

# Fernsehen als Institution des Geschichtenerzählens.<sup>1</sup>

## Symbolische Verständigung mit den Zuschauern

von *Lothar Mikos*

Der brasilianische Schriftstellers João Ubaldo Ribeiro hat seinem sehr erfolgreichen Roman „Brasilien, Brasilien“ folgendes Motto vorangestellt: „Das Geheimnis der Wahrheit ist folgendes: Es gibt keine Tatsachen, es gibt nur Geschichten“. Geschichten existieren jedoch eigentlich nicht als solche, sondern immer nur als erzählte. Wenn sich die erzählten Geschichten auf gesellschaftliche Bedeutungsgehalte beziehen und auf die Sinnhaftigkeit sozialen Handelns verweisen, dann haben wir es mit Mythen zu tun.<sup>2</sup> Mythen sind Erzählungen, in denen sich soziale Erfahrungen und persönliche Lebenserfahrungen manifestieren, sie sind Elemente gelebter Wirklichkeit.<sup>3</sup>

Erzählte Geschichten und Mythen sind in zweierlei Hinsicht von Bedeutung: Einerseits weisen Erzählungen, da sie sich auf erlebte Wirklichkeit (innere wie äußere) beziehen, einen engen Bezug zur Visualität auf, sowohl zu Erinnerungsbildern wie zu Vorstellungsbildern; andererseits stellen Erzählungen immer Interpretationen von Welt dar. Das erzählende Medium Fernsehen ist ähnlich dem Film ein audio-visuelles, das mit Tönen und Bildern erzählt. Als Teil des gesellschaftlichen Kommunikationsprozesses dient es der symbolischen Verständigung der Gesellschaft über sich selbst.

### 1. Fernsehen und Populärkultur

Das Fernsehen ist aus der Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Tag für Tag, Woche für Woche sitzen Millionen Menschen vor den inzwischen zahlreichen Programmen. Es wäre jedoch weit gefehlt anzunehmen, daß sie ausschließlich das Fernsehen nutzen. Die Fernsehnutzung steht neben zahlreichen anderen Gebrauchsweisen anderer Medien, vom Buch über den Film, Comic, Romanheft und Illustrierte bis hin zur traditionsreichen Zeitung. Fernsehen ist daher Teil des medialen Ensembles in der Gesellschaft. Es kann so als Form der populären Kultur angesehen werden. Unter „populärer Kultur“ werden hier alle massenhaft rezipierten Formen von Massenkommunikation und Freizeitindustrie verstanden, die von einer Minderheit für eine Mehrheit hergestellt werden. Populäre Kultur geht ein auf die Bedürfnisse, Wünsche und Sehnsüchte der Menschen, wie vermittelt sie auch

---

Dr. Lothar Mikos arbeitet als Journalist und Medienwissenschaftler und ist Dozent an der FU Berlin sowie an der Hochschule der Künste in Berlin.

- 1 Es handelt sich um die in einigen Punkten gekürzte und überarbeitete, im Abschnitt über Shows erweiterte, Fassung eines Vortrags vom April 1992, der auf dem Arbeitsgespräch der Katholischen Rundfunkarbeit zum Thema „Bildkraft und Erzählbedarf“ in Mainz gehalten wurde.
- 2 Vgl. Manfred Frank, *Der kommende Gott. Vorlesungen über die Neue Mythologie*, Frankfurt 1982, 107ff.
- 3 Vgl. Bronislaw Malinowski, *Der Mythos in der Psychologie der Primitiven*, in: ders., *Magie, Wissenschaft und Religion*, Frankfurt 1983, 77-129, 83.

immer erscheinen mögen, ohne sie einfach zu manipulieren: Sie ist in ihrer Bedeutung nicht festgelegt, die Menschen produzieren mit den Produkten der populären Kultur ihre eigenen Bedeutungen, die allerdings wieder von den Massenmedien aufgegriffen werden können. Die Massenmedien spielen damit eine entscheidende Rolle bei der Konstituierung von populärer Kultur. Der populären Kultur ist eine „populäre Ästhetik“ eigen, die auf der Anerkennung der Kontinuität kultureller Form und des alltäglichen Lebens sowie dem Wunsch nach Teilnahme und emotionalem Engagement beruht. Sie versucht zwischen Kunst und Leben einen Zusammenhang zu behaupten.<sup>4</sup>

Wesentliche Elemente populärer Ästhetik und populärer Kultur sind Unterhaltung, Spaß, Vergnügen, Erholung und Lust. Sie sind im Alltag und im Alltagsbewußtsein tief verwurzelt und dienen der gesellschaftlichen Bindung. Da sie auch sozialer Norm und Kontrolle unterliegen, können ihre Formen zur Identitätsstiftung von Individuen und sozialen Gruppen beitragen. Die Aneignung der Formen populärer Kultur ist Teil des Lebensstils und des Habitus der Menschen und geschieht somit im Rahmen der lebensweltlichen Bezüge und des kulturellen Kontextes.<sup>5</sup> Sich mit dem Fernsehen wissenschaftlich auseinanderzusetzen heißt, Kultur- und Lebensweltanalyse zu betreiben, die von der Dialektik von Produkten der populären Kultur und ihrer Rezeption als Aneignung durch handelnde Subjekte ausgeht. Darin liegt ihre hermeneutische Komponente. Diese Dialektik von Produkt/Werk und seiner Rezeption/Aneignung setzt nicht passive Rezipienten, sondern handelnde Subjekte voraus.

## 2. Fernsehen als Geschichtenerzähler und kulturelles Forum

Die Realität des Mediums Fernsehen ist eine doppelte: einerseits ist das Fernsehen aufgrund seiner unmittelbaren Präsenz und permanenten Verfügbarkeit Teil der alltäglichen Realität, eingebunden in die alltäglichen Handlungen – das ist die Realität *des* Mediums, andererseits konstituiert es mit seinen Programmen und Inhalten eine Fernsehrealität – das ist die Realität *im* Medium. Diese Realität im Medium ist im Fernsehen eine erzählte, sowohl Erzählform (Programm und Programmformen) als auch Erzähltes (Inhalt). Das Fernsehen ist eine Institution des Geschichtenerzählens<sup>6</sup> – Newcomb/Hirsch sprechen gar von einem der „Erzähl-Systeme“ der Gesellschaft<sup>7</sup> –, die über das Erzählen als Prozeß mit dem Alltagsleben der Zuschauer verwoben ist. Es ist damit sowohl Kommunikationsmedium als auch ästhetisches Objekt (Ausdrucksmittel), „mit dessen Hilfe Wirklichkeit erzählend dargestellt und dadurch zum Gegenstand unserer Reflexion werden kann.“<sup>8</sup>

- 
- 4 Pierre Bourdieu, *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*, Frankfurt 1984, 64ff.
  - 5 Lothar Mikos, *Fernsehen im Kontext von Alltag, Lebenswelt und Kultur*, in: *Rundfunk und Fernsehen* 40 (1992) 4, 528-543.
  - 6 David Thorburn, *Television as an Aesthetic Medium*, in: James W. Carey (ed.), *Media, Myths and Narratives. Television and the Press*, Newbury Park/Beverly Hills/London/New Dehli 1988, 48-66, 55.
  - 7 Vgl. Horace M. Newcomb/Paul M. Hirsch, *Fernsehen als kulturelles Forum. Neue Perspektiven für die Medienforschung*, in: *Rundfunk und Fernsehen* 34 (1986) 2, 177-190, 189.
  - 8 Ebd., 177.

Das Fernsehen kann als epische Form gesehen werden, in der sich die Totalität des gesellschaftlichen Lebens im Rahmen eines kulturellen Kontextes darstellt. Zugleich werden in den einzelnen Programmformen, die man in Anlehnung an Lukacs auch als die kleinen epischen Formen bezeichnen könnte<sup>9</sup>, Ausschnitte aus der Totalität des gesellschaftlichen Lebens präsentiert. Fast jeder Typus von Sendungen fungiert daher nach Newcomb/Hirsch „als Forum, auf dem sich wichtige kulturelle Phänomene thematisieren lassen.“<sup>10</sup>

Im Modus des Erzählens liegt eine der wesentlichen Verbindungen des Fernsehens mit der Alltags- und Lebenswelt der Zuschauer. In der Lebenswelt spielt das Erzählen als Moment des sinnhaften Aufbaus der sozialen Welt im Prozeß der symbolischen Verständigung eine wichtige Rolle. Im lebensweltlichen Sinnbildungsprozeß unterscheidet Gumbrecht die drei Operationen „Thematisieren“, „Interpretieren“ und „Motivkonstitution“.<sup>11</sup> Diesen drei Momenten des Sinnbildungsprozesses ordnet er drei anthropologisch konstante Diskursformen zu: erzählen, beschreiben und argumentieren. Durch Erzählen werden danach „die in subjektiven Bewußtseinsabläufen vollzogenen Thematisierungssequenzen kommunizierbar“, während die Beschreibung Interpretationen von thematisierten Wahrnehmungsgegenständen liefert, und in der Argumentation die intersubjektive Koordinierung von Handlungsmotiven geleistet wird. Die drei Diskursformen sind m. E. allerdings im Prozeß der Sinnbildung miteinander verwoben, so daß Handlungsmotive und Thematisierungssequenzen immer schon als interpretierte erscheinen. Erzählen ist somit immer zugleich ‚beschreiben‘ als ‚interpretieren‘ und ‚argumentieren‘. Nach Habermas dient die Erzählung „der Beschreibung von soziokulturellen Ereignissen und Gegenständen“.<sup>12</sup> Erzählen dient nicht nur im Alltag der handelnden Subjekte dem Transfer von Erlebnissen und Erfahrungen, sondern auch im gesellschaftlichen Diskurs. In diesem Sinn erfüllt das Fernsehen die Funktion eines „Barden“ der Gegenwartskultur, wie Newcomb/Hirsch es nennen. In seinen Erzählungen wird denn auch keine geschlossene Weltanschauung deutlich, wie es oft in den sog. ideologiekritischen Untersuchungen behauptet wird, sondern „eine Vielfalt von Lebensauffassungen“ und „Kommentierungen gesellschaftlicher Streitfragen“.<sup>13</sup> Das Fernsehen kommuniziert die intersubjektiven, gesellschaftlichen Thematisierungssequenzen, die im Rahmen des kulturellen Kontextes bedeutsam sind. In diesem Sinn ist das Fernsehen als Institution des Erzählens wesentliches Moment im Prozeß der symbolischen Verständigung der Gesellschaft über sich selbst.

Erzählen im audio-visuellen Medium Fernsehen geschieht allerdings nicht nur im Modus der Diskursivität. Fernsehen ist vor allem ein Bilder-Medium, das auch im Modus der präsentativen Symbolik Geschichten erzählt. Susanne K. Langer hat unter Rückgriff auf Cassirers Untersuchungen zum „mythischen Denken“

9 Georg Lukacs, *Die Theorie des Romans. Ein geschichtsphilosophischer Versuch über die Formen der großen Epik*, Darmstadt/Neuwied <sup>11</sup>1987, 40ff.

10 H. M. Newcomb/P. M. Hirsch (Anm. 7), 182.

11 Hans Ulrich Gumbrecht, *Erzählen in der Literatur/Erzählen im Alltag*, in: Konrad Ehrlich (Hg.), *Erzählen im Alltag*, Frankfurt 1980, 403-419, 408f.

12 Jürgen Habermas, *Theorie des kommunikativen Handelns* (2 Bde.), Frankfurt 1988, Bd. 2: 206.

13 Newcomb/Hirsch (Anm. 7), 182.

die Grundkonzeption eines nicht-diskursiven Symbolismus erarbeitet, den sie als präsentativen Symbolismus bezeichnet.<sup>14</sup> Bilder sind präsentative Symbolformen, die von den diskursiven der Sprache verschieden sind. Diese Form des Symbolismus ist nach Langer besonders für den Ausdruck von Ideen geeignet, „die sich der sprachlichen ‚Projektion‘ widersetzen“.<sup>15</sup> Musik und Kunst sind präsentative Symbolformen, die das Unsagbare in Töne oder Bilder setzen, und darüber auch Bedeutungen und Thematisierungssequenzen kommunizierbar machen, die sich der diskursiven, sprachlichen Symbolisierung entziehen. Allerdings können präsentative Symbole als bildliche Bedeutungsträger Eingang in die Sprache finden, als Metapher. Neben den von Langer erwähnten präsentativen Symbolformen Musik und Kunst, kann man jedoch die auf visueller Darstellung beruhenden Formen, wie Fotografie, Film und Fernsehen auch zu den Symbolformen rechnen, die in ihren bildhaften Elementen präsentativen Symbolcharakter haben. Bildliche Darstellung und Metaphorik sind wesentliche Mittel der symbolischen Kommunikation populärer Mythen. In präsentativen Symbolen wird nach Lorenzer Emotionsnalität artikuliert.<sup>16</sup> Sie sind Ausdruck sinnlich-symbolischer Interaktionsformen und fungieren als Mittler zwischen den bewußten Interaktionsformen, die sich in den sprachlichen Symbolen, der diskursiven Symbolik, ausdrücken, und den unbewußten Interaktionsformen. Den unbewußten Praxisformen und den Affekten stehen sie näher als die sprachlichen Symbole. Sie repräsentieren Erfahrungsbereiche, die nicht in Wörter gefaßt werden können.

„Die sinnlich-unmittelbaren Symbole stellen wegen ihrer größeren Nähe zu den unbewußten Praxisfiguren nicht nur die Repräsentanten für Gefühle und für nicht verbal artikulierbare Lebensbeziehungen, sondern sie sind näher auch den unbewußten Praxisfiguren verbunden, die nicht in Sprache aufgenommen werden können, weil sie den sozialen Normen widersprechen.“<sup>17</sup>

Diese präsentativen Symbole in den audio-visuellen Medien wie Film und Fernsehen bieten dem Publikum Übertragungsangebote und fungieren als Projektionsfläche für unbewußte Wünsche und Phantasien.<sup>18</sup> Sie sind symbolische Repräsentanzen von unbewußten Praxisfiguren, Gefühlen, Interaktionsformen, von in den verschiedenen Bewußtseinsebenen abgelagerten Erfahrungen und Erlebnissen, und haben als solche Ähnlichkeit mit Traumbildern. Diese Ähnlichkeit gründet in der Visualität, im hohen Symbolgehalt, im hohen Grad der Wunscherfüllung und in den symbolischen Repräsentanzen. Nach Lorenzer ist es Aufgabe der Künste, die unbewußten Praxisfiguren und Erlebniserwartungen in sinnlich-unmittel-

14 Susanne K. Langer, *Philosophie auf neuem Wege. Das Symbol im Denken, im Ritus und in der Kunst*, Frankfurt 1965.

15 Ebd., 99

16 Alfred Lorenzer, *Sprachzerstörung und Rekonstruktion. Vorarbeiten zu einer Metatheorie der Psychoanalyse*, Frankfurt 1973.

17 Alfred Lorenzer, *Tiefenhermeneutische Kulturanalyse*, in: Hans-Dieter König u. a., *Kulturanalysen*, Frankfurt 1986, 11-98, 59.

18 Vgl. Gunther Salje, *Film, Fernsehen, Psychoanalyse*, Frankfurt/New York 1980; Stefan Müller-Doohm, *Audiovisuelle Produktion von Emotionen – Sechs Thesen zur psychosozialen Wirkungsdimension der Massenkommunikation*, in: Bernd Schorb u. a. (Hg.), *Gewalt im Fernsehen – Gewalt des Fernsehens*, Sindelfingen 1984, 59-69.

bare Symbole zu überführen, „um so neue Lebensentwürfe in der sinnlichen Erfahrung zur Debatte zu stellen.“<sup>19</sup> Das Fernsehen als erzählendes Medium kann somit auch unbewußte Thematisierungssequenzen kommunizierbar machen.

Im Modus des Erzählens, bei dem sowohl auf diskursive als auch auf nicht-diskursive, präsentative Symbolformen zurückgegriffen wird, kommuniziert das Fernsehen bewußte und unbewußte Praxisformen, die sowohl gesellschaftlich als auch individuell bedeutsam sind. In den Symbolkonfigurationen des Fernsehens treten somit subjektiv wie intersubjektiv gesellschaftlich bedeutsame Thematisierungssequenzen vermittelt auf. Das Fernsehen als Institution des Erzählens gibt damit Auskunft über die Befindlichkeiten einer Gesellschaft und ihrer Mitglieder, über die vorhandenen Interaktionsformen, die gesellschaftlichen und sozialen Rituale und Praktiken, die zentralen Mythen und Mythologien etc. Bei seinen Erzählungen greift es auf allgemeinverständliche Symbole zurück, die tendenziell von der Mehrheit der Gesellschaftsmitglieder verstanden werden können, sowohl kognitiv als auch emotional. In diesem Sinn ist das Fernsehen sozusagen der „narrative Konsens“<sup>20</sup> einer Gesellschaft, wie zahlreiche andere populäre Medien auch. Die Medien als narrativer Konsens operieren im Zentrum des Lebens einer Gesellschaft, indem sie den kulturellen Kontext als gelebte soziale Praxis in symbolischer Form darstellen und damit kommunizierbar machen.

### **3. Fernsehgenres als ritualisierte Erzählformen**

Das Fernsehen bedient sich bei seinen Erzählungen ritualisierter Formen, den Programmtypen oder Genres. Genres sind Erzählkonventionen, die sich sowohl auf den Inhalt als auch auf die Form beziehen, als Standards der Erzählung sind sie muster- und strukturbildend. Muster entstehen vor allem durch Erfahrung; sie stellen „Organisationsformen sozialer Erfahrungen individueller Vergesellschaftung dar, denen orientierende ordnende Funktion zukommt“.<sup>21</sup> Sie organisieren in ihren sinnlich-unmittelbaren und mythischen Symbolen auch Elemente sozialer Erfahrung, die sich dem rationalen Zugriff entziehen. Die konventionellen Formen der Erzählung sind ästhetische Standards als Einheit von Muster und Struktur, Inhalt und Form. Sie korrespondieren mit auf sie bezogenen bestimmten Erwartungshaltungen und Aneignungsweisen des Publikums. In der ästhetischen Standardisierung der konventionellen Erzählformen, den Genres, gründet ihre Populärität, weil sie im narrativen Konsens intersubjektiv gültige Erfahrungszusammenhänge in symbolischer Form allgemeinverständlich kommunizierbar machen.

Genres sind also in den Prozeß gesellschaftlicher Kommunikation eingebunden und rekurrieren auf den kulturellen Kontext und die lebensweltlichen Bezüge des Publikums.

19 A. Lorenzer (Anm. 17), 60.

20 D. Thorburn (Anm. 6), 56f.

21 Christa Juretzka, Ästhetik und Standard. Zu ästhetischen Grundfragen massenkultureller und massenkünstlerischer Prozesse am Beispiel der Filmentwicklung und ausgewählter Genrefilme (Dissertation, 2 Bde.), Berlin (Ost) 1988.

Genres stellen als Einheit von Inhalt und Form ästhetische Strukturierungen populärer kultureller Produkte dar, die sowohl die Einzigartigkeit und Unterschiedlichkeit zwischen den einzelnen Erzählkonventionen ausdrücken und somit Abgrenzungen schaffen, als eben auch soziale Erfahrungen in ritualisierte Erzählformen und -strategien einbinden. Genres haben allerdings zeichenhaften Charakter. Die Erzählkonventionen fungieren als „Zeichen“ sozialer Erfahrungen, indem sie modale Phantasiewerte repräsentieren; sie verkörpern durchschnittliche Bedeutungsgehalte und bilden so die bewußten und unbewußten Thematisierungssequenzen nur an der Oberfläche ab.<sup>22</sup> Damit sind sie zwar allgemeinverständlich, doch mangelt es ihnen an semantischer Eindeutigkeit. Das verweist auf zwei wesentliche Eigenschaften der Erzählungen des Fernsehens: Intertextualität und Polysemie.

#### **4. Fernsehen, Intertextualität und Polysemie**

Fernseherzählungen als Texte sind keineswegs referenzlos. Als Elemente des gesellschaftlichen Kommunikationsprozesses stehen sie immer in Bezug zum verfügbaren Wissen über die Welt und den kulturellen Kontext, also zur Lebenswelt und Kultur. Sie bleiben als narrativer Konsens den lebensweltlichen Kontexten verhaftet und sind von ihnen abhängig.<sup>23</sup> Diese Abhängigkeit bezieht sich nicht nur auf den Text selbst, sondern auch auf die Aneignung der Texte durch das Publikum. Fernsehtexte stellen eine Art „intertextuelle Enzyklopädie“ (Eco) dar:

–“Wir haben Texte, die andere Texte zitieren, und die Kenntnis der zitierten Texte ist Voraussetzung für den Genuß des zitierenden Textes.”<sup>24</sup>

Der Genuß einer FernsehSendung hängt jedoch nicht nur von der Kenntnis der intertextuellen Bezüge ab. Auch ohne dieses Wissen ist Genuß möglich. Allerdings sind unterschiedliche Rezeptions- und Aneignungsweisen offenbar mit unterschiedlicher Kenntnis der intertextuellen Bezüge zu erklären. Fernseherzählungen stehen immer sowohl in Bezug auf sich selbst, weil sie in ihren Konventionen auf sich selbst als Genre verweisen, als auch in Beziehung zu anderen Texten wie Kritiken, Programmankündigungen und Klatschgeschichten in der Regenbogenpresse. Fiske nennt diese anderen Texte auch die sekundären Texte („secondary texts“).<sup>25</sup>

Die Beziehung zu den anderen Texten, wie auch zu dem „tertiären Text“, der Aneignung durch das Publikum, nennt Fiske auch die vertikale Intertextualität, während er unter horizontaler Intertextualität ihren referentiellen Charakter hinsichtlich des Genres, der Charaktere und des Inhalts versteht. Der referentielle Bezug der Fernsehtexte kann allerdings auch zu anderen Genres bestehen, indem z. B. Elemente des Western oder Krimis in Familienserien aufgenommen und verarbeitet werden. Horizontale und vertikale Intertextualität sind zentrale Eigen-

22 Vgl. Dieter Prokop, Faszination und Langeweile. Die populären Medien, Stuttgart 1979.

23 Vgl. J. Habermas (Anm. 12), Bd. 2: 573.

24 Umberto Eco, Die Innovation im Seriellen, in: ders., Über Spiegel und andere Phänomene, München/Wien 1988, 155-180, 165.

25 John Fiske, Television Culture, London/New York 1987, 108ff.

schaften von Fernsehtexten. Da der Sinn von Fernseherzählungen erst in der Übernahme des Erzählens in die eigenen lebensweltlichen und lebensgeschichtlichen Bezüge der Zuschauer entsteht, sollte man im Zusammenhang mit Fernsehsendungen auch nicht von einem Text sprechen, sondern von ihrer Textualität.<sup>26</sup>

Die zeichenhafte Konstruktion der Fernseherzählungen, ihr allgemeingültiger Charakter als narrativer Konsens, der auf durchschnittliche, allgemein verständliche Bedeutungsgehalte zielt, vollzieht sich im Spannungsfeld diskursiver und präsentativer Symbolik. Gerade auch in Verbindung mit den vielfältigen intertextuellen Beziehungen wohnt ihnen ein Bedeutungsreichtum inne, der sich semantischer Eindeutigkeit entzieht. Diese Mehrdeutigkeit oder Polysemie ist ein strukturelles Merkmal nicht nur des Fernsehens, sondern auch anderer populärer Medien, die sich an ein heterogenes Publikum richten. Als mehrdeutiger Text wird hier ein Text verstanden, „der mehrere, strukturell-systematisch verschiedene Bedeutungen hat“.<sup>27</sup> Die semantische Organisation des Textes erlaubt so verschiedene Interpretationen, die sich jedoch auf die gleiche Textoberfläche beziehen, mithin also auf die gleichen Bilder und Töne des Bildschirmes. Dieser Zusammenhang verweist bereits auf den dialogischen Aspekt der Fernsehkommunikation, da den „offenen“ Fernsehtexten nur Bedeutungen innewohnen, die sich erst im Akt der Aneignung insofern erschließen, als die Zuschauer ihnen Bedeutungen zuweisen als Ergebnis von Verstehensprozessen. Der Fernsehtext wird damit lediglich zum „Anlaß für eine Manifestation lebensweltlichen Wissens“.<sup>28</sup> Gleichzeitig wird der Aufwand für die Kommunikation im wesentlichen auf die Seite des Publikums verlagert. Pross hat dies mit dem Begriff der „Signalökonomie“ bezeichnet.<sup>29</sup> Der von Pross konstatierte „Bedeutungsschwund“ der Texte, der mit dem verringerten Aufwand auf Seiten der Produzenten einhergeht, ist allerdings eher als Mangel an semantischer Eindeutigkeit zu verstehen, der mit einer Vielzahl von Bedeutungen, die dem Text innewohnen, korrespondiert. Verringelter Signalaufwand, der sich in zeichenhafter Darstellungsweise ausdrückt, und Polysemie bedingen einander.

Fernsehtexte als Erzählungen und narrativer Konsens sind in den Prozeß gesellschaftlicher Kommunikation integriert. Sie sind also nicht Selbstzweck, sondern richten sich an ein Publikum. Silverstone unterscheidet dementsprechend auch zwischen der narrativen Struktur der Fernsehtexte und ihrer rhetorischen Struktur.<sup>30</sup> Die Rhetorik des Fernsehens besteht im wesentlichen aus den drei Dimensionen „image, look and voice“ (Bild, Blick und Stimme) und in der erzählerischen Integrierung dieser drei Dimensionen in die gesamte Erzählung bzw. die gesamte Sendung. Damit sind die beiden Ebenen benannt, auf denen sich Erzählung und Rhetorik bewegen: horizontal im Rahmen der Kohärenz der gesamten Erzählung, also auch zwischen den handelnden Charakteren und Persönlichkeiten einzelner Programme und des Gesamtprogramms; vertikal im Rahmen der „An-

26 Vgl. ebd.

27 Hans Jürgen Wulff, Mehrdeutigkeit als Problem der Fernsehtheorie (Vortragsmanuskript), Berlin 1990, 1.

28 Ebd., 9.

29 Harry Pross, Zwänge. Essay über symbolische Gewalt, Berlin 1981, 97ff.

30 Roger Silverstone, Television Myth and Culture, in: James W. Carey (ed.), Media, Myths and Narratives. Television and the Press, Newbury Park/Beverly Hills/London/New Dehli 1988, 20-47, 35.

sprache“ des Publikums, nicht eines konkreten Publikums, sondern der potentiellen Zuschauer. Horizontale und vertikale Ebene der Fernseherzählung sind miteinander verwoben und in jedem Moment der Erzählung gleichzeitig vorhanden. Insbesondere über die rhetorische Struktur wird die Gerichtetheit der Fernsehserzählungen auf und an ein Publikum deutlich, durch dessen Aneignung die Erzählung sich erst vervollständigt. Ein zentraler Aspekt der rhetorischen Struktur des Fernsehens ist die „direkte Ansprache“, die Intimität herstellt und die Zuschauer in die Fernseherzählung einbezieht, indem sie zum Fokus der televisionären Aufmerksamkeit wird. Die Intimität herstellende „direkte Ansprache“ ist jedoch kein auf das Medium Fernsehen und die Fernsehkommunikation beschränktes Phänomen. Wohl am deutlichsten wird die Beziehung zwischen Form der Ansprache und Intimität der miteinander Kommunizierenden im Brief. Wesentlich versteckter und komplexer sind die in den Erzählformen der Literatur enthaltenen Formen der Ansprache. Die Rhetorik des Fernsehens verringert die Distanz zwischen den Erzählungen des Mediums und den Zuschauern mit ihren Bedeutungszuweisungen und Verstehensleistungen, sie schließt die Erzähler, nicht nur Moderatoren, Nachrichtensprecher und Showmaster, sondern auch die handelnden Personen in der Werbung, in Serien und Filmen, und das Publikum in ein gemeinsames Universum des Erlebens und Erfahrens ein, in dem Fernsehen zum Moment des Alltagslebens wird.

## 5. Fernsehen als para-soziale Interaktion

Grundlegend für die Fernsehkommunikation wird damit ein interaktionistisches Konzept, das von der Interaktion der „personae“ des Fernsehens mit den Zuschauern ausgeht: das Konzept der para-sozialen Interaktion.<sup>31</sup> In der Rezeption des von Horton und Wohl entwickelten Ansatzes wird der Begriff der para-sozialen Interaktion meist sehr eng und moralisch verwässert verwendet. Medieninteraktion wird gewissermaßen als Ersatzhandlung für andere Interaktionsformen angesehen, para-soziale Interaktion wird demgemäß als Prozeß bestimmt, „durch den Rezipienten versuchen, *stellvertretende soziale Beziehungen* mit Medienpersönlichkeiten (Showmastern, Entertainern, Nachrichtensprechern) einzugehen“.<sup>32</sup> Diese Sichtweise verkennt den konstitutiven Charakter der para-sozialen Interaktion für die Fernsehkommunikation, die sich im Modus des Erzählens vollzieht. Horton und Wohl definieren sie als ein Simulakrum von Konversation, das man auch als zeichenhafte Erzählung bezeichnen könnte. Konstitutiv für die para-soziale Interaktion ist, daß der „performer“ als Personae in einer sozialen Rolle handelt, wie es seinem Rollenhandeln in primären sozialen Gruppen entspricht. Allerdings erfordert das Rollenhandeln im Medium eine Distanz zur Rolle, das „Als ob“ der ästhetischen Einstellung. Dieses ästhetische Rollenverhältnis ist dem „normalen“, habituellen Rollenverhalten, dem sozialen Rollenverhalten wesensgleich; es ist nur eine Spielart davon, die den allem Rollenverhalten eigenen Doppelcharakter, die Möglichkeit des freien Spiels zwischen konventioneller Rollenübernahme und „freier“ Interpretation, auf die Spitze treibt. Diese ästhetische Einstellung zur gespielten Rolle, gerade auch in der Möglichkeit der Interpretation, thematisiert „das

31 Donald Horton/R. Richard Wohl, Mass Communication and Para-Social Interaction. Observations on Intimacy at a Distance, in: Psychiatry 19 (1956) 215-229.

32 Michael Schenk, Medienwirkungsforschung, Tübingen 1987, 395, H.i.O.

Grundverhältnis von mitmenschlicher Rolle und Selbstsein<sup>33</sup>, indem durch den Interpretationsspielraum, der sich durch die Entäußerung an eine Rolle eröffnet, die Zwangsläufigkeit konventioneller Rollenübernahme kompensiert werden kann. Diese ästhetische Einstellung kann, wie Jauß bemerkt, zu allen beliebigen sozialen Rollen eingenommen werden, und ihr „Als ob“ bleibt oft im gesellschaftlichen Leben unbemerkt.

Ein Aspekt des gesellschaftlichen Lebens, in dem die ästhetische Einstellung weitgehend unbemerkt bleibt, ist die Fernsehkommunikation. Das ästhetische Rollenspiel in der para-sozialen Interaktion bleibt jedoch unvollständig, wenn nicht die anderen Komponenten, die Mit-Spieler und die Zuschauer, hinzutreten. Horton und Wohl gehen denn auch in ihrem interaktionistischen Konzept davon aus, daß die Personae sicher sein kann, daß die Interaktion zwischen ihm und dem Publikum von eben diesem Publikum, das für die Personae unsichtbar bleibt, vervollständigt wird.<sup>34</sup> Damit ist zweierlei für die Fernsehkommunikation entscheidend: Einerseits ist im Rollenspiel als rhetorischer Struktur des erzählenden Mediums das imaginierte, aber unsichtbare Gegenüber, das Publikum, präsent – gewissermaßen als televisionäre Variante des „impliziten Lesers“ (Iser), des „Lectors in fabula“ (Eco) oder des „Betrachters im Bild“ (Kemp); andererseits ist die Fernsehkommunikation als dialogische gedacht, die sich erst in der Interaktion des Publikums mit den Erzählungen des Mediums konstituiert.

In der Aneignung spielen lebensweltliche Bezüge und der kulturelle Kontext ebenso eine Rolle wie frühere Aneignungen von Fernseherzählungen und andere mit ihnen in Zusammenhang stehende „sekundäre Texte“ (Fiske) wie Programmankündigungen, Kritiken oder Klatschgeschichten in der Regenbogenpresse. Die Lebenswelt und Kultur der Zuschauer ist selbst ein Netz intertextueller Bezüge, die auf in erzählten Geschichten thematisierte Erfahrungen, die sich in verschiedenen manifesten Texten verdinglicht haben, verweisen. Der Habitus und Lebensstil der Zuschauer in Verbindung mit ihrer Lebenswelt und ihrer Kultur als symbolische Praxis generiert ein intertextuelles Bezugssystem, das in der Aneignung von Fernseherzählungen aktiviert wird. Im Rezeptionsprozeß werden somit auch lebensweltliche Bezüge und lebensgeschichtliche Erfahrungen aktiviert. Sie verweisen gewissermaßen auf die soziale Einbindung der Medienaneignung in den nicht-medialen intertextuellen Bezügen. Zugleich gehen Fernseherzählungen wieder in die Textualität der Lebenswelt ein. In den alltäglichen Gesprächen am Arbeitsplatz, in Schule, Kneipe, Schwimmbad oder beim abendlichen Essen im Familienkreis werden immer wieder Fernseherlebnisse thematisiert. Zudem gehen Fernseherzählungen und daraus bekannte Personen als Gleichnis und Metapher in zahlreiche Alltagserzählungen ein. Diese Einbindung des Fernsehens in die orale Kultur vollzieht sich vor allem über das Medium Klatsch, das im Alltag eine bedeutende soziale Funktion hat, indem es zur Stabilisierung von Gruppenidentitäten beitragen kann. Im Klatsch über Medienereignisse und Charaktere aus Fernseherzählungen zeigt sich eine aktive Beziehung der Zuschauer zu den Fernseherzählungen. Zugleich bindet es sie über gemeinsame Fernseherlebnisse zur Fernsehge-

33 Hans-Robert Jauß, Ästhetische Erfahrung und literarische Hermeneutik, Frankfurt  
‘1984, 227.

34 D. Horton/R. R. Wohl (Anm. 31), 228.

meinde zusammen und führt, da beim Klatschen lebensweltliche Bezüge eine große Rolle spielen, zur Integration der Fernseherzählungen in den nicht-medialen Alltag, der so u. a. von intertextuellen Bezügen zu medialen Erzählungen geprägt ist.

## 6. Fernsehaneignung als Basteln eigener Geschichten

Nicht nur die strukturelle Eigenschaft der Polysemie von Fernsehtexten, sondern auch die unterschiedliche Kenntnis horizontaler intertextueller Bezüge und sekundärer Texte in Verbindung mit dem konkreten lebensweltlich bedeutsamen Wissen der Zuschauer sind wesentliche Voraussetzungen der Polyinterpretabilität von Fernseherzählungen. Auch wenn die „Textoberfläche“ der Fernseherzählungen identisch ist, weisen ihnen verschiedene Zuschauer doch unterschiedliche Bedeutungen zu. Im Rezeptionsprozeß sind die Zuschauer dahingehend aktiv, daß sie aus den Bausteinen der Fernseherzählungen, den Bausteinen aus den horizontalen und vertikalen intertextuellen Bezügen sowie aus ihren eigenen unbewußten Wünschen, ihren Phantasien und ihren Bedürfnissen, die in der Aneignung der Fernseherzählungen aktualisiert werden, einen eigenen Text basteln. In der konkreten Rezeption am betreffenden Fernsehabend ebenso wie in der Folgekommunikation im Alltag, basteln die aktiven Konsumenten/Zuschauer ihre eigenen Geschichten, und sie benutzen das Material der Fernseherzählungen, um eigene handlungsleitende Themen in alltäglichen Interaktionssituationen auszudrücken.

Bachmair hat im Spiel von Kindern die „Medienspuren“ aufgesucht und herausgearbeitet, wie Szenen und Material aus den im Fernsehen gesehenen Sendungen Eingang in die Spiele der Kinder finden.<sup>35</sup> Die Kinder verwenden bei ihren Spielen Versatzstücke nicht nur aus dem Fernsehen, sondern auch aus anderen Medien, mit denen sie umgehen und deren mediale Herkunft oft auf den ersten Blick gar nicht ersichtlich ist, weil sie ihrer ursprünglichen Intention beraubt sind. Darüberhinaus werden im Spiel aber auch konkrete Medienzitate verwandt, die für eine effektvolle Inszenierung des Spiels eingesetzt werden. Die Assoziationen, für die das szenische Arrangement des Spiels einen Freiraum bietet, sind mit dem Medienmaterial, mit aktuellen Fernseherlebnissen verwoben. Ähnlich gehen Fernsehzuschauer generell mit den Fernseherzählungen um. Die Zuschauer/Bricoleure benutzen das Fernsehmaterial in alltäglichen Interaktionssituationen, um damit anderes, nämlich handlungsleitende Themen<sup>36</sup> zu kommunizieren, um mit dem Material Gruppenprozesse zu verdeutlichen und es als identitätsstiftende Zeichen einzusetzen, um es in der oralen Kultur als Klatschmaterial einzusetzen, das auch wieder soziale und/oder Gruppenidentität stiftet. Mit dem Material aus den Fernseherzählungen als symbolischen Formen der Weltaneignung wird in Verbindung mit den an ihnen aktualisierten Elementen der eigenen lebensgeschichtlichen Erfah-

35 Ben Bachmair, *Symbolische Verarbeitung von Fernseherlebnissen in assoziativen Freiräumen* (2 Bde.), Kassel 1984.

36 Vgl. Ben Bachmair, *Ethnomethodologie als handlungstheoretische Grundlage einer Didaktik der Kommunikation*, in: *Bildung und Erziehung* 32 (1979) 3, 229-240; Michael Charlton/Klaus Neumann, *Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse der strukturanalytischen Rezeptionsforschung – mit fünf Falldarstellungen*, München/Weinheim 1986.

rungen Identität ausgehandelt, sowohl persönliche als auch Gruppenidentität im Rahmen der normativen Bereichsabgrenzungen des alltäglichen Handelns. Die Bastelei mit Fernsehmaterialien stellt so eine Form von Kulturarbeit dar, die zur Reproduktion von Gesellschaft beiträgt. Aufgrund der gegenwärtigen gesellschaftlichen Tendenzen, in denen objektiver Sinn knapp wird und der subjektive Aufwand an Sinn-Generierung komplementär zunimmt, bekommt Medienhandeln als intellektuelle und handwerkliche Bricolage eine zunehmende Bedeutung für die Rekonstituierung von Individual- und Gruppenidentitäten.

Es sind jedoch auch diese Gruppenidentitäten, die das taktische Medienhandeln wiederum beeinflussen, so daß die handelnden Subjekte in der dialogischen Auseinandersetzung mit den Fernseherzählungen neben der Aktualisierung lebensgeschichtlicher Erfahrungen auf die normativen Bereichsabgrenzungen von Interpretationsgemeinschaften zurückgreifen. Das verweist auf den kulturellen Kontext, der den Rahmen für die Bedeutungszuweisungen und die Relevanzstrukturen für die Interpretation von Fernseherzählungen liefert. Interpretationsgemeinschaften geben dem Individuum Interpretationsraster an die Hand, mit dem die durch Polysemie und Intertextualität angelegte Mehrdeutigkeit der Fernseherzählungen leichter in einen kohärenten Prozeß sozialer Handlungen und Interpretationen mit intersubjektiven Übereinstimmungen integriert werden kann. Der Sinn medialer Kommunikationsereignisse entsteht so erst in der sozialen Sphäre, in der die Medientexte ihre pragmatische Anwendung erfahren. Die Interpretationsgemeinschaften, die den Individuen Interpretationsraster und Anleitungen für Umgangsweisen mit den Medien liefern, binden das möglicherweise vereinzelt vor dem Bildschirm sitzende Subjekt nicht nur an allgemeine lebensweltliche Bezüge, sondern an seine konkrete soziale Praxis zurück. Jede individuelle Rezeption von Fernseherzählungen ist so immer sozial vermittelt, nicht nur aufgrund der Aktualisierung lebensgeschichtlicher Erfahrungen, sondern auch aufgrund aktueller sozialer Beziehungen und Situationen, in die die Zuschauer/Konsumenten eingebunden sind. Ihre Sinn-Bricolage ist so auch nicht ausschließlich individuell bestimmt, denn Sinnkonstitutionen und Bedeutungszuweisungen sind immer nur für Individuen möglich, „die durch allgemeine Lebensbedingungen verbunden sind“<sup>37</sup> und deren allgemeine Lebensbedingungen sich in manifester sozialer Praxis konkretisieren.

Fernsehen als kulturelles Phänomen ist nur in der Dialektik von Erzählung bzw. Erzählform und Interpretation zu verstehen, mithin als Kommunikationsform, in der ein symbolischer Austausch zwischen dem Medium Fernsehen und den Zuschauern stattfindet.

Vor diesem Hintergrund eines dialogischen Verständnisses der Fernseh-kommunikation sind die folgenden Ausführungen zu den Merkmalen von Familienserien und Fernsehshows zu sehen. Dazu wurden die Ergebnisse eines Projekts zu Familienserien im Fernsehen herangezogen.<sup>38</sup> Die Überlegungen zu den struk-

37 Michail M. Bachtin, Die Ästhetik des Wortes, Frankfurt 1979, 356.

38 Vgl. Lothar Mikos, „Es wird dein Leben!“ Familienserien im Fernsehen und im Alltagsleben der Zuschauer. Eine qualitative Studie zur Bedeutung von Fernsehserien im lebensweltlichen Kontext am Beispiel von Dallas, Denver-Clan, Lindenstraße und Schwarzwaldklinik, Dortmund 1993.

turellen Aspekten von Fernsehshows entstammen einem andauernden Diskussionszusammenhang mit Hans Jürgen Wulff zu Problemen der Analyse und Beschreibung von Fernsehunterhaltung.<sup>39</sup>

## 7. Das Beispiel Fernsehserie

In formaler Hinsicht können drei Arten von Fortsetzungsgeschichten, die im allgemeinen unter dem Sammelbegriff Serie fungieren, unterschieden werden<sup>40</sup>: Mehrteiler oder Mini-Serien, die eine abgeschlossene Geschichte erzählen; Reihen (series), in denen einzelne Episoden aus dem Leben der Heldinnen und Helden erzählt werden; schließlich die eigentlichen Serien (serials), in denen eine Geschichte erzählt wird, die offen, zukunftsorientiert und prinzipiell unabgeschlossen ist – natürlich nur, solange sie im Programm auftaucht und die Autoren nicht aus Gründen sinkender Einschaltquoten doch noch ein (meist vorläufiges) Ende in die Geschichte schreiben. In der Reinheit dieser Unterscheidung erscheinen sie zwar nur selten auf dem Bildschirm, vielfach sind es Mischformen. Die Unterscheidung ist dennoch wichtig, weil sich erst aus der Kombination der verschiedenen Formen mit verschiedenen Inhalten das Genre ergibt.

Im Programm des Fernsehens gibt es verschiedene Genres, die sich formal an der Struktur von Serie, Reihe oder Mehrteiler orientieren. Reihen sind eine beliebte formale Struktur in Genres, in denen einzelne Heldinnen oder Helden sowie Gruppen im Mittelpunkt stehen, die im Verlauf einer Folge abgeschlossene Episoden erleben. In der Kombination von Form und Inhalt ergeben sich Genres wie die Polizei- oder Detektivreihe, die Hotelreihe, die Krankenhaus- oder Arztreihe, die Anwaltsreihe, die Abenteuerreihe, die Tierreihe etc. Hier gibt es ebensoviel Genres wie thematische Möglichkeiten. Bei Serien ist das anders. Zwar sind aufgrund der auf Endlosigkeit angelegten Erzählung eine Vielzahl einzelner Themen möglich, aber nur ein Thema hat tatsächlich Seriencharakter und ist mit der formalen Struktur der Serie verknüpfbar: die Familie. Familie wird hier allerdings nicht in einem empirischen sozio-demographischen Sinn, sondern in einem psychoanalytischen Sinn als Interaktionsform verstanden, die ihren Ursprung in der Mutter-Kind-Beziehung hat. Während es also zahlreiche Reihengenres gibt, gibt es nur ein Seriengenre, die Familienserie, denn nur im Rahmen der Familienbeziehungen ist eine Entwicklung der quasi unendlichen Geschichte möglich, weil das Familienleben der Serienfamilien ebenso zyklisch abläuft wie das der Zuschauer. Das Genre kann demnach folgendermaßen definiert werden:

Eine Familienserie ist ein narratives Genre, in dem eine oder mehrere Familien im Mittelpunkt stehen. Die Familien sind an einen Ort, die Heimstatt der Familie, gebunden. Das Leben der Familien verläuft zyklisch und ist zukunftsorientiert, also prinzipiell nicht abgeschlossen. Zentrales Element der Erzählung sind die

<sup>39</sup> Vgl. Lothar Mikos/Hans Jürgen Wulff, Höhepunkte des „Fernsehalltags“. Zur Analyse von Unterhaltungsshows (I), in: *Medien Praktisch* 13 (1989) 4, 60-62; Lothar Mikos/Hans Jürgen Wulff, Höhepunkte des „Fernsehalltags“. Zur Analyse von Unterhaltungsshows (II), in: *Medien Praktisch* 14 (1990) 1, 61-63.

<sup>40</sup> Vgl. Muriel G. Cantor/Suzanne Pingree, *The Soap Opera*, Beverly Hills/London/New Dehli 1983; Lothar Mikos, *Fernsehserien. Ihre Geschichte, Erzählweise und Themen*, in: *Medien + Erziehung* 31 (1987) 1, 2-16.

familialen Interaktionsstrukturen, die sich aus den Beziehungen der einzelnen Familienmitglieder untereinander und den Beziehungen zu anderen Familien oder sonstigen dritten Personen ergeben. Dabei spielen glückliche wie tragische Momente, Konflikte und Probleme eine entscheidende Rolle. Das Leben der Serienfamilien kann in diesem Sinn als soziales Drama bezeichnet werden. Im Rahmen der unendlichen, zukunftsorientierten Familiengeschichte als Seriengeschichte machen die Mitglieder der Familie Entwicklungen durch, so daß sie eine eigenständige Serienbiographie entwickeln, die sich ausschließlich im Rahmen der Serie entfaltet, sei es in Handlungen oder in Erzählungen der Protagonisten von Handlungen. Entscheidendes Moment von Familienserien ist, daß alle Handlungen der Protagonisten erst in Bezug auf die Familie Sinn machen.

In den Rahmen einer Familienserie sind jedoch zahlreiche Elemente aus anderen Genres integrierbar, Polizeigeschichten ebenso wie Krankengeschichten, denn schließlich können die Mitglieder der Familie(n) in alle möglichen Situationen geraten. Umgekehrt kann jedes Reihengenre auch mit Elementen der Familienserie angereichert werden, insofern als familiäre Interaktionsstrukturen, in die die Helden oder der Held eingebunden sind, sich durch die einzelnen Folgen mit abgeschlossenen Episoden als Nebenhandlung ziehen können. Doch prinzipiell gilt, daß nur die Familiengeschichten aufgrund der strukturellen Gegebenheiten der familialen Interaktionsstrukturen Seriencharakter aufweisen können. Familienserien können jedoch nach Art und Weise ihrer Produktion und Senderhythmen unterschieden werden. Die klassische Soap Opera, die am Nachmittag ausgestrahlt wird, und in deren Mittelpunkt einzelne Episoden des Lebens einer Helden stehen, gehört ebenso zum Genre der Familienserie wie die wöchentlich gesendeten Prime-Time-Serials wie Dallas oder der Denver-Clan. Zum Genre der Familienserie als Form-Inhalt-Kategorie können also verschiedene Serientypen wie Telenovela, Daytime-Serial, Prime-Time-Serial etc. zählen, die nach Produktionsart, Sende-rhythmus, Erzählweise, Dramaturgie und Ästhetik unterschieden werden können. Im Mittelpunkt der Familienserie steht ein populärer Mythos nicht nur moderner Gesellschaften: die Familie als Basis des sozialen Lebens. Die Darstellung von Familien in den Familienserien ist so einerseits vom Mythos Familie geprägt und andererseits – aufgrund der konkreten Handlungen der Familienmitglieder und den sich daraus ergebenden familialen Interaktionsstrukturen – auch von sozialen Topoi wie „Auch in reichen Familien gibt es Probleme“, „Geld allein macht nicht glücklich“ oder „Lügen haben kurze Beine“ etc. bestimmt. Mythische Erzählungen, wie die der Familie, bilden immer wieder den Stoff, aus dem populäre Erzählungen sind. Neben dem zentralen Mythos der Familie tauchen in den Familienserien zahlreiche andere moderne wie klassische Mythen in neuem Gewand auf. In den amerikanischen Serien sind es die mit dem „american way of life“ verbundenen Mythen ebenso wie der Mythos Stadt oder auf biblische Geschichten rekurrierende Mythen wie z. B. die Geschichte der verfeindeten Brüder nach Kain und Abel.<sup>41</sup> Familienserien haben so generell mythischen Charakter. Und dieser darf als typisches Merkmal des Genres gelten, weil er sich aus der Kombination von Form und

41 Vgl. Lothar Mikos, Von der Ponderosa zur Southfork-Ranch, in: Harry u. Wolfgang Nutt (Hg.), *Teils brüderlich ... Brudergeschichten, Bruderbegriffe, Bruderbeziehungen*, Berlin 1989, 39-47 (auch in: Harry u. Wolfgang Nutt (Hg.), *Brüderlein fein. Geschichten über ein schwieriges Verhältnis zwischen Männern*, Reinbek 1991, 57-69).

Inhalt ergibt. Bereits Levi-Strauss hat darauf hingewiesen, daß dynamische Gesellschaften versuchen, mythische Strukturen durch die Dialektik von Einzelnen und Dauerndem aufrechtzuerhalten.<sup>42</sup> Gerade diese Dialektik ist es, die sich im Genre der Familienserien wiederfindet. Das Prinzip der Wiederholung gleicher Grundmuster wie Orte, Personen, Ambiente und teilweise auch zwanghafter Handlungsmuster der Protagonisten (entsprechend dem aus der Psychoanalyse bekannten Wiederholungszwang), ist verbunden mit dem Prinzip der einzigartigen, unwiederholbaren Handlungen der Protagonisten, die die Geschichte in ihrer Zukunftsorientierung vorantreiben. Eco hat das Prinzip der Serien als das der Dialektik von Wiederholung/Schema und Innovation oder Ordnung und Neuheit beschrieben.<sup>43</sup> In dieser Dialektik sieht Eco ein wesentliches Element jeder künstlerischen Tätigkeit. Zugleich ist es ein wesentliches Element des Alltags, der aus Routine und Ritualen ebenso besteht wie aus den kleinen Innovationen und Veränderungen der Ordnung. Die Dialektik von Ordnung/Schema und Innovation bzw. Einzelnen und Dauerndem stellt in ihrer Serialität immer auch eine Abstraktion vom Konkreten dar. Die Serie als Prinzip ist damit immer zugleich Metakommunikation, weil sich das individuell Besondere als Allgemeines darstellt, und damit seine Strukturprinzipien offenbart. Dies ist u. a. ein wesentliches Moment künstlerischer Produktion, sei es in der seriellen Musik oder in der seriellen Produktion von Bildern und Gemälden, wie sie Andy Warhol betrieben hat, der nach Buchloh „das Prinzip der Serie und die an der Wiederholung des Gleichen orientierte Art der Präsentation als entscheidend wichtige ästhetische Strategien begriffen hat“.<sup>44</sup> Erst in der seriellen Aneinanderreihung der Campbell-Suppendosen verschwindet ihre individuelle Besonderheit zugunsten ihrer gesellschaftlichen Bestimmtheit. Zugleich liegt im Prinzip der Serialität auch ein Moment von Ritualisierung und Routine, das dem Alltagsleben ähnelt.

In den Familienserien des Fernsehen verschwindet die Individualität der Protagonisten hinter mythischen Elementen und gesellschaftlich determinierten familialen Interaktionsstrukturen. Familienserien sind somit immer zugleich Metakommunikation über das Familienleben, nicht nur der Protagonisten, sondern auch des Publikums. In diesem Sinn manifestieren sich in den Familienserien unbewußte Wünsche, Phantasien und Bedürfnisse der Zuschauer, weil sich im zentralen Mythos Familie und in den sich aus den Handlungen der Protagonisten ergebenden familialen Interaktionsstrukturen allgemeine Strukturprinzipien gesellschaftlichen Lebens offenbaren, die auf allgemeinen Mustern sozialer Erfahrung beruhen. Zugleich kommt es in einzelnen Serienfolgen jedoch zu jenem klischeebestimmten Verhalten der Protagonisten, das sich, wie Lorenzer es formuliert hat, über den Kopf der in der Szene Handelnden durchsetzt. Allerdings werden die Handlungen nicht klischeebestimmt gelassen, da sie durch das dramaturgische Mittel der Dialoge tendenziell immer symbolisiert werden und so zur Selbstdynamik der Handlung beitragen. Die Strukturen und Prozesse der Interaktionen in den Serien werden so erst in der seriellen Aneinanderreihung der einzelnen

42 Claude Levi-Strauss, *Mythologica I. Das Rohe und das Gekochte*, Frankfurt 1976, 11ff.

43 U. Eco (Anm. 24).

44 Benjamin H. D. Buchloh, *Andy Warhols eindimensionale Kunst: 1956-1966*, in: Kynaston McShine (Hg.), *Andy Warhol Retrospektive*, München 1989, 37-57, 53.

45 A. Lorenzer (Anm. 16), 123.

Folgen und Episoden deutlich, denn erst in dieser Serialität entfaltet sich das krisenhafte Potential der sozialen Dramen und ihrer Lösungsversuche in der fiktiven sozialen Realität der Serien. Erst in der Gesamtheit der ausgestrahlten Folgen der ‚Schwarzwaldklinik‘ wird dann deutlich, daß die Gefühlsstruktur Eifersucht kein Betriebsunfall in einer konkreten Handlungssituation der Protagonisten Professor Klaus Brinkmann und seiner Ehefrau Christa ist. Vielmehr entspringt sie aus einem strukturellen Moment der Familienkommunikation: der Sprach- und Kommunikationslosigkeit der Eheleute, die nur aneinander vorbeireden. Verbunden mit dem formalen Prinzip der zeitlichen Parallelität zum Leben der Zuschauer sowie mit der Darstellung der Serienthemen aus der persönlichen Sicht der betroffenen Protagonisten ist die metakommunikative Ebene der Familienserien der Knotenpunkt, an dem sich das Leben in den Familienserien und das der Zuschauer begegnen, die Serie ist wie das Leben, und das Leben ist wie eine Serie.

## **8. Das Beispiel Fernsehshow**

Eine formale Unterscheidung der inzwischen zahlreichen Showformen ist schwierig. Zwar hat Hallenberger einen Versuch unternommen, die Sendungen nach der Art der Spiele zu unterscheiden<sup>46</sup>, doch bezieht er sich dabei nur auf inhaltliche Kategorien. Selbst eine Unterscheidung zwischen Quizsendungen und sog. Spielshows erscheint problematisch, da ein Quiz zumindest als Ratespiel gesehen werden kann. Grundsätzlich gilt wohl zunächst der von Mikos und Wulff formulierte apodiktische Satz: „Jede Show ist anders“.<sup>47</sup> Die Vielfalt der einzelnen Formen und der Spiele machen eine genremäßige Einordnung schwierig, die sich auf eine Einheit von Form und Inhalt bezieht. Dennoch weisen die Shows einige gemeinsame formale und inhaltliche Merkmale auf. Ohne jetzt an dieser Stelle eine genaue Genredefinition geben zu wollen, kann man vielleicht zunächst einmal festhalten:

Fernsehshows sind Sendungen, in denen Gäste und Kandidaten unter Anleitung eines Spielleiters>Showmasters/Moderators nach festgelegten Regeln Spiele spielen. In diesen Spielen geht es vor allem um den spielerischen Umgang mit Alltagssituationen.

Wenn man mit Wulff zunächst von der schlichten Annahme ausgeht, daß es zu den Charakteristika der Fernsehkommunikation gehört, soziale Situationen abzubilden und aufzubauen, in die der Zuschauer als systematischer Adressat des Fernsehens strukturell integriert ist<sup>48</sup>, dann wird klar, daß bei den Shows ähnlich wie bei den Familienserien Situationen spielerisch inszeniert werden. Situationalität ist dabei in einem doppelten Sinn zu verstehen<sup>49</sup>: einerseits steht der Text in

<sup>46</sup> Vgl. Gerd Hallenberger, Fernsehspiele. Über den Wert und Unwert von Game Shows und Quizsendungen, in: *TheaterZeitschrift* 26 (1988) 17-30; Gerd Hallenberger/Hans-Friedrich Foltin, Unterhaltung durch Spiel. Quizsendungen und Game Shows des deutschen Fernsehens, Berlin 1990.

<sup>47</sup> Vgl. L. Mikos/H. J. Wulff (Anm. 39).

<sup>48</sup> Vgl. Hans Jürgen Wulff, Situationalität, Spieltheorie, Kommunikative Konstellation: Bemerkungen zur pragmatischen Fernseh-Analyse (unveröffentl. Manuskript), Westerkappeln 1991.

<sup>49</sup> Vgl. ebd.

einer Kommunikationssituation, ist ein Kommunikat, das Sprecher und Adressaten notwendig immer mit umfaßt; andererseits trägt der Text selbst gewisse Eigenschaften der Situation. Wie Wulff beschrieben hat, hat man es mit einer Hierarchie von situationalen Rahmen zu tun. Als ein erster Rahmen kann das Gesamtprogramm des Fernsehens selbst angesehen werden, in dem permanent situative Momente abgebildet werden (von der Fernsehansage bis hin zu Handlungsaufforderungen an die Zuschauer). Dieser institutionelle Rahmen bleibt immer gegenwärtig und umfaßt alle Sendiformate, in denen wiederum andere Situationen abgebildet werden. Diese Situationen sind grundsätzlich in zwei Dimensionen organisiert, da keine Sendung als reiner Selbstzweck angesehen werden kann. Einerseits werden die Zuschauer über verschiedene rhetorische Momente in die Situation im Fernsehen einbezogen, z. B. durch direkte Adressierungen oder Anspielungen; andererseits wird in den Shows eine Situation im Studio oder in einem Saal inszeniert, in der sich Personen vor der Kamera in Bezug aufeinander und auf die Kamera – und damit auch in Bezug auf die Zuschauer vor dem Bildschirm – verhalten. Die Gesamtsituation Show ist jedoch in einzelne Episoden gegliedert, die jede für sich erneut Situationen inszenieren. Jede dieser Situationen bildet im Sinne von Habermas einen Ausschnitt aus lebensweltlichen Verweisungszusammenhängen, und jede dieser Situationen definiert den Rahmen für die in ihr möglichen kommunikativen Handlungen. Das Handeln aller Beteiligten in den Shows kann als kommunikative Bewältigung nicht nur einer Situation, sondern eines situationalen Rahmens angesehen werden. Bei Habermas heißt es dazu:

Eine *Situation* stellt den im Hinblick auf ein Thema ausgegrenzten Ausschnitt einer Lebenswelt dar. Ein *Thema* kommt im Zusammenhang mit Interessen und Handlungszielen (mindestens) eines Beteiligten auf; es umschreibt den *Relevanzbereich* der thematisierungsfähigen Situationsbestandteile und wird durch die *Pläne* akzentuiert, die die Beteiligten auf der Grundlage ihrer Situationsdeutung fassen, um ihre jeweiligen Zwecke zu verwirklichen. Konstitutiv für verständigungsorientiertes Handeln ist die Bedingung, daß die Beteiligten ihre Pläne in einer gemeinsam definierten Handlungssituation einvernehmlich durchführen.<sup>50</sup>

In den Fernsehshows sind die Themen für die Beteiligten vorgegeben, weil sie einerseits durch die Gesamtsituation Show und andererseits durch die in den einzelnen Episoden inszenierten Spielsituationen definiert sind. Über die Spielregeln sind die Situationen für die beteiligten Personen dann in ihren Funktionsrollen (Moderator>Showmaster, Kandidaten, Gäste) klar definiert. Wer an einer Show teilnimmt, weiß in der Regel, worauf er sich einläßt, und er weiß, daß er an einem Spiel teilnimmt. Wer sich darauf nicht einläßt, weil er keine Lust hat, weil er unpäßlich ist oder andere Gründe vorzuschieben weiß, der kommt auch nicht ins Spiel hinein und bleibt damit von der Kommunikation ausgeschlossen, da es keine einvernehmliche Lösung zur Durchführung der Pläne in der vordefinierten Handlungssituation Show gibt. Die Pläne der beteiligten Kandidaten müssen sich dabei nicht unbedingt mit den Zwecken der Spiele decken, geht es doch nicht nur ums Gewinnen, sondern auch ums Spaß haben. Die Kandidaten können jedoch basierend auf dem kommunikativen Vertrauen in die Einhaltung der Showregeln sich im situationalen Kontext der Inszenierung einigermaßen sicher bewegen. Schließlich

50 J. Habermas (Anm. 12), Bd. 2, 194, H.i.O.

sind ihnen die Situationen, die den einzelnen Episoden und Spielen zugrunde liegen, aus dem eigenen Alltag bekannt. In ihren kommunikativen Handlungen zur Bewältigung der Showsituationen aktivieren die Beteiligten auf einer kognitiven Ebene Wissen über Genrekonventionen von Fernsehshows, Wissen über Spielhandlungen außerhalb von Shows sowie Weltwissen. Diese Aktivierung der Wissenbestände, über die sich für die Beteiligten die Handlungssituation Show in subjektiver Sicht konstituiert, schafft zugleich das emotionale Klima der Geborgenheit und Vertrautheit.

Mit den Gesprächs- und Spielpartnern in einer Show unterhält man sich nicht anders, als mit anderen Menschen auch. Die soziale Spielsituation der Show verweist so auf den Alltag der Teilnehmer und deren alltägliche Interaktionsstrukturen. Zugleich weist die Show aber auch über diesen Alltag hinaus, indem sie einen spielerischen Umgang mit den aus dem Alltag bekannten Situationen erlaubt. Fernsehshows können in diesem Sinn als eine Art spielerisches Probehandeln in alltäglichen Situationen gesehen werden. An Beispielen aus einigen populären Shows lässt sich dieses Muster zeigen. In „Herzblatt“ wird der spielerische Umgang mit einer der ernstesten Interaktionssituationen des Alltags geprobt, dem heterosexuellen Flirt. In „Der Preis ist heiß“, in dem es um das Schätzen bzw. Raten von Warenpreisen geht, ist die Problematik der Haushaltsführung spielerisch auf die Bühne gebracht, gerade auch weil hier Budgetgrenzen keine Rolle spielen. In der beliebten ZDF-Show „Wetten daß ...?“ orientieren sich die Gespräche mit den prominenten Gästen an den Small-Talk-Situationen, die man von zahlreichen festlichen Begebenheiten her kennt; die Wetten selbst sind ausschließlich spielerische Übertreibungen von alltäglichen Fertigkeiten, in denen die Spieler im Alltag erprobte Fähigkeiten noch einmal auf die Spitze treiben. Die Wetten sind daher nicht einfach in einem ideologiekritischen Sinn als Verherrlichung des Leistungsprinzips zu kritisieren, sondern eher als spielerischer Umgang mit den Anforderungen, die auf der Basis des Leistungsprinzips in alltäglichen Konkurrenzsituationen gestellt werden.

Die in den Shows dargestellten, inszenierten Situationen sind natürlich nicht nur den Gästen und Kandidaten, sondern auch dem Saal- oder Studiopublikum und den Zuschauern vor den heimischen Bildschirmen aus dem eigenen Alltag bekannt. In der konkreten Rezeptionssituation wird es für die Zuschauer dann möglich, über psychische Mechanismen wie Übertragung, Projektion oder Rollenidentifikation mit den Personen in den Shows in eine para-soziale Interaktion zu treten. Die Fernsehshows bieten dem Publikum so Material für die Identitätsarbeit an, wie es die Familienserien mit ihren sozialen Dramen in einer fiktionalen sozialen Realität auch tun. Shows ermöglichen auch den Fernsehzuschauern einen spielerischen Umgang mit den alltäglichen Situationen, die in der Phantasie ausagiert werden können.

## **9. Schlußbemerkungen**

Fernsehserien und Fernsehshows stellen somit im Rahmen der Funktion des Fernsehens als „kulturelles Forum“, auf dem sich die verschiedenen Lebensauffassungen der Gesellschaft thematisieren lassen; Sendungsformate dar, die, weil sie auf die Alltagssituationen des Publikums rekurrieren, einen wesentlichen

Beitrag zur symbolischen Verständigung der Gesellschaft über sich selbst leisten. Die Spezifika des Fernsehens als geschichtenerzählender Institution fördern das ästhetische Spiel. Im Modus des Erzählens verknüpft es sich mit der Alltags- und Lebenswelt der Zuschauer. Dabei bedient es sich sowohl diskursiver als auch präsentativer, d. h. mythischer und sinnlicher Symbole, die sich semantischer Eindeutigkeit entziehen. Die Fernseherzählungen sind so strukturell mehrdeutig angelegt und verweisen in ihren konventionellen Formen als Genres in ihren intertextuellen Bezügen auf andere Fernseherzählungen des gleichen Genres, auf andere Genres und auf andere Erzählungen in anderen Medien. Die Zuschauer gehen jedoch nicht im ästhetischen Spiel auf, sondern bewahren ein Bewußtsein von der Fiktionalität der Erzählungen, ein Wissen über den scheinhaften Charakter der medialen Erzählungen. Dadurch bewahren sie eine Distanz, die zwischen Glauben und Nicht-Glauben, Nähe und Distanz, Illusion und Inlusion als simultanen Erlebnissen schwankt. Die szenischen Arrangements und Konfigurationen der Fernseherzählungen korrespondieren eng mit der szenischen Organisation von Wünschen, die visuellen Charakter aufweisen und mit Erinnerungsbildern von Situationen der Bedürfnisbefriedigung verknüpft sind. Die Aneignung von Fernseherzählungen kann so einerseits symbolisch zur Befriedigung von Bedürfnissen beitragen und andererseits Assoziationen früherer Bedürfnisbefriedigungen auslösen. Deshalb kann die Aneignung für die Zuschauer einen szenisch verfaßten thematischen Sinn haben; d. h., daß in ihr eine unbewußte oder bewußte Szene zum Ausdruck kommt, die sich „auf die ganze Lebenssituation einer Person bezieht“.<sup>51</sup> Damit wird der Zusammenhang zwischen Fernsehen und Identitätsarbeit deutlich, der sich vor allem in der para-sozialen Interaktion der Zuschauer mit den Akteuren im Medium zeigt. Die Zuschauer integrieren sich aktiv in das wahrgenommene Geschehen und die wahrgenommenen Handlungen, wodurch sich Anreize für die Reflexion eigener Handlungsentwürfe ergeben, da in den Fernseherzählungen die eigenen Themen in neuer Gestalt wiedererkannt werden können. In einem rekreativen Prozeß versichern sich die Zuschauer nicht nur ihrer individuellen, sondern auch ihrer sozialen Identität; und in einem kreativen Prozeß versuchen sie, in der Alltagswirklichkeit unterdrückte Aspekte der Identität in der Phantasie auszuagieren und neue Handlungsmöglichkeiten zu erproben. Dabei dienen die Fernseherzählungen nicht lediglich als Material, an dem die Zuschauer ihre Bedürfnis- und Wunschdispositionen ausagieren, sondern sie eröffnen auch Möglichkeiten der Auseinandersetzung, und damit auch der Veränderung der eigenen Persönlichkeit. In diesem Sinn ist das Fernsehen als Institution des Geschichtenerzählens wesentlicher Bestandteil der symbolischen Verständigung der Gesellschaft über sich selbst und in die soziale und kulturelle Praxis der Menschen integriert.

## SUMMARY: Television as institution of story-telling Symbolic communication with the viewers

Television as institution of story-telling and as cultural forum is part of popular culture and of everyday life. With the genres, told in the ritualized forms of story-telling, the society negotiates its own self-concept in a symbolic matter. There are two structural

<sup>51</sup> Vgl. M. Charlton/K. Neumann (Anm. 36), 31.

elements of television, intertextuality and polysemy, that leads to the activity of the audience, to complete the stories from the screen. There's a structural similarity between story-telling in television and in everyday life. Therefore television viewing is an aesthetic process, in which the audience and the viewers play with the textual elements creating in a form of „bricolage“ or textual poaching their own stories. But this textual poaching is a socially structured individual action, because every viewer is part of an interpretive community. In this way of „active viewing“ the TV can be seen as a form of negotiating one's own identity and self-concept by every viewer, by the audience as a whole, and by the society. These elements of the television viewing process will be explained by the examples of tv-serials and game-shows.

## RÉSUMÉ: La télévision en tant qu'institution du récit. Entente symbolique avec le téléspectateurs

En tant qu'institution du récit et en tant que forum culturel, la télévision forme une partie de la culture populaire et de la vie quotidienne. En tant que partie du processus de communication à l'intérieur de la société, la télévision sert à l'entente symbolique de la société avec elle-même. L'auteur acquiert deux éléments structurels des la télévision qui permettent aux téléspectateurs de devenir actifs et de continuer d'écrire les histoires de la télévision: L'intertextualité et la polysémie. Il y a une ressemblance structurelle entre le récit à la télévision et dans la vie quotidienne. C'est la raison pour laquelle le procès de la télévision est un procès esthétique dans lequel les téléspectateurs jouent avec les éléments textuels des émissions, bricolent et créent leurs propres histoires. Ce procès créatif du bricolage est une activité individuelle socialement structurée, parce que chaque téléspectateur représente une partie d'une plus grande communauté d'interprétation. Dans ce genre de „regard actif“, les textes de la télévision servent de matériels à l'entente originale sur l'identité de chaque téléspectateur; de tout le public et de toute la société. Dans le procès de la télévision, ces éléments seront expliqués en prenant les exemples de séries et d'émissions de jeux télévisés.

## RESUMEN: La televisión como institución narradora de historias. Entendimiento simbólico con los espectadores

La televisión como institución narradora de historia y como foro cultural, forma parte de la cultura popular y de la vida cotidiana. Como componente del proceso de comunicación social, sirve para la propia comprensión simbólica de la sociedad. El autor elabora dos elementos estructurales de la televisión, a través de los cuales impulsa a los espectadores a ser activos y a que continúen escribiendo la historia: intertextualidad y polisemia. Hay cierto parecido estructural entre el contar historias en la televisión y el acontecer diario. Por eso, el proceso televisivo es estético, en el que los espectadores juegan con los elementos del texto, componiendo y creando en una especie de „bricolage“ sus propias historias. Este proceso creativo de mosaico es una actividad individual estructurada socialmente, porque cada espectador es parte de una comunidad de interpretación mayor. En esta forma de „ver activamente“, los textos de la televisión sirven como material para la comprensión de la identidad de los espectadores individuales, de todo el público y de la totalidad de la sociedad. Estos elementos del proceso televisivo son ejemplificados usando la series y los concursos y juegos de la televisión.