommunikationsprozess auftreten können (vgl. z.B. Mangold/Unz/Winterhoff-Spurk 2001). In einer Auseinandersetzung mit dem Uses-and-Gratifications Ansatz und dem Konzept der parasozialen Beziehung weist Krotz darauf hin, dass negative Gefühle nicht genügend berücksichtigt werden (vgl. Krotz 2001: 76).

Kommunikationsform beim gemeinsamen Fernsehen gedacht (wenn auch nicht systematisch untersucht) worden: Dem Gelächter. In einem Sammelband über die *Politik des Vergnügens* (vgl. Göttlich/Winter 2000) weist Ruth Ayaß darauf hin, dass Lachen beim Fernsehen nicht immer ein Indikator für eine vergnügliche Stimmung ist. Mit bestimmten Formen des (leisen) Lachens können Personen ihre Überlegenheit ausdrücken – also *über* jemanden lachen, jemanden *auslachen*³⁶ – gequältes, verlegenes oder verzweifelter Lachen könne Ausdruck von Schmerz und Scham sein (vgl. Ayaß 2000: 148 und 151).

Vor diesem Hintergrund möchte ich ein Fallbeispiel aus einer LINDENSTRASSE-Rezeptionsgruppe bei Marlene Faber lesen: »Einen im Flur vollzogenen Geschlechtsakt verfolgen die Zuschauer mit begeisterten Ausrufen. [...] [A]n den Reaktionen der Zuschauer [wird] deutlich, daß Hans Beimer den Vorschlag Annas, sich von ihr zu trennen, nicht befolgen wird. Er bevorzugt eine ›rasche Versöhnung‹ durch einen im Flur vollzogenen Geschlechtsakt. Die Zuschauer begleiten das Fernsehgeschehen mit lautstarken Gefühlsäußerungen« (Faber 1995: 208 und 209). Faber reflektiert aber nicht, ob das lautstarke Gelächter der Gruppe über einen ›im Flur vollzogenen Geschlechtsakt‹, wie sie es nennt, für alle eine vergnügliche Gefühlsäußerung ist, wie sie annimmt. Da sich die Grenzen zwischen Öffentlichkeit und Privatheit für Männer und Frauen anders darstellen, insbesondere auch bezogen auf Sexualität (vgl. etwa Müller 1999: 22), könnte das Gezeigte bei den Zuschauenden unterschiedliche, auch negative Gefühle auslösen. Lachen kann beispielsweise auch verlegen sein, als Ausdruck einer Scham-Reaktion. Hier könnte eine Diskrepanz zwischen jeweiligen normgerechten Seherfahrungen bestehen, die Männern und Frauen zugeschrieben werden.

Es lässt sich anhand der vorgelegten Daten im Rahmen des DFG-Projektes an weiteren Beispielen zeigen, dass in ihnen auch andere Aspekte wirksam werden. Etwa wenn in fernsehbegleitenden Gesprächen Beiträge einzelner Personen nicht wahrgenommen werden oder sich »Themen geradezu überlagern und gegenseitig bedrängen« (Püschel 1993: 127; auch Hepp 1998: 70), dann ließe sich fragen, ob die Erzählung der Rezipientin Tanja einfach »gewissermaßen im Getümmel der Äußerungen Rudis« (Hepp 1998: 96) untergehen. Unterzieht man die Beschreibung einer symptomatischen Lektüre, dann lässt sich die Vermutung ableiten, dass hier auch Hierarchien und Konkurrenzen ausgehandelt werden, indem die Rezipierenden Themen übergehen oder

36 Bezogen auf das Material des DFG-Projektes stellt Ayaß fest, abfälliges und hämisches Lachen sei »eher die Ausnahme« (Ayaß 2000: 152). Das heißt aber auch, es gibt dieses hämische Lachen.

verdrängen, die andere vorschlagen (vgl. hierzu Resch 1999: 228).³⁷ Dies wäre dann auch dahingehend bedeutend, weil im Rahmen des DFG-Projektes überzeugend dargelegt wurde, dass in der kommunikativen Aneignung mitentschieden wird, wie die Zuschauenden die medialen Angebote deuten und interpretieren. Hierbei kann nicht nur Geschlecht, sondern auch Bildung oder Nationalität die entsprechend hierarchisierte Gesprächssituation strukturieren. Es gibt in Mediengesprächen demnach nicht nur Sprachmächtigkeit, sondern auch Sprachlosigkeit. Dementsprechend sollte nicht nur berücksichtigt werden, wer spricht und wer sprechen darf, sondern auch, wer gehört wird, wenn er/sie spricht.

Die Fernsehgewohnheiten eines Ehepaares, sich beim Fernsehen kaum miteinander zu unterhalten, müssen auch nicht immer rein vergnüglich sein, der gemeinsamen Zerstreuung dienen oder genutzt werden, um sich den eigenen Gedanken hingeben zu können (vgl. Hepp 1998: 191ff und 208). Konflikte, Machtansprüche oder Ausgrenzungen könnten auch hier subtil in die kommunikative Aneignung einfließen. Ich möchte in diesem Zusammenhang ein empirisches Beispiel aus der Arbeit *Paare vorm Fernsehgerät* von Renate Luca anführen (vgl. Luca 2002), auch auf die Gefahr hin, dass es auf den ersten Blick als eine Ausnahmesituation erscheint. Ein von Luca befragtes Ehepaar nutzt das Fernsehen unter anderem, um sich nicht miteinander unterhalten zu müssen. Aus Sicht des Ehemannes stellt sich die Situation folgendermaßen dar: »Es gäbe keine Kommunikation in der Paarbeziehung neben dem Fernsehen. Das Medium sei zu dominant. Er spricht davon, sie müssten sich als Paar die Abende erkämpfen, an denen es kein Fernsehen gibt, sondern an denen sie »als Paar zählten«. [...]. Das Fernsehen verhindert die Begegnung mit dem Partner« (Luca 2002: 22). Die von Luca befragte Frau schildert darüber hinaus, dass sie ihrem Mann mehrmals das Fern-sehkabel durchschnitt, da sie nicht über die Macht der Fernbedienung verfügen konnte und ihn vom Fernsehen abhalten wollte. An einem Tag, als die Situation eskalierte, zertrümmerte sie mit einem Hammer das Fernsehgerät (vgl. Luca 2002: 22). Innerhalb von fernsehbegleitender Kommunikation werden demnach auch Konflikte ausgetragen, womit auch das »Gegeneinander« innerhalb von Gruppen oder Familien angesprochen ist. Bei diesem Beispiel mag es sich um einen ausgeprägten, aber sicherlich nicht einzigartigen, Fall handeln – er verdeutlicht jedenfalls drei Aspekte.

Erstens: Wenn zwei oder mehr Personen miteinander fernsehen, dann bedeutet dies nicht, dass diese sich per se gesellig und vergnüglich unterhalten. Mit dem Beispiel des Ehepaares bei Luca wollte ich verdeutlichen, dass die kommunikative Fernsehaneignung nicht immer der

37 Vgl. z.B. auch das »Thematisierungsgestümmel« bei Klemm 2001b: 137f.

Konstitution eines gemeinsamen Erlebens von Vergnügen dient, sondern auch durch Konflikte und Meinungsverschiedenheiten gekennzeichnet sein kann. Selbst das kommentarlose »vor den Fernseher setzen« oder einfach nichts zu sagen hat einen Mitteilungsscharakter für die anderen im Raum anwesenden Personen hat, was Luca mit Watzlawick die »Unmöglichkeit, nicht zu kommunizieren« (Luca 2002: 22) nennt. Bei der kommunikativen Fernsehaneignung gibt es durchaus aggressive Äußerungen, es können Konflikte und Gegensätze ausgetragen werden und soziale Differenzen und Hierarchien zum Tragen kommen. Dies betrifft aber nicht nur Ehepaare oder Familien, sondern auch andere Gruppen, etwa Freundeskreise. Die kommunikative Aneignung in der Gruppe ermöglicht den Rezipierenden zwar bestimmte Handlungsoptionen – welche es auch nach wie vor zu beschreiben gilt – diese werden aber durch normative (Gruppen-)Strukturen eingeschränkt. So hat etwa Susanne Keuneke die disziplinierende Wirkung des Gruppenzwangs in jugendlichen Rezeptionsgemeinschaften betont (vgl. Keuneke 2001). Die Autorin hat eine Gruppendiskussion mit Jugendlichen durchgeführt,³⁸ in der sie Nutzungs- und Umgangsweisen mit Daily Talkshows analysiert. Sie stellt fest, dass die jugendlichen Befragten ihre Geschlechterzugehörigkeit möglichst unmissverständlich und eindeutig ausdrücken. Das führt Keuneke nicht nur auf verinnerlichte Geschlechterkonstruktionen zurück, sondern auch auf den sozialen Druck innerhalb der Gleichaltrigengruppe (vgl. Keuneke 2001: 175).

Zweitens wird mit dem Verweis auf das andauernde Schweigen des Ehepaares beim Fernsehen die Notwendigkeit deutlich, auch nicht-verbale Aktivitäten stärker zu berücksichtigen. In dem sprachwissenschaftlich orientierten DFG-Projekt werden Audio-Aufnahmen der verbalen Interaktionen der Zuschauenden ausgewertet, wobei die körpersprachlichen Inszenierungen ausgeblendet bleiben. Auf dieses methodische Problem, das Ignorieren des nonverbalen Gesprächsverhaltens, verweist auch Ulrich Püschel in einer frühen Publikation (vgl. Püschel 1993: 119). Nach Gitta Mühlen Achs ist der Körper ein wesentliches Kommunikationsinstrument, mit dem wir Informationen untereinander austauschen (vgl. Mühlen Achs 1998).³⁹ Zur Körpersprache zählen nach Mühlen

38 Genauer gesagt stützt sie sich auf Ergebnisse einer mehrstufig angelegten Untersuchung zum Umgang mit alltäglichen Talk-Shows im Alltag von Jugendlichen, an der neben ihr selbst Ingrid Paus-Haase, Uwe Hasebrink, Uwe Mattusch und Friedrich Krotz beteiligt waren (vgl. Paus-Haase u.a. 1999). Die Studie wurde im Auftrag der LfR und der LPR durchgeführt.

39 Zur nonverbalen Kommunikation und zu Darstellungseffekten in der Kommunikationswissenschaft siehe im Überblick Kunczik/Zipfel 2001: 37ff; Kepplinger 2004. Die Frage der Geschlechterdifferenz wird hier allerdings nicht thematisiert.

Achs »alle Attribute und Äußerungsmöglichkeiten eines Körpers (seine äußere Form, Größe und Gewicht, verschiedene Haltungen und Bewegungen, Gestik und Mimik, das Blickverhalten, die Stimmlage und Sprechweise, die Ausstattung und Bekleidung), zum anderen interaktive Phänomene wie zum Beispiel die räumliche Distanz zwischen Menschen« (Mühlen Achs 1997: 139). Die Autorin hat gezeigt, wie wir in alltäglichen Situationen mit dem Körper die Geschlechterzugehörigkeit aufführen und Hierarchisierungen verfestigen.

In diesem Zusammenhang lässt sich der forschende Blick weiterhin auf die Stimme als Medium der Rede richten, die immer auch einen Überschuss an Sinn produziert (vgl. Krämer 2000b: 79; von Braun 2000: 307). Sie kommentiert das gesprochene Wort, indem sie zum Beispiel Männlichkeit und Weiblichkeit signifiziert. So sind Differenzen in der Tonhöhe geschlechtlich konnotiert. Die Stimme ist kein ausschließlich »natürliches« Phänomen, vielmehr wird sie meist auf eine Art und Weise inszeniert, dass sie die jeweiligen kulturellen Erwartungen an eine männliche (tiefere) und weibliche (höhere) Stimmhöhe erfüllt (vgl. Günthner 1997: 137). Sybille Krämer schreibt in Anlehnung an Paul Zurnthor: »Die Stimme ist das Medium der Rede, aber sie dient ihr nicht einfach als Werkzeug und agiert nicht bloß als ihre Vollstreckerin. Die Stimme macht Aussagen, aber sie kommentiert auch das Gesagte. Sie deutet in ihrer ganzen – auch geschlechtlich spezifizierbaren Leiblichkeit das, was in der Rede zur Sprache kommt. Die Stimme dient nicht nur den Vorgaben und Intentionen der Sprechenden, sondern handelt ihnen, nicht selten zu unserer Überraschung, manchmal peinlicherweise, oft aber auch zu unserem Vergnügen zuwider« (Krämer 2000b: 79).

Drittens macht das oben genannte Beispiel deutlich, dass nicht alle Personen oder Gruppen in gleichem Maße zum *fernsehbegleitenden* Sprechen angeregt werden. Darauf lassen auch die Befunde von Eva Schabedoth und Lothar Mikos schließen (vgl. Mikos 1994a; Schabedoth 1995). Schabedoth kann zeigen, dass die LINDENSTRASSE von über 100 Studenten und Studentinnen oft allein gesehen wird, sie versammeln sich also keineswegs zur gemeinschaftlichen Rezeption. Erst im Nachhinein werde über die Serie mit anderen gesprochen (vgl. Schabedoth 1995: 172). Lothar Mikos hat festgestellt, für die jüngeren Befragten seiner Untersuchung seien kommunikative Aktivitäten *während* des Fernsehens mindestens genauso wichtig wie die Serie selbst, während die älteren Zuschauenden die Serie eher alleine sahen und erst anschließend (innerhalb der nächsten Tage) über das Gesehene mit Freunden oder Bekannten sprachen (vgl. Mikos 1994a: 292). Es zeigt sich die Notwendigkeit, Aussagen darüber zu machen, über *wen* man in der Forschung spricht. D.h.,

die Ergebnisse müssen im Zusammenhang mit der gesellschaftlichen Positionierung der Zuschauenden betrachtet werden.

Die Rezipierenden verfügen nicht alle über die gleichen kommunikativen Handlungsmöglichkeiten. Damit zusammen hängt, dass Mediengespräche vergeschlechtlicht sind. Ein Umstand, der in der vorliegenden Forschungsliteratur zum Thema nur selten berücksichtigt wird. Ähnliches hat Birgit Althans für (Labor-)Experimente im Rahmen der Organisations- und Managementtheorie festgestellt; sie leugnet den Gender-Aspekt des Klatsches. Klatsch wird bekanntlich mit Weiblichkeit verbunden,⁴⁰ oder wie Birgit Althans schreibt: »er [der Klatsch] wird traditionell mit dem weiblichen Körper assoziiert, er galt und gilt – verbunden mit seinen Gesten und Stimmodulationen – als typisch weibliche Rede. [...] Er galt als müßig, respektlos, »vernünftiger« Kommunikation nicht zugänglich und dem irrationalen verhaftet – typisch weiblich eben« (Althans 2000: 11). Am Beispiel der für die Organisationstheorie bedeutenden Hawthorne-Experimente zeigt die Autorin, dass die Wahrnehmung von arbeitsbegleitendem Sprechen als Klatsch »explizit an die Geschlechtszugehörigkeit der Beteiligten gebunden« (Althans 2000: 418) ist. »Das Genießen des arbeitsbegleitenden Sprechens wird in der Managementtheorie [sic!] nur bei den weiblichen Arbeitern als Verschwendung, als Schwund wahrgenommen [...]. Das Sprechen ihrer männlichen Kollegen fiel dagegen nicht ins Gewicht, wurde nicht wahrgenommen« (Althans 2000: 455).

Um wieder auf die Medienforschung zurück zu kommen. Eine Einteilung in die Dichotomien aktiv/passiv, subversiv/affirmativ, positiv/negativ der Widersprüchlichkeit kultureller Prozesse nicht gerecht. Der Blick sollte sich für die Gleichzeitigkeit von »ermöglichenden« und »einschränkenden« Aspekten und Effekten öffnen, um auf diese Weise *ambivalente* Formen, Muster und Funktionen des Sprechens über Fernsehen wahrzunehmen. Neben direkten verbalen Auseinandersetzungen könnten in der Forschungspraxis auch Formen der sozialen Ein- und Ausgrenzung (etwa durch Klatsch), verletzende Wirkungen von Sprache etwa durch Beleidigungen (»hate speech«), Disziplinierungen (etwa durch Verbote) oder sprachliche Normierungen und Hierarchisierungen (»doing gender«) thematisiert werden.

40 Wortgeschichtlich entstand der »Klatsch auf den Waschplätzen. Frauen wuschen dort mit klatschenden Schlägen ihre Wäsche in der Öffentlichkeit und spekulierten dabei lauthals über die sexuellen Ursprünge der Schmutzflecken der abwesenden Wäscheträger« (Althans 2000:14). Klatsch bezeichnete demnach also eine Form des arbeitsbegleitenden Sprechens von Frauen (vgl. Althans 2000: 17ff).

Eine anschauliche empirische Studie zum Zusammenhang von Fernsehen, Klatsch und der Herstellung von Identität hat Marie Gillespie im englischsprachigen Kontext vorgelegt. Gillespie untersuchte Fernseh-erfahrungen von jungen Londonern aus Punjabi-Familien, die Fans der australischen Dauerserie NEIGHBOURS sind (vgl. Gillespie 1995). Wie Gillespie in ihren teilnehmenden Beobachtungen und Interviews feststellt, werden die Jugendlichen, besonders die Mädchen, durch alltäglichen Klatsch im sozialen Netzwerk des Stadtteils Southall durch Eltern und Verwandte massiv kontrolliert. Diese soziale Überwachung wurde von den jungen Frauen, die die traditionellen kulturellen Lebensformen ihrer Eltern teilweise ablehnten, als einengend erlebt. So konnten sie beispielsweise aufgrund ihres kulturellen Hintergrunds nicht offen über sexuelle Wünsche oder Erfahrungen im Freundes- oder Familienkreis sprechen, da sie ggf. aufgrund des Klatsches darüber mit schweren Sanktionen rechnen müssen. In ihren Gesprächen über die Probleme der etwa gleichaltrigen Figuren (etwa mit elterlicher und nachbarschaftlicher Kontrolle) können sie sich die jungen Frauen mit ihrer eigenen Situation auseinander setzen. Gillespie zeigt, wie die jungen Londonerinnen aus Punjabi-Familien in Auseinandersetzung mit dem normativen Klatsch in der Serie kulturelle und ethnische Identitäten aushandeln (vgl. Gillespie 1995: 23ff).

Zur Wirkungsmacht von Sprache

Zur Konstruktion von Expertentum

Die Untersuchung von Waldemar Vogelgesang beschäftigt sich nicht direkt mit der kommunikativen Aneignung der LINDENSTRASSE, wird aber öfters in diesem Zusammenhang als ein Beispiel für die Kreativität des Publikums zitiert (vgl. bei Jurga 1999a: 67; auch bei Hepp 1998: 237). Es handelt sich um eine sozialwissenschaftliche Rezeptionsstudie, in der Vogelgesang *schriftliche* Selbstdarstellungen von jugendlichen LINDENSTRASSE-Fangemeinschaften⁴¹ analysiert (vgl. Vogelgesang 1995). In

41 Die LINDENSTRASSE-Fanclubs mit Namen wie »MOMO«-FANCLUB HERFORD, »FREUNDE DER LINDENSTRASSE« oder »DIE LINDENSTRASSE-JUNKIES« gehen vielfältigen Aktivitäten rund um »ihre« Serie oder um bestimmte Lieblingsfiguren nach. Genannt seien hier nur das gemeinsame Anschauen der aktuellen Folgen, Clubtreffen mit Schauspielerinnen und Schauspielern, gemeinsame Video-Nächte, Fahrten zu LINDENSTRASSE-Veranstaltungen oder die Gestaltung von Fan-Zeitungen (z.B. MÜRFEL). Eine Übersicht der offiziellen LINDENSTRASSE-Fanclubs und ihrer Aktivitäten findet sich in: Pressestelle WDR 2000: 78f.

einer Passage ist folgende Aussage eines Fans/eines Fanclubs zu lesen: »Es wird doch immer behauptet, Serien seien nichts anderes als emotionale *Entlastungskunstwerke* oder ›fiktionalles Jogging‹, wie das der Medienforscher Jan-Uwe Rogge umschrieben hat. Mag sein, aber viel mehr Spaß macht es doch, wenn man versucht, die in der Handlungs-dramaturgie umgesetzten Konflikte und Wertemuster sichtbar zu machen« (Vogelgesang 1995: 183f, Herv. T.M.).

Vogelgesang interpretiert diese und andere Äußerungen, die er den schriftlichen Zusendungen entnimmt, als ein vergnügliches ›Wildern‹⁴² in den Bedeutungswelten des Medientextes (vgl. Vogelgesang 1995: 183). Es wird weder deutlich, wie Vogelgesang zu der Aussage kommt, bei den Urheberinnen bzw. Urhebern der schriftlichen Zusendungen bzw. den Mitgliedern der Fangemeinschaften handle es sich um *jugendliche LINDENSTRASSE-Fans*,⁴³ noch reflektiert er, dass sich die vermeintlichen Jugendlichen auf Medientheorien bzw. den Medientheoretiker Jan Uwe Rogge beziehen. Solche Aussagen können nicht einfach als spezifische Fernsehkompetenz von Jugendlichen »jenseits von Stand und Klasse« (Vogelgesang 1995: 189) verallgemeinert werden. Dies bedeutet, bildungsbürgerliche Seherfahrungen zu universalisieren.⁴⁴ Der/die Schreibende der LINDENSTRASSE-Fangemeinschaft scheint sich hier offensichtlich als Experte zu profilieren, der/die mit Genrewissen und dem Medientheoriawissen strategisch umgeht. Bildung wird hier als Macht, Autorität oder als Statussymbol wirksam. Eine Kritik, wie sie auch Christine Resch an den Arbeiten von Rainer Winter (vgl. Winter 1995; Winter 1997) formuliert hat (vgl. Resch 1999: 122ff).

Christine Resch hat in *Die schönen guten Waren. Die Kunstwelt und ihre Selbstdarsteller* gezeigt, wie in Mediengesprächen Hierarchien hergestellt werden (vgl. Resch 1999). Sie beschäftigt sich zwar nicht mit der LINDENSTRASSE, liefert aber interessante Ansatzpunkte zur Konstruktion von Expertentum durch formal höher gebildete Personen. Die Autorin hat die Aneignung von Filmen über drei Künstler und eine Künstlerin durch Kunst- und Filmfans untersucht, welche sie mit den (auch kom-

42 Der Begriff des Wilderns ist von de Certeau übernommen (vgl. de Certeau 1988).

43 Ein Blick in die von den Fanclubs herausgegebenen Zeitschriften, in denen die ›Macher‹ und ›Macherinnen‹ mit Stars der Serie abgebildet sind oder eine Teilnahme an den gemeinsamen LINDENSTRASSE-Rezeptionsabenden, wie ich sie mit einer der von Vogelgesang untersuchten Fangruppen durchgeführt habe, zeigt, dass es sich hier um Fans unterschiedlicher Altersgruppen handelt.

44 Martin Jurga schreibt, es handle sich um ein schönes Beispiel dafür, wie die Serie zum Gegenstand von elaborierten Verstehens- und Deutungsleistungen wird (vgl. Jurga 1999a: 67).

munikativen) Aneignungspraktiken von Fußballfans vergleicht.⁴⁵ Sie beschreibt, wie in den Diskussionen über Künstler-Features ›Bildung‹ zu einem Moment von Herrschaft wird, indem sie als Ausschlusskriterium ›nach unten‹ eingesetzt wird. Für die Frage nach Medienthematisierungen interessant ist Reschs Befund, dass Kunstfans in ihren sprachlichen Äußerungen Statuskämpfe ausfechten, Konkurrenzen austragen, um Anerkennung ringen, Selbstdarstellung betreiben und Kooperationen herstellen. Laut Resch treffen sich die Künstler-Features – welche mit verschiedenen Strategien Kunst verherrlichen, Künstlermythen fortschreiben und die Zusehenden ›klein‹ machen (vgl. Resch 1999: 152ff) – mit den kulturellen Praktiken der ›Intellektuellen‹ als Verachtung gegenüber weniger gebildeten Personen (vgl. Resch 1999: 243). In einer Gegenprobe⁴⁶ mit Fußballfans stellt Resch die Frage, ob sich die Selbstinszenierung als Experte im Kontext von Fußballfanclubs ebenfalls über Konkurrenzen herstellt. Im Gegensatz zu den Kunstfans versuchten die Fußballfans jedoch, in ihren Gesprächen Konsens herzustellen. So sprachen die vier Fußballfans über Spiele und Vereine, ohne sich dabei zu profilieren und ohne Konkurrenzen auszutragen. Resch geht davon aus, dass der Wunsch dauerhaft miteinander fernzusehen dazu führt, dass die Fußballfans in ihren Gesprächen schnelle Kompromisse finden, wobei ritualisierte Konflikte dabei lediglich das gemeinsame Vergnügen vergrößerten.⁴⁷ »Das heißt zugleich, daß die Konsensorientierung zwangsintegrativ wirkt (mit den dazugehörigen Disziplinierungsmechanismen wie das Einfordern von emotionalem Beteiligtsein oder auch Lernwilligkeit, die demonstriert werden muß)« (Resch 1999: 259). Klar zeigt sich in den Gesprächen auch, dass ›Männlichkeit‹ für die Ver-

45 In ihrer empirischen Untersuchung führte Resch zunächst in einem Stadtteilkino an verschiedenen Tagen eine Reihe von Fernseh-Features vor: *LE MYSTÈRE PICASSO* (1955); *JEU D' ÉCHECS* (1963) über Marcel Duchamp; *RICHARD LONG IN DER SAHARA* (1989); *JACKSON POLLOCK MIT PINSEL, STOCK UND SPRITZPISTOLE* (1994); *MARIA LASSNIG: GEMALTE GEFÜHLE* (1994). Im Anschluss an die Filmvorführungen wurden von Resch zuschauerzentrierte Gespräche geführt.

46 In einer Vergleichsstudie diskutieren vier männliche Fußballfans im Alter zwischen 25 und 50 Jahren eine Fußballsendung, nämlich einen Ausschnitt aus *TORE DES MONATS* aus den Jahren 1978/79, sowie eine Folge der Kunstsendung 100(0) *MEISTERWERKE*, in der Jackson Pollocks ›Herbst Rhythmus‹ vorgestellt wurde.

47 Ob sich ein freundlicher Umgang miteinander, den die Fußballfans pflegen, auch in anderen Interaktionssituationen und -konstellationen findet, kann aufgrund dieses Beispiels nicht verallgemeinert werden. Es liegt vielmehr nahe, dass in anderen Gruppen (z.B. mit Männern und Frauen) und unter bestimmten Bedingungen auch bei der gemeinsamen Fußballaneignung Hierarchien konstruiert werden, worauf auch Resch hinweist (vgl. Resch 1999: 331).

quickung von Fußball mit Expertentum konstitutiv ist (vgl. Resch 1999: 257). Frauen könnten zwar beim Fußballsehen dabei sein, sie würden allerdings aus dem Kreis der Experten ausgeschlossen.

Mit der Konstruktion von »Expertentum« in Gesprächen hat sich auch Helga Kotthoff in ihrer Studie *Kommunikative Stile, Asymmetrie und »doing gender«* beschäftigt (vgl. Kotthoff 1993). Stärker aber als Christine Resch analysiert Kotthoff, wie Expertentum in Fernsehdiskussionen – also im broadcast talk – entlang der Geschlechterdifferenz hergestellt wird.⁴⁸ Zwar stellt sie fest, dass sowohl »Frauen und Männer ein mehr oder weniger breites stilistisches Repertoire beherrschen, welches sie je nach Kontext unterschiedlich zur Anwendung bringen« (Kotthoff 1993: 92). Trotzdem würden in den und durch die Fernsehdiskussionen Geschlechterhierarchien und -ideologien mit kommuniziert und aktualisiert: In den von Kotthoff untersuchten Gesprächen präsentierten sich die anwesenden Männer zum Beispiel häufiger als Experten, was von den anderen Teilnehmenden auch bestätigt sowie durch bestimmte mediale Strategien (wie Einladungspolitiken oder die Gesprächsführung durch den Moderator) mit konstruiert und aufrechterhalten wird (vgl. Kotthoff 1993: 81ff). Kotthoff spricht daher von männlichen und weiblichen Gesprächsstilen, mittels derer Männer und Frauen »bestimmte Kontexte [erzeugen], in denen Männer sich als männlich zu erkennen geben und Frauen sich als weiblich« (Kotthoff 1993: 92).

Problematisch ist an der zugrunde gelegten Geschlechterkategorie, dass Kotthoff lediglich das »soziale Geschlecht« (gender) als Konstruktion auffasst, den Geschlechterkörper (sex) hingegen als essentialistische Tatsache annimmt: »Existent ist ja zunächst nur das biologische Geschlecht (sex). Was sind die Methoden, dieses kulturell relevant zu machen, also »gender« zu konstruieren?« (Kotthoff 1993: 80).⁴⁹

Um einer Zuschreibung fixer Kategorien zu entgehen, die mit Kotthoffs Setzung eines männlichen und weiblichen Kommunikationsstils einhergeht,⁵⁰ möchte ich vorschlagen, von kommunikativen Positionie-

48 An dieser Stelle geht es nicht darum zu klären, inwiefern sich diese Befunde auch auf Medienthematisierungen von Rezipierenden übertragen lassen. Es sollen hier Analysemöglichkeiten verdeutlicht werden.

49 Die Unterscheidung in sex und gender wird auch im sprachlichen doing gender Konzept von Günthner aufrecht erhalten (vgl. Günthner 1997: 133f).

50 Elisabeth Klaus und Jutta Röser haben eine weitere Arbeit vorgelegt, welche sich theoretisch mit dem Zusammenhang von geschlechtsgebundenen Kommunikationsstilen und medialen Konstruktionen auseinandersetzt. Die Autorinnen stellen die These auf, dass »geschlechtsgebundene Kommunikationsstile in die Konstruktionsmuster von Medienprodukten eingeschrieben sind« (Klaus/Röser 1996: 49, Herv. im Orig.). Demnach haben bestimmte Fernsehformate inhaltliche Bezüge zum weiblichen und männlichen Lebenszusammenhang bzw. zu weiblichen und männlichen

rungen zu sprechen. Damit ist eine räumlich und zeitlich gebundenen Position in Gesprächssituationen gemeint, die sozio-kulturell produziert wird und von den Interagierenden angenommen, verhandelt oder abgelehnt werden kann. Mit diesem Begriff wird es möglich, nicht in starren sprachlichen Standorten (männlicher vs. weiblicher Gesprächsstil) denken zu müssen: Geschlecht lässt sich jenseits binärer Oppositionen fassen, der Einfluss weiterer Faktoren – wie unterschiedliche Bildung, Arbeits- oder Wohnbedingungen – berücksichtigen.⁵¹ Damit gerät in den Blick, dass Rezipierenden entlang unterschiedlicher Machtachsen differierende kommunikative Handlungsoptionen zur Verfügung stehen.

Jedes televisuelle Format und jedes Genre schafft und konstruiert eine bestimmte Zuschauerschaft. Bezogen auf die LINDENSTRASSE wurde bisher nur selten nach Erfahrungen von Geschlecht, Nationalität oder Bildung bei der (kommunikativen) Fernsehaneignung gefragt. Aus diesem Grund liegen auch keine systematischen Befunde dazu vor, welche Bedeutung einem bestimmten Bildungshabitus⁵² bei der Aneignung der LINDENSTRASSE zukommt. Obwohl ein ›Nach-oben-Forschen‹ oder horizontales Forschen⁵³ bisher nicht stattfindet, gibt es mehrfache Hinweise darauf, dass diese Serie eine besondere Faszinationskraft auf ›höher gebildete‹ Personen ausübt. Allein während der Arbeit an der vorliegenden Untersuchung bin ich im akademischen Umfeld auf viele Fans der LINDENSTRASSE, ehemalige Fans und ›Wiedereinsteiger‹ gestoßen, also eine für das Genre der Dauerserie typische Zuschauerschaft (vgl. Liebnitz 1995: 234).⁵⁴ Mich interessiert hier nicht so sehr, wie sich dieses

Kommunikationsstilen. Auf der einen Seite beschreiben sie einen Kommunikationsstil, der Interaktion, Beziehung und Gemeinschaft betont, auf der anderen Seite einen Kommunikationsstil, der Aktion, Überlegenheit und Sieg in den Mittelpunkt stellt (vgl. Klaus/Röser 1996: 49ff). Diese Zuschreibungen fixieren weibliche und männliche Identitäten, legen scheinbare ›Wesensmerkmale‹ nahe und lassen wenig Raum für kommunikative Praktiken, die nicht auf Zweigeschlechtlichkeit und Heterosexualität beruhen.

- 51 Auch Kotthoff und Günthner weisen darauf hin, dass in manchen Gesprächssituationen andere Identitätskategorien stärker zum Tragen kommen als ›Geschlecht‹ (vgl. Kotthoff 1993: 92; Günthner 1997: insb. 128, 135 und 143).
- 52 Habitus meint nicht einfach eine individuelle Haltung, sondern mit Bourdieu ein strukturiertes und strukturierendes System an Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsmustern, das kollektiv situiert und fundamental abhängig von gesellschaftlichen Kontexten ist (vgl. Bourdieu 1997: 278f.).
- 53 Zu diesen Begriffen und den Möglichkeiten, Notwendigkeiten und Problemen mit dem ›research-up‹ vgl. Warneken/Wittel 1997.
- 54 Im Textkorpus des DFG-Projektes ›Über Fernsehen sprechen‹ finden sich viele Studenten und Studentinnen sowie ein Chemiker, ein Arzt im Praktikum, eine Kunsthistorikerin, mehrere Sozialarbeiterinnen (vgl. Holly/Pü-

Vergnügen von Studierenden, Intellektuellen und anderen »gebildeten Personen« an der LINDENSTRASSE oder anderen Dauerserien begründen lässt, obwohl das Phänomen gründlicher erforscht werden sollte. Ausgehend von meiner Beobachtung möchte ich fragen, welche Bedeutung dem inkorporierten kulturellen Kapital (vgl. Bourdieu 2005: 55ff) im Umgang mit dem Fernsehen zukommt. Wie verwenden »gebildete Personen« die LINDENSTRASSE oder das TV beziehungsweise wie wird Bildung im Zusammenhang mit dem Fernsehkonsum eingesetzt, um sich als »gebildete Person« zu konstituieren?

Einige Beobachtungen zu spezifischen Nutzungsweisen von Studenten und Studentinnen mit der LINDENSTRASSE finden sich bei Lothar Mikos. Ein Ergebnis seiner empirischen Untersuchung ist, dass Serien genutzt werden, um »soziale Grenzen zu markieren und die Welt der Seriengucker von der der Nichtgucker, die der DALLAS-Fans von der der LINDENSTRASSEN-Fans, die der Alexis-Fans von der der Professor Brinkmann-Fans zu differenzieren« (Mikos 1994a: 399).⁵⁵ In diesem Zusammenhang stellt er Spezifika bei der Nutzung der Serien⁵⁶ durch ein studentisches Publikum fest (vgl. Mikos 1994a: 384ff). Bei den von ihm untersuchten Rezipierenden zeigte sich eine starke Bezugnahme auf die »Ideologie der Massenkultur« (Ang 1986: 104ff).⁵⁷ Mikos ist der Ansicht, aufgrund der Zugehörigkeit zu universitärem, studentischem bzw. intellektuellem Milieu zeigen einige der von ihm befragten Personen »eine Umgangsweise mit den Serien, die als distanzierte Haltung mit eingebautem schlechtem Gewissen beschrieben werden kann« (Mikos

schel/Bergmann 2001: 22f und 329; Hepp 1998: 16f). Siehe auch die Gruppengespräche mit studentischen Probandengruppen von Eva Schabedoth, wobei sie nicht nach den spezifischen Seh- und Interpretationsleistungen dieser Gruppe fragt, sondern den potenziellen Einfluss der formalen Struktur auf die Nutzung und Nicht-Nutzung untersucht (vgl. Schabedoth 1995).

- 55 Er schreibt weiter, »sie werden benutzt, um im Rahmen wirklichkeitsgestaltender Aktivitäten soziale Gemeinschaften zu konstituieren oder zu sozialer Anerkennung beizutragen; sie werden aber vor allem benutzt, um im Rahmen ihrer wirklichkeitsmodulierenden Möglichkeiten von den alltäglichen Pflichten und Sorgen abzuschalten und sich in Phantasiewelten zu begeben, die aber doch den lebensweltlichen Bezügen und dem Alltag verhaftet bleiben« (Mikos 1994a: 399).
- 56 Es wird hier nicht deutlich, auf welche der von Mikos untersuchten Serien (DALLAS, DENVER-CLAN, SCHWARZWALDKLINIK oder die LINDENSTRASSE) sich die Aussagen genau beziehen. Es könnte hier gerade für jüngere Menschen durchaus leichter sein, in der Forschungssituation zuzugeben, die gesellschaftskritische LINDENSTRASSE zu sehen, als die harmonisierende SCHWARZWALDKLINIK, die oft als »Rentnerfernsehen« abgetan wird.
- 57 Die Konstruktion einer »guten Kultur« im Gegensatz zur »schlechten Massenkultur« bezeichnet Ien Ang als »Ideologie der Massenkultur« (Ang 1986: 104ff).

1994a: 384). Mikos schließt daraus, das vermeintlich triviale Phänomen der Serienaneignung sei aufgrund des ›intellektuellen Dünkels‹⁵⁸ als intellektuell nicht angemessen sanktioniert: »Die Aneignung ist so von einem schlechten Gewissen begleitet, zumal in der Öffentlichkeit ein Legitimationsdruck für dieses vermeintliche Fehlverhalten existiert. Das führt dazu, daß es ›manchen Leuten peinlich ist‹ [...], zuzugeben, daß sie Serien gucken« (Mikos 1994a: 384f). Zugleich wird in den Interviewpassagen auch deutlich, wie die formal höher gebildeten Zuschauenden versuchen, sich von den ›weniger gebildeten‹ abzugrenzen. Die Befragten zeigen eine distanzierte Haltung gegenüber der Serie, um noch ein wenig intellektuelle Überlegenheit zum Ausdruck zu bringen (vgl. Mikos 1994a: 385).

Zu untersuchen wäre allerdings noch, ob sich die beschriebenen ›Verbote‹ und ›Schuldgefühle‹ auch heute noch unter den sich verändernden Bedingungen der medialen Alltagskulturen und der sich hierzulande vergrößernden ›gebildeten Schicht‹ so darstellen. In den 1980er Jahren schreibt Gerhard Maletzke in einer Auseinandersetzung mit dem Unterhaltungsbegriff, »daß sich auch der Bildungsbürger des öfteren in die Niederungen der Unterhaltung begibt, freilich mit Schuldgefühlen, heimlich durch die Hintertür wie bei einem Bordellbesuch, und hier wie dort selbstverständlich nur ›studienhalber‹« (Maletzke 1987: 98). In ihrer ebenfalls Mitte der 1980er Jahren veröffentlichten *Dallas*-Studie stellt Ang dagegen fest, die von ihr befragten Frauen empfinden keine Scham und keine Schuldgefühle mehr, weil sie *DALLAS* sehen (vgl. Ang 1986: 156).⁵⁹ Meine Annahme ist, dass ›Serien gucken‹ respektive fernsehen heutzutage auch in höheren Bildungsschichten nicht mehr per se ›verachtet‹ ist und kulturelle Praktiken wie Fernsehen heute sogar bestimmte Kompetenzen darstellen, denen sich auch ›Gebildete‹ nicht entziehen können. Zumal sich diese Werthaltung gegenüber dem Fernsehen in den unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen vermutlich anders darstellt, da beispielweise in den Naturwissenschaften ein anderes Selbstverständnis als Wissenschaftler bzw. Wissenschaftlerin vorherrscht. Es kann davon ausgegangen werden, dass der Serienkonsum in den naturwissenschaftlichen Disziplinen weniger negativ konnotiert ist als etwa in den Geisteswissenschaften. Aber auch in den Geistes-, Sozial- und Kulturwissenschaften hat hier eine Verschiebung stattgefunden, so meine Annahme. Die Befunde von Eva Schabedoth legen nahe, dass sich bei Studierenden ein ›schlechtes Gewissen‹ höchstens bezogen auf die Zeit

58 Zu fragen wäre hier allerdings, ob es diesen ›intellektuellen Dünkel‹ heute noch in dieser Form gibt.

59 Einschränkung muss hinzugefügt werden, dass Ang keine Unterscheidung zwischen der Bildung eingeführt hat.

bemerkbar macht, die dem Fernsehen »geopfert« wird und nicht der wissenschaftlichen Arbeit (vgl. Schabedoth 1995). Es geht hier also weniger um die Unangemessenheit des Serienkonsums »als Akademiker«, als vielmehr um die Verfügbarkeit und die Vorstellung einer sinnvollen Nutzung von Zeit.

Ich möchte hier noch eine Untersuchung heranziehen, die sich mit der Serie DALLAS beschäftigt. Daniela Wiegard interessiert sich in ihrer Untersuchung unter anderem für den großen Erfolg von DALLAS und fragt in diesem Zusammenhang auch nach spezifischen Seh- und Interpretationsweisen von bundesdeutschen Studenten und Studentinnen (vgl. Wiegard 1999: 77ff). Ausgangspunkt ihrer Überlegung ist eine Studie von Hans-Dieter Kübler, in der dieser beschreibt, wie einige Studierende eine distanziert-ironische Haltung gegenüber DALLAS einnehmen. Wiegard folgert daraus, dass die Studierenden von DALLAS emotional angesprochen werden, obwohl sie eine distanzierte Haltung gegenüber der Serie einnehmen. Ihre These ist, dass Studentinnen und Studenten häufig eine *ironisch-vergnügli*che Lesart pflegen. In der Dualität von ironischer Distanz und emotionaler Rührung scheine das besondere Vergnügen dieser Gruppe zu bestehen, so Wiegard. Denn die Studierenden möchten sich von etwas distanzieren, was allgemein als »minderwertige Unterhaltung« angesehen werde. Dieser Konflikt wird dadurch gelöst, dass man durch eine ironische Haltung zu verstehen gibt, sich dieser »Minderwertigkeit« durchaus bewusst zu sein (vgl. Wiegard 1999: 88).

Zu bedenken wäre auch hier wieder, ob diese Lesart nicht damit zusammenhängt, dass dabei mitgedacht wird, der »Massenmensch« könne die »feinen Unterschiede« nicht erkennen und das Seriengeschehen nicht so »gewinnbringend« dekonstruieren wie man selbst. Den »weniger gebildeten« Zuschauenden wird zugeschrieben, sie würden alles glauben, was sie im Fernsehen sehen. Pierre Bourdieu hat dargestellt, wie mit einer distanzierten Haltung zum Fernsehkonsum auch ein symbolischer Statusgewinn in Aussicht steht. Sich über den massenhaften Konsum des Fernsehens hinwegsetzen zu können, symbolisiert, es sich leisten zu können, sich darüber hinweg zu setzen (vgl. Bourdieu 1997: 397ff). Distanziertheit zur Tätigkeit Fernsehen bedeutet damit auch Überlegenheit, entlang derer man sich als »gebildete Person« darstellt. Zu berücksichtigen ist hier allerdings, dass im Sinne einer Ausdifferenzierung der Gesellschaft in Milieus, auch eine Ausdifferenzierung in Habitus von Wissenschaftlern stattfindet. Somit existiert die distanzierte Haltung zum Fernsehkonsum, insbesondere die Fernsehserie, meines Erachtens durchaus. Daneben entstehen aber auch neue Formen, in denen über das Vergnügen an der Serienrezeption offen geredet wird. Somit wäre ein »Kokettieren« mit dem Serien- und Fernsehkonsum möglicherweise kon-

stitutiv für einen ›neuen‹ akademischen Habitus.⁶⁰ Hierfür spricht meines Erachtens auch die große Zahl an studentischen Seminararbeiten, Referaten und Thesenpapieren, Magisterarbeiten, Diplomarbeiten und Lehramtsabschlussarbeiten, die in den Geistes-, Sozial- und Kulturwissenschaften über die LINDENSTRASSE entstanden sind. Ist das Bild des sich vom Fernsehen abgrenzenden ›Intellektuellen‹, der sich dem Fernsehen, wenn überhaupt, nur zu Forschungszwecken zuwendet, heute sogar zu einer ›Schreckfigur‹ junger NachwuchsakademikerInnen geworden, von der es sich abzugrenzen gilt? Braucht ein ›gebildeter‹ oder ›intellektueller‹ Habitus *von heute* nicht sogar den Widerspruch zwischen einer distanzierten Haltung zum Fernsehkonsum und der Lust am Fernsehen, damit seine Inszenierung funktioniert?

Die Arten und Weisen, in der das Fernsehen, bestimmte Genres und televisuelle Repräsentationen zur Konstruktion von Identität in Bezug auf Klasse und Geschlecht verwendet werden, ließen sich anhand der Scherfahrungen ›gebildeter Personen‹ (etwa Akademiker, Politiker, Fernsehredakteure etc.) beschreiben. In den Cultural Studies und den Gender Studies wurden bisher vornehmlich die Aneignungsweisen der Mittelschicht und der Arbeiterschicht untersucht. Die oben genannten Beispiele haben gezeigt, wie strukturelle Ausgangsbedingungen, zu denen eben auch das kulturelle Kapital gehört, Einfluss darauf haben, wie wir fernsehen, beziehungsweise wie wir gegenüber anderen darstellen, fern zu sehen. Zu prüfen wäre genauer, *wie* bestimmte kulturelle Formen die Möglichkeit bieten, sich als ›gebildete Person‹ darzustellen und Bildung zur Herstellung von Hierarchien eingesetzt wird.

Zu dieser Frage liegt eine interessante empirische Untersuchung von Ridhika E. Parameswaran vor. Die Autorin interessiert sich für die Faszination, die westliche Liebesromane⁶¹ auf junge indische Frauen der Mittelklasse ausüben (vgl. Parameswaran 1999). Die Autorin hat 1996 über vier Monate lang eine ethnographische Untersuchung in Hyderabad in Südindien mit jungen Collegestudentinnen im Alter von 16 bis 21 Jahren durchgeführt. Mithilfe von Gruppendiskussionen, Interviews und teilnehmenden Beobachtungen kann sie zeigen, wie die Beschäftigung dieser indischen Frauen mit den westlichen Liebesromanen eine Erfahrung ist, die sich über ihre privilegierte soziale Position vermittelt. In diesem Prozess findet auch eine Abwertung von populären indischen

60 Interessante Anregungen zu neuen Konzepten von Wissenschaft liefert die Studie von Stegmann 2005.

61 Ich führe hier explizit eine Untersuchung an, die sich auf Liebesromane bezieht, da die Studie *Reading the romance* von Janice Radway über US-amerikanische Liebesromanleserinnen großen Einfluss auf die TV-Wissenschaft hatte (vgl. Radway 1987).

Filmen als »niederer Kultur« und eine Grenzziehung zu deren Zuschauerinnen und Zuschauern statt, die vor allem über die englische Sprache vollzogen wird. So sagt eine der befragten jungen Frauen: »Instead of watching those three-hour long cheap Telugu and Hindi films or those film songs on TV, we're reading M & Bs, which are much better. Those girls who watch those films did not read in English when they were young so they watch those useless films« (Parameswaran 1999). Unter Bezugnahme auf Bourdieus Begriff des kulturellen Kapitals verdeutlicht Parameswaran, wie die Frauen sich über das Lesen von westlichen Liebesromanen, die in westlichen Ländern wiederum als »Schundromane« gelten, als Modern und Gebildet darstellen. Die Untersuchung zeigt nicht nur, wie populäre Konsumgüter benutzt werden können, um Überlegenheit und Dominanz herzustellen. Sie öffnet vor allem den Blick dafür, dass es notwendig ist, kulturelle Verallgemeinerungen zu überwinden.⁶²

Die aufgeworfene Problemstellung, wie, wo und bei wem die Praxis des Fernsehens eine aktive Konstruktion von *Überlegenheit* ist, ermöglicht eine Erweiterung der bisherigen Fernseh- und Rezeptionstheorien. Sie kann auch der feministischen TV-Forschung eine neue Denkrichtung geben, die bisher oft untersucht hat, wie Unterdrückung von Frauen gelebt wird. Die hier aufgeworfene Vorgehensweise erlaubt, unterschiedliche televisuelle Praktiken zu untersuchen, die Identitäten entlang unterschiedlicher Machtachsen von Über- und Unterlegenheit herstellen.⁶³

Gespräche als »verinnerlichte Gesellschaft«

Zuschauende reden in den fernsehbegleitenden Gesprächen nicht nur über ihre (Lieblings-)Figuren oder besprechen den weiteren Handlungsverlauf der Serie, daneben greifen sie auch die von der LINDENSTRASSE thematisierten aktuellen gesellschaftlichen Probleme auf. Meines Erachtens ist gerade in diesem politisch-korrekten Anspruch der Serie, dem Versprechen gesellschaftskritische Themen in eine Dauerserie zu integrieren, unter anderem die Faszinationskraft begründet, die die LINDENSTRASSE auf viele Zuschauende ausübt. Im Gegensatz zu traditionellen bundesdeutschen Familienserien – wie UNSERE NACHBARN HEUTE ABEND (FAMILIE SCHÖLLERMANN) oder FIRMA HESSELBACH – ist die

62 In dem Sinne, dass Liebesromane allgemein als »Schundliteratur« gelten, oder dass das Lesen solcher Hefte bei höher gebildeten Frauen mit Scham oder Schuldgefühlen verbunden ist.

63 Von diesen Überlegungen ausgehend werde ich an späterer Stelle Gedanken dazu entwickeln, welche Bedeutung den eigenen Lüsten und Widerständen der Forschenden im Forschungsprozess zukommt, die sich zunächst nicht unbedingt bewusst darstellen.

LINDENSTRASSE dafür bekannt, aktuelle politische und gesellschaftliche Themen in Szene zu setzen: Von Abtreibung über Bundestagswahlen, Homosexualität, Tschernobyl bis zu Zivildienst; die LINDENSTRASSE thematisiert einen politisch korrekten linksliberalen Wertekanon (ein A-Z der Themen findet sich in Lotze 1995; Huth 1998). Es ist ein von der Produktionsseite formulierter Anspruch, vor keinem brisanten Thema zurückzuschrecken (vgl. Piazza 1987). Solche gesellschaftspolitischen Themen und Ereignisse kommen in US-amerikanischen und bundesdeutschen ›Daily Soaps‹ weitaus seltener vor, zumal nur dann, wenn sie zu Problemen in der Privatsphäre führen können (vgl. Ang 1986: 75).⁶⁴ Hans W. Geißendörfer meint: »Kritik, Aufklärung, Information, Stellungnahme, freie Meinungsäußerung, ja sogar Agitation, neben allen erzählerischen Tricks der Dramatisierung, der Emotionalisierung und der Spannung von A nach B, müssen innerhalb des Fernsehspiels und der Fernsehserie genauso möglich sein, wie das Erzählen und die Rede von den sogenannten Tabus, die Rede über Skandale, die Rede über Wunden und Fehler unserer Gesellschaft« (Geißendörfer 1990: 55).⁶⁵ Es stellt sich die Frage, ob die gesellschaftlichen, manchmal brisanten Themen, die in der LINDENSTRASSE besprochen werden, eine ›Vorlage‹ für die Gespräche der Zuschauenden sind. Greifen die Zuschauenden die televisuell inszenierten politischen Themen auf, und wenn ja, wie interpretieren sie diese? Erwarten die Zuschauenden nicht sogar, aktuelle Geschehnisse in der sozial-realistischen LINDENSTRASSE wiederzufinden?

64 Die (inter-) nationalen politischen Sachverhalte und sozialen Aktionen werden in der LINDENSTRASSE mit unterschiedlichen dramaturgischen Mitteln mit dem Seriengeschehen verknüpft: Politische Statements werden in die Dialoge der Figuren eingeflochten, Nachrichtensendungen und Zeitungsartikel in bestimmten Szenen eingeblendet, Demonstrationen, Unterschriftenaktionen und andere politische und soziale Aktionen von den Figuren besprochen beziehungsweise seltener auch ausgespielt (vgl. Frey-Vor 1996: 175ff). Oft werden die bereits zehn Wochen vor dem Ausstrahlungstermin abgedrehten einzelnen Folgen für die tagesaktuellen Bezüge wie Nachrichten einige Tage vor der sonntäglichen Ausstrahlung nachgedreht. Obwohl es sich bei der Serie um eine fiktive Welt handelt, können die Rezipierenden also durchaus aktuelle Bezüge zu realpolitischen Vorgängen außerhalb der Serienwelt ziehen.

65 In einer Inhaltsanalyse der LINDENSTRASSE kommt Natalia Cieslik so auch zu dem Ergebnis, dass »ein Drittel aller Geschichten sich mit gesellschaftsrelevanten oder sogar aktuell-politischen Themen beschäftigt« (Cieslik 1991: 21). Entsprechend der bereits oben beschriebenen Aktionsarmut der LINDENSTRASSE werden beispielsweise Protestaktionen oder Demonstrationen nicht gezeigt, sondern zumeist durch kurze Äußerungen oder Diskussionen zwischen verschiedenen Figuren inszeniert. Ein anderes, weniger genutztes Darstellungsmittel ist die Einblendung von Nachrichtensendungen (vgl. Frey-Vor 1996: 174).

Insbesondere auf ein Thema haben viele Zusehende reagiert; nämlich die Aids-Erkrankung der Figur Benno Zimmermann (Bernd Tauber) (vgl. Paetow 1989: 190). Wie intensiv die Rezipierenden diesen medialen Diskurs kommunikativ aufgegriffen haben, darauf macht Helmut Volpers anhand von Presseberichten aufmerksam. In verschiedenen bundesdeutschen Tageszeitungen fand sich im November 1988 folgende Agenturmeldung: »Die ARD-Serie ›Lindenstraße‹ läßt die Telefone in zahlreichen Aids-Beratungsstellen heißlaufen. Wie das nordrhein-westfälische Gesundheitsministerium ... [sic!] berichtete, hat sich der Ansturm in einigen Beratungsstellen mehr als verdoppelt, seitdem die Lindenstraßenfigur Benno an Aids erkrankt ist« (General-Anzeiger vom 3.11.1988, nach Volpers 1993; taz vom 1.11.1988: 5). Der LINDENSTRASSE kommt damit eine »Thematisierungsfunktion«⁶⁶ (Volpers 1993: 4; Magnus 1990: 586) zu.

Spätestens hier stellt sich wieder die Frage, welche Rolle den Gesprächen *in* der Serie – also dem oben beschriebenen ›broadcast talk‹ – in diesem Prozess zukommt. Man kann nicht davon ausgehen – darauf hat Hepp zu Recht hingewiesen, – dass die medialen Texte den Rezipierenden bestimmte Themen einfach auferlegen, anhand derer sich diese dann ›abarbeiten‹ (vgl. Hepp 1998: 70). Hier trifft Hepp sich wieder mit Holly, der davon ausgeht, dass die Verknüpfung mit der eigenen Erfahrungswelt der Rezipierenden ein grundlegendes Merkmal der meisten Medienthematisierungen ist (vgl. Holly 1993: 145). Hepp und Holly haben veranschaulicht, wie selbst in flüchtigen Gesprächen über die LINDENSTRASSE die eigene Lebenssituation der Rezipierenden verhandelt wird. Es seien subjektive Erfahrungen und persönliche Erlebnisse, aufgrund derer die Rezipierenden bestimmte Fernsehinhalte aufgreifen, wie Hepp an einem Beispiel deutlich macht: nämlich an drei Rezipierenden, die allesamt in einem Krankenhaus arbeiten bzw. arbeiteten und die immer wieder Elemente aufgreifen, die sich dem Bereich ›Krankenhaus‹ bzw. ›Gesundheitswesen‹ zuordnen lassen: etwa indem sie eigene Erlebnisse mit Patienten erinnern (vgl. Hepp 1998: 70f).

66 In der Medienwirkungsforschung wird diese Beeinflussung durch Themen und Informationen mit Bezug auf kognitive Effekte bekanntlich als Agenda-Setting-Effekt diskutiert (vgl. z.B. McCombs/Shaw 1972; Brosius 1994; Kunczik/Zipfel 2001: 355ff). Es wird davon ausgegangen, dass die Medien die Themen vorgeben, die von den Zuschauenden dann als besonders relevant erachtet werden. Damit ist nicht gemeint, mediale Repräsentationen hätten einen direkten Einfluss auf Einstellungen und Vorstellungen der Individuen. In diesem Denken bestimmen die Massenmedien nicht, was die Menschen denken, sondern *worüber* sie nachdenken (vgl. McCombs/Shaw 1972: 177) und *wie* sie über Sachverhalte nachdenken (vgl. Brosius 1994: 284).

Indem sie die Erfahrungswelt der Zuschauenden mit der Medienwelt in Beziehung setzten, können sie erklären, wie es dazu kommt, dass wir bestimmte medial angebotene Themen (kommunikativ) aufgreifen, während wir andere ablehnen oder ignorieren. Die Herangehensweise ermöglicht es, der Frage nach dem Zusammenspiel der in den Medien angebotenen Diskurse mit denen, die für die Lebenswelt der Rezipierenden von Bedeutung sind, nachzugehen. Aus einer machtkritischen Analyse wäre dann zu analysieren, mit welchen Normen und Ideologien welche Zuschauenden in Gesprächen über die LINDENSTRASSE operieren, welche sie in Frage stellen, welche sie ablehnen.

In Medienthematisierungen finden sich immer auch Spuren des bereits Bestehenden. Über die Beharrungskräfte der Sprache sagt Stuart Hall: »Um sprechen zu können, um überhaupt etwas Neues sagen zu können, müssen wir uns zuallererst in den bestehenden Sprachbeziehungen plazieren. Es gibt keine Äußerung, die so neuartig und so kreativ wäre, daß sie nicht schon die Spuren dessen zeigt, wie diese Sprache bereits gesprochen worden ist, bevor wir unseren Mund aufstuten. Somit sind wir stets in der Sprache. Etwas Neues zu sagen, bedeutet zuallererst, erneut die Spuren der Vergangenheit zu bestätigen, die in den von uns benutzen [sic!] Wörtern eingeschrieben sind« (Hall 1999c: 85f). Hall erkennt demnach durchaus die Kreativität und Individualität der Sprechenden an, betont aber, dass Sprache nicht einfach »im Kopf der Individuen« entsteht.⁶⁷ Sie folgt bereits bestehenden Regeln, Mustern und Strukturen, durch die hindurch wir sprechen. In Gesprächen über das Fernsehen werden gesellschaftliche Werte und Ideologien (bewusst oder unbewusst) aufgegriffen, bestätigt, ignoriert, verhandelt oder auch abgelehnt.⁶⁸

67 In der Medien- und Kommunikationsforschung gibt es unterschiedliche Modelle, die den Zusammenhang von Aktivität und Struktur zu fassen suchen. Bezogen auf sprachliche Interaktionen hat zum Beispiel Friedrich Krotz eine kultursoziologische Perspektive vorgeschlagen (vgl. Krotz 1999). Er betont Probleme und Gemeinsamkeiten der Cultural Studies mit dem Symbolischen Interaktionismus und schlägt eine Perspektive vor, die von Prozessen der Bedeutungskonstruktion ausgeht, dabei »Sprechen und Sprache, situatives Handeln und Aktualisierung von Struktur, individuelle Kreativität und gesellschaftlich geprägten Diskurs betont« (Krotz 1999: 125). Krotz ist der Ansicht, die Kreativität und Individualität der Zuschauenden tritt in den Cultural Studies in den Hintergrund. Die Bedeutung dieser Aspekte wird in den Cultural Studies allerdings nicht in Frage gestellt, schon gar nicht in allen Formationen. Es ist eine Frage der Forschungsperspektive, an welchen Aspekten des Kommunikationsprozesses angesetzt wird.

68 Die sogenannten »Unworte des Jahres«, die zunächst medial zirkulieren und mitunter vielfach in alltäglichen Gesprächen aufgegriffen werden beziehungsweise in den allgemeinen Sprachgebrauch übergehen, bekräftigen

Im Folgenden möchte ich an einem Beispiel zeigen, wie die Rezipierenden die 1986 in die LINDENSTRASSE eingeführte Figur des schwulen Arztes Carsten Flöter (Georg Uecker) aufgenommen haben. Dafür werfe ich einen Blick auf die Zuschauerpost zum Thema, die vom Lindenstraße-Pressbüro im Internet veröffentlicht wird. Sicherlich können diese schriftlichen Äußerungen nicht mit verbalen Medienthematisierungen gleichgesetzt werden,⁶⁹ zudem handelt es sich um keine systematischen empirischen Auswertungen der Nutzung des Internets durch die Zuschauenden. Wie eine solche Internet-Ethnographie des Publikums theoretisch und methodisch umgesetzt werden kann, hat kürzlich Joke Hermes gezeigt (vgl. Hermes 2004). Bei meinem Vorgehen handelt es sich lediglich um einige Stichproben, mit denen ich exemplarisch zeigen möchte, wie in der Auseinandersetzung mit der LINDENSTRASSE ideologische Diskurse reproduziert und verändert werden.

Mit ihrem sozialkritischen, linksliberalen Gestus hat die LINDENSTRASSE bereits früh die Geschichte eines schwulen Arztes erzählt, der einige Jahre später zum ›ersten Kuss‹ zwischen zwei schwulen Männern in einer Familienserie führte. Dieser Kuss löste viele Reaktionen seitens der Zuschauenden aus, die in Auszügen auf der Homepage der LINDENSTRASSE veröffentlicht sind. Eine Zuschauerin schreibt:

»Sehr geehrter Herr Geißendörfer! Es ist doch unzumutbar, diese schwulen Ausdrücke anzuhören: ›Jetzt steht dir das Wasser bis zum *Arsch* und dann hältst du ihn mir wieder hin‹. Dann das Abgeküsse zwischen den Schwulis. Ich habe nichts gegen schwule Menschen, das ist jedem sein *Privatvergnügen*. Aber Sie sollten das nicht noch im *Fernsehen* vorführen!!!! Das ist *Abschaum* und *ekelerregend*!!!!!!!« (Inge R., elektronisches Dokument, Herv. im Orig.)

Eine andere Zuschauerin meint:

»Ich habe gerade mit ansteigender Verzweiflung die Mails auf Eurer Homepage zum Thema Homosexualität gelesen. Es scheint mir fast unglaublich, daß es noch so viele Menschen gibt, die so verkrampft und

diese Beobachtung. Zu nennen sind etwa die bisherigen ›Unwörter des Jahres‹: Ethnische Säuberung (1992), Überfremdung (1993), Rentnerschwemme (1996), Wohlstandsmüll (1997), Gotteskrieger (2001) oder Ich-AG (2002). Wie mediale Wortschöpfungen in das allgemeine Gesprächsverhalten der Individuen eingehen, lässt sich auch anhand von Wortschöpfungen der BILD Zeitung – wie ›Blitzeis‹ oder ›Florida-Rolf‹ – aufzeigen.

69 Insbesondere die fehlende Gruppensituation und die Anonymität im Internet dürften andere Aussagen produzieren, als innerhalb einer Rezeptionsgruppe. Hier sei noch einmal auf den Gruppenzwang hingewiesen, der dazu führt, sich möglichst normentsprechend vor Anderen darzustellen, der hier entfällt. Andererseits fehlt hier auch eine gewisse Hemmung, das auszusprechen, ›was man denkt‹. Nicht zuletzt handelt es sich bei der Zuschauerpost um eine vom Pressbüro vorgenommene Auswahl.

intolerant reagieren. Ausdrücke wie »ekelerregend« und »unzumutbar« finde ich einfach menschenverachtend. [...] Zum Thema »klischeehafte Darstellung« kann ich nur sagen, daß ich das nicht so empfinde. Gerade mit der Darstellung solch gegensätzlicher Charaktere, wie die Carstens und Käthes, sollte auch dem letzten Zuschauer klar sein, daß die Welt der Schwulen eben nicht nur aus Tunten oder Sados besteht. Ich jedenfalls kenne selber auch einige Schwule, und finde in deren Lebensweise genauso wenig oder viel wieder, wie meine eigene in der von Dani oder einer anderen weibl. Figur meines Alters. [...] Ein Klischee erfüllt die Figur des Carsten Flöter aber doch: Zu gutaussehend, um nicht schwul zu sein. SEUFZ« (Sahrah S., elektronisches Dokument, Herv. im Orig.)

Die erste Schreiberin lehnt Homosexualität offen ab, wobei sie sich aber noch immer durch eine »Ja, aber Strategie« (Althoetmar 1993: 45) in ein positives Licht zu setzen sucht (»Ich habe nichts gegen schwule Menschen. Aber sie sollten das nicht noch im Fernsehen vorführen«).⁷⁰ Mit solchen verbalen Strategien wird behauptet, selbst »ideologiefrei« zu sein, oder, nach Terry Eagleton, »ist Ideologie wie Mundgeruch immer das, was die anderen haben« (Eagleton 2000: 8). Weniger offensichtlich zeigen sich die heteronormativen Strukturen bei der zweiten Rezipientin. Aber auch hier wirken Ein- und Ausgrenzungsmechanismen: Das Andere (»die Welt der Schwulen«, »deren Lebensweise«) und das Eigene (»meiner eigenen« Lebensweise). In den Stellungnahmen werden heteronormative Diskurse unterschiedlich wirksam. Sie reproduzieren explizit oder implizit hegemoniale Strukturen (vgl. Hall 1989b: 156f). Explizit meint dabei, sie äußern mehr oder wenig offen homophobe oder sexistische Positionen. Implizit meint eine liberale, normalisierende Sichtweise, die auf essentialistischen Vorstellungen von Geschlecht und Sexualität beruhen, die als unhinterfragte Annahmen in Rede- und Denkweisen einfließen. In der zweiten Position geht es parallel zu den Inszenierungen in der LINDENSTRASSE, ich komme darauf im nächsten Kapitel zurück, um die Normalisierung der Homosexualität, im Sinne von Toleranz und Integration in die bestehende Ordnung.

Gemeinsam ist den beiden Stellungnahmen, dass sie auf der gleichen unhinterfragten Annahme basieren: Heterosexualität ist die Norm, Homosexualität »das Andere« der heterosexuellen Matrix. Beide Schreiberinnen (ich behalte hier die angegebene geschlechtliche Identität bei) handeln vor dem Hintergrund der Zweigeschlechtlichkeit und der Heteronormativität. Im Bezug auf mediale Strategien spricht Stuart Hall hier

70 Der Ethnologe Dieter Haller meint: »Homophobie und Haß auf Homosexuelle und Homosexualität sind nur extreme Ausdrucksformen der Heteronormativität, häufiger sind Formen des Ignorierens, des Vermeidens, des Schweigens und der Amnesie« (Haller 1997: 87f).

auch von »Konsensualisierungen«, wenn nämlich bestimmte Sachverhalte als bestehender Konsens vorausgesetzt werden (vgl. Hall 1989a: 136ff).

Ideologische Diskurse und ihre Formen hängen nicht ausschließlich von der beabsichtigten Intention der Akteure und Akteurinnen ab (vgl. Hall 1989b: 158).⁷¹ Die Frage nach dem Ineinandergreifen von Mediengesprächen und medialen Diskursen sollte daran anschließend weiter spezifiziert werden. Sexistische und homophobe Rede durchdringt auf unterschiedliche Art und Weise das Handeln der Rezipierenden, wobei die Bedingungen »etwas zu sagen«, Bedingungen sind, die durch Dieologien vorgegeben werden. Stuart Hall schreibt dazu: »[I]deologische Aussagen werden von Individuen getroffen – aber Ideologien entstammen nicht einem individuellen Bewußtsein oder individuellen Absichten. Vielmehr formulieren wir unsere Absichten *innerhalb von Ideologien*. Sie waren vor den einzelnen Individuen da und bilden einen Teil der determinierenden gesellschaftlichen Formen und Verhältnisse, in die die Individuen hineingeboren werden. Wir müssen »durch« die Ideologien hindurch sprechen, die in unserer Gesellschaft wirksam sind, und mit deren Hilfe wir uns auf die gesellschaftlichen Verhältnisse und unseren Platz darin »einen Reim machen«. [...] Diese Prozesse wirken überwiegend *unbewußt*, sie folgen kaum bewußten Zielsetzungen« (Hall 1989b: 151, Herv. im Orig.). Die Rezipierenden müssen innerhalb einer bereits bestehenden Struktur handeln; ohne dies zu wollen oder zu akzeptieren. Medienthematisierungen sind demnach als ein Teil »verinnerlichter Alltagskultur und Gesellschaft« zu verstehen. In jeder kommunikativen Handlung stecken gesellschaftliche und mediale Diskurse. Gespräche bringen gesellschaftliche Verhältnisse zum Ausdruck.⁷² Ideologische

71 Darauf weist zum Beispiel auch Anthony Giddens in seiner Theorie der Strukturierung hin. Er interessiert sich dafür, welche unbeabsichtigten Folgen intentionale kommunikative Handlungen haben können. In diesem Verständnis ist die alltägliche Produktion und Reproduktion von gesellschaftlich-kulturellen Strukturen kein rein beabsichtigtes Verhalten der Handelnden, sondern erfolgt unbeabsichtigt im Prozess des zielgerichteten Handelns (vgl. Giddens 1997: 342ff). Giddens geht demnach von einer relativen Handlungsfähigkeit der Individuen aus, wobei diese sich immer auf relativ stabile gesellschaftlich-kulturelle Strukturen (er spricht von Regeln und Ressourcen) beziehen. Diese Sichtweise ermöglicht es, die Interpretationen und Nutzungsweisen des Fernsehens/der LINDENSTRASSE als durchaus zweckgerichtetes Handeln zu interpretieren, die Bestimmung der jeweiligen kulturellen/politischen/ökonomischen/gesellschaftlichen Grenzen erlaubt es zu analysieren, welche nicht-intendierten (ideologischen) Konsequenzen sich aus der jeweiligen (zweckgerichteten) Aktivität ergeben (vgl. Giddens 1997: 348f).

72 Dietrich Busse hat die Wirkung sprachlicher Formationen auf die Gesellschaft folgendermaßen beschrieben: »Die Aneignung der Welt ist doppelt gesellschaftlich vermittelt: die Sprache, mit der die Menschen sich die Welt

Diskurse, die die Rezipierenden in ihren Medienthematisierungen reproduzieren, sind nicht einfach nur die ›Vorstellung‹ des Menschen von seiner Welt, sondern sie haben nach Althusser eine materielle Existenz (vgl. Althusser 1977: 136ff). Demnach sind Gespräche während des Fernsehens eine ›gelebte‹ gesellschaftliche Praxis der Menschen.

Performative Sprechakte

Geht man davon aus, dass die Individuen nicht durch die gesellschaftlichen Strukturen determiniert sind, dann lässt sich festhalten, dass Ungleichheiten und Hierarchien in kommunikativen Praktiken existieren, durch kommunikative Praktiken aufrechterhalten werden und nicht zuletzt durch diese verändert werden. Mediengespräche *reproduzieren* und *verändern* gesellschaftliche Machtverhältnisse und andererseits *ermöglichen* und *begrenzen* gesellschaftliche Machtverhältnisse die Medienthematisierungen (vgl. Giddens 1997: 342ff). Bezogen auf den Zusammenhang von ›Gender und Medien‹ ließe sich fragen, wann und wo Medienthematisierungen in verschiedenen Interaktionen nur Anpassungsleistungen an rigide Macht- und Herrschaftsformen sind und wann welche kommunikativen Handlungen die grundlegende Unnatürlichkeit der Geschlechteridentität ›enttarnen‹.

Für eine Fassung von ›Gender und kommunikativer Fernsehaneignung‹, die ›Aktivität‹ nicht als Gegensatz von ›Struktur‹ versteht, greife ich auf Judith Butlers Konzept der Performativität zurück. ›Geschlecht‹ ist demnach keine feststehende, fixierte Größe, sie hat keine naturgegebene Grundlage oder Substanz. Wenn sich die Geschlechterzugehörigkeit nicht ›natürlich‹ aus der Biologie ergibt, dann wird sie in kommunikativen Aushandlungsprozessen eben auch in Auseinandersetzung mit medialen Diskursen wiederhergestellt. Somit lassen sich auch alltägliche kulturelle Praktiken wie Medienthematisierungen als Handlungen analysieren, die weitgehend unhinterfragt vollzogen werden. Geschlechtliche Identitäten werden ständig in unseren alltäglichen Handlungen reproduziert und vereindeutigt. Judith Butler nennt diesen Prozess ›Performativität‹. Damit lassen sich sekundäre und primäre Medienthematisierungen, wie alle Gespräche, als ein ritualisiertes Zitieren, ein Wiederholen von Normen und ihren konstitutiven Ausschlüssen fassen.

aneignen, trägt die Sedimente vergangener Weltdeutungen schon in sich; darüber hinaus geschieht jede Erarbeitung der Welt dialogisch: indem über sie geredet wird; hier wird Gesellschaftlichkeit konkret« (Busse 1987: 24).

Für Butler ist Sprache ein Prozess der Rezitation oder Reiteration⁷³. Mit ihren Überlegungen zu performativen Akten bezieht sie sich auf die Sprechakttheorie John Austins. Austin führte 1955 in seinen sprachtheoretischen Überlegungen aus, dass Sprachhandlungen nicht nur dazu dienen, einen Sachverhalt zu beschreiben oder etwas zu behaupten, sondern mit sprachlichen Äußerungen stets auch Handlungen vollzogen werden. Etwas sagen heißt also etwas tun (vgl. Austin 2002: 63). Austins Sprechakttheorie verschiebt die Frage nach der ›Wahrheit von Aussagen‹ zur Frage nach den Effekten von Sprachakten. Es gilt demnach auch die verschiedenen Wirkungen sprachlicher Äußerungen zu unterscheiden: ob sie verletzend ist, uns zum lachen bringt, uns provoziert etc. (vgl. Engel 2002: 19).

Butler interessiert sich in ihrer Auslegung für die Konventionen, die dem Sprechakt seine Macht geben. Sie meint, dass performative Praktiken keine individuelle Angelegenheit sind, sondern »eine gemeinsame Erfahrung und jeweils ›kollektive Handlungen‹« (Butler 2002: 311). Der Sprechakt erhält seine Autorität nicht aus den einzelnen sprechenden Individuen, sondern aus Konventionen. »Der Sprecher ist nicht der Urheber des Sprechens, da das Subjekt in der Sprache durch einen vorhergehenden performativen Sprachgebrauch, die ›Anrufung‹, hervorgebracht wird« (Butler 1998: 61). Performative Äußerungen reflektieren gesellschaftliche Bedingungen nicht nur, sie reinszenieren diese Macht- und Herrschaftsverhältnisse immer wieder aufs Neue. Oder wie Butler sagt: »In dieser Perspektive ruft ein solches Sprechen ein strukturelles Herrschaftsverhältnis wieder auf bzw. schreibt es wieder ein und bietet damit die sprachliche Möglichkeit, diese strukturelle Herrschaft zu rekonstruieren« (Butler 1998: 33). Die diskursive Macht, die ein Sprechakt erzielen kann, erhält er aus dem ständigen Wiederholen von Normen und nicht aus einem wie auch immer verstandenen souveränen Subjekt.

Verschiedene Einstellungen und Erfahrungen sind nicht einfach gegeben, sondern durch performative Praktiken wie fernsehbegleitendes Sprechen alltäglich hervorgebracht. Ähnlich wie Stuart Hall geht Butler davon aus, dass eine kommunikative »Handlung, die man aufführt, der Akt, den man performiert, in gewissem Sinn ein Akt [ist], der schon eingesetzt hat, bevor man auf dem Schauplatz erschienen ist. Die Geschlechterzugehörigkeit ist daher ein Akt, der schon geprobt wurde, etwa wie ein Rollentext auch ohne die bestimmten Schauspieler weiter existiert, die ihn umsetzen, obgleich er zu jeder neuen Aktualisierung als Realität individuelle Schauspieler braucht« (Butler 2002: 312). Der Begriff der Performativität macht deutlich, dass wir es mit einer inszenierten

73 Mit dem Begriff der Reiteration bezieht sich Butler auf Derridas Sprachtheorie.

Konstruktion von Bedeutungen und Wirklichkeit zu tun haben (vgl. Butler 1991: 205). Das Aufführen von Geschlecht und Sexualität, die wiederholende Darstellung, welche die heteronormative Geschlechterzugehörigkeit erst verdeutlicht, ist für Butler aber, wie bereits beschrieben, nicht voluntaristisch beliebig. Als performative Praktik ist die Geschlechterzugehörigkeit wie die Heteronormativität eine resignifizierende Praxis, die durch disziplinierende, normalisierende und normierende Mittel im sozio-kulturellen Diskurs hergestellt wird (vgl. Butler 1995: 132 und 306).

Wenn die Aneignungsstudien also die übergeordnete Frage behandeln, »was wir eigentlich bei der Rezeption von Fernsehen machen« (Holly 1993: 137), dann ließe sich sagen: In primären und sekundären Medienthematisierungen wird Geschlecht immer wieder aufs Neue aufgeführt, bestätigt oder modifiziert. So gesehen sind Medienthematisierungen performative Akte der Herstellung von Geschlechterdifferenz und Heteronormativität. Indem »Männlichkeit« und »Weiblichkeit«, und damit verbunden auch Heterosexualität, durch kommunikative Akte inszeniert und wiederholt wird, werden in den Mediengesprächen immer wieder Geschlechternormen reproduziert und verändert und in diesem Prozess vergeschlechtlichte, heterosexualisierte Identitäten hervorgebracht.

In *Haß spricht* interessiert sich Butler neben den vergeschlechtlichenden Effekten der Sprache auch für ihre verletzenden Wirkungen. Für sie ist das Zitieren einer diskriminierenden Äußerung immer das Zitieren einer gesellschaftlich existierenden Diskriminierung (vgl. Butler 1998). Butler hebt hervor, dass der verletzende Diskurs materielle Effekte produziert, aber wenn ein Sprechakt immer nur inszeniert, was er benennt, dann wäre keine Veränderung von gesellschaftlichen Verhältnissen möglich. Butler wendet sich gegen diesen deterministischen Gedanken. Auch wenn die verletzenden und vergeschlechtlichenden Effekte der Sprache so funktionieren, dass sie ein untergeordnetes Subjekt konstituieren, sei damit nicht gesagt, dass diese Konstruktionen unverrückbar und fixiert seien (vgl. Butler 1998: 34). Der Reiterationsprozess beinhaltet immer eine räumliche und zeitliche (und damit historische) Dimension. Jede Wiederholung beinhaltet eine mehr oder weniger große Bedeutungsverschiebung, die nie genau dieselbe Bedeutung hat, als wenn sie in einem anderen Kontext zitiert wird; – und es sei daran erinnert: Kontext ist grenzenlos. »Als öffentliche Handlung und performativer Akt ist die Geschlechterzugehörigkeit keine radikale Wahl und kein radikales Projekt, das auf eine bloß individuelle Entscheidung zurückgeht, aber ebensowenig wird es dem Individuum aufgezwungen oder eingeschrieben, wie manche poststrukturalistischen Verschiebungen des Subjekts glauben machen wollen. Der Körper wird nicht passiv mit kulturellen

Codes beschrieben wie ein lebloser Empfänger gänzlich vorgegebener kultureller Beziehungen« (Butler 2002: 313). Hierin sieht Butler die Handlungsmacht der sprechenden Individuen, nämlich die Möglichkeit, Normen und Wirklichkeitskonstruktionen zu verändern.

Neben der Wiederholung wird hier der Begriff der Verschiebung bedeutend. Sprache und ihre Effekte können nie ganz und gar kontrolliert werden. »[W]enn eine Gesellschaftsstruktur für ihr Fortbestehen auf die Artikulation angewiesen ist, dann stellt sich die Frage ihres Fortbestehens gerade am Schauplatz der Artikulation. Ist also eine Artikulation denkbar, die diese Struktur aussetzt oder durch ihre Wiederholung im Sprechen untergräbt?« (Butler 1998: 35).

Als ein Beispiel⁷⁴ verweist Butler auf die Resignifizierung des Begriffs »queer«. Queer, früher ein diffamierender Terminus, wird im englischen und US-amerikanischen Sprachraum seit den frühen 1990er Jahren als (Selbst-)Bezeichnung verwendet. Damit wendet sich Butler gegen die Vorstellung, ein diskriminierender Begriff habe immer direkt eine verletzende Wirkung zur Folge. Sprachliche Handlungen bedeuten nicht an sich, sondern nur innerhalb spezifischer Kontexte. Einen Begriff in einen anderen Kontext einzusetzen heißt, ihn auf eine bestimmte Art und Weise zu verändern, und diese Verschiebungen können eine stabilisierende oder eine destabilisierende Wirkung haben.

Dabei stellt sich die Frage, welche Wirkungsmacht und welche Bedeutungen diese Verschiebungen haben können. Um sich dieser Frage nach der subversiven oder widerständigen Medienaneignung bezogen auf das Verhältnis von medialen Repräsentationen und den Gesprächen der Zuschauenden zu nähern, ist es wichtig, die jeweilige »Einflussmacht« der Handelnden zu berücksichtigen. Im gesellschaftlich-kulturellen Kampf um Deutungsmacht kommt den Gesprächen der Zuschauenden und dem Broadcast-Talk eine unterschiedliche Rolle und Kraft zu. Um dies näher zu umreisen, soll im Folgenden an Geschlechtertheorien angeknüpft werden, die sich mit dem Verhältnis zwischen öffentlichen und privaten Diskursen beschäftigen.

⁷⁴ Ihr Konzept der subversiven Wiederholung verdeutlicht Butler auch anhand von »gender performances« wie Travestie oder drag (vgl. insb. Butler 1991: 190ff; Butler 1995: 163ff).

Beharrungskräfte und Veränderungsmöglichkeiten

Bezogen auf die sich verändernde mediale Alltagskultur lässt sich, an Geschlechtertheorien anknüpfend, zeigen, wie Öffentlichkeit im Privaten und das Private im Öffentlichen wirksam ist. Die Debatten über ›Öffentlichkeit‹ und ›Privatheit‹⁷⁵ betreffen selbstverständlich auch die Bereiche der Medien und des Journalismus (vgl. z.B. Herrmann/Lünenborg 2001; Klaus/Röser/Wischermann 2001; Dorer/Geiger 2002a). Ein für die Fernseh- und Rezeptionsforschung produktives Konzept von Öffentlichkeit hat Elisabeth Klaus vorgeschlagen (vgl. Klaus 2001b). Anknüpfend an Jürgen Habermas, Hanna Arendt und deren feministische Rezeption (etwa durch Nancy Fraser) entwickelt sie ein 3-Ebenen-Modell⁷⁶ der Kommunikation, welches den Dualismus ›öffentlich/privat‹ zu überwinden sucht. In ihrem dynamischen, mehrschichtigen Modell unterscheidet sie mehrere Ebenen des Öffentlichen (vgl. Klaus 2001b: 21ff).

Einfache Öffentlichkeiten; sie sind dadurch gekennzeichnet, dass sich Kommunikation unvermittelt entwickelt, d.h., es handelt sich um informelle, alltägliche Gespräche. Bezogen auf die Kommunikation sind keine expliziten Regeln formuliert. Hier finden sich Gesprächsformen wie small talk, Klatsch, persönliche Gespräche, Medienthematisierungen (vgl. Klaus 2001b: 22).

Mittlere Öffentlichkeiten; sie haben eine lose Struktur, die festlegt, welche Aufgaben den Mitgliedern zukommt. Die Kommunikation ist nicht spontan, sondern folgt bestimmten Regeln. Für die einzelnen Mitglieder wird eine bestimmte Position festgelegt. Ein Beispiel für eine Gesprächsform der mittleren Öffentlichkeiten wäre der Vortrag, der den einzelnen unterschiedliche Rechte und Pflichten zuschreibt. Mittlere Öffentlichkeiten sind mit den einfachen Öffentlichkeiten vor allem über persönliche Kontakte und Freundschaften verbunden. Wichtig ist, dass die mittleren Öffentlichkeiten unterschiedliche Medien nutzen (Radio, Flugblätter, Internet, Zeitschriften etc.), um ihre Positionen zu publizieren und bekannt zu machen. Beispiele sind Vereine, antifaschistische, anti-rassistische Gruppen, Teile der Frauenbewegung. Hier sind aber auch die offiziellen Fanclubs angesiedelt (vgl. Klaus 2001b: 22f).

Komplexe Öffentlichkeiten; sie sind durch eine stabile, hierarchische Struktur gekennzeichnet. Ein Beispiel für die komplexen Öffentlich-

75 Es sei hier nur an das Diktum der zweiten Frauenbewegung ›das Private ist politisch‹ erinnert.

76 Vgl. auch die Einteilung von Patrick Donges und Kurt Imhof in Encounter-Ebene, die Themen- und Versammlungsöffentlichkeit und die massenmediale Öffentlichkeit (vgl. Donges/Imhof 2001).

keiten wären die institutionalisierten Medieninstitutionen wie das Fernseh- oder Hörfunksender. Hierzu zählt aber auch die Öffentlichkeitsarbeit von Regierung, Parlamenten, Parteien und großen Unternehmen. Sie haben ausgeprägte Möglichkeiten der technischen Vermittlung, die es ihnen ermöglicht, Meinungen an ein disperses Publikum zu übermitteln. Bezogen auf die Kommunikation ist eine Rückmeldung nur über einen anderen Kanal möglich (vgl. Klaus 2001b: 23).

Die Teilöffentlichkeiten sind hierarchisch angeordnet. Sie bilden Öffentlichkeit, welche Klaus als »Verständigungsprozess der Gesellschaft über sich selbst« (Klaus 2001b: 20) definiert. Zwischen den verschiedenen Ebenen der Öffentlichkeit findet ein kontinuierlicher Austausch statt. Die in den einfachen und mittleren Öffentlichkeiten verhandelten Themen reichen bis in den Bereich der komplexen Öffentlichkeiten hinein. Dementsprechend sei das alltägliche Sprechen kein »privatistisches, rein intimes Vergnügen, sondern reproduziert oder verändert soziale Ordnung« (Klaus 2001b: 20). Kurz gesagt: »Auch im Privaten wird Öffentlichkeit mitgestaltet, hergestellt und verwirklicht« (Klaus 2001b: 20). Umgekehrt reichen die in den komplexen Öffentlichkeiten thematisierten Sachverhalte bis in die einfachen und mittleren Öffentlichkeiten hinein. Mediale Diskurse entfalten ihre gesellschaftliche Wirkungskraft aber erst dann, wenn sie von den Rezipierenden in ihren Alltag eingebaut werden.⁷⁷ Auf diese Weise erzielen mediale Repräsentationen ihre realitätskonstituierende Wirkung, etwa indem sie Einfluss auf bestimmte Einstellungen und damit zusammenhängende Handlungsoptionen nehmen.

Ein Beispiel hierfür sind die Zuschauerreaktionen auf den Stromboykott in der LINDENSTRASSE. 1990 kämpfte der Umweltaktivist Benny Beimer (Christian Kahrman) in der Serie gegen Atomkraftwerke. In »Boykott« (Folge 257) ruft Benny dazu auf, am Sonntag, den 4. November 1990, um 19.00 Uhr den Strom für fünf Minuten abzuschalten. Während Benny sich in der Serie darüber freut, wie viele Nachbarn seinem Aufruf nachkommen, folgten auch bundesweit zahlreiche Zuschauer*innen der LINDENSTRASSE dem Boykottaufruf und schalteten den Strom ab (vgl. hierzu Pressestelle WDR 2000: 67; Dörner 2001: 177f). Es sind also die einfachen Öffentlichkeiten, die über die alltagsweltliche Relevanz der Repräsentationen bestimmen, die ihre Bedeutungen und die Wirkungen von Fernsehthemen festlegen. Die mittleren Öffentlichkeiten greifen die Themen der einfachen Öffentlichkeiten auf, verallgemeinern

77 Auf diese Wirkungsweisen von Medienthematisierungen hat auch Angela Keppler in ihrer grundlegenden Studie über familiäre Tischgespräche hingewiesen, in der sie nach der Einbindung von Medienprodukten in Alltagsgespräche fragt (vgl. Keppler 1994).

diese und stellen sie der Institution Fernsehen zur Verfügung (vgl. Klaus 2001b: 22 und 24). Mit ihren Gesprächen machen sich die Rezipierenden die medial angebotenen und verbreiteten Themen verfügbar, gleichwohl haben die alltäglichen Gespräche auch einen öffentlichen, gesellschaftsformenden Charakter. Medialität und Medienthematisierungen stellen demnach einen bedeutenden Faktor bei der alltäglichen Wirklichkeits- und Bedeutungskonstruktion dar. Medialität konstruiert die soziale Wirklichkeit und im Sinne einer auch kommunikativen Aneignung konstruiert die soziale Wirklichkeit die Medialität selbst.

Wenn Öffentlichkeit und Privatheit in diesem Sinne als miteinander verschränkte Prozesse verstanden werden, dann sind wir wieder bei der Frage nach der strukturellen ›Macht der Medien‹ und der individuellen ›Handlungsmacht des Publikums‹ angelangt. Schließlich sind, wie Klaus beschreibt, die verschiedenen Ebenen der Öffentlichkeit hierarchisch angeordnet. So unterliegen die einfachen Öffentlichkeiten der Alltagsgespräche aufgrund des Umstands, dass sie nur wenige Menschen erreichen, einer eindeutigen Beschränkung hinsichtlich ihrer Einflussnahme auf gesellschaftliche und politische Diskurse: »Im kulturellen Kampf um gesellschaftliche Deutungsmacht haben komplexe Öffentlichkeiten weit mehr Gewicht als mittlere Öffentlichkeiten und diese wiederum können ihren Interessen eher Ausdruck verleihen als einfache Öffentlichkeiten. Den gesellschaftlichen Machtverhältnissen entgegenlaufende Diskurse und Positionierungen finden deshalb am ehesten auf der einfachen Ebene von Öffentlichkeit Ausdruck, haben aber zu den komplexen Öffentlichkeiten nur einen reduzierten Zugang. Dann ist es durchaus möglich, dass populäre Medienprodukte von ihren RezipientInnen regelmäßig widerständig angeeignet werden, [...] ohne dass dies notwendig zu gesellschaftlichem Wandel führt. Solange auf der Ebene komplexer Öffentlichkeiten dominante Bedeutungen und hegemoniale Diskurse unverändert transportiert werden, entfalten widerständige Diskurse beispielsweise von Fangruppen keine gesellschaftsverändernde Kraft« (Klaus 2001b: 25).

Das heißt, Gespräche über das, was wir im Fernsehen sehen, führen nicht automatisch zu (tiefgreifenden) gesellschaftlichen Veränderungen – um dies zu ermöglichen, müssten solche Diskussionen auf der Ebene der mittleren Öffentlichkeiten eingebracht werden, weil diese mehr Macht haben, ihren Interessen Ausdruck zu verleihen (vgl. Klaus 2001b: 29). Als ein Beispiel nennt Klaus die feministische Bewegung. Hier erweitert sich auch der Blick auf die von Butler beschriebenen resignifizierenden Praktiken. Die Bedeutungsverschiebung des Begriffs ›queer‹ erhält seine verschiebende und irritierende Wirkung darüber, dass er im Kontext der queeren Bewegung, einer mittleren Öffentlichkeit, reartikuliert wurde.

Zu fragen wäre damit auch, ob die Zuschauenden überhaupt an einer kritischen Reartikulation interessiert sind. Denn, darauf hat Veronika Vasterling in ihrer kritischen Auseinandersetzung mit Butler hingewiesen, um verstehen zu können, ob der Reiterationsprozess kritische Handlungsmöglichkeiten eröffnet, müssen die Veränderungen von den Sprechenden Person zumindest ein Stück weit intendiert sein (vgl. Vasterling 2001: 139). Sonst handelt es sich lediglich um nicht-intendierte Effekte einer sozialen Aktivität, die sich auf andauernde Kontextveränderungen zurückführen lassen. Vasterling geht es nicht darum, in eine voluntaristische Vorstellung zu verfallen, die davon ausgeht, die Individuen agieren rein rational und zielgerichtet. Auf der anderen Seite will sie auch keine deterministische Position vertreten. »Eine notwendige Voraussetzung für die Handlungsfähigkeit ist, wie schon angedeutet, die Intentionalität, das heißt, dem Subjekt sind die Bedeutungen, die es vermitteln will, die Ziele, die es anstrebt usw., mehr oder weniger klar. Die Kontrolle des Subjekts über die Herstellung von Bedeutung ist jedoch [...] beschränkt. [...] Das Subjekt befindet sich ja immer schon in einer Sprache mit gefestigten Bedeutungskonventionen« (Vasterling 2001: 139f). Hier sind den Einzelnen allerdings Handlungsmöglichkeiten gegeben. Bezogen auf das Fernsehen können die Zuschauenden zum Beispiel hegemoniale Geschlechterinszenierungen, wie sie die LINDENSTRASSE anbietet, untergraben und verändern. Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Sprechenden selbst bestimmen können, welche Bedeutungen ihre Worte in der Zukunft erhalten werden (vgl. Vasterling 2001: 140). Aus diesem Grund ist die Bedingung der Möglichkeit der sprachlichen Initiative bei Vasterling, ähnlich wie bei Klaus, auf genügend »kritische Masse« (Vasterling 2001: 140) angewiesen, um auf Dauer intervenierende Wirkungen entfalten zu können. Es könne zwar nicht »mit der Vergangenheit gebrochen oder die Zukunft beherrscht werden« (Vasterling 2001: 140), es ließe sich aber eine Veränderung herbeiführen, *wenn* die Initiative von anderen aufgegriffen werde. Vor diesem Hintergrund werde ich im folgenden Kapitel die hegemonialen Arbeitsweisen visueller Bilderwelten und die Möglichkeit, Bedeutungskonventionen zu verändern, diskutieren.

