

Leben in Serie

Maya Götz

V. l. n. r.:
Unter uns,
Gute Zeiten, schlechte Zeiten,
Verbotene Liebe

Für Außenstehende ist die Leidenschaft, die manche Menschen für eine Serie empfinden, oft nur schwer nachvollziehbar. Bei einem ersten Blick in die Sendungen wirken die Charaktere holzschnitthaft, wie Stereotype des immer Gleichen, und die Handlungen klischeehaft und oberflächlich. Für diejenigen, die in der Serie „drin“ sind, erscheinen die Figuren jedoch einzigartig und unverwechselbar, jede Handlung, wenn auch ähnlich, erscheint besonders. Für sie sind Serien oft fester Bestandteil des Alltags, auf den sie sich freuen, den sie einfordern und verteidigen. Wie kommt es zu dieser Leidenschaft für eine Serie? Was bedeutet sie für die Menschen, die in die Serienwelt eingetaucht sind? Es folgt ein kleiner Streifzug durch die Forschung auf der Suche nach der Bedeutung von Serien für den Alltag und die Identitätsentwicklung von Menschen.

„Ein Tag ohne meine Soap? Undenkbar!“

(Christa, 17 Jahre, über *Unter uns*)



Serien als Teil der Rituale des Alltags

Die Daily Soap ist vor allem auch deshalb erfolgreich, weil sie „daily“ ist und jeden Tag zur gleichen Zeit gesendet wird, die Primetime-Serie, weil sie jede Woche zur selben Zeit kommt. Die Serie auf DVD verkauft sich vor allem deshalb gut, weil sie jederzeit nutzbar ist und in mindestens 13 oder 26 Folgen etwas Ähnliches in neuen Varianten verlässlich erzählt. Für die Zuschauenden heißt das vor allem Berechenbarkeit und damit Planbarkeit, die hilft, den Alltag durch Strukturierung angenehmer zu gestalten. Die Daily Soap ist z. B. für viele vor allem im Haus tätige Frauen der tägliche Freiraum, das freudvolle Ritual in der nicht enden wollenden Haus- und Beziehungsarbeit, die nur dann auffällt, wenn sie nicht gemacht wird (Modleski 1987). Für Jugendliche ist sie das Ziel, die Hausaufgaben rechtzeitig fertig zu haben oder zu einer bestimmten Sendezeit zu Hause zu sein (vgl. Götz 2002). Die abendliche DVD wird zum berechenbaren Ritual, das zeitlich und emotional abschätzbar den Tag zu Ende führt. Das gemeinsame Sehen der Serie aus dem „Heimatland“ zum gemeinsamen Familienereignis am Abend (Georgiou 2012). „Serienschauen“ ist oft eine der wenigen gefühlt wirklich selbst gesteuerten Tätigkeiten im Alltag: „And that’s my time“ (Warth 1987).

„Diese Soap will den Kindern die Realität erklären. Was es alles im Leben gibt und wie man damit klarkommt.“

(Lisa, 13 Jahre, über *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*)



Lern- und Diskussionsmaterial

Die Soap ist inhaltliche Anregung zum Nachdenken und Sichinformieren. Für Kinder und Jugendliche sind z. B. Daily Soaps wie ein Fenster in eine zukünftige Welt, in der sie sich u. a. Problemkonstellationen und -lösestrategien anschauen können (Götz 2002; Haferkamp 1999). Für Frauen mit arabischem Migrationskontext in London bieten Soaps arabischsprachiger Sender auch Anlass, über das eigene Frauenbild und Rollenverhalten zwischen Herkunftskultur und neuem Lebensort nachzudenken (Georgiou 2012). Entsprechend prägen Soaps auch Ansichten (zusammenfassend Götz 2002), es zeigen sich Formen der Kultivierung. Durch die *Lindenstraße* werden z. B. bestimmte Themen als relevanter eingestuft (Agenda-Setting) (Wünsch/Nitsch/Eilders 2012). Es zeigen sich Formen eines „CSI-Effekts“, bei dem die Begeisterung für die CSI-Serien zu einem Beweggrund für die berufliche Orientierung hin zur Rechtsmedizin wird (Keunke/Graß/Ritz-Timme 2010).

„Die Leute sind mir halt alle ans Herz gewachsen. Sie sind wie Freunde für mich.“

(Anja, 18 Jahre, über *Verbotene Liebe*)

Und jeden Abend kommen zehn Freunde zu dir

Lassen sich Menschen auf eine Serie ein, gehen sie eine Beziehung mit dem Inhalt und vor allem den Figuren ein. Sie lernen die Figuren kennen, verstehen die Konstellation zunehmend, lachen, leiden und freuen sich mit den Figuren. Die Figuren werden so manches Mal zu einer Art parasozialer Freundesgruppe, die man jeden Abend bei ihren aktuellen Abenteuern begleitet. Dabei kommen bestimmten Figuren – meist den Lieblingsfiguren – typische Funktionen zu. Im Sinne einer parasozialen Interaktion (Horton/Wohl 1956) denken die Zuschauenden sich in bestimmte Charaktere über einen längeren Zeitraum der Handlung ein und überlegen, wie sie an ihrer Stelle gehandelt hätten (Anschlussfiguren). Teilweise übernehmen sie sogar Momente der Figur, z. B. Teile der Selbstpräsentation (Friseur, Kleidung, Gesten, Sprüche etc.), Formen klassischer Identifikation im Freud'schen Sinne. Gegenüber anderen Figuren positionieren sich Serienfans, sehen sie als unmoralisch und stellen z. B. fest, dass sie nie so gehandelt hätten (Abgrenzungsfigur). Manchmal setzen gerade Kinder und Jugendliche sich selbst in Beziehung zu einer Figur und phantasieren sie als beste Freundin oder besten Freund, erotische Partnerin bzw. erotischen Partner, ideale Mutter etc. (vgl. Götz 2013). Mit jeder Rezeption leisten die Serienfans sozusagen parasoziale Beziehungsarbeit, lassen sich (einseitig) auf die Figur ein, denken sich ein, verstehen sie, argumentieren in ihrer Phantasie etc. und klären und verfestigen so ihre Beziehung. Gerade in der weiblichen Adoleszenz kann es dabei typischerweise zu einer erotisch gefärbten parasozialen Beziehung kommen. Dabei verspüren die Mädchen körperliche Gefühle des Verliebtseins, fühlen Eifersucht etc., bis sie sich dann wieder von „ihrem“ Star oder „ihrer“ Lieblingsfigur trennen (Götz 1997).

„Eigentlich lache und weine ich oft, da ich in tragischen und lustigen Momenten so denke und fühle wie die jeweilige Figur.“

(Miriam, 14 Jahre, über *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*)

„Wir reden in der Mittagspause meist über das, was in der letzten Folge passiert ist.“

(Silvia, 19 Jahre, über *Verbotene Liebe*)

V. l. n. r.:
Gute Zeiten, schlechte Zeiten,
Verbotene Liebe

Emotionen

Bereits 1944 arbeitet Herzog als Motivation, Soap Operas regelmäßig im Radio zu hören, heraus, dass die Rezipienten neben der Kompensation von Enttäuschungen oder Fehlschlägen im eigenen Leben und der Suche nach Hinweisen und Vorbildern für ihr eigenes Verhalten in den Soaps einen Freiraum für Gefühle sehen (Herzog 1944). Nicht umsonst werden die melodramatischen Endlosserien, die gezielt für Frauen als Werbeumfeld für Haushaltsmittel entworfen wurden, Soap Opera – „Soap“ nach den Produkten und „Opera“ wegen ihrer hohen Emotionalität – genannt (vgl. Nariman 1993, S. 13). Im heutigen Serienangebot bieten sich diverse Emotionalitäten, die jeweils im Medientext und seiner Gestaltung angelegt sind. Eine Comedyserie wie beispielsweise *Hannah Montana* bietet alle 8 Sek. einen Gag und wird entsprechend von denen, die sich darauf einlassen, als lustig wahrgenommen (vgl. Götz/Bulla 2013). *Die Simpsons* bieten Komik auf verschiedensten Ebenen an und sind in diesem Sinne mehrfach codiert: Sie bieten für Kinder Slapstick-Humor, für Pre-Teens die Grenzüberschreitungen von Bart Simpson und für Erwachsene die diversen Elemente des schwarzen und ironischen Umgangs mit typischen Elementen der US-amerikanischen Kultur (vgl. Prommer u. a. 2003).

Dass Serien diese Emotionalität bei Zuschauerinnen und Zuschauern relativ verlässlich ermöglichen, hat etwas mit der „Grundstruktur Serie“ zu tun. Um Emotionen zuzulassen, müssen sich Menschen sicher und anerkannt fühlen. Erst dann kann sie etwas tiefer berühren und z. B. zum Weinen bringen (vgl. Götz 2011). Entsprechend ist ein bekannter, verlässlicher Raum, bei dem sowohl Figuren als auch Themenfelder und typischer Erzählcharakter einer Sendung bekannt sind, für ein Zulassen von Emotionen besonders geeignet.



Soap Opera: Folgekommunikation als Möglichkeit, sich in der Welt zu verorten

Ein weiterer wichtiger Punkt, um die Faszination der Serie verstehen zu können, ist die Rolle der Folgekommunikation. Gespräche über Soaps beispielsweise sind nachweislich Anlässe, die es Frauen ermöglichen, ihre eigenen familiären Probleme im Büro zu thematisieren und über Werte zu kommunizieren (vgl. Hobson 1990, S. 65; Brown 1994; Blumenthal 1997). In den Gesprächen werden eigene Erfahrungen artikuliert und in der Auseinandersetzung mit anderen in größere Kontexte eingeordnet.¹ Klatsch und scherzhafter Umgang z. B. mit Stereotypen schaffen Widerstandsstrukturen, in denen das geäußert wird, was ansonsten schwer ausdrückbar ist (Brown 1994). Diese Möglichkeit, die vorhandenen Regeln in Frage zu stellen, findet in Bezug auf Ethik und Moral, Geschlechterverhältnisse aber z. B. auch im multiethischen Kontext statt. In einer Fragebogenuntersuchung mit 333 multiethischen Jugendlichen zwischen 12 und 18 Jahren kommt Marie Gillespie zu dem Ergebnis: Die Folgekommunikation zur Soap *Neighbours* fördert das Bewusstsein kultureller Unterschiede und ermutigt zu einem Wunsch nach Wandel (Gillespie 1999).

„Es wird dein Leben!“

(Lothar Mikos 1994)

Serien, Identität und die individuelle Biografie

Die Menschen gestalten mit der Soap ihren Alltag – und das oftmals über viele Jahre. Dadurch, dass es sich um Endlosserien handelt, entstehen Soapbiografien. Die Entwicklungen der Charaktere und der Sendung verquickeln sich mit dem eigenen „Geworden-Sein“, es entsteht eine „gemeinsame“ Geschichte. Dies schafft eine starke emotionale Bindung, in der das Gefühl entsteht, mit den Charakteren gemeinsam an den Problemen zu wachsen und gemeinsam den Alltag zu bewältigen. Lothar Mikos fasst eines seiner Ergebnisse zur Serienaneignung zusammen: „Es wird dein Leben!“ (Mikos 1994). Die Faszination entsteht dabei aus einem Zusammenspiel aus diversen Aneignungsmomenten, wobei sich das Vergnügen als zentraler Punkt der Serienrezeption herausstellt. Für Soapfans ist die Rezeption vor allem etwas, das Spaß macht: „Having Fun is Fun“ (Harrington/Bielby 1995, S. 131). Gerade durch die intensive Einbindung der Endlosserien in den Alltag der Menschen bleibt dieses Vergnügen immer individuell, privat und persönlich und damit immer auch ein Mysterium – eine „Wild Zone“ (ebd., S. 119 ff.). Entsprechend verwundert es nicht, dass regelmäßige Seherinnen und Seher von Soap Operas im Happiness-Test (OHI – Oxford Happiness Inventory) signifikant besser abschneiden als der durchschnittliche Zuschauer oder Vielseher allgemein (Luo/Argyle 1993, S. 506). Denn: Auch wenn es für Serienverächterinnen und -verächter schwer nachzuvollziehen ist: Seriensehen macht glücklich.

Literatur:

Blumenthal, D.:

Women and Soap Opera: A Cultural Feminist Perspective. Westport 1997

Brown, M. E.:

Soap opera and women's talk. The pleasure of resistance. In: Communication and human values. Thousand Oaks/London/New Delhi 1994

Georgiou, M.:

Watching soap opera in the diaspora: cultural proximity, or critical proximity? Ethnical and Racial Studies, 35:5, 868–88, 2012.
Abrufbar unter: <http://dx.doi.org/10.1080/01419870.2011.628040>

Gillespie, M.:

Fernsehen im multiethnischen Kontext. In: K. H. Hörning/R. Winter (Hrsg.): *Widerpenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung.* Frankfurt am Main 1999, S. 292–338

Götz, M.:

Die parasoziale Beziehung zu einem Medienstar. In: *Feministische Studien*, 2/1997, S. 51–66

Götz, M.:

Mädchen und Fernsehen: Facetten der Medienaneignung in der weiblichen Adoleszenz. München 1999

Götz, M.:

Zusammenfassung: Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen. In: Dies. (Hrsg.): *Alles Seifenblasen?* München 2002, S. 365–374

Götz, M.:

Warum „Der Kleine und das Biest“ uns anrührt. In: *TelevIZion*, 24/2011/1, „Anrührung im Kinderfernsehen“, S. 20–28

Götz, M.:

Die Beziehung zu den Lieblingsfiguren. In: Dies.: *Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen.* München 2013 (in Druck), S. 205–235

Götz, M./Bulla, C.:

Faszination Hannah Montana. In: M. Götz: *Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen.* München 2013 (in Druck), S. 715–746

Haferkamp, C.:

Beliefs about relationships in relation to television viewing, soap opera viewing and self-monitoring. In: *Current Psychology*, 18/1999/2, S. 193–204

Harrington, L. C./

Bielby, D. D.: Soap fans. Pursuing pleasure and making meaning in everyday life. Philadelphia 1995, S. 131

Herzog, H.:

What do we really know about daytime serial listeners? In: P. F. Lazarsfeld/F. N. Stanton (Hrsg.): *Radio research 1942–1943.* New York 1944, S. 3–33

Hobson, D.:

Women Audiences and the Workplace. In: M. E. Brown (Hrsg.): *Television and Women's Culture. The politics of the Popular.* London/Newbury Park/New Delhi 1990, S. 61–71

Horton, D./Wohl, R. R.:

Mass communication and parasocial interaction. Observations on intimacy at a distance. In: *Psychiatry*, 19/1956/3, S. 215–229

Keunke S./Graß H./

Ritz-Timme S.:

„CSI-Effekt“ in der Deutschen Rechtsmedizin. Einflüsse des Fernsehens auf die berufliche Orientierung Jugendlicher. 2010.
Abrufbar unter: <http://www.springerlink.com/content/f855525377806072/>

Luo, L./Argyle, M.:

TV watching, soap opera and happiness. In: *Kaohsiung Journal of Medical Sciences*, 10/1993/9, S. 506

Mikos, L.:

Es wird dein Leben! Familienserien im Fernsehen und im Alltag der Zuschauer. Münster 1994

Modleski, T.:

The Search for Tomorrow in Today's Soap Operas. In: Dies.: *Loving with a vengeance. Mass-produced fantasies for women.* New York 1988, S. 85–109

Nariman, H. N./

Rogers, E. M. (Vorr.):

Soap operas for social change. Toward a methodology for entertainment-education television. In: *Media and society series.* Westport 1993

Prommer, E./Mikos, L./

Schaefer, S.:

Pre-Teens und Erwachsene lachen anders. In: *TelevIZion*, 16/2003/1, S. 58–67

Warth, E.-M.:

„And that's my time“. Daily Soap Operas als Zeitkorsett im weiblichen Alltag. In: *Frauen und Film*, 42/1987, S. 24–34

Wünsch, C./Nitsch, C./

Eilders, C.:

Politische Kultivierung am Vorabend. Ein prolonged-exposure-Experiment zur Wirkung der Fernsehserie Lindenstraße. In: *Medien und Kommunikation*, 2/2012, S. 176–196

Anmerkung:

1 Gerade die Soap mit ihren verschiedensten Figuren, die oftmals nur sehr flach und stereotyp inszeniert werden, und mit ihrer Dramaturgie, die viele Sichtweisen und Perspektiven zulässt, bietet verschiedenste Ansätze zu mündlicher Kommunikation (Brown 1994).

Maya Götz ist seit 2003 Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsforschung (IZI) beim Bayerischen Rundfunk.

