

Kathi Gormász

# Walter White & Co

Die neuen Heldenfiguren in  
amerikanischen Fernsehserien

Kathi Gormász  
Walter White & Co



Kathi Gormász

# **Walter White & Co**

**Die neuen Heldenfiguren in  
amerikanischen Fernsehserien**

HERBERT VON HALEM VERLAG

Als Dissertation 2014 an der Fakultät Gestaltung der Universität der Künste Berlin unter dem Titel »Nähe auf Distanz: Strategien der Figurencharakterisierung und Zuschauerbindung in aktuellen US-amerikanischen Autorenserien« angenommen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte  
bibliografische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Kathi Gormász  
*Walter White & Co.*  
*Die neuen Heldenfiguren in amerikanischen Fernsehserien*  
Köln: Halem, 2017

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2017 Herbert von Halem Verlag, Köln

Zuerst erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2015 (978-3-86764-551-5)

ISBN 978-3-7445-0836-0 (Print)  
ISBN 978-3-7445-0834-6 (ePDF)

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG  
Schanzenstr. 22, 51063 Köln  
Tel.: +49(0)221-92 58 29 0  
E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)  
URL: <http://www.halem-verlag.de>

# Inhalt

1	Was bisher geschah .....	7
2	Die US-amerikanische Serie: ihre Geschichte, ihre Geschichten.....	23
2.1	Vom Goldenen Fernsehzeitalter zum Kabelfernsehen .....	24
2.2	Mit HILL STREET BLUES ins zweite Goldene Fernsehzeitalter .....	29
2.2.1	DALLAS: Mutter aller Primetime-Soaps .....	34
2.2.2	Die ganze Welt zu Gast in Texas .....	38
2.2.3	Serialisierung = Soapifizierung? .....	42
2.3	Das dritte Goldene TV-Zeitalter: fernsehen ohne Fernsehen .....	45
2.3.1	Die Fernsehserie als TV-Roman .....	46
2.3.2	Die Fernsehserie als Content-to-Go .....	51
2.3.3	LOST in Transmedia Storytelling.....	55
2.4	It's Not TV. It's Premium Content.....	67
2.4.1	Der HBO Markendreiklang: Nudity, Violence & Profanity.....	70
2.4.2	Die Qualität im Auge des Betrachters: Fernsehen für Connaisseurs.....	74
2.4.3	DIE SOPRANOS kennen und lieben lernen.....	76
2.5	Der kleinste gemeinsame Nenner? Größtmögliche Komplexität!.....	81
3	Building Character: Figurendarstellung und Figurenvorstellung .....	87
3.1	Die Figur als Handlungsträger .....	88
3.1.1	Dramatischer Konflikt und Konstellation .....	90
3.1.2	Dramatische Rolle und Konstellation.....	92
3.1.3	Konstellation und Charakterisierung.....	94
3.2	Die Figur als fiktives Wesen .....	98
3.2.1	Typisierung und Individualisierung .....	100

3.3	Die realistische Serienfigur .....	101
3.3.1	Inhaltsrealismus oder „In Wirklichkeit ist die Realität ganz anders“ ....	103
3.3.2	Abbildrealismus oder „Ceci n’est pas une pipe“ .....	104
3.3.3	Erzählrealismus oder Die Logik der Erzählung .....	105
3.3.4	Psychologischer Realismus oder Wie motiviert sich die (Serien-)Figur? .....	107
3.3.5	Emotionaler Realismus oder „You can’t stir the soul with a car chase“ 114	
4	Being a Character: Figurenbindung und Figurenanteilnahme .....	119
4.1	Recognition .....	119
4.2	(Para-)soziale Nähe .....	121
4.3	Raumzeitliche Anbindung.....	122
4.4	Subjektive Perspektivierung.....	123
4.5	Kognitive Empathie und imaginative Anteilnahme .....	125
4.5.1	Figurenteilnahme und Erwartungsempathie.....	128
4.5.2	Fiktionsempathie als Beobachterempathie.....	130
4.5.3	Empathische Fiktionsempathie, Figurenmoral und sympathische Parteilnahme.....	133
4.5.4	Relative Figurenmoral.....	136
4.6	Nähe auf Distanz: Die Serienfigur als Identifikationsfigur .....	137
5	Bad Men? Eiskalte Killer und coole Väter in THE SOPRANOS, DEXTER und BREAKING BAD .....	141
6	The Good Wife? Von Gangstergattinnen und dem Skyler-White-Effekt.....	171
7	Shiny Happy People? Melodramatische und tragische Ensemblefiguren in FRIDAY NIGHT LIGHTS und THE WIRE .....	203
8	Fortsetzung folgt ... nicht?.....	219
	Literatur .....	229
	Untersuchte Serien.....	252
	Genannte Serien, Sendungen und Filme .....	253

# 1 Was bisher geschah ...

Am 10. Januar 1999 laufen THE SOPRANOS (HBO, 1999-2007) auf dem Bezahl-sender *Homebox Office* an. Am 16. September 2014 startet der Streaming-Dienst *Netflix* in Deutschland, Österreich und der Schweiz sein Programm. Dazwischen liegen 15 Jahre amerikanische Fernsehgeschichte, in der das lineare Fernsehen wiederholt für tot erklärt wurde und die Fernsehserie immer unter den Überlebenden war. Trotz stetig sinkender Zuschauerzahlen kündigt sich mit Jahrtausendwende ein neues Goldenes Fernsehzeitalter an: Den SOPRANOS folgen Serien wie THE WIRE (HBO, 2002-2008), SIX FEET UNDER (HBO 2001-2005), MAD MEN (AMC, seit 2007) oder BREAKING BAD (AMC, 2008-2013), die sich in Themen, Tonalität, Erzählstil und Charakteren spürbar von Gewohntem und Etabliertem abheben. Gebündelt werden die neuen Serien unter einem alten Label: „Quality TV“. War das Qualitätsfernsehen der 1980er noch im werbefinanzierten Free-TV zu finden, wird es nun verschlüsselt ausgestrahlt: Mit seinen Eigenproduktionen übernimmt der Abonnementsender HBO eine Vorreiterrolle für die aktuelle Generation von Qualitätsserien. Eine Qualität des neuen Qualitätsfernsehens sind seine ‚schwierigen‘ Protagonisten, deren Zwiespältigkeit sie spürbar vom Diktum der sympathischen Hauptfigur abweichen lässt. Diese Abweichungen in der Charakterisierung des dramatischen Personals nimmt die vorliegende Arbeit zum Anlass, nach der Bedeutung der Serienfigur für die Teilhabe des Publikums am fiktionalen Geschehen zu fragen. Die neue Dramaserie als Ursprungsort psychologisch komplexer und ambivalenter Figuren bildet den Hintergrund, vor dem Konstruktions- und Funktionsweisen von fiktiven Wesen untersucht werden sollen, die ihr Publikum von Folge zu Folge und Staffel um Staffel erreichen müssen.

## *Die Qualität(en) des Qualitätsfernsehens*

1984 ist zwar nicht die Geburtsstunde des *Quality TV*, aber es ist das Jahr, in dem Serien wie CAGNEY & LACEY (CBS, 1981-1988) auf diesen Namen getauft werden. Nach einer großangelegten Rettungsaktion für die – von der Absetzung bedrohte – Polizeiserie rund um zwei ungewöhnliche Kommissarinnen formieren sich die *Viewers of Quality Television* (VQT), um fortan als Fürsprecher für vergleichbare Fälle aufzutreten (Swanson 2000). Gleichzeitig bringen Jane Feuer, Paul Kerr und Tise Vahimagi unter dem Titel „*MTM: ,Quality Television‘*“ (1984) eine Aufsatzsammlung heraus, welche die Arbeit und Arbeiten der unab-

hängigen Fernsehproduktionsfirma MTM beleuchtet. Von MTM produzierte Serien wie HILL STREET BLUES (NBC, 1981-1987) oder ST. ELSEWHERE (NBC, 1982-1988) werden zu prototypischen Beispielen für eine neue Art von Fernsehunterhaltung. Wodurch sich selbige auszeichnet, beschreibt VQT-Gründerin Dorothy Collins Swanson (zitiert in Thompson 1996: 13) so:

*„A quality series enlightens, enriches, challenges, involves, and confronts. It dares to take risks, it's honest and illuminating, it appeals to the intellect and touches the emotions. It requires concentration and attention, and it provokes thought. Characterization is explored [...]“*

Dass es Serien, die diesen Ansprüchen genügen, an Zuschauern fehlt, zeigt auch: Des einen Qualität ist des anderen Anlass umzuschalten. Qualität liegt im Auge des Betrachters und der ist im Falle der Qualitätsserie von damals jung und urban, gebildet und vermögend, wie Thompson in seinem wegweisenden Band *„Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER“* (1996) zeigen wird. Die Qualitäten, die diese Zuschauerschaft als Qualität wahrnimmt, fasst er in zwölf Kriterien zusammen und belegt sie exemplarisch (ibid.: 13-16): Qualitätsserien sind im Vergleich zu anderen TV-Programmen inhaltlich kontroverser, formal komplexer und streben nach Realitätsnähe. Sie kreieren neue Genres durch die Kreuzung gängiger alter. Ihr intradiegetisches und intertextuelles Verweissystem zeugt von einem Bewusstsein für die eigene Seriengeschichte und Fernsehgeschichte. Qualitätsserien beschäftigen große Figurenensembles, erzählen multiperspektivisch und entwickeln ihre Charaktere im Handlungsverlauf. Als ihre Schöpfer gelten die Drehbuchautoren, welche meist aus angesehenen Sparten der Unterhaltung wie Kino oder Literatur stammen. Überdurchschnittlich häufig gewinnen sie Kritikerlob und Branchenpreise und kämpfen dennoch um bessere Einschaltquoten.

War die Qualitätsserie der achtziger und frühen neunziger Jahre noch das Distinktionsmerkmal werbefinanzierter Broadcasting-Sender, welche sich gegen die zahlreichen Programmalternativen des aufkommenden Kabelfernsehens abzuheben suchten, ist die Qualitätsserie Anfang der Zweitausender das Aushängeschild des Premium-Kabelsenders HBO. Während seine erste Drama-Eigenproduktion<sup>1</sup>,

---

<sup>1</sup> Mit der Differenzierung in Drama- und Comedy-Serie folge ich einer branchenüblichen Unterteilung, wie sie sich in den Kategorien der *Emmy*- und *Golden Globes*-Verleihung widerspiegelt. Die Sitcom verstehe ich als bekannteste und berüchtigte Subform der Comedy-Serie, die neben ihrer typisierten Figuren dadurch charakterisiert ist, im Studio vor Live-Publikum aufgezeichnet zu werden. Diese Besonderheit in der Aufnahmesituation, die unter anderem das eingespielte Lachen erklärt, erfordert den Einsatz von drei simultan betriebenen Kameras, welche die Handlung aus unterschiedlichen Positionen und in unterschiedlichen Einstellungsgrößen festhalten können. Im Gegensatz zum *Single-Camera*-Format der Dramaserie, das – wie im Spielfilm üblich – mit einer Kamera arbeitet, ist die Sitcom daher auch als *Multi-Camera*-Format bekannt. Im Gegensatz dazu sind Comedy-Serien wie *SEX AND THE CITY* *Single-Camera*-Formate, die sich

die Gefängnisserie *OZ* (HBO, 1997-2003), auf dem Radarschirm der Popkultur relativ unbemerkt bleibt, machen die Comedy-Serie *SEX AND THE CITY* (HBO, 1998-2004) und die Mafiaserie *THE SOPRANOS* den Abonnementsender weit über die Grenzen des amerikanischen Fernsehmarkts hinaus bekannt. In seinem vielzitierten Slogan „It’s not TV. It’s HBO“ klingt das erste und oberste Gebot aus Thompsons Kriterienkatalog an: „Quality TV is best defined by what it is not. It is not ‚regular‘ TV“ (Thompson 1996: 13). Kein („gewöhnliches“) Fernsehen zu sein, ist das Versprechen, das HBO seinen (potenziellen) Kunden macht. Was das heißt? Ursprünglich zweierlei: ungeschnittene Spielfilme, werbefrei. Normales Fernsehen ist auf dem amerikanischen Markt vor allem eines: werbefinanziert. Und das Fernsehprogramm als Reklamefläche muss markengerecht sein. Womit *Wrigley’s*, *Taco Bell* oder *Coca Cola* assoziiert werden wollen, spielt für den Bezahlsender HBO keine Rolle. Das wirkt sich auch auf sein *Original Programming* aus, als er Ende der 1990er das Erbe von MTM antritt. Im DVD-Begleitkommentar zur ersten Staffel von *SIX FEET UNDER* erklärt Serienschöpfer Alan Ball die „Not-TV“-Qualität der HBO-Serie mit dem einzigen Änderungswunsch, den sein Auftraggeber für die Pilotfolge äußerte: „Make the pilot more fucked up! It feels a little safe.“ Je nach Auslegung lassen sich die kontroversen Inhalte des *HBO Original Programming* als Beleg für mehr Wahrheitstreue – im Sinne des bedienten Genres bzw. einer referenzierten Wirklichkeit – oder aber als Ausdruck institutionalisierter Transgression begreifen, die im Dienste der Differenzierungsstrategie eines Bezahlsenders steht, der seine Abo-Preise zu rechtfertigen sucht.

Auch anderen Eigenschaften des *Quality TV* bieten Finanzierungsmodell, Markenpolitik und Ausstrahlungsform des Abonnementsenders ein günstiges Umfeld für ihre Wiederbelebung. So wird unter HBO’s kreativer Federführung der Drehbuchautor erneut zum Qualitätsmerkmal. Zwar genießt der Autor im US-amerikanischen Fernsehen seit jeher eine Sonderstellung und bevor die drei Davids von HBO – David Chase (*THE SOPRANOS*), David Simon (*THE WIRE*) und David Milch (*DEADWOOD*) – zum Inbegriff für „*Autorenserien: Die Neuentdeckung des Fernsehens*“ (Dreher 2010) werden konnten, haben sich bereits Autoren wie Steve Bochco (*HILL STREET BLUES*) in den 1980ern oder Paddy Chayefsky (*MARTY*) in den 1950ern um das Erzählfernsehen verdient gemacht.

---

ebenfalls des filmischen Aufnahmeproduktionsmodus bedienen. Das bedeutet unter anderem, dass die „Lacher aus der Konserve“ entfallen und *On-Location*-Drehs möglich sind. Inklusive Werbepausen haben sowohl Sitcoms als auch Comedy-Serien eine Laufzeit von 30 Minuten. Als 30-Minüter entsprechen Serien wie *NURSE JACKIE* (Showtime, seit 2009) oder *THE BIG C* (Showtime, 2010-2013) in ihrer äußeren Form der Comedy-Serie, mit einer tablettenabhängigen und einer brustkrebskranken Hauptfigur sind sie in ihrem Tonfall jedoch keine eindeutigen Kandidaten für die Kategorie „Comedy“, was in Branchenkreisen seit Jahren zu Zweifeln an der Sinnhaftigkeit der Drama/Comedy-Zweiteilung führt. In der Praxis hat sich für solche Mischformen die Bezeichnung *Dramedy* etabliert.

Dass die Qualitätsserie des neuen Zeitalters auch unter der Bezeichnung „Autoserie“ geführt wird, lässt sich dennoch mit der Pionierrolle begründen, die HBO für ihre Renaissance übernommen hat, transportiert die Begriffsschöpfung doch die Vermarktungslogik und Aufwertungsrhetorik des Senders: Mit der Überbetonung der Vision eines Einzelnen tritt der arbeitsteilige, industrialisierte Produktionsprozess in den Hintergrund, und dem Fernsehautor kann der prestigeträchtigere Status eines Romanautors oder *Auteur* des europäischen *Arthouse*- bzw. amerikanischen *Independent*-Kinos angeheftet werden.

Die tatsächliche Schaffensfreiheit, welche der Sender seinen Kreativen gewährt, wird nicht zuletzt ins Feld geführt, um die Konzentration von künstlerisch ambitionierten, formal erfinderischen Serien im Programm von HBO zu begründen. Ihre intertextuelle Vielschichtigkeit und narrative Komplexität gepaart mit einer für das Fernsehen ungewöhnlichen „Leinwandästhetik“ macht die neue Serie im film- und fernsehwissenschaftlichen Diskurs zunehmend zum Gegenstand einer „ästhetisch orientierten Lesart“ (Köhler 2011: 20). Hier knüpft auch das Interesse der vorliegenden Arbeit an, wenn die psychologische Komplexität, die den Figuren des aktuellen *Quality TV* immer wieder bescheinigt wird, in ihrer formalästhetischen Anlage untersucht und in ihrer Bedeutung für ein spezifisches Rezeptionserleben näher bestimmt werden soll.

### *Character is King*

Die Bedeutung der Figur lässt sich aus unterschiedlichen Blickwinkeln belegen. In ihrer neoformalistischen Poetik definiert Thompson (1995: 57) Figuren als „wichtigste[n] Träger der verschiedenen kausalen Ereignisse einer Erzählung“. Ähnlich argumentiert Bordwell (1985a: 13), wenn er dem klassischen Hollywood-Kino eine „character-centered causality“ unterstellt: Persönlich-psychologische Gründe sind demnach für die Entstehung und Erklärung von Handlungsereignissen hauptursächlich, unpersönliche Gründe wie natürliche, soziokollektiv-institutionelle, übernatürliche oder zufällige Ursachen dagegen selten (ibid.: 13ff.). Wirkungsästhetisch ließe sich das Interesse des Zuschauers an der Figur vereinfacht als „Reaktion eines Menschen auf die Erlebnisse eines anderen“ (Wuss 2005: 217) verstehen. Während die Erlebnisse der Filmfigur ihr Publikum im Durchschnitt nur 90 Minuten fesseln müssen, füllen jene der Serienfigur neun bis 16 Stunden pro Staffel. Wöchentlich muss sie der Zuschauer in seinem trauten Heim willkommen heißen und soll dieses Wiedersehen ein willkommenes *bleiben*, so muss die Serienfigur Erzählstoff liefern können – gegebenenfalls über Jahre. Fernsehautor Alex Epstein (1996: 14) bezeichnet die Figur daher als wichtigste Quelle für anschlussfähiges Story-Material. Und auf die Frage nach den Erfolgskriterien für neue Serienprojekte erklärt der ehemalige *ABC Entertainment*-Vizepräsident Sy Amlen (zitiert in Gitlin 1985: 64) schlicht: „The most important thing in a show is character.“ Produzentenseitig erfüllt die

Serienfigur zwei Hauptaufgaben: Dem Serienautor dient sie als Instrument der Stoffentwicklung; für Studios und Sender wird sie ein Mittel der Kundenbindung, sofern das Publikum sie immer wieder zu sehen sucht. In erfolgreichen Serienproduktionen haben die Figuren des ständigen Ensembles eine Lebensdauer von mehreren Jahren. Das erfordert auf Autorensseite eine sorgfältige Planung der sogenannten *Character Arcs*, auf Senderseite erzeugt es eine gewisse Vorsicht in Hinblick auf die *Character Traits*<sup>2</sup>. Die höchste Beziehungsfähigkeit unterstellt man dem sprichwörtlichen „good guy“: Figuren „likeable“ gestalten zu wollen, prägt daher den Industriestandard (Epstein 2006: 16).

Wie weit einige (Kabel-)Sender mittlerweile bereit sind, von diesem Standard abzuweichen, lässt sich an der Entstehungsgeschichte einer viel zitierten BREAKING BAD-Szene verdeutlichen: In Folge 3.11 „*Phoenix*“ steht der Protagonist Walter White vor der dringlichen Frage, wie mit der Freundin seines drogenabhängigen Komplizen Jesse umzugehen sei, die ihr Wissen um Walts kriminelle Machenschaften nutzt, ihn zu erpressen. Der Plan, seinem *Partner-in-Crime* die gefährliche Liebschaft zu Jane auszureden, nimmt eine unerwartete Wendung, als Walter das Pärchen in einem komatösen Heroinschlaf vorfindet. In seiner ersten Fassung, so BREAKING BAD-Creator Vince Gilligan in einem Interview (GEITF 2013), sollte die Hauptfigur die Gunst der Stunde nutzen und Jane einen goldenen Schuss setzen: Gegen diesen Schritt in der Charakterentwicklung des Protagonisten legten die Senderverantwortlichen Einspruch ein – zum ersten und einzigen Mal. In der absegneten und ausgestrahlten Version lässt Walter zu, dass Jesses Freundin am eigenen Erbrochenen erstickt. Die Frage, ob unterlassene Hilfeleistung *sympathischer* ist als vorsätzlicher Mord, ist wohl weder hinter den Kulissen noch vor den Bildschirmen die entscheidende. Vielmehr geht es hier wie da um einen Aushandlungsprozess: Ist die Tat zum gegebenen Zeitpunkt der Figurenentwicklung charakterkonform? Setzt die Handlungssituation Zweck und Mittel in ein annehmbares Verhältnis? Fällt Walter die Entscheidung leicht oder fällt er sie leichtfertig?

Selbst glühende Anhänger von Walter White, Tony Soprano oder Stringer Bell müssten vermutlich davon Abstand nehmen, die (Haupt-)Figuren der neuen Autorenserien als typische Sympathieträger zu bezeichnen. Und obgleich sie die Möglichkeit, ihre Figuren zu mögen, nicht grundsätzlich ausschließt, erschwert die aktuelle Qualitätsserie sie doch merklich. Welche Formen der Bezugnahme erlaubt sie stattdessen? Wodurch ist dennoch gewährleistet, dass der Zuschauer schwierige Figuren zulässt und sich immer wieder auf sie einlässt? Unter der Annahme, dass das Publikum eine Beziehung zur Serienfigur aufbauen *soll*,

---

<sup>2</sup> Sofern der Duden sie noch nicht ins Deutsche übernommen hat, werden gängige Namen und Begriffe der englischen Alltags- und Branchensprache im Folgenden kursiv gesetzt. Sind Wendungen und Fachtermini einmal zitiert, unterliegen sie derselben Auszeichnung. Obwohl mir an einem konsistenten System gelegen ist, kann der Bedeutungszusammenhang im Einzelfall Abweichungen nötig machen.

stellt sich die Frage, wodurch diese figurenbasierte Involvierung dramaturgisch hergestellt und gesteuert wird. Das Bindungsangebot, welches die neuen Serienfiguren ihrem Publikum macht, gilt es in seiner Vielschichtigkeit neu auszuloten: Wovon ist eigentlich die Rede, wenn sich der Zuschauer mit einer Figur zu identifizieren glaubt? Oder nicht mehr identifizieren kann? Die Unschärfe des alltags sprachlichen Identifikationsbegriffs, die an der neuen Serienfigur besonders evident wird, soll im Rahmen der vorliegenden Arbeit theoretisch-analytisch geschärft werden. Wie lassen sich unsere Vorstellung von und unsere Einstellung zu komplexen Charakteren begrifflich fassen und modellhaft beschreiben? Wie ist die ihnen unterstellte psychologische Tiefe zu bestimmen, wodurch das damit verbundene Bindungspotenzial? Meine Fragestellung ist in ihrem Kern zweigeteilt: Zum einen geht es mir darum zu zeigen, mit welchen Charakterisierungstechniken der Eindruck einer psychologisch komplexen Serienfigur erzeugt wird. Anschließend und aufbauend soll geklärt werden, welche dramaturgisch-narrativen Strategien die Position des Zuschauers zur Figur ausrichten, seine figurenbedingte fiktionale Teilhabe begünstigen – oder erschweren.

### *Nähe auf Distanz*

Die Selbstverständlichkeit, mit der sich im Alltag über Figuren unterhalten wird, lässt die Anteilnahme an fiktiven bisweilen wie jene an echten Personen aussehen. Der Anschein, es würden Gespräche über alte Bekannte geführt, wird durch die Langlebigkeit der Serienfigur noch verstärkt. Bei aller Ähnlichkeit zu wirklichen Menschen ist der Eindruck ihrer Echtheit aber Ergebnis ihrer Gestaltetheit – das Zuschauerverhältnis zu Figuren nur unter Einbezug ihres Fiktionsstatus' zu erklären. Ohne die sichere Distanz, aus der sie entsteht, ist eine figurenbasierte Nähe, wie sie hier untersucht wird, nicht realisierbar.

Ein Beispiel: Die US-amerikanische Serie, der Branchenblätter und Feuilleton aktuell größte Beachtung schenken, läuft weder auf HBO noch auf *Netflix*: SERIAL (WBEZ, seit 2014) ist ein Podcast, der wie schon 24 (FOX, 2001-2010) anstelle von Figurennamen oder Inhaltsmerkmalen sein Erzählprinzip im Titel trägt. Produziert für den öffentlichen Radiosender WBEZ Chicago verkauft sich SERIAL mit dem Slogan: „One story. Told week by week.“ Die Geschichte, die Woche für Woche aufgerollt wird, handelt von Adnan Syed, der für den Mord an seiner Ex-Freundin eine lebenslange Haftstrafe absitzt. Ob er zu Recht schuldig gesprochen wurde, ist die übergreifende Frage, deren Beantwortung der Podcast in Aussicht stellt. Indem absichtsvoll Information zurückgehalten wird, kann die letztgültige Antwort Folge für Folge hinausgezögert werden. SERIAL's „erzählstrategische Aktivierung“ (Hickethier 2005: 30) entspricht jener eines Krimis: Befragt werden Adnans Freunde und seine Mutter, Zeugen und Geschworene kommen zu Wort, Kriminalisten und Juristen prüfen Verhörprotokolle und Verhandlungsverläufe, der Häftling selbst äußert sich. Mit jedem zusätzlichen Hin-

weis wird der Zuhörer angeregt, eigene Theorien zu entwickeln, Vermutungen zu verwerfen, neue Hypothesen aufzustellen – kurzum: mitzurätseln. Parallel zu dieser handlungsbasierten Involvierung erzeugt SERIAL eine figurenbasierte: Wie sich Adnan darstellt und wie er durch andere dargestellt wird, erlaubt dem Publikum, sich ein Bild zu machen und eine Meinung zu bilden. Die Darstellung ist perspektiviert, positive Stimmen überwiegen. Lässt sich der Zuhörer von Adnans Unschuld überzeugen, ist die Neugier am Ausgang seiner Geschichte gekoppelt an den Wunsch nach einem guten Ende. Jede neue Episode verspricht dem Zuhörer, der Lösung ein entscheidendes Stück näher zur rücken. Verwehrt bleibt ihm jedoch die beruhigende Gewissheit, dass sich jedes Puzzlestück zu einem schlüssigen Ganzen zusammenfügen wird – und am Ende der Richtige hinter Gittern sitzt.

Die Involvierungsstrategie, der sich SERIAL bedient, ist fiktionstypisch, der erzählte Kriminalfall Realität. Adnan Syed ist ein 32-jähriger Mann aus Baltimore, der seit 15 Jahren wegen schweren Mordes in einem Hochsicherheitsgefängnis inhaftiert ist. SERIAL-Produzentin Sarah Koenig ist keine allwissende Erzählerin, auch ihr ist unbekannt, ob Adnan die Tat wirklich begangen hat. Für ihn zu hoffen, kann möglicherweise bedeuten, sich die Freilassung eines Mörders zu wünschen, der im zarten Alter von 17 Jahren seine Ex-Freundin erdrosselt hat. Formalästhetisch verleitet SERIAL die Zuhörerschaft zu einer fiktionalen Lesart, fiktionale Entlastung kann sie ihr jedoch keine bieten. In ihrem Wahrnehmungsvertrag führt die Serie eine Ausschlussklausel: Das Publikum hat weder Anspruch auf eine Lösung noch auf ein glückliches Ende. Für Schäden an Dritten wird keine Haftung übernommen.

Wer sich auf die Handlung und Handelnden in SERIAL einlässt, muss mit der Unsicherheit umgehen, dass der reale Lauf der Dinge keinen Erzählkonventionen folgt. Dagegen eröffnen fiktive Welten mehrfach geschützte Handlungsräume: Fiktionen verwickeln uns in eine „nicht-praktische, spielerische Form der Interaktion“ (Thompson 1995: 28). Für das Publikum steht nichts auf dem Spiel, sich auf ihre Spiele einzulassen. Weder unsere Belange noch die Belange anderer real existierender Personen sind gefährdet. Woran wir eingeladen sind, innerhalb der Grenzen der erzählten Welt teilzuhaben, bleibt außerhalb ihrer Grenzen ohne Konsequenz. Und wo uns die Wirklichkeit zu handeln zwingt, spricht uns die Fiktion von jeglicher Verantwortung, selbst handeln zu müssen, frei. Gleich doppelt greift der Fiktionsschutz, wenn die Regeln eines Fiktionsrealismus' gelten: Als Motoren fiktionaler Handlung existieren Konflikte allein, um ihre Lösung zu erzählen. Auf unserem Beobachterposten sind wir nicht nur befreit davon, selbst Entscheidungen treffen zu müssen, mit jeder aufgeworfenen Frage wird uns auch eine Antwort garantiert, jede Entscheidungssituation verspricht gelöst zu werden. Der Weg dorthin mag im seriell Erzählten verschlungener sein, mitunter über längere Zeit unterbrochen, seine Langwierigkeit Lebensnähe simu-

lieren. Doch auch die offene Form der Fortsetzungsserie wird sich über kurz oder lang der Konvention beugen, abzuschließen, was begonnen wurde.

Im Schutz der Fiktion und ihrer Spielregeln kann das Publikum eine Haltung einnehmen, die Gedankenexperimente auszuführen erleichtert. Indem wir uns auf Figuren und ihre Probleme einlassen, werden Lösungen mitgedacht und Handlungsoptionen durchgespielt. Dass die Grenzen des Möglichen und Wahrscheinlichen im fiktionalen Erlebnisraum dehnbarer sind als in unserer Erfahrungswirklichkeit, erlaubt eine Zuspitzung und Übertreibung, die veranschaulicht, was im Chaos der Wirklichkeit undeutlich und verschwommen geblieben wäre. Wo die Realität nur ein Nacheinander und Nebeneinander erkennen lässt, ordnet die Erzählung ihre Einzelereignisse folgerichtig. Indem Geschichten Sinnzusammenhänge stiften, wo sonst Unübersichtlichkeit herrscht, dienen sie auch als Orientierungshilfe: „Stories are equipment for living“, fasst Literaturtheoretiker Kenneth Burke (zitiert in McKee 1999: 11) die Funktion der Erzählung für ihre Leser, Hörer und Zuschauer zusammen. So gesehen sind Figuren auch Lehrer, wenn sie uns ermöglichen zu beobachten und zu beurteilen, wie sie an unserer statt Probleme bewältigen, Konflikte aushandeln, Ordnung schaffen. Und weil sie aus sicherer – ästhetischer – Distanz agieren, können sie ihrem Auditorium näher bringen, worauf sich einzulassen unter realen Umständen schwer gefallen oder schlicht unmöglich gewesen wäre.

### *The Big Bang Theory*

Meinem analytischen Zugriff auf die Serienfigur wie auch ihrer theoretischen Rahmung gehen zwei Grundannahmen voraus: Zum einen verstehe ich die US-amerikanische Dramaserie – auch in der Spielart eines *Quality TV* – als populären Erzähltext, der in seinem Kern den Konventionen eines Mainstream-Realismus gehorcht. Sieht man von aktuellen Ausnahmen wie der neu aufgelegten Kult-Serie *THE PRISONER* (AMC/ITV, 2009) ab, so gilt das Kohärenz- und Plausibilitätsversprechen, welches der Zuschauer gelernt hat zu erwarten, im Regelfall auch für die neue Dramaserie: „Die Berechenbarkeit der erzählten Welt gilt im Hollywood-Erzählen als hoher Wert“ (Wulff 1999a). Die Verkettung einzelner Handlungsereignisse zu einem Bedingungsgefüge folgt zu einem entscheidenden Teil aus einer figurenzentrierten Kausalität. Hierin besteht auch das besondere Potenzial der Serienfigur, ihr Publikum zu involvieren, ihm einen Zugang zu ihrer Welt zu verschaffen: Alles geschieht, weil einer der Handlungsträger es will – und gute Gründe dafür hat.

Wie die Spielfilmfigur ist auch die Serienfigur ‚lesbar‘. Variiert wird jedoch, wie einfach oder schwer sie sich lesen lässt. Die lesbare Figur ist die stärkste Waffe im Arsenal des Mainstream-Realismus. Kein erzählerisches Mittel, so die These, verspricht so gut zu funktionieren wie eine Figur, die dem Zuschauer zugänglich ist. Sie muss nicht leicht, aber doch zu verstehen sein. Zurückgeführt

auf ihre Anlagen im Text kann die psychologische Tiefe der neuen Serienfigur auch als Mut zur Lücke ausgelegt werden: als ständige Einladung an den Zuschauer, sich in Auslegekunst und Einfühlungsvermögen zu üben. Dabei kann die serielle Erzählung – und hier macht sich ihr medienpezifischer Strukturunterschied bemerkbar – anders Hilfestellung leisten als der abendfüllende Spielfilm. Die Möglichkeit, kumuliertes Figurenwissen vorauszusetzen und zu bedienen, erlaubt eine elliptische Figurenzeichnung – ohne den Verstehensakt des Zuschauers grundlegend zu gefährden. Die Komplexität ihrer Figuren, welche die Qualitätsserie von der ‚gewöhnlichen‘ Fernsehserie unterscheidet, verstehe ich als psychologischen Realismus für Fortgeschrittene, ihr spezifisches Bindungspotenzial als Konsequenz dieser Figurenkonzeption.

Die Frage, mit welchen dramaturgischen Mitteln der Serientext sein Publikum anleitet, das Vorstellungsbild einer vielschichtigen Serienfigur zu entwerfen, bewegt sich ebenso an der Berührungsfläche von Text und Rezipient wie die Frage nach einer figurenbasierten Publikumsinvolvierung. Textorganisation und Textrezeption in ihrem wechselseitigen Abhängigkeitsverhältnis zu entwerfen, wird als Ansatz von einer kognitiv ausgerichteten Filmtheorie verfolgt. Ihre Annahmen und Modelle werden daher sowohl die Untersuchung der Figurencharakterisierung wie auch jene der Figurenanteilmahme theoretisch fundieren, generell versteht sich der hier verwandte Zugang jedoch als „piecemeal theory“ (Bordwell/Carroll 1996; Eder 2008: 26): Die einzelnen Theoriebausteine sind dem spezifischen Erkenntnisinteresse entsprechend gewählt, sie liefern die begriffliche Basis, die anschließenden Analysen zu fokussieren und zu systematisieren.

In einem ersten Schritt gilt es, den Prozess der Charakterisierung – das *Character Building* – sowohl aus einem produktions- wie auch aus einem rezeptionsästhetischen Blickwinkel theoretisch zu fassen. Den textstrategischen Anteil der Figurendarstellung werde ich vornehmlich unter Rückgriff auf Werkmodelle der Dramentheorie verdeutlichen. Um die Figur in ihrer Funktion als Handlungsträger und -treiber zu begreifen, werden dramatischer Konflikt, dramatisches Rollensystem, Figurenkonstellation und Figurencharakterisierung zueinander in Beziehung gesetzt. Wie der Funktionsträger „Figur“ vor dem geistigen Auge des Zuschauers zu einer fiktiven Person werden kann, wird mithilfe von Rezeptionsmodellen erläutert, welche die Verarbeitungsmechanismen im Wahrnehmungsprozess zu erklären erlauben.

Die Mechanismen schemageleiteter Informationsverarbeitung dienen David Bordwell, dem Hauptvertreter einer kognitiv orientierten Filmtheorie, als Basis für sein Modell filmischen Erzählens, welches von einer „relativen Autonomie ästhetischer Prozesse und Strukturen“ ausgeht (Hartmann/Wulff 1995: 13). Durch den Akt des Erzählens – verstanden als gezieltes Informationsmanagement – wird der Rezipient durch das bewusste Zurückhalten und Streuen von Story-Information angeleitet, aus dem Plot die Story zu erschließen (Bordwell

1985b: 49ff.). Als Informationsträger ist die Figur an diesem Prozess der Wahrnehmungssteuerung maßgeblich beteiligt, weshalb Bordwells Entwurf, die Beziehung zwischen filmisch-ästhetischen Strukturen und der Verstehenstätigkeit des Zuschauers zu beschreiben, auch im Rahmen dieser Arbeit zum Einsatz kommen wird.

In der Deutung von Hinweisen und der daraus resultierenden Hypothesenbildung besteht der kognitive Anteil der Filmverarbeitung. Die im Zuge des „emotional turn“ entstandenen Arbeiten von Kognitivisten wie Noël Carroll (1990), Ed S. Tan (1996) und Torben Grodal (1997) werden schwerpunktmäßig herangezogen, um Zusammenhänge zwischen Textstruktur und emotiver Zuschauerresonanz theoretisch zu fassen. Der Fokus auf die Bedeutung der Figur innerhalb dieser Beziehung wird zwei Monographien besonders relevant machen: Murray Smiths „*Engaging Characters. Fiction, Emotion, and the Cinema*“ (1995) und Jens Eders „*Die Figur im Film. Grundlagen der Figurenanalyse*“ (2008). Ihren Erklärungsmodellen werden Begriffe wie Identifikation, Sympathie oder Empathie entnommen, um die Entstehung figurenbasierter audiovisueller Emotionen am Text untersuchbar zu machen. Ergänzend werden Konzepte der Erzähltheorie wie Perspektive oder Fokalisierung herangezogen, mit deren Hilfe sich einfache Formen textgesteuerter Figurennähe darstellen lassen. Aus der Praxis filmischen Erzählens sollen außerdem gängige Werke der Drehbuchliteratur befragt werden (Dunne 2007; Egri 2003; Field 2006; McKee 1999), deren Anleitungen zu Plot- und Figurenkonstruktion die Grundsätze des Dramas mit den praktischen Erfahrungswerten des Filmschaffens vereinen und Aufschluss über filmdramaturgische Konventionen geben.

Die spezifische Form der Fortsetzungsserie macht es erforderlich, bei der Auswahl und Bearbeitung der filmtheoretischen Ansätze den Grad ihrer Übertragbarkeit zu erwägen: Strukturunterschiede zum Film, die in der offenen Form der Serie begründet liegen, sowie formale Besonderheiten, die auf das Umfeld „Fernsehen“ zurückzuführen sind, sollen daher berücksichtigt werden. Um dieser Anforderung zu entsprechen, werde ich die Kernaussagen der dargestellten theoretischen Positionen anhand einer Leitserie überprüfen, nötigenfalls justieren und schlussendlich in einem Raster analyseleitender Kategorien verdichten. Heranziehen werde ich hierzu die HBO-Serie THE SOPRANOS, die nicht nur als prominente Vertreterin des sogenannten *Quality TV* gelten kann, sondern mit Tony Soprano den Prototyp der komplexen und komplizierten Serienfigur mit hohem Bindungspotenzial hervorgebracht hat.

Die derart angepassten Analysekategorien werden als Instrumentarium dienen, um weitere Autorenserien auf ihre Figuren/Zuschauer-Beziehung hin zu untersuchen. Bezugspunkt meiner textbasierten Studie sind fünf exemplarische Einzelwerke: Für die Auswahl der zehn untersuchten Serienfiguren ist entscheidend, dass sie eine größtmögliche Bandbreite narrativ-dramaturgischer Mittel abbilden, die auf Figurenwahrnehmung und Zuschauerbindung Einfluss nehmen

können. Jede Untersuchung gruppiert mehrere artverwandte Einzelfiguren unter eine analyseleitende Kernfrage, welche aus dem Charakteristikum der jeweiligen Figurengruppe entwickelt und entlang des Materials ausdifferenziert und verfeinert wird. Mit jeder Teilfrage wird eine Besonderheit in der Bauweise der Figur identifiziert, deren Funktion im szenischen Zusammenhang und im Kontext der Gesamterzählung hinterfragt und ausgelegt werden soll. Der Vergleich anlageähnlicher Figuren dient dazu, Muster und Regelmäßigkeiten im Formenbau von Handlungssituationen, Konfliktkonstellationen und Spannungsbögen festzustellen, um sie in Folge auf ihre potenzielle Rolle für den Eindruck von und die Einstellung zu den involvierten Figuren zu prüfen.

Mit Wuss (1993: 9) verstehe ich meine Figurenanalyse als „funktionale Strukturanalyse“. In Abgrenzung von einem rein strukturanalytischen Vorgehen soll im Zuge einer wirkungsästhetischen Filmanalyse die Ebene der Rezeption stärker Berücksichtigung finden:

*„Film schafft Erlebnispotential. Ein Nachdenken über seine künstlerische Gestaltung muß darum neben den kompositorischen Strukturen auch die funktionale Beziehung einschließen, die durch sie zum Tragen kommen. Nicht allein das Laufbild auf der Leinwand mit dem, was es darstellt, ist für die Analyse von Belang, sondern ebenso der Prozeß des Erlebens, den es beim Zuschauer vorzubringen vermag. Künstlerische Form ist mit Kommunikation verbunden und realisiert sich erst in ihrer Aneignung“ (ibid.).*

Entworfen als kommunikativer Austausch erfolgt Textproduktion im Vorgriff auf einen intendierten Verstehens- und Erlebensprozess, die Textaneignung ist vorstrukturiert durch die kalkulierte Orchestrierung filmischer Verfahren (Hartmann 2009: 94f.; Wulff 2006c: 224). Zwar sind Rezeptionsprozesse nie zur Gänze textdeterminiert, finden aber auch nicht in „subjektiver Beliebigkeit“ statt (Wulff 1999b: 46; Wulff 2001: 131). Dass die kognitiv-emotiven Zuschaueraktivitäten grundsätzlich lenkbar sind, stellt die selbstverständliche Basis aller in der Drehbuchliteratur vertretenen Bauanleitungen dar: „Dramaturgische Arbeit ist Arbeit an der Rezeption, ist ausgerichtet auf die Steuerleistungen, die Elemente des Textes in den Prozessen der Aneignung des Textes erfüllen sollen“ (Wulff 2001: 131). Eine „kognitive Dramaturgie“ als Analysemethode verfolgt das Ziel, diese Gestaltungselemente im filmischen Werk zu rekonstruieren und in ihrer Funktion für die Aneignung und Anteilnahme des Publikums zu bestimmen (Hartmann 2009: 94f.). Der Zuschauer wird dabei als abstrakt-hypothetische Größe mitgedacht, insofern als die Textstrategien des Werkes als auf ihn ausgerichtet auszulegen sind.

Mit dem gewählten Fokus auf die Figur als Funktionsträger für den Verstehens- und Erlebensprozess konzentrieren sich meine Analysen auf figurennahe Textstrukturen: auf Fragen nach der Gestaltung von dramatischer Rollenvertei-

lung, dominanten Figurenzielen, Entscheidungssituationen und Konfliktkonstellationen. Ihre potenzielle Funktion, das Publikum in seiner Wahrnehmung von und Positionierung zu den Figuren zu lenken, gilt es zu ermitteln.

### *Fünf-Akt-Struktur*

In Anlehnung an die in der aktuellen Dramaserie übliche Akt-Struktur ist auch die vorliegende Studie in fünf Akten aufgebaut. Der erste Akt – die Seriedramaturgie kennt ihn als *Teaser* oder *Cold Open* – sollte Untersuchungsgegenstand und Fragestellung, theoretischen Rahmen und methodisches Herangehen kurz umreißen. Im sich anschließenden Einführungskapitel „*Die US-amerikanische Serie*“ gilt es, typische narrative Merkmale des Serientextes zu erfassen und in Bezug zu den industriellen und technischen Entwicklungen zu setzen, die den US-amerikanischen Fernsehmarkt in den vergangenen 70 Jahren bestimmt haben. Gleichzeitig soll verdeutlicht werden, dass das aktuelle *Quality TV* kein Phänomen des neuen Jahrtausends, sondern historisch gewachsen ist. Kriterien wie ihre narrative Komplexität oder ihr Zitatentum, die regelmäßig angeführt werden, um die spezifische Qualität der Qualitätsserie zu benennen, werden anhand von relevanten Einzelbeispielen thematisiert und konkretisiert.

Dass die Filmwissenschaft beginnt, das Fernsehen auch auf ästhetischer Ebene – jenseits seines gesellschaftlich-kulturellen und ökonomischen Wirkungsfeldes – als Untersuchungsgegenstand wahrzunehmen, ist nicht unwesentlich den Werken des amerikanischen Autorenfernsehens geschuldet. Eingeläutet durch das *Original Programming* des Premium-Kabelsenders HBO wird diese jüngste Phase des *Quality TV* Ende der Neunzigerjahre von zwei weiteren Faktoren vorangetrieben: dem Aufschwung der DVD als Speicher- und Verbreitungsmedium und dem Breitband-Internet als Distributionskanal und Interaktionsweg. Digitale Wiederverwertung und *Brand Management* werden zu Schlüsselbegriffen, die die sogenannte „TVIII-Ära“ kennzeichnen und sich auch auf konzeptionell-gestalterischer Ebene niederschlagen. Gleichzeitig ändert sich mit der digitalen Revolution das Sehverhalten der Zuschauer. Die DVD-Box macht ein Konsumieren außerhalb des starren Programmschemas möglich, die globale Vernetzung eröffnet den Fan-Gemeinden neue Wege im Austausch untereinander und im Umgang mit dem seriellen Erzähltext. Die Auseinandersetzung mit und Fortschreibung von fiktiven Serienwelten zu fördern, indem im Internet gezielt Eintrittspunkte hierfür geschaffen werden, ist Ergebnis veränderter Erzähl- und Vermarktungsstrategien von Serien und geht in den wissenschaftlichen Diskurs als „Transmedia Storytelling“ (Jenkins 2006a; Jenkins 2010) oder „hyperseriality“ (Johnson 2007) ein: Und auch im hyperdiegetischen Raum – außerhalb von Sendezeit und Fernsehtext – wird den Figuren ein besonderes Potenzial zugeschrieben, Zuschauerinteresse und -teilnahme zu kultivieren (Evans 2008: 203ff.).

Mit einem ersten eingehenden Blick auf die HBO-Serie THE SOPRANOS, die ihr zugeschriebenen Qualitätsmerkmale sowie die spezifischen Merkmale ihrer Hauptfigur Tony Soprano werde ich meine Einführung beschließen, um zum theoretischen Teil der Figurenkonstruktion und -rezeption überzuleiten. Der dritte Akt meiner Arbeit umfasst zwei Kapitel, die aufeinander aufbauen werden: In „*Building Character*“ gilt es zum einen, das dramaturgische Regelwerk zu beschreiben, welches in der Konzeption von fiktiven Wesen zum Einsatz kommt. Gleichzeitig werde ich zeigen, wie der Zuschauer hierdurch in seiner Wahrnehmung von der Figur gelenkt wird. Mein Interesse an der psychologisch komplexen Serienfigur wird es nötig machen, am Ende des Kapitels umfassende Überlegungen zum Realitätseindruck der filmischen Erzählung im Allgemeinen und der filmischen Figur im Speziellen anzustellen.

Eine Differenzierung von einfach psychologischen und emotional realistischen Charakteren soll mir ermöglichen, den erhöhten Realitätsgrad, den ich der neuen Serienfigur unterstelle, näher zu bestimmen und eine Basis für das folgende Teilkapitel zu schaffen.

In „*Being a Character*“ dienen die Sprachbilder „Nähe“ und „Distanz“<sup>3</sup> dazu, Strategien des (seriellen) Erzähltextes auszumachen, die die Beziehung zwischen Zuschauer und Figur zu lenken vermögen. Nähe entsteht für mich überall dort, wo wir angehalten sind, die Perspektive der Figur einzunehmen oder ihre Partei zu ergreifen. In leichter Abweichung von Eders Auslegung (Eder 2006: 42) ist Distanz zu einer Figur in meiner Auffassung weniger dadurch gekennzeichnet, dass wir ihr unbeteiligt gegenüberstehen: Vielmehr verstehe ich Distanz ähnlich dem alltagsprachlichen „Sich-Distanzieren“, welches als Resultat einer veränderten Wahrnehmung von der Figur meist punktuell und vorübergehend auftritt. Handelt es sich bei unserem Verhältnis zur Figur um ein dauerhaft distanziertes, besteht in meinem Modell der Figurenbindung immer noch die Möglichkeit einer fiktiven Teilhabe durch kognitive Empathie. Meine ganz persönliche Beziehung zu Tony Soprano wäre mit dieser Definition von Distanz erfasst: Zwar hat mir der Erzähltext ermöglicht, Handlungssituationen aus Tonys Perspektive wahrzu-

---

<sup>3</sup> Wenn ich im Originaltitel dieser Arbeit von „Nähe auf Distanz“ spreche, dann denke ich auch an die Distanz, die durch die USA als Ursprungsland und Handlungsort von Fernsehserien entsteht. Der unweigerliche Abgleich der fiktiven mit einer möglichen realen Welt, der die beliebte Zuschauerfrage „Ist das denn realistisch?“ nach sich zieht, entfällt zwar nicht gänzlich, fällt aber indirekter aus, ist die Primärerfahrung mit Amerika, die ein deutschsprachiges Publikum mitbringt, als vergleichsweise gering einzuschätzen. Die Figuren in einem TATORT (ARD, seit 1970), die dasselbe Realismuskonzept bedienen wie ihre amerikanischen Kollegen, werden sich einer härteren Prüfung ausgesetzt sehen, weil ihre fiktive Wirklichkeit unserer Erfahrungswirklichkeit näher ist. Dass ein solcher Realitätsabgleich durch unsere Distanz zum Kulturraum „USA“ unschärfer ausfallen muss, mag es – so meine Vermutung – bisweilen erleichtern, Nähe zu Serienfiguren amerikanischen Ursprungs aufzubauen. Da die interkulturelle Rezeption von Fernsehserien kein Erkenntnisziel dieser Arbeit ist, werde ich es bei dieser Randnotiz belassen und den Gedanken nicht weiter verfolgen.

nehmen und zu verstehen, dieses Situationsverständnis hat jedoch nie zu einem Gefühl von Nähe zur Hauptfigur – im Sinne einer positiven Einschätzung – beigetragen. Abschließen wird die beiden Kapitel zur Figurentheorie das bereits erwähnte Analyse-Schema, welches die für die Einzelanalysen relevanten theoretischen Grundlagen überblickshaft zusammenfasst.

Im vierten und vorletzten Akt fasse ich drei Fallstudien zusammen, deren Fazit die Überleitung zur jeweils nachfolgenden Analyse markiert. Tony Soprano, mein Protagonist im zweiten und dritten Akt, wird auch im Kapitel „*Bad Men?*“ wieder auftauchen – zusammen mit Walter White und Dexter Morgan. Indem die drei Verbrecherfiguren einander gegenübergestellt werden, möchte ich die verschiedenen Strategien herausarbeiten, die es ermöglichen, dem Zuschauer ‚schwierige‘ Hauptfiguren näherzubringen. Im Kapitel „*The Good Wife?*“ soll die spezifische Darstellung von Verbrecher(ehe)frauen – in Gestalt von Skyler White und Rita Bennett – bestimmt werden. Wie ihre Rolle als Nebenfiguren unsere Wahrnehmung im Verhältnis zu ihren Ehemännern beeinflusst, wird hier Kern meines Interesses sein. Abschließen werde ich das Kapitel der ‚guten‘ Ehefrauen mit einer Ehefrau, die keinem kriminellen Protagonisten als bessere Hälfte zur Seite stehen muss. An Tami Taylor möchte ich zeigen, wie sich der Verzicht auf eine Hauptfigur in Charakterisierungs- und Perspektivierungsstrategien niederschlägt, die beim Zuschauer ein positives Vorstellungsbild von einzelnen Ensemblefiguren anregen können. Das Ende meines vierten Aktes bestreiten Tamis Mann Eric Taylor und sein Schützling Tim Riggins aus *FRIDAY NIGHT LIGHTS* sowie D’Angelo Barksdale und dessen Schützling Wallace aus *THE WIRE*. In „*Shiny Happy People?*“ suche ich zu zeigen, wie durch sentimentale Motive und melodramatische Erzählstrukturen Momente erhöhter Figurennähe erzeugt werden. Mit dem Vergleich der beiden Serien und ihrer Protagonisten soll außerdem die tragische von der melodramatischen Figur abgegrenzt werden.

Der Schlussakt, der im Serienjargon auch als *End Tag* bekannt ist, wird die Ergebnisse der Einzelanalysen ein letztes Mal mit den zuvor definierten Begriffen der Zuschauerbindung konfrontieren. Auf diese Weise soll festgestellt werden, ob ihre modellhafte Abstrahierung einer praktischen Prüfung standhalten konnte. Gegebenenfalls werde ich eine Anpassung bzw. Umformulierung vornehmen, sofern ihre Anwendung am Material ein neues Verständnis hervorgebracht oder eine Präzisierung nötig gemacht hat. Mit einigen abschließenden Bemerkungen zum Fernsehen als sozialem Medium und der Rolle, die fiktive Wesen hierfür spielen, werde ich meine Arbeit zur Serienfigur im neuen Autofernsehen beenden.





## 2 Die US-amerikanische Serie: ihre Geschichte, ihre Geschichten

Die US-amerikanische Serie blickt auf eine jahrzehntelange Geschichte zurück, die mit den technisch-strukturellen Entwicklungen auf dem amerikanischen Fernsehmarkt eng verzahnt ist. Folgt man der in den *TV Studies* etablierten Systematisierung, so befindet sich das Fernsehen derzeit in TVIII, seiner dritten historischen Phase (Creeber/Hills 2007; Nelson 2007a: 7; Pearson 2007: 248; Reeves/Rogers/Epstein 2002: 43ff.): In der Broadcast- oder Network-Ära<sup>4</sup> (TVI) wird die Fernsehlandschaft von den Sendernetzwerken NBC, CBS und ABC geprägt. Knapp 30 Jahre lang dominieren *The Big Three* das Marktgeschehen, bevor das Aufkommen des Kabel- und Satellitenfernsehens Mitte der 1970er Jahre ihre Regentschaft beendet und die Post-Network- oder Kabel-Ära (TVII) anbricht. Seit Mitte der 1990er spricht man von der digitalen oder Post-Television-Ära (TVIII), die durch einen „great value shift from conduit to content“ (Todreas 1999: 7) charakterisiert wird. Übertragungskanal und übertragener Inhalt gehen mehr und mehr getrennter Wege. Nie war es so einfach, ohne Fernsehen fernzusehen. Neue Abspielgeräte und Programmanbieter verändern Mediennutzung und Rezeptionsweise. War das Fernsehen in seinen Kindertagen ein soziales Medium, das die Familie im Wohnzimmer vereinte (Spigel 1997), so ist im digitalen Zeitalter eine zunehmende Individualisierung des Sehverhaltens festzustellen.

Das nachfolgende Kapitel beschreibt den Weg vom Broadcasting zum „ego-casting“ (Rosen 2005). Es zeigt, wie und wodurch das US-amerikanische Fernsehen im Laufe seiner Geschichte verändert wird, und erklärt gleichzeitig, warum sich die Fernsehserie als bevorzugte Erzählform durchsetzt. Auf einer Zeitachse von rund 70 Jahren werden die relevanten Entwicklungen in Technik, Markt und Programmgestaltung abgetragen und zueinander in Beziehung gesetzt. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf den letzten 15 Jahren: Inwiefern hat die Digitalisierung den „final moment in the age of television“ (Reeves/Rogers/Epstein 2007: 84) eingeläutet? Wie verändert sie die Rolle des Zu-

---

<sup>4</sup> Caldwell (2002: 165) schlägt eine weitere Bezeichnung für das Network-Fernsehen vor: „Massenmarkt-Fernsehen“ soll weniger auf die Sender NBC, CBS und ABC verweisen als vielmehr auf „eine Form der Programmgestaltung und eine ökonomische Dimension“, die auch mit anderen Sendern in Verbindung gebracht werden kann. Folgerichtig benennt er das Post-Network-Fernsehen mit „Zielgruppenfernsehen“ (ibid.: 170).

schauers, wie die Beschaffenheit des Fernsehtextes? Ist das „Convergence Television“ (Caldwell 2004) die Antwort auf alle Fragen? Konkretisiert werden die Auswirkungen der Digitalen Revolution anhand von zwei Aushängeschildern des „television outside the box“ (Johnson 2007: 77): THE SOPRANOS und LOST (ABC, 2004-2010). Die Betrachtung der beiden Serien wird zeigen, welche Bedeutung Markenführung, Multiplattform-Strategien und *Quality Content* für den digitalen Fernsehmarkt haben, wie sich das Verhältnis der amerikanischen Fernsehindustrie zu Autoren und Fans verändert hat und wodurch der Zuschauer an ‚seiner‘ Serie gebunden werden soll.

## 2.1 Vom Goldenen Fernsehzeitalter zum Kabelfernsehen

Seinen Anfang nimmt die Geschichte des US-amerikanischen Fernsehens im Jahr 1939. Vom *Empire State Building* schickt der Radiosender NBC (*National Broadcasting Company*) die ersten Fernsehwellen in den Äther, ein halbes Jahr später folgt ihm das *Columbia Broadcasting System* (CBS). Eine kartellrechtliche Entscheidung der amerikanischen Regulierungsbehörde FCC (*Federal Communication Commission*) erlaubt 1943 den Eintritt eines dritten Marktteilnehmers: der *American Broadcasting Company* (ABC) (Brown 1995: 263). Im Gegensatz zum deutschen<sup>5</sup> ist das amerikanische Rundfunksystem von Anbeginn ein kommerzialisiertes. Es finanziert sich nicht aus Gebühren, sondern ausschließlich über den Verkauf von Werbezeiten. Bevor dieses Geschäftsmodell zum Tragen kommt, wird das Fernsehprogramm jedoch von den Werbetreibenden produziert: Die Networks agieren nur als „brokers of airtime“ (Mittell 2003: 45). Sie verkaufen Sendezeit an Unternehmen wie *General Electric*, *U.S. Steel* oder *Goodyear*, die ihre Waren und Güter in ihren Sendungen unterzubringen suchen (Marc/Thompson 1995: 125) oder ganze Programmreihen unter ihrem Namen ausstrahlen (Brown 1995: 269). Das Einzelprogramm-Sponsoring wird mit zwei Formen des frühen Fernsehens in Verbindung gebracht: mit dem „anthology drama“, das sinnbildlich für das „Golden Age of Television“ (Marc/Thompson 1995: 122) steht, und mit der Quizshow, die die Kräfte auf dem Fernsehmarkt neu ordnen wird. Die Anthologie-Reihen der 1950er bestehen aus Bühnenstücken, die für das Fernsehen geschrieben oder adaptiert und live ausgestrahlt werden (Caldwell 2002: 167). Der unmittelbare Bezug zu der gehobeneren Unterhaltungsform des Theaters macht sie für ihre Sponsoren zu einer prestigeträchtigen Investition, mit der sie sich an eine gebildete, besser verdienende Publikums- und Käuferschicht richten können:

---

<sup>5</sup> Die Anpassung an marktwirtschaftliche Regeln beginnt für das deutsche Fernsehen erst mit dem 1. Jänner 1984. Vor Einführung des dualen Rundfunksystems bestimmen allein die staatlichen, öffentlich-rechtlichen Sender Form und Inhalt des Fernsehprogramms (Mielke 2006: 493).

„Written by New York playwrights, appealing to an elite audience and financed by individual corporate sponsors as prestige productions, these live TV dramas carried the cachet of the ‚legitimate‘ theatre. In their minimal use of filmic techniques as well as the excitement of their live broadcasts these ‚single play‘ dramas exhibited a pattern that would remain important to future generations of quality drama“ (Feuer 2007: 146).

Dass die Bedeutung des Drehbuchautors im amerikanischen Fernsehen eine so viel größere als im Kino ist, lässt sich auf die Anfänge der Fernsehstoffentwicklung zurückführen. Im Gegensatz zu den beiden späteren historischen Phasen wird die Autorenpersönlichkeit als Gütesiegel jedoch nicht mitkommuniziert. Wie Kraszewski (2008) in seiner Untersuchung herausfindet, konstruiert sich das öffentliche Image dieser ersten Autorenpersönlichkeiten nicht durch die Werbemaßnahmen der Networks. In Eigeninitiative stellen sie sich im Umfeld ihrer literarischen Arbeit oder ihrer Filmadaptionen als Künstler und Intellektuelle dar, die sich von Senderchefs und Etatdirektoren distanzieren.

Den Niedergang dieser kurzen Phase des US-amerikanischen ‚Bildungsfernsehens‘ führt Brown (1995: 269ff.) auf drei Entwicklungen zurück: Auf technischer Ebene ist es das professionelle Videoband, das ab 1956 verwendet wird. Durch die neue Aufzeichnungstechnik verliert das ‚teletheater‘ (Thompson 1996: 21) seine Unmittelbarkeit und seinen Live-Charakter. Auf Programmebene bekommt es durch das Hollywood-Kino einen übermächtigen Konkurrenten. Sobald die Filmstudios im Fernsehen einen Markt für die Lizenzierung ihrer alten Kinofilme entdecken, sind die anfänglichen Vorbehalte gegenüber dem neuen Medium vergessen. Schlussendlich verändert sich das Fernsehpublikum. Die 0,2 Prozent amerikanischer Haushalte, die 1946 über einen Fernsehapparat verfügen, wachsen bis 1955 auf 65 Prozent an (Miller 2010: 52). Längst sind es nicht mehr nur die Besserverdiener, die fernsehen. *Broadcasting* muss zunehmend wörtlich verstanden, das Programm massentauglich werden. Mit dem Aufschwung des Fernsehens zum Massenmedium geht der Untergang des Fernsehtheaters einher. Es ändern sich Form und Finanzierung des Programms. Bis Ende der 1950er erfreut sich die Quizshow größter Beliebtheit. Als an die Öffentlichkeit dringt, dass die Ergebnisse von *THE \$64,000 QUESTION* (CBS, 1955-1959) und *TWENTY-ONE* (NBC, 1956-1958) im Sinne des Sponsors manipuliert wurden, verschwindet das Format ebenso von der Bildfläche wie das bis dahin übliche Einzelprogramm-Sponsoring (Brown 1995: 270).

Der von Mittell (2003: 46) als ‚public relation coup‘ bezeichnete Skandal führt dazu, dass die Networks ab den frühen 1960ern die Verantwortung für die Programmproduktion übernehmen und den ehemaligen Programmsponsoren von nun an Werbezeit statt Sendezeit verkaufen können. Üblich werden Werbeunterbrechungen, in denen Spots von einer Minute ausgestrahlt werden (Castleman/Podrazik 2003: 12; Von Schilling 2003: 37). Die ‚skandalöse‘ Einfluss-

nahme der Werbetreibenden auf die Gestaltung ‚ihres‘ Programms wird durch die neue Finanzierungsform zwar mittelbarer. Da sich der Preis für die Werbezeiten an der Zahl der erreichten Zuschauer misst, eint Werber und Sender aber weiterhin das Interesse an Publikumshits. Je mehr Zuschauer eine Sendung anziehen vermag, desto mehr potenzielle Kunden können die Networks den Werbern verkaufen. Mittell (2003: 46) bringt den Übergang von „single sponsorship“ zu „magazine sponsorship“, das wie in Printmagazinen die Verteilung einer Vielzahl verschiedener Spots je Programm erlaubt, folgendermaßen auf den Punkt:

*„It was through this shift in sponsorship that the industry established the central economic exchange that structures commercial television to this day: the use of entertainment to bait audiences to be sold to the highest bidding advertisers.“*

Um den Beliebtheitsgrad des Köders beziffern zu können, werden die „Nielsen TV ratings“ erhoben, mittels derer die *A. C. Nielsen Company* ihr Monopol im Bereich der Publikumserhebung vom Radiomarkt auf den Fernsehmarkt ausdehnen kann (Meehan 2003: 129). Aus der Notwendigkeit, profitable Programmflächen für Werbespots herzustellen, folgen die Networks dem Prinzip des „Least Objectionable Programming (LOP)“ (Nelson 2007a: 3): Gut ist, was allen gefällt. Oder zumindest den wenigsten missfällt. Es ist der „kleinste gemeinsame Nenner des Geschmacks“ (Vitouch 1993: 101), der für Form und Inhalt des Programms maßgeblich wird.

Diese Gestaltungsvorgabe mutet aus Sicht öffentlich-rechtlicher Rundfunkbetreiber abwegig an, man begegnet der ökonomischen Ausrichtung des amerikanischen Fernsehens mit Spott:

*„The American system was much mocked abroad for its devotion to Mammon. It came to represent a culture as defined by business, a perverse democracy in which the tastes of the least educated, because they were most prevalent of viewers, prevailed“ (Brown 1995: 260).*

Durch eine weitere Annäherung von Fernsehen und Film wird möglich, was aus marktwirtschaftlicher Sicht nur logisch ist: die Produktion in Serie. Dem Sender ABC gelingt es, mit *Walt Disney* und *Warner Bros.* zwei Hollywood-Studios zu überzeugen, einstündige Episoden von Fernsehserien zu produzieren (ibid.: 270). Wiederkehrende Drehorte und Drehpläne erlauben eine Automatisierung und Rationalisierung der Produktionsarbeiten, wiederkehrende Handlungsorte und Figuren begünstigen eine Gewöhnung an das Gewohnte. Von Woche zu Woche begegnen dem Zuschauer zur selben Zeit dieselben Charaktere in einer Variation derselben Geschichte (Sconce 2004: 97). Den Erfolg beim Publikum sieht Eco