

Rezension: Andrea Seier / Thomas Waitz (Hrsg.): Klassenproduktion. Fernsehen als Agentur des Sozialen

Social TV

Von Renée Winter

(In: Zeitschrift für Medienwissenschaft – Online

[<http://www.zfmedienwissenschaft.de/online/buchbesprechung/klassenproduktion/>])

Besonders ergiebig gestaltet sich die Suche nach Publikationen, die sich mit Theoretisierungen des Verhältnisses von Fernsehen und Klasse beschäftigten auch 2014 noch nicht. Dieser Marginalisierung in den Fernsehwissenschaften, die auch im Sammelband Klassenproduktion. Fernsehen als Agentur des Sozialen konstatiert wird steht eine ausgeprägte populäre und mediale Thematisierung von sozialen Differenzen und Fernsehkonsum gegenüber, die Ausgangspunkt einer Mehrzahl der Beiträge dieses Bandes ist.

Der Titel, dem eine gleichnamige Tagung im Juni 2011 am Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft der Universität Wien und dem Depot (Raum für Kunst und Diskussion) vorausging, verweist zum einen auf die konstruktive und produktive Dimension des Fernsehens in Hinblick auf Klasse («Klassenproduktion») und zum anderen auf die sich darin einschreibenden postfordistischen Verwertungsmechanismen und möglichen Subjektivierungsprozesse auf Basis der im Fernsehen vorgenommenen Organisation des Sozialen («Agentur des Sozialen»).

In der programmatischen Einleitung beschreiben die Herausgeber_innen Andrea Seier und Thomas Waitz das Verhältnis von Fernsehen zu sozialer Schichtung auf drei Ebenen: «Fernsehen vermittelt ein Bild von und ein Wissen über soziale Schichtung», es «bringt soziale Unterscheidungen hervor, bewirkt diese und lässt sie gesamtgesellschaftlich evident erscheinen» und drittens «bearbeitet Fernsehen soziale Ungleichheit, es ist <Werkzeug> und <Instrument> des Zugriffs auf diese» (Seier/Waitz, S. 9, Herv. i. Orig.). Was hier bereits sichtbar wird, ist, dass der so prominent im Titel vertretene Begriff «Klasse» eher als thematische Klammer denn als analytische Kategorie dient. «Klasse» bleibt so, durchaus beabsichtigt, konzeptionell unbestimmt und soll eben «nicht als essentialistische Kategorie» verstanden werden, vielmehr möchten die Autor_innen «Klassendifferenzen ... in erster Linie als Diskurseffekte – allerdings solche, die in ihrer performativen Dimension kaum zu unterschätzende Folgen bewirken» (Seier/Waitz, S. 13) untersuchen. Viele Beiträge arbeiten daher mit unterschiedlichem Vokabular wie «soziale Schichtung», «soziale Differenz», «soziale Ungleichheit» oder «Prekariat/Prekarisierung». Hier soll nun anhand von zentralen Begriffen aufgeworfene Problemfelder diskutiert werden.

Einige Beiträge beschäftigen sich mit Funktionen und Bedeutungsproduktionen der Konstruktion des «Unterschichten-Fernsehens». Popularisiert durch eine Aussage des Fernsehmoderators Harald Schmidt 2005 beschreibt der Terminus, wie Thomas Waitz herausarbeitet, sowohl bestimmte Fernsehsendungen als auch einen spezifischen (unterstellten) Mediengebrauch. Der Gedanke der sozialen Codierung des Mediengebrauchs findet sich auch in Ralf Adelmanns Analyse der Narrative und Topoi des white trash, in der er feststellt, dass die Tätigkeit des Fernsehens «selbst ein Sediment des aktuellen Konzepts von white trash» (Adelmann, S. 218) darstellt. Das Konzept «Unterschichten-Fernsehen» erfülle auch eine Abgrenzungsfunktion und impliziere somit, so Waitz, ein – jedoch nicht benanntes –

«Mittelschichtfernsehen» (Waitz, S. 31). «Unterschicht» sei in diesem Konzept kulturell und nicht ökonomisch definiert; die damit verbundene Vorstellung eines «Unterschichten-Fernsehens» fungiert als «Problematisierung» im Foucault'schen Sinn – also als ein «Ensemble» von Praktiken, die etwas erst zum Gegenstand eines Diskurses machen. Auf den Begriff der «Problematisierung» beziehen sich auch Andrea Seier und Vrääh Öhner in ihren Beiträgen. Seier, die in ihrem Text auch die biopolitischen Effekte und Subjektivierungsprozesse der im (und um) Reality-TV geleisteten immateriellen Arbeit thematisiert, betont, dass die Problematisierungen bestimmter Fernsehformate (in der Fernsehkritik) nicht zuletzt das Publikum bzw. die Publika diskursiv hervorbringen (Seier, S. 41). Vrääh Öhners Beitrag hingegen hat die generellen Bedenken in medientheoretischen Texten und politischer Theorie gegenüber dem Medium Fernsehen an sich zum Gegenstand, wenn er Diskurslinien der «Dystopie Fernsehen» zwischen gouvernementaler Problematisierung und Kulturkritik nachzeichnet.

Damit ist das nächste zentrale, von Michel Foucault geprägte Begriffsfeld angesprochen, mit dem mehrere Texte das Verhältnis von Fernsehen und «Klassenproduktion» bearbeiten: Gouvernementalität, Regierungs- und Selbsttechnologien. Diese stehen in unmittelbarem Zusammenhang mit der Konstruktion einer «Unterschicht» – wie es etwa Barbara Eder beschreibt: «Bei der <neuen> Unterschicht handelt es sich um eine durch spezifische Bildpolitiken unterstützte Erfindung, die in Zeiten der Ausweitung neoliberaler Regierungstechnologien Vorstellungen wie jene von <Eigenverantwortlichkeit> und Leistungsfähigkeit mit dem Zweck der ideologischen Legitimation des Rückzugs des Sozialstaates repräsentieren soll.» (Eder, S. 58) «Unterschicht» diene hier als Abgrenzungsfläche von sich der Mittelschicht zugehörig fühlenden Subjekten (worauf auch Herbert Schwaab und Thomas Waitz in ihren Artikeln hinweisen), wobei die Existenz einer solchen Mittelschicht ebenfalls als «Mythos» (Eder, S. 56) bezeichnet werden kann, betrachtet man Einkommens- und Vermögensverteilungen in Österreich und Deutschland. Eder kommt zu dem Schluss, dass die «Sichtbarmachung der <Unteren> ... in Mainstream-Medien nicht im Modus der Selbstrepräsentation» (Eder, S. 59) erfolgt und die Vermittlung von Klassenbewusstsein «von oben herab» stattfindet (Eder, S. 61). Hier gäbe es Potenzial zur Diskussion mit dem Beitrag von Andrea Seier, die argumentiert, dass die Kritik am Reality-TV die Teilnehmenden trotz sehr differenter sozialer Hintergründe erst homogenisiert und als Angehörige einer «Unterschicht» konstruiert, jedoch die Empörung über Reality-TV ebenfalls ein «Unbehagen über die im Reality-Fernsehen zu sehenden Wohnungseinrichtungen, Kleidungs- und Lebensstile» und damit eines über das «Sichtbarwerden eines expressiv auftretenden Prekariats» (Seier, S. 45) ausdrückt.

Während also einige der Beiträge eine spezifische Form der Konstruktion von «Unterschicht» bzw. der Sichtbarmachung von prekären Verhältnissen thematisieren, verorten Andrea Braidt und Nicole Kandioler in ihrem Beitrag Klassenzugehörigkeit im closet. Sie auf Eve Kosofsky Sedgwick's Konzept der «Epistemologie des Verstecks» («Epistemology of the Closet») beziehend stellen Kandioler und Braidt zur Serie *The L Word* – verstanden als eine «diegetische Utopie einer wirkungsmächtigen Homonormativität» (Braidt/Kandioler, S. 180) – fest, dass darin kein Raum für die Thematisierung von Klassendifferenzen besteht. Im nachgereichten Reality-Format *The Real L Word*, das auch als «retroaktive Authentifizierung» der in der fiktionalen Serie dargestellten Lebensrealitäten diene, werde schließlich eine Epistemologie des «class closets» wirksam, in der das Wissen über Klassenzugehörigkeit beispielsweise in Figuren des Geständnisses oder der Andeutung produziert und verhandelt wurde.

Monika Bernold und Rolf Nohr bringen in ihren Beiträgen den Begriff des «flexiblen Normalismus» (Jürgen Link) ins Spiel. Nohr analysiert anhand von Ratgeber- und Make-over-Formaten, die er als SuSi-TV (nach dem Titel des dritten Bandes von Michel Foucaults *Sexualität und Wahrheit: Die Sorge um sich*) betitelt, das disziplinierende Moment eines flexiblen Normalismus als jenes, das auf eine «De-Normalisierungsangst» und daraus folgende «Selbstkontrolle und -adaption von Normen, Werten und Ordnungen setzt.» (Nohr, S. 207) Bernold bezieht sich auf Link, um zu argumentieren, dass sich das

«Fernsehen in den 1970er Jahren nur langsam und keinesfalls linear zu einem Forum flexibler Normalisierung» (Bernold, S. 97) entwickelte. Während Joan Kristin Bleicher in ihrem Beitrag eine historische Linie der Darstellung des Sozialen im Fernsehen seit den 1930ern nachzeichnet, geht es Monika Bernold im Betrachten des historischen Materials eben nicht um Linearität, sondern um «Ungleichzeitigkeiten und Widersprüche». Das Scheitern von Formaten könne diese Antagonismen sowie das Fernsehen als Aushandlungsort sichtbar machen. Das erfolgreiche Format *Wünsch Dir Was* (1969–1972), orientiert an Wunsch und Erfüllung, bediente sich eines Diskurses des «psychologischen Selbst- und Familienmanagements»; die gefloppte Show *Sparmeisterschaft von Österreich* (1973), ausgerichtet an Aufschub und Verzicht, hingegen «visualisierte und propagierte ... verschiedene statistische Techniken der Selbstbeobachtung und der Beobachtung des Sozialen in ökonomischen Kategorien» (Bernold, S. 94). Diese verschiedenen Zugänge verschränkten sich zudem mit verschiedenen Anordnungen bzw. Adressierungen des Publikums, so ging es bei der *Sparmeisterschaft* um einen kontrollierenden und normierenden Zugriff auf das Publikum, während in *Wünsch Dir Was* eine «Logik von Aktivierung, Partizipation und Sichtbarkeit» das Verhältnis zu den Fernsehzuschauer_innen bestimmte. (Bernold, S. 95)

Die Frage nach der Adressierung der Zuschauer_innen bzw. des Verhältnisses des Fernsehens zu seinem Publikum steht im Zentrum des Beitrags von Markus Stauff. Markus Stauff argumentiert, dass das Fernsehen als social medium jenseits der ihm oft zugeschriebenen Modi der entweder massenhaften oder intim-privaten Adressierung Möglichkeiten der spontanen Vergesellschaftung, der „As-Sociation“ bereithält. Das Fernsehen vergleiche einerseits verschiedene Möglichkeiten, Teil eines Publikums zu sein – wie beispielsweise Angehörige eines als «Weltöffentlichkeit» angesprochenen Publikums in Nachrichten oder Teil einer häuslichen Gemeinschaft auf dem Sofa – und verweise andererseits in seinen Darstellungen immer darauf, dass wir etwas mit anderen gemeinsam sehen (Stauff, S. 120f.). Die Inszenierung des Publikums im Fernsehen mache auch deutlich, dass Fernsehschauen eine Aktivität ist, womit Stauff auch die Grenzziehung zwischen den neuen internetbasierten Medien als social media und dem Fernsehen in Frage stellen möchte. Auch Matthias Thiele untersucht die Inszenierung des Zuschauens im Fernsehen in seiner Analyse der Couch als «Schwellenmöbel». Die Couch erzeuge eine «Spiegelung mit der Außenwelt, mit der Rezeptionssituation der Zuschauer Zuhause auf der Couch» und produziere eine «subjektivierende Kopplung zwischen Zuschauer und Medium» (Thiele, S. 139). An der Couch lasse sich überdies Klasse, Herkunft, Lebensstil und Familienstruktur ablesen.

Ebenfalls mit der Beziehung des Fernsehens zu seinen Zuschauer_innen beschäftigt sich der Beitrag von Herbert Schwaab. Er konstatiert eine «Verdrängung des heterogenen Publikums des Fernsehens» (Schwaab, S. 159), die verschiedene Formen annimmt. So etwa den Versuch durch eine cinematische Gestaltung von TV-Serien ein urbanes, privilegiertes Publikum anzuziehen. Diese Serien werden in der Folge nicht mehr im Fernsehen, sondern über DVD rezipiert, was – wie die Gegenüberstellung von Reality-TV und sogenanntem Quality-TV – eine Abgrenzung vom «regulären» TV-Publikum ermöglicht. Schwaab bezeichnet das Quality-TV, das sich nicht über die «Qualität» seiner Inhalte, sondern seiner Publika definiere (Schwaab, S. 157), überzeugend als «gentrifiziertes Fernsehen». Dieses werde so «zu einem gereinigten Feld der kontrollierten Irritation, das alle Möglichkeiten wirklicher Irritationen brachliegen lässt und von einem zunehmend irritationsresistenten Publikum rezipiert wird.» (Schwaab, S. 160) Gegen den Begriff des «Unterschichtenfernsehens» möchte Schwaab den des «Nebenschichtenfernsehens» setzen, um auf eine zufällige, irritierende, heterogene und überraschende Form der Adressierung des Fernsehpublikums hinzuweisen.

Was in einigen Beiträgen einen Ausgangspunkt der Analyse darstellt, nämlich die Interdependenz sozialer Ungleichheiten mit anderen Unterdrückungsverhältnissen, die auf Rassismen, Geschlecht oder Sexualität basieren, lassen andere Texte vermissen. Ebenso wäre in Bezug auf einige aufgeworfene

Fragestellungen und Thesen eine stärker historisierende Perspektive lohnend gewesen. So wäre es etwa produktiv, die Frage nach der sozialen Codierung von Zuschauer_innen bzw. eines spezifischen Mediengebrauchs und einer spezifischen Programmauswahl auch in historischer bzw. intermedialer Perspektive zu stellen: Welche Zuschreibungen gab es diesbezüglich beim frühen Fernsehen und welche historischen Kontinuitäten oder Brüche lassen sich feststellen, beispielsweise zu Diskursen des frühen Kinos, des Romans oder des Radios?

Die im Band Klassenproduktion diskutierte Empörung und Kritik des Feuilletons über Reality-TV wurde in der RTL-Show Ich bin ein Star, holt mich hier raus fortwährend durch die Moderator_innen Sonja Zietlow und Dirk Bach bzw. Daniel Hartwich thematisiert und ironisiert. Was nicht zuletzt die Frage aufwirft, wie das als solches konstruierte «Unterschichten-Fernsehen» und dessen Akteur_innen selbst mit den hier thematisierten Zuschreibungen umgehen.

Klassenproduktion

Von Tanja Thomas

(In: tv diskurs. Verantwortung in audiovisuellen Medien, H. 2, Jg. 19 (2015), S. 88)

Die „Klassengesellschaft“ ist – die Gründe sind gesellschaftlich und (wissenschafts-) politisch vielfältig – in der angloamerikanischen Auseinandersetzung mit Fernsehen präziser als in der deutschsprachigen. Insbesondere Formate des Reality-/Lifestyle-TV stehen dabei häufig im Mittelpunkt; so werden etwa Casting- oder Makeover-Shows als Festschreibungen von sozialer Macht und sozialen Strukturen beschrieben, die symbolisch Grenzen und Hierarchien (re) produzieren. Ein diskursives Verschwinden von Klasse als Strukturkategorie wird dabei meist mit einem Wandel des Verständnisses von Klasse erklärt: Klasse taucht in medialen Deutungsangeboten nicht etwa im Sinne eines Verfügens über Produktionsmittel, als soziale Position aufgrund des Verfügens über ökonomisches, kulturelles und soziales Kapital oder gar als Frage des Klassenbewusstseins auf, sondern als Resultat einer Ökonomisierung des Sozialen, die auf individuelle Selbstvermarktung und Selbstverantwortung setzt. Zu erkennen, wer an der Konstruktion symbolischer Sinnwelten beteiligt ist und von welchen medialen Konstruktionen der Sozialwelt profitiert, wird eingedenk von Medienkonvergenz sicher nicht einfacher; sie bleibt eine der Herausforderungen in diesem Forschungszusammenhang. Solchen nehmen sich Beiträge des vorliegenden Bandes auf originelle Weise an; nur ausgewählte können hier gewürdigt werden. A. Seier und T. Waitz betonen einleitend, dass Klassenproduktionen und -differenzen im Band vorrangig als Diskurseffekte behandelt werden, die gleichwohl handlungsleitend werden können. Zu den Ausgangspunkten der Beiträge werden Debatten über Fernsehkonsum, historische Fernsehprogramme und aktuelle Formate: Waitz behandelt die Debatte über „Unterschichtenfernsehen“. Er liest diese im Anschluss an Foucault als aufschlussreiche Problematisierungsweise, die Fernsehen auf eine spezifische Weise deutet und mit Regulierungsansprüchen der sozialen Formierung und Kontrolle verknüpft. Seier kritisiert die auch von Fernsehforscherinnen und -forschern reproduzierte, unproduktive Gegenüberstellung von „Unterschichtenfernsehen“ und Quality-TV und zeigt, wie im Dialog mit sozialwissenschaftlichen Ansätzen neue Fragestellungen (z. B. über Fernsehen als Praxis und

immaterielle Arbeit) entwickelt werden können. B. Eder plädiert für die Reetablierung des Konzepts „Klassenbewusstsein“ und sucht fernsehhistorisch mit emanzipatorischem Anspruch nach Beispielen, die Plausibilisierungen einer „wesensmäßigen“ Existenz von Klassen aufbrechen und systematisch erzeugte Ungleichheit thematisieren. J. Bleicher fragt in ihrem Rückblick auf Fernsehgeschichte, wer wann mit welchen Angeboten versucht hat, Fernsehen als Agentur des Sozialen zu nutzen und wie diese Angebote auch kritische Diskurse auszulösen vermochten. Auch wenn Klassenproduktion kaum behandelt wird, wird hier gewinnbringend auf Verschränkungen von politischer Indienstnahme und dem Wandel ästhetischer und funktionaler Charakteristika des Mediums hingewiesen. Die Grenzen der Indienstnahme von Fernsehen für ökonomisches Regieren erhellt M. Bernold mit der Analyse von Quizshows der 1970er-Jahre. Wie unhinterfragte Gegenüberstellungen von Fernsehen versus Social Media Frageperspektiven verschließen, demonstriert M. Stauff. Er zeigt, wie Fernsehen Zuschauern eine Sicht auf das Zuschauen eröffnet und Zuschauen als soziale Aktivität mit Potenzialen einer flexiblen Vergesellschaftung erkennen lässt. Wie Homosexualität in der lesbischen Fernsehserie L-Word aus dem Versteck hervortritt und zugleich Klasse einhegt, ist Thema von A. B. Braidt und N. Kandioler. Mit Lifestyle-TV als „Trainingsprogramm“ zur Selbstsorge beschäftigt sich R. F. Nohr; er diskutiert Sendungen, in denen „entrepreneurship“ und „postwelfare citizenship“ als Resultate eines durch Beraterfiguren empowernten Selbst- Bewusstseins verhandelt werden. R. Adelman rekonstruiert stereotypische visuelle und sprachliche Referenzen des „white trash“, um ein weiteres Feld für den Forschungszusammenhang zu erschließen. Obschon alle Beiträge lesenswert sind, sind einige nicht ganz aktuell (Wiederabdruck, modifizierte Fassungen) und beschäftigen sich nicht alle mit der im Titel angesprochenen Frage der Klassenproduktion. Vielfach ungenau bleibt das Verständnis von Klasse; es wird etwa synonym gesetzt mit Schicht und Milieu. Dies wird zwar in der Einleitung verteidigt, ist aber angesichts der stärkeren Fokussierung auf Klasse nicht ganz einleuchtend. Einleuchtend ist, Fernsehen als Agentur und integralen Teil des Sozialen zu beschreiben und der Bedeutung von Klasse wieder zu Aufmerksamkeit verhelfen zu wollen – dazu regt der Band auf vielfältige Weise an.