

Früher kam die Leiche später

Autonomisierungskämpfe auf allen Kanälen: Eine Göttinger Forschergruppe befasst sich mit den Formaten der Serienunterhaltung

Es gibt Kulturwissenschaftler, die seit den siebziger Jahren zu Formen des Populären forschen. Es gibt Medienwissenschaftler, die im Marshall-McLuhan-Gedenkjahr darüber nachdenken, ob das Fernsehen ein heißes oder ein kaltes Medium ist – und zwar im Sinne von tot oder lebendig. Es gibt Soziologen, die illegitime Künste wie die Serienunterhaltung auf ihr soziales Distinktionspotential hin abklopfen, sowie deutsche Amerikanisten, die den Diskurs amerikanischer Amerikanisten überwachen – etwa wenn diese die hervorragende Qualität amerikanischer Fernsehserien rühmen. Und um, von fachwissenschaftlichen Fesseln befreit, endlich etwas Systematik in die Sache zu bringen, gibt es die Forschergruppe „Ästhetik und Praxis populärer Serialität“, die sich in Göttingen soeben erstmals der Öffentlichkeit präsentiert.

Als einem von neun Projekten hat die DFG der Serialitätsforschung vor fast genau einem Jahr ihren millionenschweren Zuschlag gegeben. Seither befinden sich die beteiligten Wissenschaftler wie so viele andere in diesem Land im Serienrausch. Der eigene Freundeskreis, die Feuilletons, die darin interviewten Autoren, Filmemacher und Fernsehdirektoren: das sogenannte „komplexe amerikanische Fernsehrama“ seit den neunziger Jahren, mit Serien wie „Die Sopranos“, „Mad Men“ oder „The Wire“, ist in aller Munde. Ein perfekter Cliffhanger für die Forschung, um endlich selbst mit populären Themen in Serie zu gehen und nebenbei eine schnittige „Rahmentheorie populärer Serialität“ zu formulieren.

Doch wo setzt man an mit einem Prinzip, das bei genauer Betrachtung noch fast jeder kulturellen Äußerung innewohnen scheint, selbst der Ilias? Umberto Eco erinnerte erst kürzlich daran, als er Homers schier endlose Aufzählung der griechischen Heerführer in seinem Buch über Listen zitierte. Das wäre dann allerdings die rhetorische Figur einer Hypotypose, vulgo Häufung, und wie man eine solche Homersche Häufung mit dem komplexen amerikanischen Fernsehrama der Gegenwart in Verbindung bringen soll, das wissen im Moment wohl noch nicht einmal die Götter der deutschen Serialitätsforschung. Deshalb galt es, sich allein historisch zu beschränken, Populärkultur als

ein Phänomen der Moderne zu begreifen und mit der populären Serialität im Wesentlichen einen Erzähltypus zu analysieren, der ab Mitte des neunzehnten Jahrhunderts zum dominanten Merkmal der kulturellen Produktion wird und wegen seines durchschlagenden Erfolgs unter fortlaufendem Innovationsdruck steht. Der Göttinger Amerikanist und Sprecher der Forschergruppe, Frank Kelleter, sieht etwa in den französischen Kolportageromanen um 1840 („Die Geheimnisse von Paris“ von Eugène Sue) den Auftakt zu einer kommerziellen, daher massenadressierten und entsprechend standardisierten Erzählpraxis. Die Kultur der Comic-Superhelden, mitsamt der Fach- und Fanpresse ab 1970, so Kelleter, habe später dann sowohl die Vernetzung zwischen Produzent

und Nutzer als auch die dialektische Aufhebung dieses Gegensatzpaares erstmals systematisch durchgespielt und damit in gewisser Weise die Idee des Internets vorgezogen. Die Fernsehserie modernen Zuschnitts schließlich zeigt, dass hier nicht nur ein Produzent auf die ihn umgebende Realität reagiert, sondern diese durch die Serie erst erschaffen wird. Weshalb? Weil die Serie denkt – und zwar in doppelter Hinsicht.

Sie ist einerseits in der Lage, die eigene Geschichte und Wirkung zu reflektieren, etwa in Form von Selbstpotenzierung oder Selbstironisierung. Man denke dabei nur an die legendäre Szene aus „The Wire“, in der zwei Polizisten minutenlang von dem Wörtchen „fuck“ Gebrauch machen. Will sagen: Die Serie beobachtet

sich selbst und lässt die Erkenntnisse daraus, ironisch gebrochen oder nicht, in das fortlaufende Produkt zurückfließen.

Doch die Serie denkt auch noch auf eine weitere Weise über sich nach: Im Internet gibt es zahlreiche Fan-Foren, Wikis und Tauschbörsen. Was hier diskutiert und vorgeschlagen wird, geht unmittelbar in die Entwicklung der Serie, in die Arbeit der Drehbuchautoren ein. Frank Kelleter sieht in der kreativen Kooperation des Publikums eine „narrative Wucherung“ am Werk, die in der Mediengeschichte einmalig ist und deren genaue Untersuchung im auf zunächst drei Jahre projektierten Forschungsverbund noch aussteht. Nur so viel steht fest: Die Serie, deren Erfolg vom richtigen Verhältnis zwischen Schema und Variation, zwischen Wiederholung und Ab-

weichung abhängt, die also in gewisser Weise evolutionsliterarisch agiert, lässt sich mit werkästhetischen Kategorien nur noch unzureichend beschreiben.

Wie will man dieses Problem im DFG-Projekt in den Griff bekommen? Mit Statistik auf der einen und hermeneutischer Feinanalyse auf der anderen Seite. Eine Teilgruppe befasst sich mit der Auswertung der ARD-„Tatorte“ und hat beispielsweise ermittelt, „dass die Leiche heute früher da ist“. Eine andere Gruppe erforscht das Sammlungsverhalten der Deutschen Bücherei in Bezug auf Heftchenromane vom Schlage „Horst Kraft – der Pfadfinder“. Brigitte Frizzoni (Zürich) wies nach, dass der ständige Vergleich amerikanischer TV-Serien mit Romankonzepten des neunzehnten Jahrhunderts zwar einen weltweiten Serien-Hype mit ausgelöst hat, dabei jedoch selten auf die ästhetische Eigengesetzlichkeit des Mediums selbst eingegangen wurde. Dagegen: Autonomisierungskämpfe auf allen Kanälen! Quality-TV und Prime-Time-Novel auf der einen, Trash-TV, Casting- und Celebrity-Shows auf der anderen Seite. Nicht zufällig wirbt der amerikanische Bezahlsender HBO, bekannt für Serien wie „Six Feet Under“, mit dem Slogan: „It's not Television. It's HBO.“ Ein Fall von medialer Selbstverleugnung?

Es gehört offenbar nicht mehr nur zu den Gassenhauern der Medienkritik, das Fernsehen für tot zu erklären. Dem widerspricht Oliver Fahle (Bochum), der einzige, aber nur assoziierte Medienphilosoph des Projekts. So, wie sich der Film nach seiner vordergründigen Ablösung durch das Fernsehen zu später Blüte entwickeln habe, müsse man auch die Zukunft des Fernsehens verstehen: Neue Trägermedien (DVD, Internet) läuten eine neue Phase des Mediums ein. Nicht das Fernsehen sterbe, sondern der Fernseher. So lässt sich mit der Serialitätsforschung heute manches richtigstellen. Vor allem soll es künftig darum gehen, die Serie als Paradigma des Populären zu beschreiben und in ihrer ästhetischen Breitenwirkung zu analysieren. Ob Serien wirklich die neuen Romane sind? Spätestens 2013, auf der Abschlusskonferenz der Göttinger Forschergruppe, werden wir es erfahren, sofern wir diese Episode nicht verpassen, weil gerade etwas anderes Komplexes läuft.

KATHARINA TEUTSCH



Die „Ilias“ unter den Serienepen: Tony Soprano und seine Großfamilie in einem Werbebild für Staffel 6.

Foto Sipa