

Kultur, Qualität, Trash?

Zur ästhetischen Erfahrung des Fernsehens

Jule Korte

Welches Fernsehen, welche Kultur, welche Erfahrung?

In diesem Beitrag geht es um Fernsehen als ästhetische Erfahrung. Insbesondere, wenn es – wie in diesem Heft – vor dem Hintergrund der Frage nach kultureller Bildung um Fernsehen geht, scheint es notwendig, zumindest zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Fernsehen als Bezugspunkte zu unterscheiden, haben doch beide Felder unterschiedliche Visionen. Und doch möchte ich diese analytische Unterscheidung hier erst einmal nicht vornehmen. Denn mir geht es nicht um eine Diskussion oder Bewertung einzelner Formen von Kultur- oder Trash TV, sondern um einen Entwurf des *Fernsehens* selbst *als alltägliche, kulturelle und ästhetische Erfahrung*, die eine solche Unterscheidung in Formen oder Formate der Hoch- und/oder demgegenüber solche der Alltagskultur grundlegend durchquert.¹

2017 übertitelt Christian Hißnauer einen Beitrag zur medialen Ausdifferenzierung von Dokumentarfilmen, Fernsehdokumentarismus und Reality TV mit *The Good, the Bad, and the Ugly* (Hißnauer 2017). Er erläutert hierzu: »Dokumentarfilm steht dabei in der Regel für (den öffentlich-rechtlichen) Qualität(sanspruch), Fernsehdokumentarismus oder -journalismus für den ›uninspirierten‹ Fernsehalltag und Reality-TV für undiskutables ›Trash-TV« (ebd.: 203). »Da sich«, so Hißnauer weiter, aber »die ontologische Basis« der drei Formen nicht unterscheidet, stelle »sich hier die Frage nach den Abgrenzungspraxen und Distinktionsstrategien im dokumentarischen Feld« (ebd.: 203f.).

In meinem Beitrag geht es nicht um dokumentarische Formen, durchaus aber um Abgrenzungspraxen und Distinktionsstrategien, die das Sprechen (oder Schreiben) über ›Fernsehen‹ diskursiv begleiten. Trotz der Entwicklung weg vom linearen, zeitlich vorstrukturierten Fernsehen hin zu einer zeitlich unabhängigen ›Streaming-Kultur‹ ist Fernsehen dennoch als eine der wichtigsten Kulturtechniken der letzten 50 Jahre zu

1 Für eine ausführlichere Diskussion einer solchen Konzeption sowie der prozessualen und relationalen Dimensionen von ›Fernseherfahrung‹, die empirisch am Beispiel einer Studie mit Jugendlichen als »Erfahrungsökologien« ausgearbeitet wurden, vgl. Korte 2020 (in Vorbereitung).

verstehen, die ihr Ende noch lange nicht erreicht hat. Entgegen der häufig vertretenen These, das lineare Fernsehen sei im Grunde genommen an sein Ende gelangt, veröffentlichte Matthias Stolz in einem Artikel für das Zeitmagazin 2016 folgende überraschende Zahlen:

»Im vorigen Jahr verbrachte der Mensch ab 14 Jahren in Deutschland im Durchschnitt drei Stunden und 28 Minuten vor dem Fernseher. Pro Tag. Diese Zahlen stammen von der ARD/ZDF-Langzeitstudie, einer Umfrage (weshalb die Zahlen nicht auf die Minute genau zu nehmen sind). War ein Konsum von rund zwei Stunden im Jahr 1985 schon erstaunlich, so erscheinen rund dreieinhalb im Jahr 2015 unglaublich« (Stolz 2016).

Allerdings sei genau das lineare, also das klassische Fernsehen, »das, was man macht, wenn man nach Hause kommt und einen keiner sieht [...] und über das man hinterher nicht spricht« (ebd.). Um dieses »Hintergründige«, das eng an Fragen nach gesellschaftlicher Wertschätzung gekoppelt ist, geht es mir, wenn im Rahmen dieses Beitrags nach der ästhetischen Erfahrung und dem ästhetischen »Wert« des Fernsehens »an sich« gefragt wird, nicht nach den ästhetischen »Eigenschaften« einzelner Sendungen. So möchte ich im ersten Teil zunächst fragen, wie mit dem Fernsehen verbundene Labels wie »Kultur«, »Qualität« und »Trash« in unterschiedlichen – mit dem, was unter Fernsehen verstanden wird, aber jeweils untrennbar in Verbindung stehenden – Diskursen, machtvoll eingesetzt werden. Die institutionelle Trennung zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Fernsehen scheint, ganz ähnlich wie es Hißnauer für das Dokumentarische beschreibt, mit der diskursiven Trennung von Hoch- und Alltagskultur durchaus zusammenzuhängen. Gesellschaftliche oder publizistische Diskurse *über* das Fernsehen (im Allgemeinen sowie über bestimmte Formate), sind dabei von solchen Diskursen, die »das Fernsehen« selbst über seine Inhalte mitgestaltet, nicht zu trennen. Als Beispiel ist der Begriff des »Unterschichtenfernsehens« mit all seinen Implikationen zu nennen, der von Thomas Waitz 2009 in dieser Hinsicht als »Regierungstechnologie« bezeichnet wurde.² Er entstammt ursprünglich dem Buch *Generation Reform* des Soziologen Paul Nolte (2004)³, seine gesellschaftliche Schlagkraft und Popularität aber hat er erst 2005 durch die Verwendung durch Harald Schmidt gewonnen, der kurz zuvor vom Privatsender SAT.1 zur ARD (zurück) gewechselt war,

.....
2 »Vielleicht lässt sich die Popularität des Sprechens vom Unterschichtenfernsehen auch dahingehend deuten, dass hier, ohne dass das Konzept von Gouvernamentalität expliziert wird, auf den strukturellen Zusammenhang von Medientechnologien und Technologien der Regierung verweisen [sic!] wird. »Unterschichtenfernsehen« ist in diesem Sinne zugleich ein Gegenstandsbereich wie das Instrumentarium für den Zugriff auf ihn. Die Tatsache aber, dass Massenmedien die gesamte Bevölkerung erreichen, macht sie attraktiv wie bedrohlich zugleich. Die diskursive und begriffspolitische Eingrenzung ihrer Wirksamkeit auf »Unterschicht«, die kontinuierliche Re-Problematisierung als »Unterschichtenfernsehen« [sic!] ist immer auch ein Beherrschungsversuch, eine Distanznahme« (Waitz 2009: 59).

3 In seinem Buch *Generation Reform* stellt Nolte die These auf, »Massenkultur« sei vor allem zu einer »Klassenkultur« der neuen Unterschichten geworden (Nolte 2004: 62) und die Einführung der Privatsender habe ein »spezielles Unterschichtenfernsehen entstehen lassen« (ebd.: 42), was in Folge zu einer »Klassendifferenzierung des Fernsehens« (ebd.) geführt habe.

und nun in einer ironischen, aber abwertenden Geste kurzerhand die Programme seines ehemaligen Arbeitgebers als ›Unterschichtenfernsehen‹ bezeichnete. Aus diesem Grund werden Diskurse *des* Fernsehens (und damit meine ich sowohl solche privater als auch öffentlicher Sendeanstalten und ihrer Papiere und Programmplanungen) und Diskurse *über* das Fernsehen (sowohl wissenschaftliche als auch gesellschaftliche und feuilletonistische, die ihrerseits häufig schwer voneinander zu lösen sind), gemeinsam behandelt. Im zweiten Schritt werde ich auf den *Kulturbegriff* der britischen Cultural Studies zurückgreifen und mich dabei insbesondere auf ihren prominentesten Vertreter und (Mit-)begründer, Raymond Williams, beziehen. Williams hat Kultur als ›Lebensgefühl‹ – als eine sich der jeweiligen Epoche nach spezifisch ausgestalteten »structure of feeling«, als »a whole way of life« (Williams 1958), – beschrieben und er fokussiert dabei nicht hochkulturelle Formen und Objekte, sondern lokalisiert Kultur vor allem im Alltagsleben der ›einfachen Leute‹. Für Williams war »Kultur kein Vorrecht privilegierter Kreise und kein Synonym für die Umgangsformen der Bildungselite. Kultur sollte stattdessen als Oberbegriff für das breite Spektrum von Formen verwendet werden, in denen soziale Gruppen sich verständigen und differente Lebensstile ausbilden« (Rieger-Ladich 2019: 124). Von einem weiteren wichtigen Konzept Raymond Williams' ausgehend, der Fernseherfahrung als *flow*, wird im dritten Schritt mit John Dewey *Fernsehen als ästhetische Erfahrung* ins Auge gefasst.

Diskurse des Fernsehens: Kultur, Quality TV, Trash TV

Folgt man den aktuellen Ausführungen der Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) zum Thema, werden kulturelle Bildung und ihre definitorischen Bestandteile, Kultur und Bildung, im Kontext des Fernsehens als Prozesse verstanden, an denen das Fernsehprogramm vor allem vermittelnd teilnehmen kann. Von Kultur *im* Fernsehen zu sprechen bezieht sich auf Sendungen, die entweder Kultur besprechen, also von Kultur handeln, oder auf solche, die Kultur zeigen bzw. übertragen (vgl. BpB 2019). Die Begriffe Kultur und Bildung selbst bleiben dabei nach Einschätzung der Bundeszentrale für politische Bildung unscharf:

»Der Begriff der Kultur selbst war und ist unscharf. Im Kontext des Fernsehens meint er vor allem die Erschaffung von und den Umgang mit der Kunst und den Kunstwerken. Ähnlich unscharf ist der Begriff der Bildung, der von der Zeit der Aufklärung her die Formung des Menschen in seiner Menschlichkeit und als Kulturwesen meint, und nicht gleichzusetzen ist mit Begriffen der Ausbildung und des Wissenserwerbs« (ebd.).

Auch vom Deutschen Kulturrat wird der definitorische Spielraum des Kulturbegriffes mit Bezug auf Medien bewusst groß gehalten. So heißt es 2008 in einer Stellungnahme des Deutschen Kulturrats zum Schlussbericht der Enquete-Kommission *Kultur in Deutschland* (insb. zu den medienpolitischen Handlungsempfehlungen), es werde von einem »weiten Kulturbegriff« ausgegangen, dessen »wichtigstes Definitionskriterium« [...] die »Vielfalt der Kultur« sei, »welche dauerhaft und zuverlässig gewährleistet werden« müsse (Deutscher Kulturrat 2008: 1). Elf Jahre später wird in den Empfehlungen selbigen Kulturrats zur kulturellen Bildung Erwachsener auf den Bildungsauftrag verwiesen, dem

öffentlich-rechtliche Programme per Rundfunkstaatsvertrag unterliegen. Fernsehen (und ebenso das Radio) werden hier nun als *Möglichkeiten* angeführt, sich kulturell (weiter) zu bilden. Hier wird allerdings ebenfalls nicht konkretisiert, sondern lediglich der Hinweis formuliert, es gebe »im Fernsehen [...] diverse Angebote in den Spartenprogrammen und den dritten Programmen«, während die Bildungsangebote »im Hauptprogramm von Das Erste und dem ZDF [...] ausbaufähig« seien (Deutscher Kulturrat 2019: 3). Im Rundfunkstaatsvertragsgesetz selbst ist – für das inhaltliche Programm – recht deutlich formuliert, welche Themen innerhalb der Programmstruktur unter Kultur bzw. unter Bildung zu subsumieren sind. Ganz allgemein seien die Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten dazu da, »der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen. Sie haben Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten. Auch Unterhaltung soll einem öffentlich-rechtlichem Angebotsprofil entsprechen« (RStV 2019: 11/1). Unter Kultur sei »insbesondere Folgendes zu verstehen: Bühnenstücke, Musik, Fernsehspiele, Fernsehfilme und Hörspiele, bildende Kunst, Architektur, Philosophie und Religion, Literatur und Kino«, während Bildung »Wissenschaft und Technik, Alltag und Ratgeber, Theologie und Ethik, Tiere und Natur, Gesellschaft, Kinder und Jugend, Erziehung, Geschichte und andere Länder« umfasst (vgl. ebd.: 9/10).⁴ Kultur wird hier also zunächst einmal als Inhalt verstanden, als etwas, das *im* Fernsehen stattfindet oder *über das Fernsehen* übertragen wird, (kulturelle) Bildung als etwas *durch das Fernsehen* Vermitteltes. Das Verständnis von Kultur wird dabei zwar betont offengehalten, scheint aber, insofern es – wie oben zitiert – im Kontext des Fernsehens vor allem um »die Erschaffung von und den Umgang mit der Kunst und den Kunstwerken« geht, dennoch auf Formate *hochkultureller* Bildung ausgerichtet. Kultur, so absichtlich unscharf der Begriff auch verwendet wird, bezeichnet das Herausgehobene, das Vereinzelte, Besondere, von der breiten Masse abgrenzbare: *ausgesuchte* Sendungen, Sendungen, die nicht zur Hauptsendezeit gesendet, nicht vom Massenpublikum gesehen werden, und die sich auch nicht an ein Massenpublikum richten, sondern an ein Publikum mit klar definiertem Interesse an Kunst und Kultur als benenn- und besprechbaren Dinge. So werden auf den Seiten der Bundeszentrale für politische Bildung unter der Überschrift »Kultursendungen« – beispielhaft die Sendungen *Das Literarische Quartett* (ZDF), *Titel Thesen Temperamente* (ARD), und *Aspekte* (ZDF)⁵ aufgeführt – deutlich markiert als Magazine für die ›kulturbeflissenen‹, bildungsnahen Rezipient*innen der Hochkultur.⁶

4 Hinzu kommen die Bereiche Information – »Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Wirtschaft, Auslandsberichte, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschichtliches« – und zu guter Letzt die Kategorie Unterhaltung, die »Kabarett und Comedy, Filme, Serien, Shows, Talk-Shows, Spiele, Musik« umfasst (ebd.). Interessant ist hierbei, dass die Kategorien Kultur, Bildung und Unterhaltung auf Inhalte abzielen, während unter Unterhaltung hauptsächlich Sendeformen genannt sind. Das impliziert eine gewisse ›Reste-Logik‹: Was dem Inhalt nach nicht in Kultur, Bildung oder Information passt, bleibt der Form nach Unterhaltung.

5 Vgl. URL: <https://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/deutsche-fernsehgeschichte-in-ost-und-west/247909/hintergrund-informationen> (26.8.2019).

6 Im Bereich Unterhaltung, der ebenfalls dem Bildungsauftrag unterliegt, geht es dabei insofern mindestens um bildungsbetonte Kulturangebote. So wird von der BpB die Sendung *Lindenstraße* (ARD) genannt, als »kulturelles Forum« um gesellschaftlich relevante Themen anzustoßen, hierdurch werden zugleich die Zuschauer*innen dazu angeregt, »ihre eigenen

In Teilen des internationalen medienwissenschaftlichen Diskurses, insbesondere der Serienforschung, existiert eine ähnliche Abgrenzungspraxis, die aber nicht unter dem Label Kultur steht, sondern sich hinter dem Schlagwort *quality television* verbirgt. Der wohl bekannteste Kanon zur Beschreibung von ›Qualitätsserien‹ stammt von dem US-amerikanischen Medienhistoriker Robert J. Thompson (1996) und wurde 2011 durch den Zürcher Filmwissenschaftler Robert Blanchet aktualisiert. Ohne die zwölf Merkmale zur Charakterisierung von Quality-TV, die Blanchet im Rückgriff auf Thompson in seinem Text heranzieht, hier im Detail zu diskutieren, lässt sich doch zusammenfassen, dass es sich dabei um einen Kanon zur Identifikation auch sozialer Distinktionsmerkmale handelt. So habe Thompson über sich selbst gesagt, er

»sei zwar kein Snob; trotzdem wolle er hervorheben, dass zwischen Qualitätsserien und anderen Sendungen ein Unterschied bestehe, und ein wesentlicher Aspekt dieses Unterschieds sei nun einmal der, dass auch ein Snob dazu stehen könnte, dass er sich diese Sendungen ansieht« (Blanchet 2011: 68).

Derart wird in Thompsons bzw. Blanchets Kanon bereits unter den ersten drei Punkten klargestellt, von was sich das gemeinte Fernsehen abgrenzt bzw. abgrenzen möchte: »Qualitätsserien sind nicht gewöhnliches Fernsehen« (Punkt 1), sie sind »von Künstlern gemacht« (Punkt 2) und richten sich »an ein gehobenes Publikum« (Punkt 3) (Blanchet 2011: 55ff.). Der dazugehörige Slogan, der HBO-Werbespruch »It's not TV, it's HBO« wurde vom deutschen Fernsehen wiederum von Jan Böhmermann adaptiert: Im Abspann des *Neo Magazin Royale* (ZDF) erscheint ein von Bänderolen gerahmter Dinosaurier (ein Triceratops)⁷, optisch dem Intro der MGM (Metro-Goldwyn-Mayer) *productions* nachempfunden, darunter erscheint der Schriftzug »Alles andere ist Fernsehen.«⁸

Problematisch an dieser Praxis ist nun die häufig im Feuilleton vorgenommene diskursive Bestimmung dessen, was hier im Rahmen des unscharf verwendeten Kulturbegriffes als ebenso unscharfes Negativ konstruiert wird und somit als Facette von ›Nicht-Kultur‹ erscheint: Der – etwas polemisch formuliert – kulturlose televisuelle Rest, dem diskursiv immer noch ein bestimmtes (ebenso kulturloses) Publikum mit ebenfalls bestimmten Eigenschaften zugeordnet wird.⁹ Neben den quantitativ ebenfalls breit angeboten Anteilen von Sportberichterstattungen, Dokumentationen, die in der Grauzone dessen zu verorten wären, was Hißnauer als ›the Bad‹ bezeichnet, wäre das

.....
Einstellungen und Verhaltensweisen im Vergleich zu denen der Fernsehdarsteller [zu] überprüfen« (ebd.).

7 Der Triceratops stellt das Maskottchen der Sendung dar: »Ich habe mir als Sendungsmaskottchen ein öffentlich-rechtliches Tier gewünscht, einen Dinosaurier, genauer den Triceratops; er ist gefährlich, potent und gut aussehend, galt aber bislang als ausgestorben – im Grunde wie mein Arbeitgeber, das ZDF« (vgl. Böhmermann im Interview mit Alina Fichter und Matthias Kalle für DIE ZEIT Nr. 44/2013 am 24.10.2013, online verfügbar unter URL: <https://www.zeit.de/2013/44/moderator-jan-boehmermann/komplettansicht> (26.6.2019)).

8 Vgl. den Abspann auf Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=WC_rWyL_ubg (13.6.2019).

9 Es ist im übrigen sicher nicht ganz abwegig, an dieser Stelle zu behaupten, dass derjenige Personenkreis, der die Feuilletons der großen Wochenzeitschriften mit einer gewissen Regelmäßigkeit liest, sich zu einem hohen Anteil mit dem Kreis derselben Kulturbeflissenen deckt, die abends die (im Feuilleton empfohlenen) Kultursendungen einschalten.

also eindeutig ›the Ugly‹ – das, was in Deutschland häufig als ›Trash TV‹ bezeichnet wird, Reality- und *scripted reality*-Sendungen¹⁰, die zumeist im Privatfernsehen angesiedelt sind.

Elisabeth Klaus und Jutta Röser haben schon 2008 aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive darauf aufmerksam gemacht, dass »die publizistische Kontroverse um das ›Unterschichtenfernsehen [...] exemplarisch eine wesentliche Erkenntnis der Cultural Studies und der Gender Studies [unterstreicht], dass nämlich Medien Mittel im Kampf um gesellschaftliche Bedeutung sind und zur Aufrechterhaltung gesellschaftlicher Hierarchien verwendet werden« (Klaus/Röser 2008: 264). Die kritische, häufig sehr abwertend geführte publizistische Debatte, auf die Klaus und Röser sich hier beziehen, betonte in auffälliger Weise nicht nur die vermeintliche Kulturlosigkeit des Fernsehens, sondern insbesondere die des dazugehörigen Publikums, das wiederum durch die Sendungen reinszeniert und auf diese Weise gesellschaftlich zementiert werde. Die Schlagworte der einige Jahre später entbrannten Debatte um gescrriptete Reality-Sendungen lauten dabei ganz ähnlich: So betitelt die *Süddeutsche Zeitung* einen Artikel über *scripted reality*-Sendungen mit *Das große Hartz-Theater* (Kissler 2009) und in der Zwischenüberschrift »Bier mit der Hochhausschlampe« (ebd., über die Inhalte der Sendung *Mitten im Leben*, RTL) verdichten sich in ähnlicher Weise »Assoziationen wie Arbeitslosigkeit, Hoffnungslosigkeit, Bier am Nachmittag und leere Kassen«, wie es Christoph Amend (2005) über das ›Unterschichtenfernsehen‹ schrieb. An Klaus' und Röser's Analyse lässt sich zudem ablesen, dass in solchen »affirmativen Beiträgen zur Unterschichtendebatte« die zwei Seiten des dualen Rundfunksystems zur Stabilisierung gesellschaftlicher Hierarchien instrumentalisiert werden, hier werde nämlich »pauschal ›gutes‹ öffentlich-rechtliches Bildungsfernsehen gegen ›schlechtes‹ privates Unterhaltungsfernsehen gesetzt« (Klaus/Röser 2008: 273). Sie schreiben weiter: »Die Kontroverse durchzieht so die überkommene Spaltung von Hochkultur versus Massenkultur und die damit zusammenhängende Entgegensetzung von Öffentlichkeit und Privatheit« (ebd.).

Die *sozialen* Dimensionen von Kultur und ihrem konstruierten Negativ rücken so in den Vordergrund. Die skizzierten Abwertungen, normativen Urteile und Setzungen, setzen dabei das private *Alltagsleben* des als kulturlos imaginierten Publikums (vgl. ebd.: 267) herab: deren Gewohnheiten, Verhalten, Kleidung, Ernährung, Sprache, Interessen, die Wohnungseinrichtung. Kultur erscheint in diesem Kontext umso deutlicher als etwas, was sich vom Fluss des Alltagslebens abhebt, während Alltag selbst in doppelter Weise dem ›Trash TV‹ zugeordnet wird: als Inhalt (in *reality*- und *scripted reality*-Sendungen) wie auch als Rezeptionsumwelt für das unreflektierte, alltägliche Fernsehen der kulturlosen Masse. Die Sendungen, die dem ›Trash TV‹ zugeordnet werden, werden dabei nicht als individuelle Werke konzipiert: Hier wird eben nicht gezielt eingeschaltet, hier wird *ferngesehen*, einfach so, nicht zu Bildungs- oder Informationszwecken, sondern

10 Als *scripted reality* werden in Deutschland solche Sendungen bezeichnet, die zwar einer festgelegten Dramaturgie folgen, deren konkrete Ausgestaltung aber hauptsächlich von Laiendarsteller*innen improvisiert wird, wie beispielsweise Verdachtsfälle (RTL) oder Berlin – Tag und Nacht (RTL II).

zum Selbstzweck: Die Aktivität bzw. der Genuss des Fernsehens, ob zielgerichtet oder gänzlich ziellos, als *alltägliche, zeitfüllende Erfahrung* steht hier ganz grundlegend als *kulturlose Aktivität* mit in der Kritik.

Im Kontext der eingeschlagenen Argumentationslinie im Folgenden auf Raymond Williams und den durch ihn geprägten Kulturbegriff der Cultural Studies Bezug zu nehmen, ist im Rahmen dieses Beitrages in zweierlei Hinsicht lohnend: Zum einen aufgrund seiner Konzeption von Kultur, die ihren Ausgang im Grunde genommen genau dort nimmt, wo in der bis hierher skizzierten bildungsorientierten Narration Kultur aufhört, und zum anderen durch seine Fernsehtheorie, die sich daran in direkter Weise anschließen lässt.

»Culture is ordinary: that is where we must start«¹¹

Es ist im Wesentlichen Raymond Williams' Verdienst, die theoretische Unterscheidung zwischen Hochkultur und Alltagskultur grundlegend verschoben zu haben: »Kultur« wird bei ihm gerade nicht an Artefakten – Bildern, Büchern, Filmen – festgemacht, sondern im gelebten Alltag der »einfachen Leute« verortet. Williams betont in seiner Studie die praktischen, angewandten, eher mit der Prozessualität des alltäglichen Lebens resonierenden Erfahrungen und Bewusstseinsstrukturen, die noch nicht diskursiv fixiert oder geformt sind, sondern die je aktuell und gegenwärtig *gelebt* werden:

»There are the experiences to which the fixed forms do not speak at all, which indeed they do not recognize. [...] For practical consciousness is what is actually being lived, and not only what is thought is being lived. [...] It is a kind of feeling and thinking which is indeed social and material, but each in an embryonic phase before it can become fully articulate and defined exchange. Its relations with the already articulate and defined are then exceptionally complex« (Williams 1977: 130f.).

Williams vertritt diese Haltung nicht zuletzt im Rückgriff auf seine eigenen Erfahrungen, weil er selbst – als »Bildungsaufsteiger« (Rieger-Ladich 2019: 110) – die Konventionen und Gepflogenheiten des akademischen Systems mitsamt seiner Vorstellungen von Hochkultur erst in Abgrenzung zu seiner »Herkunftskultur« (ebd.) erlernen musste, und es ihm, wie Rieger-Ladich für Williams ebenso wie für Pierre Bourdieu und Richard Hoggart betont, dadurch gelang, einen »besonderen Scharfblick für soziale Asymmetrien [...] und ein feines Gespür für die unterschiedlichen Formen, in denen Bildung und Kultur eingesetzt werden, um Machtverhältnisse zu stabilisieren« zu entwickeln (ebd.: 111). Oliver Marchart (2003) verweist in diesem Kontext auch auf den zentralen Unterschied zwischen den britischen Cultural Studies bzw. Fachrichtungen, die sich in dieser Tradition verorten, und den deutschsprachigen Kulturwissenschaften:

11 Williams 1958: 4.

»So gehen Cultural Studies [...] nicht in einer rein akademischen Übung auf, weshalb ihre Institutionalisierung und somit Disziplinierung zu einem universitären Fach Anlass zu permanenten kritischen Debatten gibt. Dahinter steht: Cultural Studies werden von einem unhintergehbaren politischen Impetus getragen, der sich sowohl außerhalb des Akademischen als auch innerhalb der Wissenschaft in Erkenntnisinteresse, kategorialem Apparat und ›Theoriedesign‹ der Cultural Studies manifestiert« (Marchart 2003: 7).

Aus der Perspektive einer an den Cultural Studies orientierten Medienwissenschaft ist die (wissenschaftliche und politische) Hinwendung zum Alltag bzw. zum Alltagsleben für diesen Beitrag deshalb von Bedeutung, weil es erst durch diese Bewegung überhaupt möglich wurde, alltagspopuläre Medien wie bspw. das Fernsehen in ihrer Verstrickung mit alltäglichen Strukturen und einem aktiv an Bedeutungen (mit-) produzierenden Publikum, und nicht als technologische Beeinflussungsmaschine, der das Publikum rein passiv gegenübersteht, zu verstehen.¹² Zudem ist Raymond Williams eines der zentralsten Konzepte der Fernsehwissenschaft zu verdanken: nämlich das des *flow*, das nicht nur als Beschreibung einer geplanten Programmstruktur, sondern ebenso als zentrale Wahrnehmungs- und Erfahrungsform des Fernsehens fungiert. Im Kapitel »Programming. Distribution and Flow«¹³ aus seinem 1974 erschienen Buch *Television, Technology and Cultural Form* charakterisiert er zunächst das »Phänomen des geplanten *flow* als das entscheidende Kennzeichen des (kommerziellen) Fernsehens« (Williams 2001[1974]: 33), als Programmstrategie, in der Werbeunterbrechungen nicht mehr als sie selbst zu lesen wären, sondern als Intervalle. Es handelt sich also um ein Programm, in dem

»die tatsächliche Abfolge keineswegs der (in Programmzeitschriften) veröffentlichten Sequenz von Programmelementen entspricht, da diese Sequenz durch die Einfügung einer weiteren Sequenz transformiert wird; mit dem Effekt, dass diese Sequenzen gemeinsam den wirklichen *flow*, die wirkliche ›Rundfunkübertragung‹ ausmachen« (ebd.: 37).

In Williams eindrücklicher Beschreibung des Fernsehens und seiner Struktur als *flow*, die einer segmentierten, aus einzelnen Einheiten bestehende Programmstruktur entgegensteht, findet sich das Spannungsverhältnis zwischen dem Fixierten und dem (noch) Unfixierten wieder, das eine der Grundlagen von seinem Verständnis von Kultur als *structure of feeling* ist. Im Anschluss hieran scheint es nur konsequent, dass Williams den *flow* schließlich in Verbindung zur »Fernseherfahrung selbst« (ebd.: 41) setzt. Als Begründung für diese Verbindung nennt Williams zwei Beobachtungen: Erstens sei zumeist nicht von den einzelnen gesehenen Sendungen die Rede, vielmehr stehe der *flow* des Fernsehens als

12 Hierfür stehen exemplarisch die Ausführungen zum *decoding* und *encoding* von Bedeutungen von Stuart Hall, hieran anschließend die Studien zur *Nationwide Audience* von Charlotte Brunson und David Morley (1978), zu den Prozessen des Fernsehens und aktivem Zuschauen die Texte von John Fiske (2008). Aktuell sind in dieser Tradition hier vor allem die empirischen Studien von Beverley Skeggs und Helen Wood (Skeggs/Wood 2012, Wood 2009) mit britischen Frauen zum Reality TV, zu Subjektivität und Gouvernementalität und vor allem den damit verbundenen Ambivalenzen hervorzuheben.

13 Hier zitiert in der Übersetzung von Malte Krückels in Adelman et al. 2001.

generelle Erfahrung selbst im Zentrum: dass nämlich »die meisten bei der Beschreibung ihrer Erfahrung eher davon [sprechen], dass sie ›Fernsehen geguckt‹ haben, als davon, dass sie ›die Nachrichten‹ oder ›ein Fernsehspiel‹ oder ›Fußball‹ ›im Fernsehen‹ gesehen haben« (ebd.). Zweitens, so Williams weiter,

»ist es eine häufige, wenn auch reumütig zugegebene Erfahrung, dass es viele von uns schwierig finden, den Fernseher auszumachen; und dass wir uns wieder und wieder, auch wenn wir für eine bestimmte ›Sendung‹ angeschaltet haben, dabei erwischen, wie wir die Sendung danach angucken und die darauf folgende ebenfalls. [...] Wir können uns schon ›in‹ etwas Neuem befinden, bevor wir die Energie gesammelt haben, uns vom Stuhl zu erheben, und viele Sendungen werden mit diesem Wissen im Hinterkopf gemacht: Das Binden von Aufmerksamkeit in den Anfangsmomenten; das wiederholte Versprechen, aufregende Dinge zu zeigen – wenn wir (dran)bleiben« (ebd.).

Hier verwischen die Grenzen zwischen dem Status des Fernsehens als *flow* und dem der Zuschauer*innen als handelnde Subjekte: Auch wenn die beschriebene Erfahrung bei Williams auf die institutionell geplante Organisation der Programmstruktur *als flow* zurückgeführt wird, bleibt es in der konkreten Erfahrung selbst doch unklar, ›wer‹ ›was‹ mit ›wem‹ macht, wer also letztlich dafür verantwortlich ist, dass der *Prozess* des Fernsehens weitergeht, die Rezeption fortgeführt wird, die Erfahrung fortschreitet. Als eine Erklärung hierfür führt Williams die unendliche Ausgedehtheit des Sendeflusses an: So laufe der *flow* schließlich weiter, auch bei ausgeschaltetem Apparat, und sei dennoch

»durch Druck auf den Schalter stets – in verschiedenen Abfolgen – zugänglich. [...] Aus diesem Grund scheint das Charakteristikum des ›flow‹, sowohl intern, in seiner unmittelbaren Organisation, also auch als allgemeiner Erfahrungshintergrund von zentraler Bedeutung zu sein« (ebd.: 42).

Williams' Konzeption des Fernsehens als dieser doppelte *flow*, und seine Konzeption von Kultur als Gefühlsstruktur und Lebensweise sind in dieser Hinsicht eng miteinander verknüpft: Beide betonen eine prozessuale Erfahrungsdimension des Lebens, die sich gewissermaßen *hinter* den herausgehobenen Formen – kulturellen Artefakten, einzelnen Sendungen und Formaten mit jeweils bestimmten Bedeutungen – abspielt, und die dennoch, als kulturelle Erfahrung, von hoher Bedeutung ist. Ich möchte im Folgenden nun an den Begriff der Erfahrung anknüpfen und Fernsehen weitergehend, mit John Dewey, als *ästhetische* Erfahrung konzipieren.

Fernsehen als ästhetische Erfahrung?

John Dewey geht es in seinen pragmatistisch geprägten Überlegungen zu *Kunst als Erfahrung* darum, die als artifiziell empfundene Trennung zwischen gewöhnlichen und ästhetischen Erfahrungen zu unterlaufen und stattdessen mit seiner Theorie die »Kontinuität zwischen der ästhetischen Erfahrung und den gewöhnlichen Lebensprozessen« (Dewey 2010 [1958]:18) wiederherzustellen:

»Um Ästhetik in ihren ausgeprägtesten und anerkanntesten Formen zu *verstehen*, muß man bei ihren Grundelementen ansetzen; bei den Ereignissen und Szenen, die das aufmerksame Auge des Menschen auf sich lenken, sein Interesse wecken und, während er schaut und hört, sein Gefallen hervorrufen: Anblicke, von denen die Menge gebannt ist: Die vorüberrasende Feuerwehr; Maschinen, die riesige Löcher ins Erdreich graben; der Mensch, der einen Turm emporklimmt und von weitem wie eine Fliege aussieht; Männer, die auf Eisenträgern hoch in den Lüften rotglühende Bolzen werfen und auffangen. [...] Vorstellungen, die die Kunst auf einen entrückten Sockel stellen, sind derart verbreitet und setzen sich so unbemerkt durch, daß gar mancher eher befremdet als erfreut wäre, wenn man ihm sagte, er genösse seine Freizeitbeschäftigungen zumindest teilweise ihres ästhetischen Wertes wegen. Die Zweige der Kunst, denen der Durchschnittsmensch unserer Tage sein vitalstes Interesse entgegenbringt, werden von ihm nicht zur Kunst gezählt: Zum Beispiel Filme, moderne Tanzmusik, Comics [...]. Denn wenn das, was er unter Kunst versteht, in Museum und Galerie verbannt wird, so sucht der nicht zu unterdrückende Wunsch nach Genuß seine Befriedigung in den Möglichkeiten, die die Umgebung des Alltags bietet« (ebd.: 11ff.).

Dewey's Ansicht nach verfehlt die hierarchische Trennung in Hoch- und Alltagskultur die Tatsache, dass jede ästhetische Erfahrung ihren *Ursprung* in der gewöhnlichen Erfahrung habe (vgl. ebd.: 59). Dies bedeutet für ihn zunächst nicht mehr oder weniger als »genußvolle Perzeption« (ebd.: 28), das sinnliche Erleben der Welt, die uns umgibt. Ästhetisch ist eine Erfahrung Dewey zufolge dann, wenn sie sich als *eine* Erfahrung deutlich herausgehoben präsentiert, eine »in sich geschlossene Erfahrung, die deshalb hervorsticht, weil sie sich von dem Vorangegangenen und dem Nachfolgenden abhebt« (ebd.: 48). Diese Erfahrungen von Einheit und Abschluss, die er im Rückgriff auf William James als ein »Zur-Ruhe-Kommen« (ebd.: 52) im Erfahrungsprozess fasst, sind für Dewey wesentliche Dimensionen einer *ästhetischen* Erfahrung, und umgekehrt kann in seiner Begriffskonzeption »keine wie auch immer geartete Erfahrung eine Einheit darstell[en], wenn sie nicht ästhetischen Charakter trägt« (ebd.: 53). Wichtig zu betonen ist an dieser Stelle, dass sich dieses Kriterium, also eine Erfahrung »zum Abschluß zu bringen« (ebd.: 51), bei Dewey gerade nicht in irgendeiner Art von Ausschließlichkeit auf solche Erfahrungen bezieht, denen man im allgemeinen Sprachgebrauch ästhetische Eigenschaften zuschreibt – also etwa den Künsten. Es geht ihm vielmehr um die Betonung einer relationalen Bewegung, die er in einer äußerst demokratischen Geste an den einfachen Erfahrungen des Alltags verdeutlicht. So dienen als Beispiele für die „Einheit“, die jeder Erfahrung ihren Namen gebe: »jenes Essen, jener Sturm, jener Abbruch einer Freundschaft« (ebd.: 49), und in dieser Linie wählt Dewey zur ausführlichen Exemplifizierung seiner Theorie auch nicht zufällig die Denkerfahrung, ist Denken doch ein außerordentlich alltäglicher Vorgang:

»Wie bei einer stürmischen See gibt es hier eine Aufeinanderfolge von Wellen. Thesen, die sich erheben, um dann als Brecher zu zerschellen oder aber von der nächsten Welle weitergetragen werden. Wenn man zu einem Schluß gelangt, so ist er die Folge einer Bewegung von Vorwegnahme und Anhäufung, ein Schluß, der endlich seine Verwirklichung gefunden hat. Er ist der Höhepunkt einer Bewegung. Daher hat die

Denkerfahrung ihren ganz eigenen ästhetischen Charakter. Sie unterscheidet sich von denjenigen Erfahrungen, deren ästhetischer Charakter gemeinhin anerkannt ist, lediglich durch ihre stofflichen Inhalte« (ebd.: 50).

Interessant vor dem Hintergrund des Fernsehens ist, dass es Dewey also gerade nicht um ›sichtbare‹ Ästhetik geht, nicht um Geschmacksfragen oder Bewertungskriterien für Kunst. Sein Anliegen ist es, zu zeigen, dass Kunst – als Erfahrung – *empfunden* werden kann, und dass diese Erfahrung genau dann als ästhetisch zu werten ist, wenn sie eine emotionale Befriedigung gewährt, in dieser Hinsicht ›zum Abschluss kommt‹. In welcher Hinsicht, zu welchem Zweck oder mit welchem Ergebnis dies geschieht, ist für Dewey dabei ausdrücklich zweitrangig. Der Wert liege vielmehr in der Erfahrung der (vorläufigen) Abschließbarkeit selbst: »Es liegt ein Wert darin, eine Erfahrung zum Abschluss zu bringen. Diese Erfahrung mag der Welt Schaden zufügen, und ihr Ergebnis ist vielleicht nicht wünschenswert. Aber sie trägt ästhetischen Charakter« (ebd.: 51).

Die Frage, ob der Prozess des Fernsehens grundsätzlich Charakteristika einer ästhetischen Erfahrung trägt, lässt sich also auf dieser abstrakten theoretischen Ebene durchaus bejahen.¹⁴ Dabei hat auch die Fernseherfahrung, verstanden als *flow*, ihren ganz eigenen Charakter: Man denke nur an Momente ungerichteten Suchens, Zappens, und Abwartens darauf, dass ein neues Programm beginnt – Prozesse, in denen gar nicht klar ist, was eigentlich gesucht wird, und die ›zur Ruhe kommen‹, sobald auf dem Bildschirm doch etwas erscheint, das die Aufmerksamkeit binden kann. Herbert Schwaab hat dies 2012 in einem schönen Text mit dem (Teil-)Titel *Ich weiß ja nicht, was ich suche* beschrieben. In gewisser Hinsicht beschreibt er genau das Ankommen an den ›Ruheplätzen‹ der Erfahrung als eigentliches Ziel des Fernsehens, wenn er betont, es sei die suchende Bewegung, die das Fernsehen von anderen Medien abgrenzt, eine Bewegung, die

»sich nicht nur [...] Überraschungen schafft (die vielleicht nur von kurzer Dauer sind), sondern dazu führt, dass wir als Zuschauer an etwas hängen bleiben. Es ist die große Herausforderung und Leistung des Fernsehens, eine Sehanordnung anzubieten, die es den Betrachtern ermöglicht, überrascht und überwältigt zu werden und ihre Aufmerksamkeit auf intensive Weise einem Gegenstand zu widmen, von dem sie nicht wussten, dass sie ihn gesucht haben (Schwaab 2012: 121).

14 Die Kulturwissenschaftlerin Iris Laner weist in ihrer Einführung in die »Ästhetische Bildung« darauf hin, dass Menschen, um ästhetische Erfahrungen machen zu können, zunächst gelernt haben müssen, »sich engagiert mit Kunst und den Künsten auseinanderzusetzen, ästhetischen Dingen als solchen zu begegnen. [...] Für eine differenzierte Diskussion über ästhetische Bildung als Bildung durch ästhetische Erfahrung und ästhetische Praxis ist es zentral, nicht zu vergessen, inwiefern sie von einer Reflexion über die Voraussetzungen, sprich Zugänglichkeit, dieser Erfahrungen und Praxis nicht zu trennen ist« (Laner 2018: 34). Von Positionierungen wie denen der Cultural Studies, kulturelle Praktiken im Bereich der Alltags- bzw. Populärkultur zu untersuchen – die u.a. Betrachtungen von populären Serien und dem damit verknüpften Vergnügen beinhaltet (beispielsweise Ang 1985) –, und deren Studien seitens aktueller Bildungstheorien als »bildungstheoretische Fallstudien« (Rieger-Ladich 2019: 131) lesbar werden, unterscheidet sich diese am Hochkulturellen orientierte Deutung des Fernsehens sehr.

Diese Eigenschaften ereignen sich quer zu einer Unterscheidung in Hoch- und Alltagskultur und sie queren ebenfalls die Unterscheidung zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Fernsehprogramm. Auf dieser Ebene der Erfahrung herrscht erst einmal Gleichheit – wobei natürlich die jeweils individuell ›funktionierenden‹ Momente, die jeweiligen Erfahrungen, die ein/e Zuschauer*in mit dem Fernsehen macht oder als befriedigende erlebt, durchaus unterschiedlich und keineswegs unabhängig von soziokulturellen Hintergründen bzw. der konkreten Alltagswelt der Zuschauer*innen sind. Diese Erfahrung – als ästhetische Erfahrung – geht insofern deutlich über Fragen der Programmplanung und die Ziele eines *Bildungsauftrages* hinaus, darüber, was *im* Fernsehen zu sehen ist und derart auf den/die Zuschauer*in trifft – denn die »Ästhetik«, so Dewey, »dringt nicht von Außen in die Erfahrung« ein, sondern ist »die geläuterte und verdichtete Entwicklung von Eigenschaften [...], die Bestandteil jeder normalen ganzheitlichen Erfahrung sind« (Dewey 1958/2010: 59).

Ästhetische Erfahrung ist bereits Bestandteil von Kultur. Kulturelle Bildung im Fernsehen kann in dieser Hinsicht nicht als Ergebnis von etwas verstanden werden, nicht als etwas Abgeschlossenes, in besseren oder schlechteren Programmen zu Vermittelndes. Vielmehr wäre kulturelle Bildung dann als alltäglich gelebter, relationaler (Bildungs-) Prozess aufzufassen, der nicht zwingend in einem messbaren Ergebnis zu münden hat und der sich zudem nicht in einem zwischen Hochkultur und Alltagskultur unterscheidenden Diskurs positionieren lässt.

Zurecht kann an dieser Stelle angemerkt werden, ein Begriff wie ›kulturelle Bildung‹ würde somit obsolet. Meines Erachtens lohnt es sich in diesem Zusammenhang tatsächlich, darüber nachzudenken, inwiefern Begriffe wie ›kulturelle‹ oder ›ästhetische‹ Bildung, die ja zugleich gesellschaftspolitisch formulierte Ziele sind, zur Selbstlegitimierung letztlich genau die Distinktionspraxis benötigen, gegen die sie sich eigentlich wenden.

Literatur

- AMEND, Christoph (2005): »Was guckst Du?«. In: *Die Zeit online*, 10.3.2005, http://www.zeit.de/2005/11/Titel_2fUnterschicht_11 (20.8.2017).
- BLANCHET, Robert (2011): »Quality-TV. Eine kurze Einführung in die Geschichte und Ästhetik neuer amerikanischer Fernsehserien«. In: *Serielle Formen. Von den frühen Film-Serials zu aktuellen Quality-TV- und Online-Serien* (Zürcher Filmstudien 25), hg. v. Robert Blanchet/Kristina Köhler/Teresa Smid/Julia Zutavern, Marburg: Schüren, 37–70.
- BRUNSDON, Charlotte/MORLEY, David (1978): *Everyday Television: Nationwide* (=BFI Television Monograph 10), London, Tonbridge: Brown, Knight & Truscott Ltd.
- BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (BpB) (2019): *Kultur und Bildung (Deutsche Fernsehgeschichte in Ost und West)*, <https://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/deutsche-fernsehgeschichte-in-ost-und-west/245318/kultur-und-bildung> (30.5.2019).
- DEUTSCHER KULTURRAT (2019): *Offensive für kulturelle Erwachsenenbildung, Positionspapier des Deutschen Kulturrates zur kulturellen Erwachsenenbildung*, <https://www.kulturrat.de/positionen/offensive-fuer-kulturelle-erwachsenenbildung/> (26.8.2019).
- DEUTSCHER KULTURRAT (2008): *Kultur-Enquete: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk sichert Grundversorgung mit Kunst und Kultur, Stellungnahme des Deutschen Kulturrates zu den medienpolitischen Handlungsempfehlungen im Schlussbericht der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags »Kultur in Deutschland«*, <https://www.kulturrat.de/positionen/kultur-enquete-oeffentlich-rechtlicher-rundfunk-sichert-grundversorgung-mit-kunst-und-kultur/?print=pdf> (26.8.2019).
- DEWEY, John (2010[1958]): *Kunst als Erfahrung*, Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- FICHTER, Alina/KALLE, Matthias (2013): »Das Provokante verblasst (Interview mit Jan Böhmermann)«. In: *Die Zeit* Nr. 44/2013, 24.10.2013, <https://www.zeit.de/2013/44/moderator-jan-boehmermann/komplettansicht> (26.6.2019).
- FISKE, John (2008): »Augenblicke des Fernsehens. Weder Text noch Publikum«. In: *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*, hg. v. Claus Pias/Joseph Vogl/Lorenz Engell/Oliver Fahle/Britta Neitzel, München: DVA, 234–253.
- HISSNAUER, Christian (2017): »The Good, the Bad and the Ugly. Dokumentarfilm, Fernsehdokumentarismus und Reality-TV: Abgrenzungspraxen im dokumentarischen Feld«. In: *Medienkulturen des Dokumentarischen*, hg. v. Carsten Heinze/Thomas Weber, Wiesbaden: Springer VS, 203–222.
- KISSLER, Alexander (2009): »Das große Hartz-Theater«. In: *Süddeutsche Zeitung Online*, 7.12.2009, <http://www.sueddeutsche.de/kultur/tv-scripted-reality-das-grosse-hartz-theater-1.149109> (20.8.2017).
- KLAUS, Elisabeth/RÖSER, Jutta (2008): »Unterschichtenfernsehen: Beobachtungen zum Zusammenhang von Medienklassifikationen und sozialer Ungleichheit«. In: *Medien-Diversität-Ungleichheit. Zur medialen Konstruktion sozialer Differenz*, hg. v. Ulla Wischermann/Tanja Thomas, Wiesbaden: VS Verlag, 263-279 (Reihe Medien – Kultur – Kommunikation).
- KORTE, Jule (2020): *Zwischen Script und Reality. Erfahrungsökologien des Fernsehens*, Bielefeld: transcript (im Erscheinen).
- LANER, Iris (2018): *Ästhetische Bildung zur Einführung*, Hamburg: Junius.

- MARCHART, Oliver (2003): »Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles. Zum Kultur- und Medienbegriff der Cultural Studies«. In: *Medienheft Dossier 19*, 27.06. 2003, https://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MarchartOliver.pdf (26.6.2019).
- NOLTE, Paul (2004): *Generation Reform. Jenseits der blockierten Republik*, 3. Auflage, München: Beck.
- RIEGER-LADICH, Markus (2019): *Bildungstheorien zur Einführung*, Hamburg: Junius.
- SCHWAAB, Herbert (2012): »Ich weiß ja nicht, was ich suche«. Betrachtungen zu Flow, Segmentierung, liveness und Subjektivität des Fernsehens«. In: *Montage AV21/1: Neues Fernsehen*, hg. v. d. Gesellschaft für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation e.V., 115–132.
- SKEGGS, Beverley/WOOD, Helen (2012): *Reacting to Reality Television. Performance, Audience and Value*, London, New York: Routledge.
- STAATSVERTRAG FÜR RUNDFUNK UND TELEMEDIEN (Rundfunkstaatsvertrag – RStV, 2019), https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Rundfunkstaatsvertrag_RStV.pdf (26.8.2019).
- STOLZ, Matthias (2016): *Wir bleiben dran*, Zeitmagazin Nr. 20/2016, 4. Mai 2016, <https://www.zeit.de/zeit-magazin/2016/20/fernseher-tv-konsum-internet-serien-streaming-digitalisierung?fbclid=IwAR0QzPKPPjbpQicgLSH6G8ASaVahx-P8EDJAl4ScvsCc-MfUSXYAfdot-VA> (26.8.2019).
- THOMPSON, Robert J. (1996): *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*, New York: Continuum.
- WAITZ, Thomas (2009): »Unterschichtenfernsehen«. Eine Regierungstechnologie«. Erschienen im Online-Angebot des Fernsehsenders 3sat, <http://www.thomaswaitz.de/downloads/publikationen/Unterschichtenfernsehen-kRR.pdf> (26.8.2019).
- WILLIAMS, Raymond (2001): »Programmstruktur als Sequenz oder flow«. In: *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorien – Geschichte – Analyse*, hg. v. Ralf Adelman et al., Konstanz: UVK, 33–43.
- WILLIAMS, Raymond (1977): »Structures of Feeling«. In: *Marxism and Literature*, hg. v. Raymond Williams, Oxford: Oxford University Press, 129–134.
- WILLIAMS, Raymond (1974): *Television. Technology and Cultural Form*, London, New York: Routledge.
- WILLIAMS, Raymond (1958): *Culture and Society 1780-1950*, New York: Columbia University Press.
- WOOD, Helen (2009): *Talking with Television. Women, Talk Shows and Modern Self-Reflexivity*, Urbana, Chicago: University of Illinois Press.