media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

Hans Jürgen Wulff

Phatische Gemeinschaft / Phatische Funktion: Leitkonzepte einer pragmatischen Theorie des Fernsehens

1993

https://doi.org/10.25969/mediarep/132

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Wulff, Hans Jürgen: Phatische Gemeinschaft / Phatische Funktion: Leitkonzepte einer pragmatischen Theorie des Fernsehens. In: *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, Jg. 2 (1993), Nr. 1, S. 142–163. DOI: https://doi.org/10.25969/mediarep/132.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:
https://www.montage-av.de/pdf/1993_2_1_MontageAV/montage_AV_2_1_1993_142-163_Wulff_Phatisch.pdf

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.
Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:
This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.
By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

Hans J. Wulff

Phatische Gemeinschaft / Phatische Funktion

Leitkonzepte einer pragmatischen Theorie des Fernsehens[1]

Mein Beitrag wird versuchen, an zwei von Malinowski gesetzte Thesen anzuschließen: (1) daß Bedeutungen nur im *context of situation* entstehen und beschrieben werden könnten, und (2), daß die *phatic communion* der Interaktionsteilnehmer für jeden kommunikativen Verkehr von Menschen eine Voraussetzung und ein dauerndes verdecktes Thema bilde. Ich werde zu zeigen versuchen, welche Mittel das Fernsehen benutzt, um die phatische Gemeinschaft mit den Zuschauern herzustellen, und ich will zeigen, daß dabei formale Elemente einer "medialen Konstellation" zum Vorschein kommen, die für die Fernsehkommunikation charakteristisch ist.

1. Phatische Gemeinschaft (Phatic Communion)

Malinowski hat behauptet, daß *Situationalität* elementares Kennzeichen jeden Zeichengebrauchs sei.[2] Er nimmt den Kontext der Situation als einen Kontext für Interpretation, für interpersonelle Kommunikation und Interaktion und als Bedingung für das Zustandekommen der *phatischen Gemeinschaft (phatic communion)*, in die die Interaktanten eingebunden sind.

Für Malinowski ist die *phatic communion* ein "type of linguistic use" (1949, 315) und als solcher eher "a mode of action and not an instrument of reflec-

---

1 Ich bin Britta Hartmann - wie immer - für die Hinweise, die sie gab, zu Dank verbunden. Dank für Hinweise und Kritik schulde ich Bernhard Gröschel, Klemens Hippel, Ludger Kaczmarek, Frank Kessler, Helmut Kreuzer und Eggo Müller.

2 Von Malinowski selbst wurde der "context of situation" auch als *sign-situation* tituliert (1949, 308). Zeichen zu sein ist eine Funktion, die Objekten oder Ereignissen im Rahmen einer Handlungs- und Interpretationssituation von jemandem zugewiesen wird: In diesem Sinne ist "Situationalität" sogar ein fundamentales Konzept der allgemeinen Semiotik; vgl. dazu Möller/Wulff 1978. "Situationalität" ist in der Texttheorie in etwas anderem Verständnis erneut zu einem Grundbegriff geworden. Robert de Beaugrande z.B. listet "situationality" unter die "standards of textuality" bzw. Textualitätskriterien Kohäsion, Kohärenz, Intentionalität, Akzeptabilität, Intertextualität und Informativität; vgl. de Beaugrande (1980, 19f) und de Beaugrande/Dressler (1981, 169-187).

tion" (1949, 312). Diese Überlegung ist allerdings folgenreich: Denn wenn die *phatic communion* das Produkt von Kommunikation ist, ist das Etablieren einer sozialen Situation zugleich auch ein eigentliches Ziel der kommunikativen Handlung. Im phatischen Gebrauch von Sprache entsteht eine Erlebnissituation, deren Thema und Definition "consists [just] in this atmosphere of sociability and in the fact of the personal communion of these people" (1949, 315). Der phatische Aspekt am menschlichen Zeichengebrauch "serves to establish bonds of personal union between people brought together by the mere need of companionship and does not [necessarily] serve any purpose of communicating ideas" (1949, 316).[3]

In Malinowskis Verständnis der *phatic communion* sind zahlreiche Arten und Formen der alltäglichen Kommunikation auch oder sogar primär unter ihrem phatischen Aspekt zu untersuchen. Es heißt dazu z.B.:

> [...] what can be considered as *situation* when a number of people aimlessly [!] gossip together? It consists in just this atmosphere of sociability and in the fact of the personal communion of these people. But this is in fact achieved by speech, and the situation in all cases is created by the exchange of words, by the specific feelings which form convivial gregariousness, by the give and take of utterances which make up ordinary gossip. The whole situation consists in what happens linguistically (1949, 315; Hervorhebung im Original).

Für alle Formen der Kommunikation gilt (und Klatsch bildet in der Formenvielfalt der Kommunikation sowohl eine Minimalstufe wie eine besonders symptomatische Ausprägung): Die phatische Gemeinschaft wird durch das kommunikative Handeln der Personen hervorgebracht.

Zwei Einwände gegen diese Definition müssen geltend gemacht werden:

(1) Es sind natürlich nicht nur linguistische Aktivitäten, die die phatische Gemeinschaft hervorbringen, sondern ganz zentral auch die nicht nur begleitend eingesetzten Medien der nicht-verbalen Kommunikation.

(2) Natürlich hat auch Klatsch einen informationellen Aspekt, Klatsch kann nicht ohne Bedeutungen funktionieren.[4] Insofern gehen die Übersetzer von Hymes (1973, 371) zu weit, wenn sie schreiben:

> Es wird nicht geplaudert, um Probleme zu lösen, sondern eben einfach nur, um zu sprechen und einen emotionalen Kontakt herzustellen. Deshalb sind die Gesprächsgegenstände beliebig, solange sie nur geteilt sind und die Funktion

---

3 Zur *phatic communion* vgl. neben Malinowskis Arbeit auch Condon 1977, 69-71; Schmidt 1984, 157-170. Zur Geschichte des Situationskonzepts in der Sprachtheorie vgl. Lux 1981, 43-84.

4 Zur neueren Beschäftigung mit Klatsch vgl. Bergmann 1987, insbes. 61-97, der einen ausgezeichneten Aufriß der Klatschforschung bietet.

der plaudernden Herstellung und Aufrechterhaltung einer phatischen Gemeinschaft erfüllen können.[5]

Dagegen soll hier die These vertreten werden, daß das Phatische vielmehr bloß ein Aspekt bzw. ein Effekt des kommunikativen Geschehens ist. Gleichzeitig mit der Soziabilisierung geschieht auch die Übertragung von Bedeutungen, wie John Lyons es ausdrückte (vgl. dazu Schmidt 1984, 168). Für die Analyse von Handlungssituationen ist diese Überlegung sehr folgenreich: Kommunikatives Verhalten ist zum einen *ausgerichtet* auf die phatische Gemeinschaft, die es durch die Kommunikation herzustellen gilt; sie ist aber gleichermaßen als Prozeß zu beschreiben, in dem *mittels* des informationellen Prozesses sowie einiger kommunikativer Mittel, die ganz besonders für die phatischen Intentionen der Interaktion benutzt werden können, eine phatische Gemeinschaft zwischen den Akteuren in einer Art von Balance gehalten wird. Es geht hier nicht darum, sich für ein eher teleologisches Verständnis von *phatic communion* oder für eines zu entscheiden, das das Entstehen von Soziabilität als einen Nebeneffekt von jeder Kommunikation ansieht und darum auch in ähnlicher Art und Weise wie der Kommunikationsverlauf selbst kontrolliert wird, sondern darum, darauf hinzuweisen, daß das Phatische *zusammen mit* und zum Teil eben *durch* informationellen Austausch zwischen den Kommunizierenden erreicht (bzw. effiziert) wird.

Es sollte ergänzt werden, daß das Phatische für Malinowski eine sehr fundamentale Eigenart des menschlichen Symbolverkehrs ist. Da das Phatische ein Aspekt des *Handlungscharakters* von Sprache ist und nur wenig mit den kognitiven und reflexiven Aspekten von Sprachgebrauch zu zun hat, hängt es eng mit einer spezifisch menschlichen Art der Gemeinschaftsbildung zusammen: Soziale Nähe entsteht durch eine besondere Art von Symbolverwendung und ist darum nach Malinowski Produkt kollektiven und kommunikativen Handelns. Zeichengebrauch muß sowohl phylogenetisch wie ontogenetisch primär als eine "mode of action" verstanden werden (1949, 321), heißt es folgerichtig. Diese ursprünglich wirkende Modalität (und mit ihr, darf man ergänzen, das Moment des Phatischen) bleibt in allen höheren Formen des Zeichengebrauchs erhalten.

---

5 Es heißt aber auch bei Malinowski, daß Wörter in der Funktionsweise der *phatic communion* "fulfil a social function and that is their principal aim" (1949, 315); an anderer Stelle heißt es, daß "a mere phrase of politeness [...] fulfils a function in which the meaning of its words is almost completely irrelevant" (ibid.). Vgl. zu diesem Problem auch Schmidt 1984, 166f.

1.1 Phatische Funktion

Malinowski argumentiert also von der sozialen Situation her, die im phatischen Zeichengebrauch hervorgebracht wird. Jakobson, der das "Phatische" in einer etwas anderen Sicht der Dinge in die Kommunikations- bzw. Sprachtheorie eingeführt hat, sieht es als einen der funktionalen Bezüge in einem Kommunikationsmodell; er definiert die *phatische Funktion* als die dem Kommunikationsfaktor "Kontaktmedium/Kanal" zugeordnete Sprachfunktion, faßt sie also von vornherein wesentlich enger und mechanischer als Malinowski, nicht mehr als ein "mode of human action", sondern vielmehr als eine Eigenschaft des Informationsverkehrs. Sie umfaßt bei Jakobson ganz heterogene Bestimmungsstücke, sowohl den physischen Kanal wie auch die psychische Verbindung zwischen Sender und Empfänger (so auch Gröschel 1983, 29). Es heißt dazu bei Jakobson:

> Es gibt Nachrichten, die vor allem dazu da sind, Kommunikation herzustellen, zu verlängern oder zu unterbrechen, zu prüfen, ob das Kontaktmedium (Kanal) in Ordnung ist ('Hallo, hören Sie mich?'), um die Aufmerksamkeit des Angesprochenen zu erhalten ('hören Sie zu?' ... und am anderen Ende der Leitung 'Hm,hm.'). Diese Einstellung auf das Kontaktmedium, oder mit Malinowskis Begriff die *phatische* Funktion kann sich durch ganze Dialoge hindurch in einem unmäßigen Austausch von ritualisierten Formeln entfalten mit dem einzigen Ziel, die Kommunikation zu verlängern (1971, 149f).

Gegen die Zusammenfassung von "psychologischer Verbindung" der Kommunikationsteilnehmer und "physischer Kanal" ist von Bernhard Gröschel geltend gemacht worden, daß

> [...] die psychische Verbindung zwischen Kommunikationsteilnehmern unabhängig vom Zustand des Übertragungskanals ist: Es kann einerseits 'phatische Gemeinschaft' bei erheblich gestörtem Übertragungskanal bestehen, während diese andererseits bei völlig ungestörtem Kanal nicht unbedingt zustande kommt oder nicht unbedingt aufrechterhalten wird (Gröschel 1983, 32; vgl. dazu auch Hymes 1973, 371f).

Im Gegenzug plädiert Gröschel dafür, die "phatische Funktion" in die beiden Teilfunktionen *kontaktiv* (oder auch *medial*: "auf das physische Kontaktmedium zielende Leistung") und *soziativ* (auf psychische Verbindung in 'phatischer Gemeinschaft' gerichtet) zu differenzieren (1983, 32).

Für eine an einer solchen Funktionstabelle ausgerichteten Untersuchung von kommunikativen Ereignissen ist von größter Bedeutung, daß die verschiedenen Funktionen nie oder nur selten isoliert auftreten. Jakobson ging davon aus, daß alle Typen von Sprachfunktionen stets gemeinsam auftreten, daß aber ein jeweiliges Sprechereignis durch eine jeweils besondere Hierarchie von Funktionen gekennzeichnet sei. Das würde bedeuten, daß im jeweiligen Falle ent-

schieden werden müßte, welche der Funktionen dominant sei und welche anderen dagegen in den Hintergrund rückten.[6] Übertragen auf die Probleme, die bei der Anwendung eines Funktionsmodells auf die kommunikativen Verhältnisse des Fernsehens entstehen, würde das bedeuten, daß es keine Elemente des Fernsehens gibt, die ausschließlich phatisch funktionierten, sondern daß ein phatisches Moment an allen Formen der Fernsehkommunikation festzustellen wäre.

1.2 Regulation

In der Untersuchung des kommunikativen Verhaltens von Menschen in *face-to-face*-Situationen ist immer wieder herausgestellt worden, daß die einzelnen nichtverbalen Medien der Kommunikation sehr intensiv in phatischer Funktion verwendet werden. Ein phatisches Funktionsmoment, das zur Herstellung und Aufrechterhaltung eines kommunikativen Kontaktes führt, kommt insbesondere dem *Blickverhalten* in Gesprächssituationen zu. Argyle und Dean (1972, 303; ähnlich Argyle et alii 1973) z.B. nennen drei Funktionen des Blickkontaktes, die als phatisch interpretiert werden können: (1) "signalling that the channel is open" bzw. die Kundgabe der Bereitschaft zur Kommunikation; (2) "information-seeking", worunter die Herstellung eines Feedbacks durch den jeweiligen Sprecher verstanden wird; (3) "establishment and recognition of social relationship", worunter auch ganze Sequenzen von Blicken und reaktiven Blicken gefaßt sein können.

Oft ist Blickverhalten wiederum eingebunden in *Interaktionsrituale*. In funktionalistischer Perspektive lassen sich diese entsprechend unter dem Aspekt untersuchen, daß sie dazu dienen, die Geltung der phatischen Gemeinschaft zwischen den Interaktanten rückzuversichern und zu bestätigen bzw. sie erst aufzubauen. Insbesondere *Situationseröffnungen und Interaktionsbeendigungen* erfüllen dann primär phatische (genauer: soziative) Funktionen. Vor der verbalen Kommunikation erfolgt im allgemeinen eine Zuwendung des Körpers, des Kopfes und des Blickes. Das "Grüßen" bildet sogar eine eigene, konventionalisierte Verhaltenssequenz, die phatisch-soziative Voraussetzungen für die "eigentliche" Interaktion schafft (zusammenfassend dazu Ehlich/Rehbein 1982, 66-70).

Phatische Funktionselemente sind in der nichtverbalen Kommunikationsforschung immer wieder auch als *regulative Funktion* erörtert worden (vgl. z.B. von Raffler-Engel 1980, 2). Dieser Aspekt gerät insbesondere dann in den Blick, wenn ein besonderes Verhalten (wie z.B. Blickverhalten) daraufhin

---

6 Zur Diskussion dieser Probleme vgl. Hymes 1973, 369ff; vgl. auch Schmidt 1984, 168f.

untersucht wird, wie es in die Organisation von Handlungssequenzen eingebunden ist. So wird ein *turn-taking*, ein Sprecherwechsel, durch einen längeren Blickkontakt zwischen den Interaktanten vorbereitet (vgl. zusammenfassend Nöth 1985, 337). Die *Synchronisation* des Verhaltens der Interaktanten ist eine der wesentlichen Leistungen, die sie erbringen müssen. Dazu ist es nötig, sich gegenseitig darüber zu informieren, (1) daß man weiterhin an der Interaktion teilnimmt, (2) daß man am informationellen Prozeß teilhat, (3) daß man beabsichtigt, die Rolle, die man gerade spielt, beizubehalten oder aber zu wechseln.

Das informationelle Geschehen zwischen den Interaktanten ist also durchsetzt und gesteuert durch einen gleichzeitigen *phatischen Prozeß*. Verhaltenselemente, die dergestalt phatisch verwendet werden, dienen dazu, den interpersonellen Austausch zwischen den Beteiligten zu *regulieren*. Die Untersuchung solcher Elemente der Interaktion führt darum dahin, auch die sequentielle Gliederung der Interaktion als eine Leistung der Beteiligten anzusehen, als Produkt einer Koordination, die man eben auch als eine der Ausdrucksformen der phatischen Gemeinschaft der Kommunizierenden betrachten kann.

Phatikalität zeigt sich also unter mehreren Gesichtspunkten als ein funktionales Moment von Kommunikation:

(1) Kommunikation ist ausgerichtet auf die Etablierung einer *phatic communion* der Kommunizierenden;

(2) Kommunikation enthält Funktionselemente, die einerseits auf die Gemeinschaft der Kommunizierenden (soziative Funktion), andererseits auf das physische Kontaktmedium bezogen sind (mediale oder kontaktive Funktion);

(3) phatische Elemente der Kommunikation dienen auch dazu, den kommunikativen Prozeß der Beteiligten zu synchronisieren und zu regulieren.

Jeder dieser Aspekte der Phatikalität der Kommunikation ist für die Untersuchung der Fernsehkommunikation von Bedeutung.

2. Phatische Funktionselemente im Fernsehen

Das Fernsehen umfaßt ein breites Spektrum von Funktionselementen, deren primärer Zweck wohl am ehesten dem Funktionskreis des Phatischen zugeordnet werden kann. Daneben gibt es zahlreiche Formen, die *auch in phatischer Funktion* stehen, primär aber anderen kommunikativen Funktionen dienen. Die folgende Übersicht nimmt die von Gröschel vorgeschlagene Differenzierung der phatischen Funktion in eine kontaktive und eine soziative Funktion für grundlegend.

2.1 Kontaktive Funktionselemente

In der Fernsehkommunikation spielen *kontaktiv* genutzte Elemente eine nur wenig bedeutsame Rolle, auch wenn derartige Formen immer wieder auftreten. Sie können sich dabei auf alle Elemente des (technischen) Fernsehprozesses beziehen.

Zum Funktionskreis des dominant Kontaktiven zählen natürlich alle Mittel, mit denen das Fernsehen auf *Störungen* reagiert: Die Schrifttafel "Sendestörung" gehört ebenso dazu wie der Untertitel "Tonausfall im Bereich des Senders x" sowie alle Varianten des Umgangs mit Senderausfällen, die nachweisbar sind.

Neben diesen explizit auf die *Übertragungsqualität* gerichteten Akten gibt es explizite Hinweise darauf, daß die *Bildqualität* eines Beitrags schlecht sei, und auch der Hinweis, daß es sich bei einem Film um Schwarzweißmaterial handele, ist eine primär auf die technische Qualität des Mediums gerichtete Auskunft.

Die *Herkunftsqualität* von Bildern wird indiziert durch die schwarzen Balken oben und unten im Bild, die bei CinemaScope-Filmen verwendet werden. Ähnlich ist oft Amateurmaterial gekennzeichnet durch die Datenzeile, die von den Amateuren selbst eingemischt worden ist. Insbesondere Fremdmaterial kontrastiert dem normalen Fernsehbild oft durch schlechte Qualität, Farbverfremdung, Flimmern; auch bleibt das fremde Sendersignet meist erhalten.

Manche technischen Mittel werden in einzelnen Sendungen wie *Interpunktionszeichen* verwendet. Insbesondere die elektronischen Bildbearbeitungsmöglichkeiten "Drehen", "Wegblättern", "Wirbeln" usw. scheinen als Interpunktionselemente verwendet zu werden, die thematische Brüche und Einheiten anzeigen (Jung 1989). Wenn nun die Koordination von Fernsehen und Zuschaueraktivitäten ein Funktionsaspekt des Phatischen ist, dann ist die Indikation der thematischen Gliederung durchaus als phatisches Mittel zu interpretieren. Kontaktiven Zwecken ist auch der Überblick über "die Sendungen des Abends" oder "die Sendungen des folgenden Tages" unterworfen.

Daneben finden sich eine Reihe von kontaktiv genutzten Mitteln, die auf die *institutionelle Verfaßtheit* des Alltagsmediums Fernsehen Bezug nehmen. Entschuldigungen für Sendungsverspätungen zählen dazu ebenso wie die Ankündigung und Begründung von Sondersendungen oder von ersatzweise ins Programm genommenen Sendungen. Und auch das stereotype "Wie immer ohne Gewähr", das beim Verlesen der Lotto-Zahlen ergänzt wird, läßt sich als ein phatischer Hinweis auf die Responsibilität des Fernsehens als Institution auffassen.

2.2 Soziative Funktionselemente

Für die pragmatische Analyse ist aber natürlich die *soziative* Funktion von viel größerer Bedeutung, weil die *Konstitution von Sozialität* ein Funktionsaspekt von Fernsehen ist, der in vielen Analysen übersehen wird und der doch die Voraussetzung zu solchen Modellen ist, die den Zusammenhang von Ideologien, Diskursen, Thematisierungen und generischen Mustern im Fernsehen zu erfassen versuchen. Die Untersuchung der phatischen Aspekte der Fernsehkommunikation ist noch sehr wenig entwickelt. Insbesondere eine historische Darstellung der Veränderung der kommunikativen Techniken, mit denen der soziale Kontakt zwischen Fernsehen und Zuschauern hervorgebracht und aufrechterhalten wird, fehlt bis heute. Doch schon eine Typologie der Formen fällt schwer. Die folgende Liste soziativer Funktionselemente kann nur ein erster Aufriß sein, der es allerdings gestattet, eine relativ systematische Forschungsperspektive zu entwerfen.[7]

Als grundlegend kann die interaktionistische Theorie der *parasozialen Interaktion* zwischen Fernseh-Personae und Zuschauern angesehen werden. Horton und Wohl, die das Konzept 1956 vorstellten, schlugen darin vor, die Aktivitäten von Zuschauern bei der Nutzung von Massenmedien (insbesondere des Fernsehens) im Zusammenhang mit sozialer Interaktion zu verstehen. Eine der wichtigsten Eigenschaften der Massenmedien sei, so die These von Horton und Wohl, die Erzeugung einer Illusion von *face-to-face*-Beziehungen zwischen Zuschauern und Darstellern (zusammenfassend dazu Hippel 1992).

Für das Fernsehen gehört die *direkte Adressierung des Zuschauers* zu den auffallendsten Charakteristiken der Zuschaueransprache (vgl. Hilmes 1985; Davies 1984; Auter/Davis 1991). Hinweise auf die Art der Gemeinschaft, die durch das Fernsehen konstituiert wird, finden sich in den *Adressierungskonventionen* (*modes of address*) einzelner Sendungen und Genres: So ist mehrfach darauf hingewiesen worden, daß der Zuschauer in einer 'familiären' Art und Weise angesprochen werde und daß offenbar mit der Vorstellung einer familienartigen Gemeinschaft von Fernseh-Personae und Zuschauern gespielt

---

7 Keine Aufmerksamkeit werde ich allen Formen des *Ethnophatischen* widmen, der im kommunikativen Verhältnis unterstellten und ausgedrückten Hypothese über die Zugehörigkeit der Kommunizierenden zu einer besonderen Kommunikationsgemeinschaft. In der Fernsehwissenschaft ist die Untersuchung des *soziophatischen* Verhältnisses von Fernsehsendungen und Zuschauern von größter Wichtigkeit, weil der einzelne Fernsehtext einem höchst heterogenen Publikum gegenübersteht, und es ist in jedem Augenblick der Fernsehkommunikation eine Aufgabe, die Zugänglichkeit von Bedeutungen in Koordination mit den sozialen Zugehörigkeiten jeweiliger Zuschauer zu thematisieren. Das Funktionselement des Soziophatischen bildet so ein unmittelbares Komplement zur *Polysemie* des Fernsehtextes. Vgl. Batz (1992; 1993) als erste Untersuchungen der Fernseh-Ethnophatikalität.

werde (zusammenfassend dazu Fiske 1987, 55ff). Noch steckt die theoretische Beschäftigung mit den Modi der Adressierung im Fernsehen ganz in den Anfängen - es scheint aber einleuchtend zu sein, daß sie nur strikt historisch gefaßt werden können, daß sie sich in verschiedenen Genres des Fernsehens sehr stark unterscheiden, daß ihre Geltung und ihre pragmatische Bedeutung auch korrespondiert mit den verschiedenen Adressatengruppen und -klassen.

Sehr starke phatische Effekte hat das *Spiel mit einem stillschweigenden Einverständnis* des Zuschauers. Wenn z.B. Hans-Joachim Kulenkampff das Stichwort "Saft" in der Selbstpräsentation einer Kandidatin aufgreift und erläutert, auch er nähme ab und zu ein Glas Orangensaft, vermische es mit "'ner halben Flasche Cognac", was "großartig" schmecke, so baut er thematisch ein oppositionelles Gefüge auf, das mit den *impliziten* kulturellen Bedeutungen

"Saft" = <gesundes Leben, Enthaltsamkeit, pietistische Lebenshaltung>
versus
"Cognac" = <Genuß, lustbetontes Leben und Vergnügen>

operiert. In einer derartigen Interaktion spielt er sicherlich nicht mit dem "Alkoholikerimage", wie es in einer Analyse des Beispiels heißt (Herzogenrath 1991, 93f), sondern mit tiefensemantischen Einstellungen, Haltungen und Lebensorientierungen. Das Lachen des Publikums zeigt ein untergründiges Einverständnis an, gibt einem Gemeinschaftserlebnis Ausdruck, ist Kundgabe einer unausgesprochenen Übereinstimmung der Wertvorstellungen, die hier ganz beiläufig inszeniert ist und die den Bestand der phatischen Gemeinschaft von Showmaster und Publikum doch in einer Intensität bestätigt, die an "Identifikation" erinnert. Strategisch bauen diese Formen auf Formen der Alltagsinteraktion auf, in denen es um *Koalitionen* geht. Eine Situation wie die beschriebene enthält implizit nicht nur Bedeutungen, die sich aus dem unterstellten Einverständnis herleiten lassen, sondern auch eine Kontra-Position (und möglicherweise einen Repräsentanten derselben), *gegen die (bzw. den)* die Gleichgesinntheit von Showmaster und Zuschauer(n) formuliert werden kann. Das Geschehen ist so nicht einsinnig-harmonisch, sondern als sozialer Prozeß von Bedeutungsbildung organisiert. Das Spiel mit stillschweigendem Einverständnis ist, von seiner effektiven Seite her betrachtet, durchaus doppelgesichtig - es ist eine Technik der Vergemeinschaftung einerseits, der sozialen Differenzierung andererseits.

Auch *indirekte Bezugnahmen auf den Zuschauer* tragen zum Gelingen des phatischen Aspekts bei. Wenn also ein Akteur das Publikum einem anderen Teilnehmer der Show gegenüber erwähnt (vgl. Schaffer 1991, 153), dann kann diese Bezugnahme nicht nur als Indiz dafür genommen werden, daß die Situation "öffentlich" ist, sondern auch als ein Mittel in phatischem Gebrauch: Denn indem die Rolle des Zuschauers besprochen wird, wird sie natürlich zugleich bestätigt; und es wird natürlich auch der jeweils konkrete Zuschauer bespro-

chen, der sich wiederum zu dieser Thematisierung seiner Person in der gegebenen kommunikativen Konstellation verhalten muß.

3. Mediale Konstellation

Die phatische Gemeinschaft ist nun kein unvermitteltes, natürliches und immergleiches soziales Aggregationsprinzip, sondern wird formal konstituiert in einem Gegenüber von Rollen, Machtverhältnissen und medialen Bedingungen. Insofern ist das Phatische nicht außerhalb des gesellschaftlichen und historischen Prozesses zu sehen als eine quasi eingeborene soziale Orientierung im kommunikativen Verhalten des Menschen, sondern als ein Funktionsaspekt, der ein formales soziales Beziehungsverhältnis sowohl installiert wie aber auch voraussetzt. Im Falle der Fernsehkommunikation wird zu zeigen sein, wie insbesondere die Bedingung der Medialität in den formalen Rahmen der phatischen Kommunikation hineinwirkt. Die These ist, daß der Fernsehtext *in einer medialen Konstellation* hervorgebracht ist, die die phatischen Bezüge des Fernsehens formal konstituiert und gegenüber den Formen der Alltagskommunikation moduliert (bzw. in der phänomenologischen Redeweise: "abschattet").

Die Herleitung der Annahme ist denkbar einfach: Audiovisuelle Texte sind nicht nur in einem substantiellen, sondern auch in einem formalen Sinne *selbstreflexiv*.[8] Einige textuelle Mittel indizieren nun *die Medialität bzw. Textualität des Textes* selbst. Auf Grund dieser Eigenart sind audiovisuelle Texte - und insbesondere Fernsehtexte und -programme - markiert als in einer *medialen Konstellation* stehend.

Diese Konstellation bildet einen ersten und vielleicht sogar für das Medium "Fernsehen" konstitutiven Rahmen: Es ist das Gesamtprogramm selbst, das einen definitorischen Bezugspunkt für das pragmatische Verhältnis von Fernsehen und Zuschauern bildet; nicht der "Text" ist die primäre Bezugsgröße des

---

8 In den verschiedenen Textsorten des Fernsehens spielt die reflexive Rückbezüglichkeit der textuellen Formen und Ausdrucksmittel natürlich eine sehr unterschiedliche Rolle. Im Extremfall werden Strukturen der kommunikativen Konstelliertheit des Fernsehens für die Textbildung selbst benutzt. Ich habe an anderer Stelle an einem Musik-Video zu zeigen versucht, daß Videoclips als "*Repräsentationen kommunikativer Konstellationen* [aufgefaßt werden können]; sie bilden keine vom Text ablösbaren Inhalte ab, folgen also keiner vom Inhalt her bestimmten Struktur, sondern produzieren das Bild einer Kommunikationssituation, das derjenigen des Videoclips zumindest in Grundzügen homolog ist" (Wulff 1989, 445). Die These hier ist also, daß der Videoclip nur ein besonders ausgeprägter Fall eines textuellen Verfahrens (*Reflexivität* und *Rekursivität*) ist, das im Fernsehen äußerst verbreitet ist. Vgl. dazu neben Fiske 1987 v.a. Coelho 1989.

Fernsehens (als eine semiotische Größe, die "Sinn" tragen kann), sondern das interaktive Gegenüber von Programm- und Textstrukturen und Zuschauern. Ich nehme dieses als Grundgegebenheit und gehe davon aus, daß es eine der fernsehtypischen Repräsentationsformen von Texten ist, Texte in einer medialen Konstellation zu präsentieren. Ein Text im Fernsehen ist immer als Text in einer - ebenfalls abgebildeten - Kommunikations-Situation gekennzeichnet. Es macht dabei keinen prinzipiellen Unterschied, ob der Text als Text in einer Rezeptionssituation präsentiert wird (wie die meisten Shows) oder ob seine eigene Adressiertheit zum Thema gemacht wird (wie in vielen Formen reflexiven Fernsehens).

Ich würde hier weitergehen als Joachim Paech, der festhält, daß ein Film im Fernsehen "immer Teil eines Programms [sei], in das der Film primär eingebettet ist, das sich bis in den Film hinein durchsetzt, zum Beispiel durch Werbeunterbrechungen oder Einblendungen, die etwa die neuesten Lotto-Zahlen in Hitchcocks FRENZY integrieren" (1990, 154), und die Perspektive umdrehen: Nicht der einzelne Text ist die primäre Struktur, sondern das Programm selbst; der Text wird nicht durch das Programm "überlagert", sondern das Programm assimiliert den Text.

Das Fernsehprogramm enthält permanent derartig situative Momente. Neben dem informationellen Aspekt, den alle diese Formen haben, erfüllen sie aber eben auch die fernsehtypische Funktion, einen Text als Fernsehtext, einen Text als Text im Programm oder Programme als Programme im Fernsehen zu *markieren* und eben dadurch eine fernsehtypische phatische Gemeinschaft von Zuschauern zu produzieren. Es lassen sich wiederum einige ganz unterschiedliche Formen beobachten, die in ganz besonderem Maße unter diese Funktionsbeschreibung gefaßt werden können.

Die *Anwesenheit eines institutionellen Kommunikators* fällt sogar schon bei sehr formalen Mitteln der Regulation der Fernsehkommunikation auf. Die Trennung, die oben die kontaktiven von den soziativen Funktionselementen schied, sollte nicht übersehen lassen, daß auch die kontaktiven Mittel ein soziatives Element umfassen. Wenn z.B. der Ansager Fechners COMEDIAN HARMONISTS ankündigt, jedoch der dritte Teil von DER PROZESS beginnt, nach zwei Minuten das Band angehalten wird und das ARD-Störungsemblem auf dem Bildschirm erscheint, das eigentlich bei technischen Störungen im engeren Sinne (wie Senderausfall etc.) eingesetzt wird, dann ist klar, daß hier ein "schiefer" kommunikativer Akt vollzogen wird, eine Art von "Notlüge" - menschliches Versagen wird als technische Panne kaschiert. Offenbar ist den Mitteln, mit denen Fernsehen kommunikativ operiert, ein *intentionales Moment* unterstellbar, das einen Horizont kommunikativen Sinns anspricht, der eigentlich der interpersonalen Kommunikation entstammt. Wenn nun der

Eindruck entsteht, daß "Das Fernsehen"[9] etwas mogele, um darüber hinwegzutäuschen, daß ein Mitarbeiter "gepfuscht" hat, dann fußt dieser Eindruck darauf, daß der Zuschauer einer *kommunikativen Instanz* gegenübersteht, die *aktiv* ist, die Kommunikationen *reguliert* und die dabei auf die *Konventionen interpersonaler Kommunikation* zurückgreift. Man könnte diese Überlegung auch dahingehend wenden, daß man zu der These kommt: Das Fernsehen ist unter anderem deshalb ein "Alltagsmedium", weil es Mittel alltäglicher Kommunikation für seine eigenen kommunikativen Strategien einsetzt und so, zumindest in einigen phatischen Momenten, als ein *personales Gegenüber* des Zuschauers auftritt.

Allerdings hat man es natürlich mit einer sehr komplizierten kommunikativen und institutionellen Apparatur zu tun, die in unterschiedlichster Weise und in ganz verschiedenen Formen im Spiel ist. Ich werde das hier angesprochene kommunikationstheoretische Interesse, das auf die Phänomene der Phatikalität im Fernsehen gerichtet werden kann, im folgenden nicht weiter verfolgen, sondern (1) einige fernsehspezifische Rollen zu benennen versuchen, die in der medialen Konstellation des Fernsehens auftreten, und mich schließlich (2) mit einigen texttheoretischen Aspekten der Annahme auseinandersetzen, daß die phatische Funktion für das Fernsehen von zentraler Bedeutung sei. Erst ganz am Ende werde ich unter dem Stichwort "Autorität" die Frage nach dem Fernseh-Kommunikator wieder aufnehmen.

3.1 Institutionelle Rollen

Ein erstes Feld von Phänomenen läßt sich mit Bezug auf die Annahme einer "medialen Konstelliertheit" des Fernsehtextes recht geschlossen interpretieren: Der einzelne Fernsehtext wird assimiliert durch den institutionellen Apparat des Fernsehens, der Text ist "geöffnet" zu *institutionellen Rollen* hin, die mit der Textkonstitution unmittelbar gar nichts zu tun haben. Vor allem im Studio inszenierte Situationen umfassen eine sichtbare Komponente und ein meist unsichtbares Arsenal von Rollen, die Fernseh-Funktionen erfüllen und oft nur im Störungsfall in der Situation auch benannt werden.

Wer im Restaurant essen will, darf voraussetzen, daß die Küche besetzt ist und daß der Koch professionell seine Arbeit machen wird. Koch und Küche

---

9 Möglicherweise ließe die Untersuchung von Zuschauerpost Rückschlüsse darauf zu, in welcher Art der Fernseh-Kommunikator konzeptualisiert ist. Er ist jedenfalls wohl nicht individualisiert, sondern als Kollektiv oder als Institution gefaßt (bis zur Personalisierung des Fernsehens selbst). Anredeweisen von Kindern sind z.B. "Liebe Fernsehleute!", "Liebes WDR-Team", "Liebes Fernsehen" oder "Liebes WDR"; vgl. dazu Eßer (1991, 155), die den Anreden leider nicht nachgeht. Zur Zuschauerpost im weiteren vgl. immer noch Huth/Krzeminski 1981.

bilden für den Gast keinen Gegenstand der Aufmerksamkeit, sondern einen *situativen Hintergrund*, der für die Situation selbst nicht thematisch sein muß. Der Koch tritt erst dann in den situativen Vordergrund, wenn es Reklamationen gibt oder wenn ein besonderes Lob ausgesprochen werden soll. Ähnlich sind die institutionellen Rollen des Fernsehens normalerweise im situativen Hintergrund; sie werden allerdings immer wieder repräsentiert - als würde der Koch sich regelmäßig im Restaurant blicken lassen oder als sei die Küche vom Restaurant aus einsehbar -, so daß die institutionelle Verfaßtheit der Fernsehsituation nie in Zweifel gestellt ist.

Zu diesen Formen gehört z.B. die Anrufung der im (textuellen) Off[10] befindlichen *Regie*, wenn Pannen geschehen. Der Nachrichtensprecher, der sich bei "Der Technik" danach erkundigt, wo der angekündigte oder gar versprochene Film bleibe, wird damit als Figur in einem komplizierteren Gefüge von Personen faßbar. Zwar ist er dem Zuschauer als einziger auf dem Monitor präsent, doch ist evident, daß er mit zahlreichen anderen Personen interagiert, die auch im Konflikt- oder Pannenfall unsichtbar bleiben, dabei aber doch als Mitakteure des Studiogeschehens, als situativer Hintergrund "mitgedacht" werden müssen. Die Hintergrundakteure treten zwar nicht auf, doch werden sie auch nicht verborgen. Sie gehören zu den Vordergrundakteuren in einem ähnlichen Sinne, wie Küche und Restaurant bzw. Köche und Kellner aufeinander bezogen sind. Man könnte eine Analogie vermuten zum Verhältnis der Bühnenarbeiter zu den Schauspielern im Theater und die Zugehörigkeit zur Fiktion als unterscheidendes Kriterium ansehen - und man würde damit in die Irre gehen. Ähnlich wie im Verhältnis von Küche und Restaurant ist es eher die Beziehung der Produktions- zur Konsumptionssphäre, die Hintergrund- und Vordergrundakteure miteinander verbindet. Das soll gleich zweierlei heißen: Zum einen, daß weder eine Show noch eine Nachrichten- oder Sportsendung im gleichen Sinne oder Ausmaß eine Fiktion ausbilden wie ein Theaterstück; und zum anderen, daß die Teilnahme an der Fernsehkommunikation weniger ein Eintauchen in einen fiktionalen Raum von Bedeutungen ist als vielmehr eine spezifische Konsumptionsform, so daß die Restaurant- oder Kaufhausmetapher ein angemesseneres Bild abgibt als der Vergleich des Fernsehens mit dem Theater.

Mir scheint die These evident zu sein, daß der Zuschauer sich der Anwesenheit von Figuren der Produktionssphäre im textuell-situativen Off durchaus bewußt ist und in jeder Phase der Rezeption ein Hintergrundbewußtsein der

10 In manchen Shows wie z.B. DER GROSSE PREIS ist ein den Aufgaben dieser Off-Regie vergleichbares Schiedsgericht Teilnehmer am Spiel. Ich nehme die Tatsache, daß die Regie auch als Bühnenrolle manifestiert sein kann, nicht als Widerspruch zu meiner These, sondern als ein Indiz dafür, daß sie zu den "natürlichen" institutionellen Rahmenrollen der Show *sowieso* gehört.

Tatsache hat, daß er Teilnehmer an Fernsehkommunikation ist. Darum kann der situativ-diegetische Rahmen immer aufgebrochen werden in ein situatives "Off", das aber durch die technisch-institutionelle Verfaßtheit des Mediums nämlich schon besetzt ist - man ist *nicht* überrascht, daß da eine "Regie" sitzt, die vom abgebildeten Akteur angerufen werden kann.

In Fernsehshows, insbesondere den großen Bühnenshows, ist oft die *Anwesenheit der Kameras* nicht zu verbergen. Wurde in der Frühzeit des Fernsehens versucht, Kameras und Ton-Einheiten so weit es geht "aus dem Bild" zu halten, ist heute die Tatsache, daß Fernsehtechnik in der abgebildeten Situation enthalten ist, Teil der abgebildeten Situation selbst:

> Moderatoren unterhalten sich *auf Sendung* mit Kameraleuten, Handkameras werden durchs Sendebild getragen, Mikrophone ragen in die Studios, die auch in den Programmzeitschriften so heißen (STUDIO 1, AKTUELLES SPORTSTUDIO etc.) (Meier 1991, 94; Hervorhebung im Original).

Das Geschehen wird in vielerlei Hinsicht auf die Kameras hin organisiert: Kandidaten werden zur Kamera hin gedreht; im Gespräch kann eine technische Interjektion ("Sie decken das Mikrophon mit Ihrer Hand ab...") einen Fehler beheben; usw. Der Bezugspunkt für diese Aktivitäten ist jeweils deutlich der Zuschauer, dem zuliebe das Geschehen *für die Kamera* arrangiert wird. Das phatische Moment tritt ganz in den Vordergrund - und dies könnte auch ein Grund sein, warum die Kamera nicht verborgen gehalten, sondern in solchen Hilfestellungen sogar regelrecht ausgestellt wird.

Die Einbeziehung der technischen Apparatur in die Sendungen ist nicht auf momentane Interventionen und dergleichen mehr beschränkt, sondern kann sogar Teil der sendungstypischen und -ritualisierten Darstellungsformen sein. Manchmal ist die *Präsentation des Studios* also Teil der rhetorischen Struktur der jeweiligen Sendung. So ist es sowohl in den ZDF- und ARD-Nachrichten (HEUTE und TAGESTHEMEN) wie auch im ZDF-SPORTSTUDIO üblich, daß am Ende der Sendung eine Studio-Totale gezeigt wird, über die der Abspann läuft (ähnliches berichtet Allen 1987, 91).

Die an Fernseh-Situationen Beteiligten verhalten sich traditionellerweise so, als seien die Kameras nicht da. Die Kameras werden ignoriert - das bedeutet: Die *technischen Funktionsträger* werden als *Unpersonen* behandelt, als Teile der technischen Ausstattung, nicht als interaktionsfähige Teilnehmer am inszenierten Handlungsspiel. Bezugnahmen auf die Technik sind in der Regel gebunden an den Zuschauerbezug - wenn etwa ein Detail hervorgehoben werden soll ("Könnte mal eine Kamera...") oder wenn der Moderator momentan die Orientierung verloren hat und die Leit-Kamera ausfindig machen muß ("Wo ist denn...").

Wenn, wie in Jürgen von der Lippes SO ISSES-Show, der Kameramann in die Plauderrunde um den Showmaster integriert wird, ist dies weiterhin Ausnahme und eine Individualisierung eines Funktionsträgers, die so ganz unüblich ist, wenngleich dadurch natürlich eine *Intimisierung der medialen Situation* erreicht wird.

Ähnlich wie die im *off-screen* und im situativen Hintergrund befindliche Regie öffnet auch der *Dolmetscher*, der im *Off* arbeitet, den situativen Raum um eine institutionelle Rolle, die fernsehtypisch ist. Die (simultane) Übersetzung von Gesprächen mit ausländischen Prominenten ist eine Serviceleistung für den Zuschauer, kann also wiederum phatisch interpretiert werden. Anders als der Dolmetscher, der zusammen mit dem Gast auf der Bühne auftritt, ist der im *off-screen* arbeitende Übersetzer eine rein institutionelle Funktion, die meist auch nicht personalisiert wird: Dolmetscher werden nicht ins Bild gesetzt.

Eine diffuse Bezugnahme auf den institutionellen Apparat des Fernsehens ist die *Senderkennung* (das Signet des jeweiligen Senders), die als Fremdbild im Fernsehbild dieses als "Bild (in einem Programm) des Fernsehens" auszeichnet.

Senderkennungen sind aber auch die zahllosen *Logos*, wie sie insbesondere in MTV verwendet werden. Kennmarken, die einzelne Sender anzeigen können, können auch *Werbeinserts* (wie die "Mainzelmännchen"; vgl. dazu Kayser 1991; Zschau 1991), standardisierte *Pausenbilder* (wie das Walroß des NDR) usw. sein.

Neben diesen senderspezifischen Kennmarken finden sich auch *sendungsspezifische Kennungen*[11], die möglicherweise wieder so spezifisch mit einem Sender verbunden sind, daß sie auch als Senderkennungen funktionieren (ein Beispiel ist die TAGESSCHAU-Eröffnung). Schließlich sind zu nennen *anlaßbezogene Kennungen*, zu denen das Eurovisions-Logo, Olympia-Logos etc. gehören.

Eine ganz eigene Markierungsform kennzeichnet den Fernsehtext als Text "vor einem Publikum".[12] Es handelt sich dabei um einen zentralen Modus, mit dem ein "viewer engagement on television" hergestellt wird. Er kann nach Allen (1987, 91) "rhetorisch" genannt werden (*rhetorical mode*) und stammt ursprünglich aus der kommunikativen Formenwelt des Radios:

> In the rhetorical mode, both the addresser and the addressee [...] are openly acknowledged (ebd.).

---

11 Ein Beispiel ist das Satire-Magazin ZACK!, das sein Sendungslogo anstelle des Senderkennzeichens plaziert.

12 Vgl. Wulff 1993 als einen Versuch, die besonderen situativen Bedingungen der sozialen Realität von Fernsehshows aus Sicht der Kandidaten zu diskutieren.

Wesentliches Kennzeichen dieses Modus' ist die Anwesenheit von Personen, die als "Zuschauer" gekennzeichnet sind (*characterized viewers*).

Neben dem *Studio-Publikum* (vgl. Allen 1987, 94; Wulff 1988) und einigen mehr oder weniger kanonisierten Zuschauer-/Konsumenten-Darstellungen im Werbefernsehen (Allen 1987, 91ff) ist hier das *canned audience* zu nennen, das nicht nur in manchen Game-Shows, sondern vor allem in diegetisch geschlossenen, illusionsbildenden Texten wie Soap Operas und Sitcoms eingesetzt wird. Es ist einerseits eng koordiniert mit verschiedenen Komponenten der makrostrukturellen Struktur des Textes, steht andererseits aber noch in einem zweiten, eher die kommunikative Form des Textes betreffenden Funktionskreis (vgl. Wulff 1990).

In zahlreichen Genres des Fernsehens gehört die *Thematisierung des Publikumsbezugs* zum festen Grundarsenal von Themen. Will man an der Ausgangsannahme festhalten, daß Fernsehtextformen selbstreferentiell, selbstthematisierend, ihre kommunikative Verfaßtheit exponierend sind, so kann man auch die weitergehende Hypothese aufstellen, daß diese Rekursivität zu solchen im Fernsehen bevorzugt auftretenden Textformen wie Magazinen, Shows usw. führt, für die die Inszeniertheit der abgebildeten Situation selbst immer auch ein Thema ist. In diesen Formenkreis gehört auch hinein, wenn - wie z.B. in TUTTI FRUTTI - die Exklusivität einer Rezeption zum Thema gemacht wird ("...was Sie Ihrer Schwiegermutter nicht erzählen dürfen...").

Schließlich gehört die *Thematisierung von Rezeptionsantworten auf vergangene Ausgaben einer Sendung* zum Grundinventar von Themen, an dem die kommunikative Nähe und Vertrautheit von Senderpersonal/Showmaster und Publikum demonstrativ vorgestellt werden kann. Man kann diese Formen auch damit begründen, daß sie phatisch sehr effizient sind, weil hier die Einseitigkeit der medialen Konstellation "Fernsehen" zumindest brüchig wird.

3.2 Texttheorie und "marginale" Textsorten

Ein zweiter Kreis von Überlegungen, die die medial-institutionelle Konstelliertheit des Fernsehtextes zu erfassen versuchen, kann an den von Eggo Müller sogenannten *Programmverbindungen* (Müller 1990) ansetzen[13]: Einige *Textsorten* des Fernsehens sind referentiell bezogen auf das Programm selbst. Dazu gehören insbesondere die Fernsehansagen, dazu zählen aber auch Trai-

13 Ähnlich spricht Morey (1981) von "continuity material", das er provisorisch in fünf Typen einteilt: (1) Sender-Identifikation; (2) verbale Fernsehansagen; (3) Trailer; (4) Werbung; (5) andere Formen, unter die Morey "fault apologies", "official announcements" und "transmitter information" rechnet.

ler, Voranzeigen und ähnliches. John Hartley nannte diese Formen *marginal* und erläuterte:

> We are constantly being reminded by continuity announcers and Raymond Williams alike to see television as a *flow*. In this respect, the contents of whatever happened is broadcast *between* programmes (i.e., trailers, time-checks, announcements, advertisements, continuity itself) must constitute the principal *structural* marginality of television. [...] We are encouraged to watch these marginal broadcasts (they have 'contents'), but to treat them as if they weren't there (they are structured as *gaps*) (1984, 121; Hervorhebungen im Original).

Diese Beobachtungen sind ausgesprochen wichtig. Denn die marginalen Textsorten im Fernsehen, die in der Regel auch nicht im Programm ausgewiesen sind, *markieren* das Gesamtprogramm als "Fernsehen" und finden sich so in keinem anderen Medium (auch wenn es im Radio viele äquivalente Formen gibt). Es handelt sich also um *charakteristische Textsorten* des Fernsehens. John Fiske nimmt z.B. an - angelehnt an Raymond Williams' Überlegung, das Fernsehen sei "Fluß" (*flow*) und nicht "Text" -, daß die *interruptedness* ein zentrales Kennzeichen von Fernsehen sei, das zudem zu einer radikalen *textual openness* führe (1987, 99, passim). Diese Unterbrechungen machen das Fernsehprogramm auch äußerlich erkennbar anders als z.B. ein Kinoprogramm.

Andererseits verursachen die marginalen Formen natürlich Pausen, Löcher, in denen die Aufmerksamkeit von Zuschauern sinkt, in denen *Distanz* wiederhergestellt wird. Der Umgang mit diesem Distanzierungseffekt hat viele eigene Formen ausentwickelt, die jeweils gesondert untersucht werden müssen. Nach dem Ende einer Sinneinheit könnte die phatische Gemeinschaft vom Zuschauer ja leicht wieder aufgegeben werden. Es gilt, den weiteren Bestand der phatischen Beziehung zwischen Programm und Zuschauer zu sichern. In dieser Funktion tritt nun der *Ansager* auf, der den Zuschauer neu adressiert und ihn in eine phatische Gemeinschaft zu binden versucht.

Der Umgang mit strukturbedingten *Fremdtexten* (insbesondere Werbetexten) bzw. mit den durch sie verursachten *Textunterbrechungen* hat zu einigen sowohl linguistisch wie nichtverbal charakteristischen Verhaltensweisen geführt. Wenn z.B. eine Show durch einen Werbeblock getrennt wird, haben die Showmaster eine ganze Fülle von Techniken entwickelt, den Zuschauer so zu adressieren und kommunikativ zu binden, daß er das *gap*, das durch die marginale Form verursacht wird, überbrückt. Es handelt sich dabei natürlich nicht nur um linguistisch-verbale Techniken, sondern auch um Verhaltensweisen, die (proxemisch, kommunikativ usw.) auf die Kamera bezogen sind.

Die beiden auf phatische Verhältnisse gerichteten Formen der Distanzierung und der Bindung gehören zusammen: Es zählt zu den Charakteristika der Fernsehkommunikation bzw. der durch Fernsehen konstituierten phatischen

Gemeinschaft, daß "Distanz" und "Unterbrochenheit" wesentliche Teilnahmemodalitäten des Fernsehens (*modes of participation*) sind.

Für eine Theorie des Fernsehtextes entsteht so natürlich das Problem, daß Art und Weisen der Rezeption die Formen des Fernsehkommunikats begründen müssen. Eine *Texttheorie* des Fernsehens müßte demzufolge als eine pragmatische Theorie ausgeführt sein, in der ein Zuschauerkonstrukt das Komplement der audiovisuellen Formen bildet. Ein Werk-Modell des Fernsehtextes kann dann nicht nur von solchen Kriterien der Textualität wie "Geschlossenheit", "Situationsentbindbarkeit" usw. ausgehen, sondern muß den kommunikativen Rahmen miteinbeziehen, in dem das Kommunikat steht. Der Fernsehtext ist Element eines kommunikativen *Super-Textes*, durch den die institutionellen Hintergrundbedingungen immer mit-realisiert sind. Genau diese Folie, auf der der Text im engeren Sinne artikuliert ist, wird hier als *mediale Konstellation* bezeichnet, um damit einen formal-kommunikativen Aspekt zu benennen, der den Fernseh-Supertext beschreibbar macht und der in der Theorie der Phatikalität (in beiden Hinsichten - auf die phatische Gemeinschaft und auf die phatische Funktion) kommunikationstheoretisch begründet werden kann.

Ein derartiges Vorgehen ist in der semiotischen Theorie des Fernsehens mehrfach angedeutet worden. Für John Ellis ist die Zerstreutheit und Distanziertheit des Zuschauers das entscheidende Kriterium, das Kino und Fernsehen voneinander unterscheidet und das dazu geführt hat, daß das Fernsehen andere Formen der Repräsentation und der Adressierung ausgebildet hat als der Film. Der Zuschauer, so Ellis, ist im Fernsehen konzeptualisiert als jemand, der zwar den Apparat angeschaltet hat, ihm aber nur geringe Aufmerksamkeit widmet. Darum muß Segment für Segment das Interesse und die Zuwendung des Zuschauers immer wieder neu aktiviert werden. Nach Ellis sind es vor allem drei Formen, in denen sich dieses Zuschauerkonzept im Fernsehen umsetzt: (1) im Aufwand, den jeder Sender betreibt, um sich selbst bekannt zu machen; (2) in der Häufigkeit und Intensität der direkten Adressierung; (3) und schließlich in der großen Bedeutung, die dem Ton in den Fernsehformen zukommt - "sound draws the attention of the look when it has wandered away" (Ellis 1982, 162; zur Rolle des Tons ähnlich Altman 1986). In ähnlicher Art und Weise plädiert auch Charlotte Brunsdon dafür, den Zuschauerbezug als eine Komponente der textuellen Form des Fernsehens zu integrieren. Nach ihrer Auffassung geht es darum, die Kontinuität (*continuousness*) von Fernsehen mit der Erfahrung des Zuschauens (*experience of viewing*) zu integrieren. Zentral ist dann

> the deployment of the notion of "mode of address", which allows us to specify, at a formal level, the way in which the television text is always constructed as continuously there *for someone*. The differing identities posed in these interpellations (child, citizen, hobby enthusiast, consumer, etc.) and the overlapping and contradictory ways in which we are called to watch form one of many sites

> for further research. An insistence on the analytic importance of these moments - continuousness and mode of address - gives some access to the inscription of television's institutional basis in its formal operations (1990, 62; Hervorhebung im Original).

Genau diese besonderen Bedingungen der Textualität im Fernsehen korrespondieren mit der ungemein zentralen Rolle des phatischen Funktionsmoments in der Fernsehkommunikation.

4. Autorität

Der einzelne Fernsehtext kann jederzeit durchsetzt werden mit Material, das *nicht-textuellen* bzw. *nicht-diegetischen Diskursen* angehört; dazu zählt nicht nur die Schrifteinblendung, die auf den Sendebeginn nachfolgender Sendungen hinweist, sondern auch solche Formen, in denen auf nicht-textuelle, nicht-mediale, äußere und aktuelle Realitäten Bezug genommen wird - wiederum mittels Schrifteinblendung ("Giftgaswolke über Mühlheim: Die Bevölkerung von Mühlheim soll Türen und Fenster verschließen."[14]) oder sogar durch Unterbrechen der eigentlichen Sendung (so, wenn die Gottschalk-Wiederholung am Montagmorgen durchsetzt wird mit Kurzberichten aus der "Runde der Zwölf" aus der Endzeit der DDR). Auch die Uhr vor den Nachrichten dient dazu, den Bezug auf die äußere Zeit herzustellen.

Zum Teil sind die Ausgriffe auf den äußeren Wirklichkeitsrahmen konventionell und fester Bestandteil des Programmrituals (das gilt z.B. für die "Nachrichten-Uhr"). Interessanter sind die anderen Fälle, wenn aktuelle Ereignisse das "normale Programm" überlagern: Offenbar gibt es in der medialen Konstellation des Fernsehens eine *Autorität*, die entscheiden kann, wann und unter welchen Bedingungen dieses normale Programm unterbrochen oder gestört werden darf. Diese Autorität muß nicht personalisiert sein, sondern kann als ein *regulierendes Prinzip* angesehen werden, das die Nachrichtenflüsse kontrolliert und das Fernsehen mit der umgebenden Welt vermittelt. Die regulierende Instanz ist auch dann latentes Element des Fernsehtextes, wenn sie inaktiv ist.

Der *institutionelle Rahmen* bleibt im Fernsehen stets gegenwärtig, wird spätest mit der nächsten Ansage oder einer Schrifteinblendung wieder wachgerufen. Die Bedingung für die Brüchigkeit und Durchlässigkeit des einzelnen Fernsehtextes besteht genau darin, daß das Fernsehen eine kommunikative Konstellation etabliert, die als Rahmenbestimmung alle anderen abgebildeten Sendeformate umfaßt und einbettet. Die Vielfalt der phatischen Funktionselemente im Fernsehen bildet dazu das Komplement - weil in ihnen die Aktivi-

---

14 Vgl. zu einem solchen Fall Paech 1990, 154f.

tät und die Zuwendung der Zuschauer sowie der kommunikative Austausch mit dem Publikum auf eine ganz besondere, dem Fernsehen spezifische, allerdings dem Alltagsleben entlehnte Art und Weise organisiert und intensiviert, wenn nicht überhaupt erst möglich gemacht wird.

Literatur

Allen, Robert C. (1987) Reader-oriented criticism and television. In: *Channels of discourse. Television and contemporary criticism.* Ed. by Robert C. Allen. London/New York: Routledge, S. 74-112.

Altman, Rick (1986) Television/sound. In: *Studies in entertainment: Critical approaches to mass culture.* Ed. by Tania Modleski. Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press, S. 39-54.

Argyle, Michael / Dean, J. (1972) Eye contact, distance and affiliation. In: *Communication in face to face interaction. Selected readings.* Ed. by John Laver & Sandy Hutcheson. Harmondsworth: Penguin, S. 301-316.

--- / Ingham, Roger / Alkema, Florisse / McCallin, Margaret (1973) The different functions of gaze. In: *Semiotica,* 7, S. 19-32.

Auter, Philip J. / Davis, Donald M. (1991) When characters speak directly to viewers: Breaking the fourth wall in television. In: *Journalism Quarterly* 68,1-2, S. 165-171.

Batz, Richard (1992) Fernsehen als elektronisches Textbuch der Kultur. Das Beispiel französischer Fernsehnachrichten In: *Montage/AV* 1,1, S. 49-76.

--- (1993) *Französische Fernsehnachrichten als kultureller Text.* Tübingen: Niemeyer.

de Beaugrande, Robert-Alain (1980) *Text, discourse, and process. Toward a multidisciplinary science of texts.* Norwood, N.J.: Ablex.

--- / Dressler, Wolfgang (1981) *Einführung in die Textlinguistik.* Tübingen: Niemeyer.

Bergmann, Jörg R. (1987) *Klatsch. Zur Sozialform der diskreten Indiskretion.* Berlin/New York: de Gruyter.

Brunsdon, Charlotte (1990) Television: Aesthetics and audiences. In: *Logics of television. Essays in cultural criticism.* Ed. by Patricia Mellencamp. Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press / London: BFI Publishing, S. 59-72.

Coelho, Luiz Antonio (1989) *Towards a taxonomy of reflexive structures for American television.* Ph.D. Thesis New York: New York University, Media Ecology Dept.

Condon, John C. (1977) When people talk with people. In: *Messages: A reader in human communication.* Ed. by J.M. Civikly. 2nd ed. New York: Random House, S. 68-82.

Davies, John (1984) Television modes of address as a semiotic system. In: *Recherches Sémiotiques / Semiotic Inquiry* 4,3-4, S. 338-355.

Ehlich, Konrad / Rehbein, Jochen (1982) *Augenkommunikation. Methodenreflexion und Beispielanalyse.* Amsterdam: Benjamins.

Ellis, John (1982) *Visible fictions: Cinema, television, video.* London: Routledge & Kegan Paul.

Eßer, Kerstin (1991) "Liebes Fernsehen!" Zum Dialog zwischen Darstellern, Rezipienten und Produzenten - untersucht am Beispiel der Zuschauerpost zur Kinderserie JANNA. In: *Erzählen im Kinderfernsehen. Das Beispiel JANNA.* Hrsg. v. Hans Dieter Erlinger. Heidelberg: Carl Winter, S. 135-160.

Fiske, John (1987) *Television culture.* London/New York: Methuen.

Gröschel, Bernhard (1983) Sprachliche Kommunikation und Sprachfunktionen. In: *Kommunikation, Funktion und Zeichentheorie. Zur Terminologie der Semiotik. 3.* Hrsg. v. Klaus D. Dutz & Hans J. Wulff. Münster: MAkS Publikationen, S. 15-45.

Hartley, John (1984) Out of bounds: the myth of marginality. In: *Television mythologies: Stars, shows & signs.* Ed. by Len Masterman. London: Comedia, S. 118-127 .

Herzogenrath, Carola (1991) *Hans-Joachim Kulenkampff im deutschen Fernsehen. Charakteristische Formen der Moderation.* Bardowick: Wissenschaftler-Vlg.

Hilmes, Michele (1985) The television apparatus: Direct address. In: *Journal of Film and Video* 37,1, S. 27-36.

Hippel, Klemens (1992) Parasoziale Interaktion: Bericht und Bibliographie. In: *Montage/AV* 1,1, S. 135-150.

Horton, Donald / Wohl, R. Richard (1956) Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. In: *Psychiatry* 19, S. 215-229.

Huth, Lutz / Krzeminski, Michael (1981) *Zuschauerpost - ein Folgeproblem massenmedialer Kommunikation.* Mit einem Anhang "Fernsehen und Folgekommunikation". Tübingen: Niemeyer.

Hymes, Dell (1973) Die Ethnographie des Sprechens. In: *Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. 2. Ethnotheorie und Ethnographie des Sprechens.* Hrsg., verf. u. übers. v. einer Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen. Reinbek: Rowohlt, S. 338-432.

Jakobson, Roman (1971) Linguistik und Poetik [1960]. In: *Literaturwissenschaft und Linguistik. Ergebnisse und Perspektiven. 2,1.* Hrsg. v. Jens Ihwe. Frankfurt: Athenäum, S. 142-178.

Jung, Joachim (1989) *Digitale Bildmanipulation. Analyse der Funktionen digitaler Effekte im Fernsehen der Bundesrepublik Deutschland.* Magisterarbeit Berlin: Freie Universität, Institut für Semiotik und Kommunikationstheorie.

Kayser, Susanne (1991) Freispruch für die Mainzelmännchen. In: *ZDF-Kontakt*, 7-8, S. 10-12.

Lux, Friedemann (1981) *Text, Situation, Textsorte. Probleme der Textsortenanalyse, dargestellt am Beispiel der britischen Registerlinguistik. Mit einem Ausblick auf eine adäquate Textsortentheorie.* Tübingen: Narr.

Malinowski, Bronislaw (1949) The problem of meaning in primitive languages [1923]. In: C.K. Ogden / I.A. Richards: *The meaning of meaning. A study of the influence of language upon thought and of the science of symbolism.* 10th ed. London: Routledge & Kegan Paul, S. 296-336.

Meier, Johannes-Peter (1991) Der himmlische Blick. Raum und Medium in der TV-Show. In: *Fernsehshows. Theorie einer neuen Spielwut.* Hrsg. v. Wolfgang Tietze, Manfred Schneider & Institut für Medienanalyse Essen. München: Raben, S. 80-104.

Möller, Karl-Dietmar / Wulff, Hans J. (1978) Sign, function, and context. In: *Researchfilm*, 9, S. 464-466.

Morey, John (1981) *The space between programmes: Television continuity as meta-discourse.* London: University of London, Institute of Education.

Müller, Eggo (1990) Programmverbindungen. Gebrauchsanweisungen des Fernsehens im Fernsehen. Vortrag auf dem *3. Film- und Fernsehwissenschaftlichen Kolloquium / Marburg '90.* Ersch. in den Akten der Tagung (Hrsg. v. Jürgen Felix & Heinz-B. Heller. Münster: MAkS Publikationen 1993).

Nöth, Winfried (1985) *Handbuch der Semiotik.* Stuttgart: Metzler.

Paech, Joachim (1990) "Rodin, Rilke - und der kinematographische Raum". In: *Kinoschriften* 2, S. 145-161.

von Raffler-Engel, Walburga (ed.) (1980) *Aspects of nonverbal communication.* Lisse: Swets.

Schaffer, Deborah (1991) Conversing privately in public: Patterns of interactions in TODAY show co-op conversations. In: *Journal of Popular Culture* 25,3, S. 151-162.

Schmidt, Bernd (1984) *Malinowskis Pragmasemantik.* Heidelberg: Carl Winter.

Wulff, Hans J. (1988) Saal- und Studiopublikum. Überlegungen zu einer fernsehtypischen Funktionsrolle. In: *TheaterZeitSchrift*, 26, S. 31-36.

--- (1989) Die Ordnungen der Bilderflut: Konstellationen medialer Kommunikation als strukturbildendes Prinzip in Performance-Videos. In: *Rundfunk und Fernsehen* 37,4, S. 435-446.

--- (1990) Segmentale Analyse, Textgliederungssignale und Publikumsgeräusch: Überlegungen zur Indikation makrostruktureller Bezugsgrößen an Textoberflächen. In: *Kodikas/Code* 13, S. 259-276.

--- (1993) Situationalität, Spieltheorie, kommunikative Konstellation: Bemerkungen zur pragmatischen Fernseh-Analyse. In: *Fernseh-Analyse.* Hrsg. v. Knut Hickethier. Heidelberg: Carl Winter [i.Dr.].

Zschau, Mechthild (1991) Von Gnomen, Löwen und sprechenden Pferden. Die Spot-Unterbrecher als Corporate Identity. In: *Weiterbildung und Medien* 14,2, S. 44-46.