



MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Seriously, guys, what are we doing here?“

Der Einfluss von Kultur, Macht und Identität auf politische Satire.
Eine qualitative Fernsehformatanalyse von „The Daily Show with Jon
Stewart“ und „The Colbert Report“.

verfasst von / submitted by
Jutta Doppelreiter, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree
of

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2016/ Vienna 2016

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Dr. Petra Herczeg

Mitbetreut von / Co-Supervisor:

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet habe. Alle Stellen, die direkt oder indirekt den angegebenen Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, September 2016

Jutta Doppelreiter

INHALTSVERZEICHNIS

1. EINLEITUNG	1
2. ERKENNTNISINTERESSE	3
3. THEORETISCHER RAHMEN.....	5
3.1. Die Begriffe Kultur, Macht und Identität innerhalb der Cultural Studies	5
3.2. „Kultur“ im Spannungsfeld zwischen Alltagswelt und Kunstprodukt.....	8
3.3. Identität: „Wer bin ich und wozu?“	11
3.3.1. Identität im Zeichen der Differenz.....	13
3.3.2. Identität als subjektiver Konstruktionsprozess	17
3.4. Der Machtbegriff bei Weber und Foucault	20
3.5. (Politische) Satire.....	26
3.6. Der Genrebegriff im Fernsehen.....	32
3.6.1. Das Genre der (politischen) Late-Night-Show.....	36
3.7. Der Formatbegriff im Fernsehen	39
3.7.1. Politische Satire in TV-Formaten: Bezeichnungen, Funktionen und Konnotationen.....	41
4. FORSCHUNGSSTAND	46
4.1. <i>Soft news media</i> – Inhalte und Wirkungen	47
4.2. Seher_innenmotivationen und ihre Auswirkungen	48
4.3. Satire vs. Nachrichten.....	51
4.4. „The Daily Show with Jon Stewart“ als Medienkritik.....	52
4.5. „The Colbert Report“ im Fokus der Forschung	56
4.6. Forschungsfragen.....	59
5. METHODE	61
5.1. Methodendesign	62
5.1.1. Sequenzanalyse.....	62
5.1.2. Formatanalyse	63
5.2. Untersuchungsgegenstand.....	69
5.2.1. <i>The Daily Show with Jon Stewart</i>	69
5.2.2. <i>The Colbert Report</i>	69
6. EMPIRISCHER TEIL.....	70
6.1. Analyse „The Daily Show with Jon Stewart“	70
6.1.1. Sequenzanalyse „The Daily Show with Jon Stewart“	70
6.1.2. FF1: Wie lässt sich das TV-Format „The Daily Show with Jon Stewart“ hinsichtlich seiner formalen Gestaltung beschreiben?	75
6.2. Analyse „The Colbert Report“	86
6.2.1 Sequenzanalyse „The Colbert Report“ Staffel 11 Folge 4.....	86
6.2.2. FF2: Wie lässt sich das TV-Format „The Colbert Report“ hinsichtlich seiner formalen Gestaltung beschreiben?	91
6.3. FF3: Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten weisen „The Daily Show with Jon Stewart“ und „The Colbert Report“ auf?	97

7. DISKUSSION	101
7.1. FF4: Inwiefern kommen die Konzepte von Kultur, Macht und Identität im TV-Format „The Daily Show with Jon Stewart“ zum Tragen?	101
7.2. FF5: Inwiefern kommen die Konzepte von Kultur, Macht und Identität im TV-Format „The Colbert Report“ zum Tragen?	106
8. CONCLUSIO	110
9. QUELLENVERZEICHNIS.....	114
9.1. Abbildungsverzeichnis	125
10. ANHANG	127
10.1. Sequenzprotokoll „The Daily Show with Jon Stewart“ Staffel 20 Folge 90:.....	127
10.2. Sequenzprotokoll „The Colbert Report“ Staffel 11 Folge 4.....	133
11. ABSTRACTS	137
11.1. Abstract Deutsch:	137
11.2. Abstract Englisch:	138

1. EINLEITUNG

Kultur. Identität. Macht. Diese drei Begriffe sind ständiger Begleiter in unserer Alltagssprache. Auch in der Wissenschaft werden die Konzepte immer wieder neu gedacht und hinterfragt. Was hinter diesen Worten steckt, ist tief in jede Form menschlichen Zusammenlebens eingeschrieben. Gerade weil das der Fall ist, kann letztlich keine endgültige Definition oder Beschreibung dieser Konzepte erfolgen. Dennoch ist es gewinnbringend für den Diskurs, sich an Kultur, Macht und Identität als prozesshafte Kategorien anzunähern, die kontinuierlichen Veränderungen unterliegen und immer im jeweiligen historischen und soziokulturellen Kontext existieren. Um diese abstrakten Denkmodelle auf einer praktischen Ebene verständlich zu machen, braucht es konkrete Analysen. Medien sind sowohl Teil als auch Hervorbringer von Kultur. Ihre Produkte haben in unserer hypermediatisierten Welt eine große Bedeutung für das individuelle und gemeinschaftliche Leben gleichermaßen.

Das Genre der Late-Night-Show blickt auf eine lange Fernsehtradition in den Vereinigten Staaten zurück. Dort wurden seine Formate perfektioniert und in die ganze Welt exportiert. In einer globalisierten Mediengesellschaft erreichen diese Fernsehformate ein Publikum, das nicht mehr durch Staatsgrenzen definiert werden kann. Neben dem Zugang selbst hat auch die Art und Weise Fernsehen, zu machen, in verschiedensten Ländern der Welt ihre Nachahmung gefunden. Überall gibt es Late-Night-Formate mit kulturspezifischen Eigenschaften und Elementen. Was mich an den beiden amerikanischen Formaten „The Daily Show with Jon Stewart“ und „The Colbert Report“ als Analysegegenstände besonders interessiert, ist die Art und Weise, wie Satire eingesetzt wird, um den Status quo kritisch zu reflektieren.

(Politischer) Humor wird als Mittel eingesetzt, um soziale Realitäten zu dekonstruieren, auf subversive Weise Veränderung herbeizuführen und sein Publikum zur kritischen Reflexion anzuregen. Außerdem kann er ein Weg des Widerstandes, der Rebellion gegen politische Unterdrückung und gesellschaftliche Ungerechtigkeit sein. (vgl. Tsakona; Popa, 2011, S.1) In diesem Sinne wird Satire eine bestimmte Macht innerhalb einer Kultur zugeschrieben. Das ist einer der Mythen, der sich um die Kraft von Satire gesponnen hat und bis heute hält. Gleichzeitig lebt Satire von ihrer Mehrdeutigkeit, was die eigenen Absichten betrifft. Der/die Satiriker_in muss überzeugend argumentieren und sein Publikum begeistern können. Im selben

Atemzug „versteckt“ er/sie sich aber hinter dem Deckmantel des Humors und lässt so die Frage offen, wie ernst er/sie seine Kritik wirklich meint und was damit beabsichtigt werden soll. Dieses Paradoxon macht gleichzeitig Anziehungskraft und Faszination sowie Problematik der Erforschung von Satire aus. Die Forschung will dem Rätsel um Wirkung und Effektivität von Satire auf den Grund gehen, Satiriker_innen streben nach der Erfüllung dieses Ideals und das Publikum lässt sich im besten Fall von der Euphorie anstecken.

Welche Rolle spielen in diesem Zusammenhang einzelne Formate und inwiefern können sie machtvoll, kulturell prägend oder identitätsstiftend sein? Die meisten Analysen zum Thema politischer Satire im Fernsehen sind zum Bereich der Wirkungsforschung zu zählen. Was fehlt, ist in vielen Fällen eine klare Auseinandersetzung mit der Natur des Untersuchungsgegenstandes selbst. Besonders die Formate „The Daily Show“ und „The Colbert Report“ werden gerne hergenommen, um Effekte und Einfluss sogenannter Late-Night-Formate auf ihr Publikum zu untersuchen. Anhand quantitativer sowie qualitativer Methoden wie Befragungen, Inhalts- und Diskursanalysen werden mögliche direkte sowie indirekte Einflussnahme auf politische Entscheidungsfähigkeit, Wissen oder Meinungen erforscht. (Arpan et. al., 2011; Baum, 2003; Baumgartner, Morris, 2006, 2008; Baym, 2005, Brewer, Marquardt, 2007; Hoffman, Young, 2011; Holbert, 2013; Parkin, 2010; Young, Tisinger, 2006, u.a.)

Die verschiedenen Typen von politischem Entertainment in Fernsehformaten werden dabei oft nicht klar differenziert, was dazu führt, dass man nicht trennscharf auseinanderhalten kann, ob gerade die Wirkung von Nachrichtenparodien wie „The Daily Show“ gemessen wurde oder von klassischer Late-Night-Comedy wie „The Tonight Show“. Deshalb ist es wichtig, Format- und Genrebegriff zu reflektieren und an den relevanten Stellen klar zu trennen. Das vermag eine qualitative Format- und Sequenzanalyse. Sie hat zum Ziel, die Fernsehformate und ihre spezifischen Eigenschaften zu analysieren. Gleichzeitig werden die Untersuchungsgegenstände in einen Genrekontext sowie einen kulturellen Kontext gesetzt, um ihre Position innerhalb der Gesellschaft herausarbeiten zu können. Zu diesem Zweck werden Kultur, Macht und Identität als die zentralen Konzepte der Cultural Studies in die Analyse miteinbezogen.

2. ERKENNTNISINTERESSE

Die Glaubwürdigkeit und Richtigkeit der Nachrichten sollte in einer Demokratie, die Meinungs- und Pressefreiheit achtet, einer ständigen Kritik und Kontrolle unterzogen werden. Politische Satire ist ein Mittel, um mediale Berichterstattung zu hinterfragen und ihren möglichen Bias aufzudecken bzw. zu entlarven. Voraussetzung für diese Möglichkeit ist allerdings ein politisches und gesellschaftliches System, das diese kritische Auseinandersetzung duldet, ermöglicht oder sogar begrüßt. Durch die „Causa Böhmermann“ wurde in Deutschland und in weiterer Folge international ein Diskurs zum Thema „Was darf Satire?“ angestoßen.¹ Was darauf folgte war, zum einen eine Nationalstaaten übergreifende politische Diskussion über angemessene sowie gewünschte Konsequenzen. Zum anderen beschäftigte man sich auch im Feuilleton mit der Frage nach Rechtmäßigkeit und inhaltlicher Qualität des Gegenstands. Anhand dieses Beispiels aus der jüngeren Vergangenheit wird deutlich, welche Rolle politische Satire in einem derartigen Gefüge spielen kann und wie wesentlich die Beschäftigung mit der Thematik in unserer Gegenwart ist.

Auch die Formate „The Daily Show“ und „The Colbert Report“ spielen mit den Grenzen des Möglichen, in Bezug auf satirische Auseinandersetzung mit gesellschafts- und tagespolitischen Themen. Und auch in diesen beiden Formaten sind die Konzepte Kultur, Identität und Macht eingeschrieben und wirken auf das Ergebnis, die Darstellungsweise sowie die Rezeption ein. In der internationalen Forschung zu politischer Kommunikation und dem Einfluss von satirischen Formaten auf dieselbe werden „The Daily Show“ und „The Colbert Report“ gerne als Analysegegenstände hergenommen. Die beiden Formate sind zu den prominentesten Vertretern der politischen Late-Night-Shows zu zählen. In den vergangenen Jahren gab es zahlreiche Arbeiten, die sich unter anderem die Vermischung von Unterhaltung, Information und satirischer Aufarbeitung politischer Geschehnisse zum Thema gemacht haben. Die Format- sowie Literaturanalyse dieser Arbeit soll auf der theoretischen Fundierung von Cultural Studies als angewandter Metatheorie erfolgen. Cultural Studies als disperses Theoriegebäude, das stark inter- und transdisziplinär angelegt

¹ Dabei ging es um ein Schmähdgedicht des Satirikers Jan Böhmermann über den türkischen Staatspräsidenten Recep Erdogan. Dieses war eine Reaktion darauf, dass die NDR-Satiresendung „extra 3“ ein Spottlied über die Politik Erdogans auf Sendung schickte, woraufhin der deutsche Botschafter in der Türkei vom Präsidenten einbestellt wurde. Diese Tatsache griff Böhmermann in seiner Sendung am 31. März 2016 auf und trug das sogenannte Schmähdgedicht vor, eingebettet in einen Kontext, der auf satirische Weise klar machen sollte, was man gesetzlich dürfe, und was nicht.

ist, ermöglicht es, Formen kultureller Produktion in Zusammenhang mit anderen kulturellen Praktiken zu sehen.

Kultur als Lebensweise von Ideen, Verhalten oder Gewohnheiten sowie als weites Feld kultureller Praxis, die sich in künstlerischen Formen, Texten oder Architektur und eben auch medialer Satire äußert, bildet die Grundlage der Auseinandersetzung. Im Mittelpunkt stehen Lebensformen. Gemeint sind damit die beobachtbare soziale Wirklichkeit und die Erfahrungen der in ihr lebenden Personen. Das Herausstreichen dieser perspektivischen Besonderheit ist für das Forschungsvorhaben essentiell, da der Fokus der Analyse auf der Trias von Macht, Kultur und Identität aufbaut, welche im Theorieprojekt der Cultural Studies verankert ist. Diese Kategorien sind keine Begriffe, die sich trennscharf definieren lassen. Vielmehr sollen sie als Konzepte gedacht werden, die eine Beschreibung gesellschaftlicher Phänomene ermöglichen. Somit bilden konkrete Überlegungen, wie Macht-, Kultur- und Identitätskonzepte auf das Erkenntnisinteresse sinnvoll angewandt werden können, die Grundlage der Auseinandersetzung. Auf Basis dieser sollen die beiden bereits angesprochenen Formate analysiert werden, um das Einwirken und die Bedeutung der Kategorien herauszuarbeiten.

Politische Satire als „Austragungsort“ steht im Zentrum des Spannungsfeldes der drei Konzepte. Sie kann viele Gestalten annehmen. Im Fall der vorliegenden Arbeit sind es die Konventionen des Genres der Late-Night-Show sowie die Mechanismen konkreter Formatgestaltung im Fernsehen, die die Gestalt, in der sich politische Satire präsentiert, bestimmen. Daraus ergibt sich, dass einer Betrachtung der Konzepte zunächst eine konkrete Analyse der Gegenstände vorangehen muss.

3. THEORETISCHER RAHMEN

3.1. Die Begriffe Kultur, Macht und Identität innerhalb der Cultural Studies

Da eine umfassende Beschreibung der Wissenschaftsgeschichte der Cultural Studies hier zu weit führen würde, werden kurz einige grundsätzliche Positionen erwähnt, die für die theoretische Fundierung dieser Arbeit von Bedeutung sind. Die Cultural Studies als „Wissenschaftsprojekt“ verschreiben sich einem „radikalen Kontextualismus“, der sich auch auf das Theorieverständnis auswirkt. Die herangezogene jeweilige Theorie soll auf konkrete Fragestellungen, die sich innerhalb des zu untersuchenden Kontextes ergeben, Antworten ermöglichen, ohne diese mit einer vorgefertigten Theorie oder Methode einzuschränken. Denn innerhalb der Cultural Studies wird kulturelle Praxis als etwas verstanden, das aus weitläufigeren hegemonialen Kontexten hervorgeht. In ihnen lässt sich der Untersuchungsgegenstand verorten, „da kulturelle Praktiken oder Artefakte, so isoliert sie vorderhand erscheinen mögen, ihre Effektivität nur innerhalb solcher Kontexte wahren können“. (Marchart, 2008, S. 39)

Daraus ergibt sich weiter, dass es nicht nur eine „richtige“ Herangehensweise an wissenschaftliche Fragestellungen gibt, sondern im Idealfall Methoden und Theorien zu kontextuell sinnhaften Formationen zusammengefügt werden können, um das Erkenntnisinteresse zu bearbeiten. (vgl. Marchart, 2008, S. 39-40) Der britische Medienforscher Raymond Williams initiierte zusammen mit Richard Hoggart 1958 eine Studie zu einem Forschungsansatz, der als Cultural Studies Approach in die Geschichte einging. Williams entwickelte seinen Kulturbegriff unter Einbeziehung der vorherrschenden britischen Geisteswissenschaft und der literaturwissenschaftlichen Perspektive des *Criticism*. Der Kulturbegriff der Cultural Studies hat seinen Ausgangspunkt in der Leavis-Bewegung, welche das literarische Wissen als Kernpunkt jeder kritischen Bildung betrachtet. Der in dieser Bewegung fußende Kulturbegriff sah die Massenkultur auf der einen Seite und Kultur im Sinne einer „großen Tradition“ von Literatur auf der anderen Seite. Richard Hoggarts erweiterte diesen Kulturbegriff in seiner Studie „The Uses of Literacy“ (1957) um den Begriff der Kultur „von unten“. Er beschrieb Lesen und andere kulturelle Tätigkeiten als gesellschaftliche Praxis. Weiters übertrug er das *Zweikulturenmodell* von Leavis auf die Populärkultur und unterschied zwischen einer „guten“ Populärkultur der Pubs und des Club-Singing und einer „schlechten“ Populärkultur der Juke-Boxes und

Illustrierten. Seine Theorie fußte also auf dem Widerspruch, der Arbeiter_innenkultur zwar würdigt, aber die durch sie entstandenen Freuden und Genüsse einer Populärkultur ablehnt. (vgl. Schumacher, 2000, S. 140-141)

Umberto Eco beschrieb die Entwicklung, die sich durch derartige Zweikulturenbegriffe, wie sie bei Leavis und Hoggart vorzufinden sind, 1964 wie folgt: Eco sieht eine *Massenkultur* in dem Moment gegeben, in dem die Massen als Protagonist_innen das gesellschaftliche Handlungsfeld betreten und zu einer maßgeblichen Kraft der Geschichte werden. Die Massen haben für Eco unterschiedlichste „Projekte von unten“ in die Zivilisation eingeführt. Gleichzeitig sind die kulturellen Codes, die diese Massen anwenden, von denen sie glauben, sie hätten sie selbst erschaffen, nach dem Code einer herrschenden Klasse geformt. Laut Eco haben wir es also mit einer *Massenkultur* zu tun, in der die Arbeiter_innenklasse bürgerliche Kulturmodelle konsumiert, die sie für den eigenen, selbstständigen Ausdruck hält. Die bürgerliche Kultur auf der anderen Seite sieht diese *Massenkultur* als eine Art Subkultur an, ohne zu erkennen, dass die der *Massenkultur* zugrunde liegenden Muster immer noch diejenigen einer höheren Kultur sind. (vgl. Eco, 1984, S. 30)

Seit Ecos Beobachtung hat sich Populärkultur und der Konsum ihrer Produkte in allen Gesellschaftsschichten etabliert, sodass Klassengrenzen weitgehend aufgehoben scheinen. Ein weiteres wichtiges Werk zu Kulturgeschichte, das zeitgleich mit Hoggarts Untersuchung veröffentlicht wurde, ist Raymond Williams Buch „Culture and Society 1780-1950“, in dem er die Trennung von Hochkultur und anderen kulturellen Erscheinungen kritisiert. Stuart Hall, der Hoggart als Direktor des Birmingham CCCS (Center for Contemporary Cultural Studies) in den 1970er Jahren nachfolgte, veranlasste weitere kritische Studien zur Populärkultur, vor allem zum Medium Fernsehen. So konnte sich allmählich eine stabile wissenschaftliche Grundlage bilden, die es ermöglichte, dem Fernsehen auch in Europa Aufmerksamkeit von Seiten der Scientific Community zu verschaffen. Als eine der wichtigsten Publikationen, die im Geist des Cultural Studies Approach veröffentlicht wurden, gilt Raymond Williams Text „Television. Technology and Cultural Form“ von 1973. Für Williams sind Medien als Teile gemeinschaftlicher Praxis aufzufassen, die im jeweiligen historisch-gesellschaftlichen Kontext erst ihre Bedeutung entfalten und zu verstehen sind. In Bezug auf das Medium Fernsehen sieht er eine Überschneidung

von Technologie, sozialen Institutionen und kultureller Entwicklung. (vgl. Schumacher, 2000, S. 142-143). Er fasst Kultur als „the whole way of living“ zusammen. Zunächst sehr vage, gewinnt dieser Begriff durch die Beschreibung alltäglicher Lebensweisen an Schärfe, wodurch eine individuelle Identität innerhalb des spezifischen gesellschaftlichen Kontextes entsteht und geprägt wird. Massenmedien sind hierbei wichtiger Bestandteil der Entstehung dieser Prägungen und Deutungsmuster. In diesem Kontext sind Medientexte nicht bloß Informationspakete, sondern vielmehr Lieferanten von Orientierungsangeboten. Sie deuten gesellschaftliche Prozesse und konstruieren somit Gesellschaft und Kultur. Das heißt, dass die wesentliche Funktion des Journalismus in einem kulturwissenschaftlichen Betrachtungsrahmen nicht nur in seiner Informationsfunktion besteht, sondern in seiner Fähigkeit, ein einheitliches kulturelles Selbstverständnis der Gesellschaft zu erschaffen. (vgl. Lünenborg, 2002, S. 175-180)

Marchart formuliert basierend auf dem „magischen Dreieck“ folgende Definition: „Cultural Studies sind jene intellektuelle Praxis, die untersucht, wie soziale und politische Identität qua Macht im Feld der Kultur (re-)produziert wird.“ (Marchart, 2008, S. 35) Im Folgenden sollen die drei Begriffe Kultur, Macht und Identität zunächst getrennt voneinander betrachtet werden. Hierbei handelt es sich nur um eine analytische Differenzierung, die vorgenommen wird, um die Konzepte hinter den Begriffen möglichst trennscharf umreißen zu können. Tatsächlich ist es so, dass das sogenannte „magische Dreieck“ der Cultural Studies, als stetiges Wechselspiel zu denken ist. Aus der Vorgehensweise beim Schreiben von Texten, in diesem Fall der Aneinanderreihung der Begriffe in einer bestimmten Reihenfolge, ergeben sich automatisch Hierarchien, die jedoch keine qualitative Wertung oder Priorisierung im Sinn haben. Dennoch hat die Strukturierung eine inhaltliche Absicht. So kann Kultur als notwendige Voraussetzung für das Entstehen von Identität verstanden werden. Diese wiederum ist maßgeblich für die Manifestation von Machtverhältnissen. Kultur, Identität und Macht sind komplexe Prozesse, die einer jeden Betrachtung aus Perspektive der Cultural Studies zugrunde liegen. Oliver Marchart formuliert eine spannende Frage, die die Zusammenhänge und Interdependenzen der drei Termini wirkungsvoll darstellt, sie lautet wie folgt: „Denn, wie wäre die kulturelle Konstruktion sozialer Identitäten analysierbar ohne Berücksichtigung der

Machtverhältnisse, denen sie eingeschrieben sind?“ (Marchart, 2008, S. 33) Die folgende Grafik (Abb 1.) soll die Verbindungen der drei Konzepte und politischer Satire verdeutlichen:

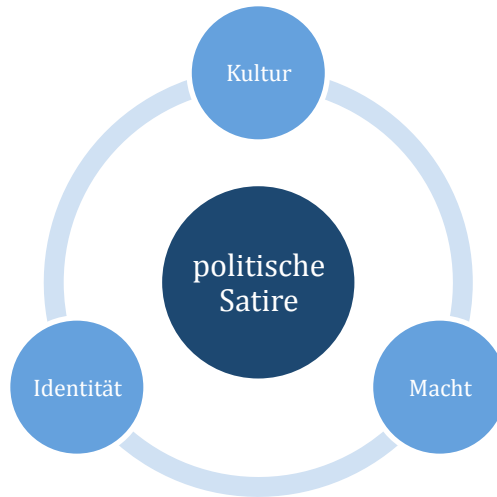


Abb.1. Politische Satire im Spannungsfeld von Kultur, Macht und Identität

3.2. „Kultur“ im Spannungsfeld zwischen Alltagswelt und Kunstprodukt

Die wissenschaftliche Strömung der Cultural Studies ist von der Problematik der vielfältigen Deutungsmöglichkeiten eines Kulturbegriffs geprägt. Lawrence Grossberg unterscheidet zwei wesentliche Dimensionen in Zusammenhang mit Kultur als ambigues deutbarem Konzept, einer deskriptiven und einer ästhetischen. (vgl. Grossberg, 2007, S. 14-16) „Deskriptiv gesehen ist ‚Kultur‘ zugleich transzendental, partikular und sozial.“ (Grossberg, 2007, S. 14) Grossberg bezieht sich bei seiner deskriptiven Beschreibung von Kultur auf Immanuel Kants Transzendenzbegriff, der Kultur als universale Bedingung menschlicher Existenz begreift. Demnach benutzt der Mensch die Fähigkeit des Denkens, um das Fehlen des instinktiven Apparates, wie er bei Tieren vorzufinden ist, auszugleichen. So entsteht für uns Menschen eine symbolisch organisierte Welt anstelle einer natürlichen. Kultur in deskriptivem Sinn kann somit als eine bestimmte Art der Erkenntnis verstanden werden, welche Ergebnis eines einzigartigen kreativen Aktes ist. Kultur ist dieser Logik folgend ein Teil aller menschlichen Aktivität, sofern man menschliches Handeln als etwas begreift, das immer mit Denken, Vorstellungskraft und Sinngebung verbunden ist. Kultur erzeugt durch menschliches Handeln, welches sie erst hervorbringt, Bedeutung. Das transzendente Verständnis von Kultur geht davon aus, dass alles als

Kultur bezeichnet werden kann, solange es sich um eine sich ihrer selbst bewusste kreative symbolische Handlung eines Menschen handelt. (vgl. Grossberg, 2007, S. 14-15)

Die zweite wesentliche Dimension eines Kulturbegriffs beschreibt Grossberg als „die Begrenzung von Kultur auf ‚Kunst‘, auf das Ästhetische, auf ‚das Beste, das je gedacht und gesagt wurde““. (Grossberg, 2007, S. 15) Der Kulturbegriff wird also ebenfalls verwendet, wenn man eine spezifische Untergruppe von Aktivitäten meint, die mit der Bedeutungsproduktion zusammenhängen, im Besonderen mit der Produktion von Kreativität. Eine derartige Betrachtungsweise wirft die Frage auf, was denn nun als Kultur gelten darf. Stuart Hall und Tony Jefferson haben in „Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain“, einem Klassiker der Cultural Studies, die verschiedenen Vorstellungen und Wirkungsbereiche, in denen von Kultur gesprochen wird, beschrieben. Kultur kann eine charakteristische Art zu leben mit all ihren Strukturen und Organisationsformen gesellschaftlichen Lebens meinen. Außerdem können Bedeutungen, Werte und Ideen solcher Lebensweisen mitgemeint sein. Und gleichzeitig geht es auch um das „Wie“, also wie sich diese Konzepte letztlich im Leben der Individuen und einer Gesellschaft bemerkbar machen. (vgl. Grossberg, 2007, S. 16 nach Hall, Jefferson, 1976, S. 10)

„Ganz gleich, ob Kultur nun als das wahrhaft Menschliche verstanden wurde oder als Summe der Gipfelleistungen der Menschheit, oder aber als jene Lebensweise, in der sich das Menschsein, zum Beispiel als menschliche Gemeinschaft, erfolgreich manifestierte – der Kulturbegriff sollte den Kritikern einen Standpunkt bieten, von dem aus sie über historische Veränderungen sprechen und diese beurteilen konnten.“ (Grossberg, 2007, S. 17)

Die bisher beschriebenen Funktionen von Kultur beschränken sich auf das Deskriptive, also darauf, was letztlich alles als Kultur bezeichnet und beschrieben werden kann. Grossberg fasst in diesem Zitat zusätzlich die normative Dimension eines Kulturbegriffs zusammen, der vor der Moderne ausschließlich im landwirtschaftlichen Zusammenhang verwendet wurde. Wenn man von Kultur sprach, ging es vorwiegend um das Kultivieren von Land. In seiner uns bis heute bekannten Form sollte Kultur schließlich als Urteilkategorie dienen. Ziel einer solchen Kategorie war und ist es, Veränderungen in Bedingungen des gesellschaftlichen Zusammenlebens beschreibbar zu machen. (vgl. Grossberg, 2007, S. 17)

Homi K. Bhabha schreibt in seinem Aufsatz "Verortungen der Kultur", dass ein Kulturbegriff üblicherweise im Bereich des *darüber Hinausgehenden (beyond)* eingeordnet wird. Er begründet dies damit, dass sich Kultur besonders an den Grenzen der Gegenwart manifestiert. Für diese Grenzbereiche wählen wir den Präfix "Post-", wie beispielsweise die Postmoderne, Postkolonialismus oder Postfeminismus bezeugen. (vgl. Bhabha, 1997, S. 123) Für Bhabha lassen sich in diesen Momenten des Übergangs, "wo Raum und Zeit sich kreuzen und komplexe Konfigurationen von Differenz und Identität, von Vergangenheit und Gegenwart, Innen und Außen, Einbeziehung und Ausgrenzung erzeugen", die Ursprünge einer Identität ausmachen. (Bhabha, 1997, S. 123)

Somit ist ein Kulturbegriff, wie Bhabha ihn verwendet, als Ausgangspunkt seiner Überlegungen zu Identität zu verstehen. Sie entsteht für ihn gerade in diesen Schwellenräumen, wie im nächsten Kapitel noch genauer erläutert wird. Ausschließlich mit einem Kulturbegriff nach Raymond Williams, der Kultur als „the whole way of living“ beschreibt, zu arbeiten, würde zwar zu kurz greifen, aber in seiner Inklusivität aller Phänomene menschlichen Zusammenlebens weist er auf ein zentrales Motiv des Cultural Studies Projektes hin. Es geht dabei um die Bedeutung des Alltags und die Lebenswelt jedes/jeder Einzelnen. In den gewöhnlichen, kurzen, räumlich und zeitlich gebundenen Momenten und Akten der Selbstermächtigung, der Kritik der Machtverhältnisse sowie der Veränderungen von Wertvorstellungen und Einstellungen sind die wertvollen Informationen, die das Verstehen von Kultur ermöglichen, enthalten. Medien werden in diesem Kontext als Teil des Erfahrungshorizonts einer Populärkultur verstanden. Kultur ist für Cultural Studies ein Prozess, der kontinuierlich umkämpft ist. Es geht um Entstehung und Hervorbringung derselben, nicht zuletzt durch mediale Kanäle. (vgl. Winter, 2001, S. 13-14) „Kulturelle Fragen sind immer politische Fragen.“ (Hepp, Winter, 2008, S. 10) Erkenntnis kann somit nie neutral sein, weil sie stets in Verhältnis zu gesellschaftlichen Machtverhältnissen und soziokulturellen Auseinandersetzungen gesehen werden muss. Man kann also auch von politischer Kulturanalyse im Rahmen von Cultural Studies sprechen. Dabei geht es unter anderem darum, zu erforschen, welche Bedeutung die fortschreitende Mediatisierung für individuelle Lebenswelten hat und inwiefern einzelne mediale Kulturprodukte Einfluss darauf nehmen. (vgl. Hepp, Winter, 2008, S. 12)

Ein Kulturbegriff, der dem Erkenntnisinteresse dienlich sein kann, bezieht sich also stark auf das Element der Erfahrung und der Sozialisation. Politische Satire funktioniert nur bei einem Publikum, das die Kultur, die satirisch kommentiert wird, auch kennt. Humor und sein Verstehen sind untrennbar mit der Kultur einer Gesellschaft verbunden. Das heißt, wenn man sich mit der Frage der Bedeutung eines Kulturbegriffs für Formate politischer Satire beschäftigt, muss Kultur als menschliches Denken und Handeln, welches durch sein Vorhandensein Bedeutung hervorbringt, verstanden werden. Daraus ergibt sich, dass das, was hinter einem Kulturbegriff steht, eng mit gesellschaftlicher Praxis verbunden ist. Andererseits ist der Prozess der Produktion einer Late-Night-Show mit ihrem satirischen Inhalt das Ergebnis künstlerischer Arbeit und somit ein Kulturprodukt, das sich an ästhetischen und qualitativen Maßstäben der Fernsehbranche messen will und muss. In diesem Zusammenhang ist es wesentlich, den möglichen kommerziellen Charakter von Kultur zu bedenken. Joanna Zylińska spricht in ihrem Buch „The Ethics of Cultural Studies“ von Kultur als einem Konzept, das in westlichen Gesellschaften zu einer „heißen Ware“ geworden ist. Es gibt immer mehr Differenzierungen, die mit Schlagworten wie „Jugendkultur“, „Unternehmenskultur“ oder „Schönheitskultur“ umschrieben werden. Sie ortet eine zunehmende Verbindung eines Kulturkonzeptes: Ein breites Spektrum an Gewohnheiten, Verhaltensweisen und auch politischen Standpunkten setzt sich in Verbindung mit der kapitalistischen Maschinerie von Produktion und Konsum. Sie betont außerdem die politische Dimension der als kritisches Projekt entstandenen Cultural Studies. So führt Zylińska beispielsweise an, dass es auch stark darum geht, ideologische Annahmen, die unser Denken und Handeln in einem alltagsweltlichen Verständnis geformt haben, in einer Art und Weise zu erforschen, damit eine gerechtere Gesellschaft entstehen kann. (vgl. Zylińska, 2005, S. 2) Diese politische Agenda, etwas zum Besseren verändern zu wollen, hat die Wissenschaftsperspektive der Cultural Studies mit politischer Satire gemeinsam. Deswegen ist ein Kulturbegriff, der sich aus Cultural Studies speist, so sinnvoll.

3.3. Identität: „Wer bin ich und wozu?“

Identität wird im folgenden Kapitel unter zwei unterschiedlichen Gesichtspunkten betrachtet, die sich allerdings nicht ausschließen, sondern in Zusammenhang stehen. Die erste Herangehensweise sieht Identität als Konzept, das auf einer Art kollektivem

Verständnis beruht. Das kann in Form kultureller Identität sein oder auch politischer Natur. Homi K. Bhabhas identitätstheoretische Arbeit setzt sich beispielsweise vorrangig mit postkolonialer Identität auseinander. Hierbei geht es nicht vordergründig um eine subjektive Frage nach Identität im Sinne von Selbstverwirklichung oder -darstellung. Er spricht von etwas Größerem, Allgemeinerem, das über das Individuum hinausgeht und sich mit dem Gedanken an Kollektivität auseinandersetzt. Der Ausgangspunkt der Überlegungen fragt danach, wie Identität durch gesellschaftliche, kulturelle und politische Bedingungen hervorgebracht wird und sich manifestiert. (vgl. Bhabha, 1997)

Auch Stuart Hall speist sein Verständnis von Identität aus einem postkolonialen Diskurs. Er konzentriert sich dabei auf den Begriff der kulturellen Identität, die er als Identifikationspunkte innerhalb der Diskurse von Geschichte und Kultur eingeschrieben sieht. (vgl. Hall, 1994) Postkoloniale Theorie ist für das Erkenntnisinteresse insofern relevant, als dass sie die Bedeutung hegemonialer Verhältnisse als Basis eines kollektiven Identitätsbegriffs nie außer Acht lässt. Außerdem legt sie besonderes Augenmerk auf den historischen Kontext, in dem Identität entsteht. Somit ermöglichen die Arbeiten postkolonialer Theoretiker_innen einen differenzierten Blick auf Fragen nach Identitätsmodellen von Gruppen.

Ein zweiter Zugang, der in dieser Arbeit vorgestellt werden soll, begreift Identität als Ergebnis eines subjektiven Konstruktionsprozesses. Davon ausgehend ist sie etwas sehr Persönliches, entsteht beim Individuum und kann über unterschiedliche Kanäle ausgedrückt werden (Meinungen, äußerliche Erscheinung etc.). (vgl. Keupp, 2008) Diese Perspektive schreibt dem Subjekt eine andere Funktion zu, als es bei Hall und Bhabha der Fall ist. Tatsächlich ist der Mensch als soziales Wesen sowohl Individuum mit Bedürfnissen nach Abgrenzung und Einzigartigkeit als auch Teil mehrerer Kollektive und Gruppen, deren Identitäten er oder sie maßgeblich mitprägt. Deshalb soll in den folgenden Kapiteln näher erläutert werden, wie diese beiden Vorstellungen von Identität in Verbindung stehen und inwiefern dies in Zusammenhang mit Kultur und Macht für das Erkenntnisinteresse von Bedeutung ist.

3.3.1. Identität im Zeichen der Differenz

Homi K. Bhabha als bedeutender postkolonialer Theoretiker denkt Identität stark in Verbindung mit den Begriffen des Anderen und der Differenz. Bhabhas identitätstheoretische Ansätze berufen sich zunächst auf einen literaturwissenschaftlichen Zugang. Er versucht Auskunft über die individuelle Existenz sowie die (von ihm politisch gedachte) Kultur in literarischen Werken und Kunstwerken zu bekommen. Identität ist aus Bhabhas Sicht nicht von vornherein da. Sie existiert erst, wenn sie produziert wird. (vgl. Bhabha, 1997, S. 124) Er sieht seine identitätstheoretischen Überlegungen in einer kulturellen Verortung von Differenzbereichen als fortlaufendes Verhandeln. Bhabha argumentiert, dass es wesentlich ist, Identität weg von den generalisierenden Einzelgrößen Klasse und Geschlecht zu denken, hin zu einer bewussten Wahrnehmung der Positionen des Subjekts und deren Biografie. Dadurch soll es zu „Momenten der Artikulation kultureller Differenzen“ (Bhabha, 1997, S.124) kommen. (vgl. Göhlich, 2010, S. 317)

Wesentlich ist hierbei der Fokus auf die bewusste Wahrnehmung, da Bhabha meint, dass Kategorien wie „Rasse, Geschlecht, Generation, institutionelle Verortung, geopolitischer Raum, sexuelle Orientierung (...) jeder Einforderung von Identität in der modernen Welt immanent sind“. (Bhabha, 1997, S. 124) Das Dazwischen, die Orte der Differenz, seien sie tatsächlich reale Räume oder immaterielle Manifestationen eines Schwellenzustandes, ist es, das für Bhabha Auskunft über Identität geben kann. Diese Zwischen-Räume entstehen durch das Überlappen und De-platzieren (*displacement*) von Differenzbereichen. In ihnen entfalten sich die Prozesse individueller oder gemeinschaftlicher Selbstheit, die im Idealfall dazu führen, dass durch das Definieren einer Idee von Gesellschaft immer neue Identitätsmodelle entstehen, die wiederum neue Orte der Differenz schaffen, an denen sie ausverhandelt werden können usw. Es soll über persönliche Geschichten hinaus gedacht werden, hin zu einer Fokussierung auf die Prozesshaftigkeit und in Bezug auf die Frage, was letztlich bei der „Artikulation von kulturellen Differenzen“ produziert wird. (vgl. Bhabha, 1997, S. 124)

Auch Stuart Hall beschreibt Identität in seinem Text "Kulturelle Identität und Diaspora" als Produktionsprozess. Sie ist nichts Abgeschlossenes oder eindeutig Trenn- und Beschreibbares. Hall weist daraufhin, dass dieser Prozess der Identitätsproduktion niemals außerhalb einer Repräsentation von statten geht. Sein

Verständnis von Identität schließt den Blickwinkel ein, von dem aus sich das Individuum artikuliert. Aus dieser Perspektive wird deutlich, welche Bedeutung das sich selbst artikulierende Subjekt als Hervorbringer und Träger kultureller Identität hat. Außerdem ist das Subjekt, welches sich mit der Darstellung von Identität auseinandersetzt und sie so gleichzeitig mitkonstruiert, immer in einem historischen und kulturellen Kontext zu sehen, aus dem Identität hervorgebracht wird. An diesem Punkt wird deutlich, dass Machtverhältnisse im Diskurs und Chancen an einem Diskurs teilhaben zu können oder nicht, von Relevanz sind. Wer wieviel Chance auf Teilhabe hat, hängt zu einem wesentlichen Teil auch von der Zugehörigkeit zu einer bestimmten kulturellen Identität ab. (vgl. Hall, 1994, S. 42)

Im Begriff der kulturellen Identität sind die unterschiedlichen Positionen, die jeder Mensch innerhalb seines Lebens einnimmt, eingeschrieben. In jeder Gesellschaft findet ein „Spiel der Identitäten“ statt. Das bedeutet, dass das Subjekt immer wieder vor Entscheidungen gestellt wird, die es aus der konkreten Perspektive einer seiner Teil-Identitäten zu treffen hat. Daraus schlussfolgert Hall, dass Identitäten dispers und uneinheitlich sein können. Sie sind nicht kohärent oder lassen sich subsumieren. Vielmehr geht es bei kultureller Identität um ein Konzept, das die Möglichkeit in Betracht zieht, der Mensch könne seine Zugehörigkeiten zu Gruppen oder Teilen der Gesellschaft willentlich verändern. In dieser Prozesshaftigkeit liegt die Frage der Repräsentation eingeschrieben. Denn, wenn sich die kulturelle Identität des Subjekts ständig verändern kann, inwiefern ist sie dann noch repräsentativ? (vgl. Hall, 1994, S. 186-187)

Wie bedeutsam eine Miteinbeziehung des Repräsentationsbegriff ist, lässt sich auch bei Gayatri Chakravorty Spivaks Überlegungen in "Can the Subaltern Speak" ablesen. Repräsentation beziehungsweise Re-präsentation werden bei ihr in Anlehnung an Gilles Deleuze getrennt. Sie spricht in politischem Kontext von Repräsentation im Sinne von „sprechen für“ und bei Kunst und Philosophie von Re-Präsentation im Sinne von „Darstellung, Vergegenwärtigung.“ (vgl. Spivak, 2003, S. 42) Diese Trennung ist in Bezug auf politische Satire im Kontext von Late-Night-Formaten besonders relevant, weil sie zwei wesentliche Charakteristika und auch Spannungsfelder des Genres verdeutlicht. Einmal hat politische Satire auch den Anspruch für jemanden zu sprechen. Sie will Missstände anprangern, aufzeigen und Öffentlichkeit herstellen. Das tut Satire im Bereich der Kunst. Sie ermöglicht gewisse

Freiheiten. Überhöhung und Zuspitzung sind erlaubt. Diese Darstellungsweisen von Sachverhalten sind beispielsweise im Informationsjournalismus nicht möglich. Der Begriff der Identifikation beschreibt ebenso einen Teil des prozesshaften Charakters von Identität nach Hall und Bhabha. Es geht einerseits um das Zugehörigkeitsempfinden des Subjekts und andererseits um das Entstehen von Identität selbst. (vgl. Hall, 1994, S. 187)

Bhabha formuliert drei Bedingungen in Zusammenhang mit seinem Verständnis von Identifikation: Erstens, die Existenz des Ich setzt ein „In-Beziehung-Stehen“ zum Anderen voraus. Der Ort des Anderen entspringt einer Vorstellung. Er kann als halluzinatorischer Raum nicht nur von einem Subjekt allein eingenommen werden. Als Spaltung (*splitting*), bezeichnet Bhabha zweitens den Zwischenraum der Identifikation, der im Spannungsfeld von Bedarf und Verlangen (*demand and desire*) entsteht. Wesentlich ist in diesem Zusammenhang, dass sich die Andersheit weder im kolonialistischen Selbst, noch im kolonisierten Anderen bildet, sondern gerade in der Distanz und auch der Differenz zwischen den beiden entsteht. Drittens, Identifikation ist ein Prozess, durch den ein Bild von Identität hervorgebracht wird. Das Individuum verwandelt dieses Bild in Realität, indem es Identität annimmt und lebt. (vgl. Göhlich, 2010, S. 319)

Um Identität im Sinne Bhabhas verstehen zu können sind die Begriffe *Diskurs* und *Dritter Raum* mitzubedenken. Auf ihnen baut seine Identitätstheorie auf. Mit *Diskurs* (hybridity, agency) stehen bei Bhabha zunächst literarische Produktionen und Prozesse im Vordergrund. Der Begriff meint aber auch sprachliche Äußerungen sowie deren Konsequenzen und Widersprüche oder Verbindungen zwischen Sprech- bzw. Schreibakt, Sprachform, kulturellen Traditionen und gesellschaftlichen Strukturen. All das fällt bei Bhabha unter *Diskurs*. Das zweite wesentliche Konzept der Betrachtung von Kultur und Identität ist das des *Dritten Raumes*, der sich (eigentlich) in jedem kulturellen Diskurs auftut. In diesem Kontext ist der *Dritte Raum* ein nicht materieller Raum, „in dem *agency* performiert, konstituiert und verhandelt (*negotiations*) wird“. (Göhlich, 2010, S. 327) Mit dem Konzept des Dritten Raumes entwirft Bhabha einen Ort, der physisch nicht existiert. Er verwendet auch andere Begriffe äquivalent, die die Bedeutung des Konzeptes des *Dritten Raumes* schärfen. So benutzt er unter anderem Begriffe wie *beyond*, *in-between* und *displacement*. (vgl. Göhlich, 2010, S. 323-326)

Identität hat bei Bhabha weniger mit einem subjektbezogenen Verständnis zu tun als vielmehr mit einem Differenzbegriff. Begriffe wie Kultur und Identität als trennscharfe Einheiten zu denken, lehnt er ab. (vgl. Göhlich, 2010, S. 326-328.)

„Ausgang ist immer Differenz. Kulturen und Subjekte tragen die Befremdung, die Fremdheitserfahrung, den Übersetzungsbedarf auch jenseits der Begegnung mit anderen (Kulturen bzw. Subjekten) schon in sich.“ (Göhlich, 2010, S. 328)

Identität als Konzept trägt die Frage der Differenz bereits in sich. Seien es die Unterscheidung des Selbst im Vergleich zu jemand anderem oder gesellschaftlich und historisch bedingte Einteilungen in Gruppen. Das Subjekt sieht sich immer wieder mit der Tatsache konfrontiert, dass es Ausgrenzung und Zugehörigkeit erfährt. Diesem Umstand tragen Bhabhas Synonyme für Identität Rechnung. Er verwendet in seinen Arbeiten Begriffe wie *difference*, *other/ness*, *stereotype*, *mimicry* und eben *identity*. Durch die Verwendung verschiedener Begriffe wird das Prozesshafte seines Verständnisses deutlich. Außerdem offenbart sich so Bhabhas Blick auf ein Identitätskonzept, das kein in sich geschlossenes Konstrukt sieht, sondern vielmehr einen Raum der Differenz und Verhandlung. Identifikation meint in diesem Zusammenhang einen Prozess, der zur Entstehung des *Dritten Raumes* beiträgt. (vgl. Göhlich, 2010, S. 328)

Auch Stuart Hall schreibt Differenz eine wesentliche Bedeutung zu, wenn es um die Frage einer Definition von Identität geht. Er beschreibt zunächst zwei verschiedene Möglichkeiten, über kulturelle Identität nachzudenken. Einmal kann man sie als gemeinsame Kultur beschreiben, die darauf beruht, dass die in ihr lebenden Menschen und Gemeinschaften auf eine geteilte Geschichte zurückblicken und sich über kulturelle Codes definieren sowie zugehörig fühlen. Daraus ergibt sich, dass sich der von Hall beschriebene „Referenz- und Bedeutungsrahmen“ relativ stabil gestaltet. Die zweite Perspektive knüpft gewissermaßen an die erste an, indem sie zusätzlich zur Frage der Beschaffenheit einer Gruppenidentität die Bedeutung eines Differenzbegriffs miteinbringt. Hall geht es dabei um Brüche und Diskontinuitäten, die eine Identität ebenso konstituieren wie konstante Verläufe. Es geht Hall gleichermaßen um die Frage des „Werdens“ wie des „Seins“. Er stellt Identität als Konzept vor, das durch zwei simultan wirksame Achsen und Vektoren von Differenz und Kontinuität bestimmt wird. (vgl. Hall, 1994, S. 27-31)

Lawrence Grossberg schreibt zu Identität in Verbindung mit Differenz von zwei Modellen Halls, wenn es um die Herausbildung derselben geht. Das erste Modell beschreibt die bereits ausgeführte Perspektive, wonach Identität einen gemeinsamen Ursprung hat, der historisch sowie gesellschaftlich codiert ist. Das zweite Modell konzentriert sich auf den Prozesscharakter, der Identität relational und unvollständig sieht. (vgl. Grossberg, 2007, S. 37-38.) „Jede Identität hängt von ihrer Differenz zu und Negation von einem anderen Begriff ab, selbst wenn letzterer Begriff wiederum von seiner Differenz und Negation von ersterem abhängt.“ (Grossberg, 2007, S. 38)

Stuart Hall unterteilt im Wesentlichen in zwei Identitätsmodelle. Im „naturalistischen“ Sinn sieht er Identität als Konstrukt, dass durch einen gemeinsamen Ursprung oder gemeinsame Erfahrungsstruktur und Eigenschaften mit einer Gruppe definiert ist. In der Postmoderne kam man schlussendlich vom Bild einer stabilen und gesicherten Identität ab und dachte Begriffe wie Diskontinuität, Fragmentierung oder Bruch als wichtige Faktoren einer Erfahrung von Welt mit. Damit einhergehend findet sich Identität als Prozessgeschehen, das immer wiederkehrender Passungsarbeit zwischen inneren und äußeren Welten ausgesetzt ist. (vgl. Keupp, 2008, S. 295) Hall nennt diesen Prozess einen „diskursiven“ Zugang. Er kann nicht gewonnen oder verloren werden. Es geht vielmehr darum, den jeweiligen Kontext und seine materiellen und symbolischen Bedingungen zur berücksichtigen. (vgl. Lutter, Reisenleitner, 1998, S. 96) Eine derartige Perspektive auf Identität berücksichtigt mit ihr einhergehende ständige Veränderungen, denen sie unterzogen wird, sei es durch Lebenserfahrungen oder mediale Repräsentationen von Identitätskonzepten.

3.3.2. Identität als subjektiver Konstruktionsprozess

Ein anderer Blickwinkel auf ein Konzept von Identität stellt das Individuum in den Mittelpunkt. Individualisierung, Pluralisierung und Globalisierung: diese drei Begriffe nennt Heiner Keupp als zentrale Bedingungen für Identitätsbildung in einer postmodernen Gesellschaft. Er meint, dass Identitätsfindung als aktive Leistung des Subjekts zu verstehen sei, die mit bestimmten Risiken verbunden ist. Wie wichtig die Frage nach der eigenen Identität ist oder, wie Keupp es formuliert, die Antwort auf die Frage „Wer bin ich?“, zeigt sich im menschlichen Bedürfnis nach Anerkennung und Zugehörigkeit. In diesem Streben bietet sich dem Menschen die Möglichkeit der

Selbstverortung und der individuellen Selbstbestimmung. (vgl. Keupp, 2008, S. 291-292)

„Es geht bei Identität immer um die Herstellung einer Passung zwischen dem subjektiven ‚Innen‘ und dem gesellschaftlichen ‚Außen‘ zur Produktion einer individuellen sozialen Verortung.“ (Keupp, 2008, S. 292)

In diesem Zusammenhang wird der Doppelcharakter von Identität sichtbar. Einerseits soll das unverwechselbar Individuelle zum Ausdruck kommen und andererseits auch das sozial Akzeptable darstellbar gemacht werden. Identität kann also auch als Kompromiss zwischen Eigensinn und Anpassung verstanden werden. (vgl. Keupp, 2008, S. 292) Als Beispiel eines klassischen Modells der Identitätsentwicklung wählt Keupp Erik Eriksons Stufenmodell. Es orientiert sich im Aufbau stark an Sigmund Freuds Theorie der psychosexuellen Entwicklung. Eriksons Arbeit ist also im „post-freudschen“ Sinn zu verstehen.

„Erikson setzt die Bedeutung des Unbewussten und dessen Einfluss auf Träume, Fantasien, Handlungen etc. ebenso als gegeben voraus wie die Aufeinanderfolge frühkindlicher Erfahrungen, insbesondere in Bezug auf die psychosexuelle Entwicklung und deren Einfluss auf die spätere Persönlichkeit.“ (Noack, 2010, S. 37)

Im Kontext seiner Entstehungszeit verstanden ist es außerdem untrennbar mit dem Projekt der Moderne verbunden. Dies äußert sich zum Beispiel darin, dass sein Modell auf regelhaft-linearen Entwicklungsverläufen beruht und eine gewisse Kontinuität und Berechenbarkeit voraussetzt. Identität ist nach Erikson ein Konstrukt, durch das das subjektive Vertrauen in die eigene Kompetenz zur Aufrechterhaltung und Stabilisierung der eigenen Ich-Vorstellungen gewährleistet wird. (vgl. Keupp, 2008, S. 293-294) Lawrence Grossberg denkt über das Verhältnis von Identität und Moderne im Zusammenhang mit Cultural Studies nach. Er beschreibt jegliche Identität als soziales Konstrukt, das sich in Differenzbeziehungen äußert. Die Moderne erschafft sich für Grossberg durch Differenz aus der Identität heraus und nicht umgekehrt. Das bedeutet, die grundlegenden Strukturen der Moderne erschaffen Differenz (Andersartigkeit), welche wiederum aus einer Identität heraus entsteht. Wenn also Identität letztlich immer im Spannungsfeld von Differenzbeziehungen gesehen werden muss, stellt sich die Frage, wo sie zu verorten ist. (vgl. Grossberg, 2007, S. 44)

Die Annahme, dass sich Entwicklung von Identität linear und planbar in Stufen entfaltet, ist mit der Postmoderne in Frage gestellt worden. Wie auch in den bereits

angesprochenen kulturphilosophischen Betrachtungen von Identität, hat sich auch eine sozialpsychologische Perspektive immer mehr mit Phänomenen wie Fragmentierung, Bruch oder Diskontinuität im Kontext von Identität und Welterfahrung auseinandergesetzt. Begrifflichkeiten wie Individualisierung, Globalisierung und Pluralisierung haben das klassische Verständnis von der Gesellschaft und ihren Prozessen schließlich grundlegend verändert. Dennoch ist es wichtig, diese Ursprünge der wissenschaftlichen Identitätsdebatte mitzudenken, wenn man sich Gedanken über seine Konzeption in der Gegenwart macht. Keupp formuliert im Begriff der „Identitätsarbeit“ einige bedeutende Ressourcen. Wichtig in einer pluralisierten Gesellschaft ist zunächst die Frage nach „Sinn“. Keupp sieht in ihr Bedingung für das Erreichen von Lebenskohärenz. Fähigkeiten, die man in der heutigen Gesellschaft dazu benötigt, sind unter anderem Selbstorganisation, um sich ein gutes und authentisches Leben zu ermöglichen sowie „innere Selbstschöpfung von Lebenssinn“. (vgl. Keupp, 2008, 293-296)

Des Weiteren sind *materielle Ressourcen* von Bedeutung. Erst wenn materielle Absicherung gegeben ist, kann Selbstverwirklichung stattfinden. Außerdem sind *soziale Ressourcen* gerade für Heranwachsende besonders wichtig. Wie sie ihre Netzwerke auch außerhalb der Familie pflegen, hängt immer auch von den eigenen sozialen Kompetenzen ab. Gelingt diese Identitätsarbeit, können diese *einbettenden Kulturen* unterstützende Qualität für die Lebensgestaltung haben. *Boundary Management* nennt Keupp die Fähigkeit, für sich selbst wichtige Grenzen zu finden und zu ziehen, in Bezug auf Identität, Werte, soziale Beziehungen und die Einbindung in eine Gemeinschaft. In einer globalisierten Welt, in der der Mensch vor immer mehr Entscheidungsmöglichkeiten gestellt wird, entstehen zunehmend Ängste vor eventuell falschen Entschlüssen und dem Wegbrechen von Alternativen. Identität entsteht nicht im leeren Raum. Um zu erfahren, wo das ICH aufhört, und das WIR anfängt, braucht das Individuum *Zugehörigkeitserfahrungen*. Erst in der Differenz zum Anderen wird das jeweils Eigene erfahrbar. In der Soziologie spricht man auch von Inklusions- und Exklusionserfahrungen. Um sich zugehörig zu fühlen, braucht es auch *Anerkennungskultur*. In der Vergangenheit gab es traditionelle Lebensformen und Rollenmuster. Wenn man diesen entsprach, gab es Zustimmung und Bestätigung oder sogar Bewunderung. Durch Individualisierungsprozesse und das Aufbrechen scheinbar unauflöslicher Strukturen wurde die Selbstverständlichkeit, mit der man

Lebensmodelle bis dahin in Verbindung brachte, in Frage gestellt. Ein Diskurs um Anerkennung entspinnt sich heute einerseits auf der Ebene der persönlichen Beziehungen, wo wir die Entstehung unserer Identität als Prozess wahrnehmen. Außerdem entsteht er auf der Ebene der Öffentlichkeit, wo die Bedeutung und der Wunsch nach Anerkennung von und durch Andere immer mehr zunimmt. Ein Beispiel dafür wäre die zunehmende Selbstdarstellung und Selbstoptimierung in sozialen Netzwerken. (vgl. Keupp, 2008, S. 295-308)

Weil die Welt durch soziale Medien immer näher zusammenrückt, haben sich auch die Vorstellungen und Grenzen von Identität und Austausch verändert. *Interkulturelle Kompetenzen* sind vor allem deshalb wesentlich im Zusammenhang mit Identitätsarbeit, weil sich die Kulturkonzepte durch Globalisierung und Migration immer mehr vermengen, wodurch ein bewusster, respektvoller Umgang mit dieser neuen, in Rückgriff auf Grossberg, *Andersartigkeit*, besonders wichtig ist. Daran anschließend sind es auch *zivilgesellschaftliche Kompetenzen*, die nicht nur eine individuelle Funktion erfüllen, sondern auch eine gesellschaftspolitisch relevante Rolle spielen. Wenn ein Mensch das Gefühl hat, er oder sie kann durch Engagement etwas zu einer positiven Veränderung der Gegebenheiten beitragen, dann bringt dies Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten. Bhabha nennt dies *agency*, was wiederum sowohl für das Individuum selbst als auch für die Gesellschaft fruchtbare Auswirkungen haben kann. Diese sozialpsychologisch begründeten Lebenskompetenzen, sind als notwendige Elemente zu verstehen, um in einer komplex organisierten Gesellschaft selbstbestimmt und selbstwirksam Leben zu können. Das alles ist eingebettet in soziokulturelle Rahmenbedingungen, die individuelle Lebensführung maßgeblich beeinflussen können. (Keupp, 2008, S. 293-308.)

3.4. Der Machtbegriff bei Weber und Foucault

Innerhalb der Sozialwissenschaften wird immer wieder versucht den Machtbegriff durch konzeptuelle Definitionen klassifizierbar zu machen. Im folgenden Kapitel sollen zwei zentrale Positionen erwähnt werden: erstens, die Arbeit von Max Weber; und zweitens, Michel Foucaults Verständnis eines Machtbegriffes.

Eine bedeutende soziologische Definition stammt von Max Weber. Er schreibt, Macht „bedeutet jede Chance, innerhalb einer sozialen Beziehung den eigenen Willen auch

gegen Widerstreben durchzusetzen, gleichviel worauf diese Chance beruht“. (Weber, 1922, S. 28) Diese Definition betont die menschliche Motivation, die hinter allen Machtbestrebungen steht. Ohne diese Ambitionen gäbe es keine Machtverhältnisse. Obwohl oder gerade weil ein derartiger Ansatz Macht sehr allgemein fasst, bringt er doch den wesentlichen Aspekt des Konzeptes zu Tage, dass Machtverhältnisse in jeder sozialen Beziehung eine Rolle spielen. Weber kritisiert seinen Machtbegriff selbst als „soziologisch amorph“. Daraus geht hervor, dass die Bedingungen sowie die Voraussetzungen unter denen die agierende Person Macht ausübt so dispers sein können, dass sie soziologisch nicht einfach zu fassen sind. (vgl. Müller, 2007, S. 121) Außerdem sieht Weber Macht immer im Kontext von Auseinandersetzungen, Kämpfen und Konfrontationen, was die Unbestimmtheit des Begriffs für ihn zu einem wesentlichen Charakteristikum macht. Demgegenüber stellt er den Begriff der Herrschaft, der für ihn trennscharfer zu beforschen und demnach für die Wissenschaft bedeutsamer ist. Die Herrschaft steht schon am Ende sozialer Prozesse, der Ausverhandlung von Strukturen, Institutionen, Regeln oder Normen. (vgl. Lemke, 2001, S. 78) Demnach ist er für Weber zentral als Gegenstand soziologischer Theoriebildung:

*„Herrschaft soll heißen die Chance, für einen Befehl bestimmten Inhalts bei angebbaren Personen Gehorsam zu finden; Disziplin soll heißen die Chance, Kraft eingeübter Einstellung für einen Befehl prompten, automatischen und schematischen Gehorsam bei einer angebbaren Vielheit von Menschen zu finden.“
(Weber, 1922, S. 28)*

Der Weber'sche Herrschaftsbegriff impliziert eine spezifische institutionelle Form, die von den Beteiligten anerkannt wird. Somit ist Herrschaft, ebenso wie Macht, für Weber wesentlicher Bestandteil aller sozialen Phänomene. Weber unterscheidet Herrschaft des Weiteren noch in zwei gegensätzliche Ursprünge: Erstens, Herrschaft durch Interessenskonstellation; und zweitens, Herrschaft durch Autorität. Er fasst unterschiedlichste Formen von Herrschaft unter den Konzepten von Befehl und Gehorsam zusammen. Damit sind sowohl äußere Zwänge gemeint als auch die Prozesse, die dazu führen, dass Individuen Herrschaft anerkennen und akzeptieren. Für Weber sind subjektive Gründe für das Gehorchen von zentraler Bedeutung. Er sieht die Legitimität von Herrschaft in der subjektiven Bereitschaft beherrschter Individuen begründet. Damit Konzepte von Macht und Herrschaft überhaupt existieren oder entstehen können, braucht es also soziale Verbände. (vgl. Lemke,

2001, S. 78-81) Webers Gedanken zu Macht und Herrschaft betonen die Bedeutung der sozialen Komponente des menschlichen Handelns. Eine derartige Herangehensweise ist aus einer Cultural Studies Perspektive insofern relevant, als dass sie einerseits versucht der Beschaffenheit des modernen „autonomen“ Subjektes sowie andererseits des modernen „souveränen“ Staates nachzugehen. Somit lässt sich hier schon eine Verbindung zwischen Identitätskonzepten sowie Macht- und Kulturbegriffen ziehen. (vgl. Lemke, 2001, S. 81)

Auch Michel Foucault denkt Macht innerhalb eines Netzwerkes sozialer Beziehungen. Für ihn ist Macht kein festzuschreibendes Theorieprojekt, sondern vielmehr ein offenes, nicht regelhaft agierendes Geflecht. Es geht ihm darum, ein Analyseinstrumentarium zu schaffen, dass es ermöglicht Machtverhältnisse beschreib- und analysierbar zu machen. In „Der Wille zum Wissen“ entwirft Foucault eine Reihe von Sätzen über die Macht, die nicht als vollendete Thesen zu verstehen sind, sondern eher als Annäherung an eine mögliche Definition von Macht. (vgl. Dreyfus, Rabinow, 1994, S. 216-217)

„Nicht die Macht, sondern das Subjekt ist deshalb das allgemeine Thema meiner Forschung. Aber die Analyse der Macht ist selbstverständlich unumgänglich. Denn wenn das menschliche Subjekt innerhalb von Produktions- und Sinnverhältnissen steht, dann steht es zugleich auch in sehr komplexen Machtverhältnissen.“ (Foucault, 1994, S. 243)

Foucault meint, dass wir bloß über Möglichkeiten verfügen, Macht zu denken, die einerseits mit juristischen Modellen arbeiten und somit der Frage nachgehen: Wer legitimiert Macht? Andererseits stützen wir uns auf institutionelle Modelle, die Fragen bearbeiten wie: Was ist der Staat? Er argumentiert weiter: Wenn die Objektivierung des Subjekts untersucht werden solle, müsse man die genannten Dimensionen um eine weitere Definition der Macht erweitern. (vgl. Foucault, 1994, S. 243) Somit plädiert er dafür, sich nicht nur auf die Wirkungen von Macht zu beschränken, sondern diese auch mit ihren Ursachen sowie ihrer Verfasstheit in Zusammenhang zu setzen. Wenn man also Machtverhältnisse beschreibbar machen will, muss dies sowohl ihren Ursprung als auch ihre Natur und letztlich ihre Ausprägungen miteinschließen. Um dieser Frage nachzugehen, grenzt er den Weber'schen Machtbegriff, der darauf beruht, über andere körperlich oder durch Instrumente Kontrolle auszuüben, zunächst ab. Diese Gestaltung von Macht nennt er „Fähigkeit“. (vgl. Foucault, 1994, S. 251)

In seiner Differenzierung des Machtbegriffes geht Foucault einen Schritt weiter als Weber. Macht, wie er sie beschreibt, zeichnet sich dadurch aus, dass sie Verhältnisse zwischen Individuen oder Gruppen miteinbringt. „Machtverhältnisse, Kommunikationsbeziehungen und sachliche Fähigkeiten dürfen nicht miteinander verwechselt werden.“ (Foucault, 1994, S. 252) Sie stehen in einer Wechselbeziehung, die nicht einheitlich oder konstant ist. Je nach Gesellschaft, Situation und Gegebenheit sind diese drei Typen von Verhältnissen in unterschiedlicher Ausprägung beobachtbar. Sie bilden in unterschiedlichen Kontexten aufeinander abgestimmte Systeme. Als ein mögliches Beispiel nennt Foucault die Institution Schule mit ihren Regeln des Zusammenlebens, geplanten und einzuhaltenden Abläufen, ihrer spezifischen räumlichen Architektur sowie den innerhalb der Institution agierenden und lebenden Personen. (vgl. Foucault, 1993, S. 252-261)

All das macht für Foucault den *Block Fähigkeiten-Kommunikation-Macht* aus. Diese *Blöcke* nennt Foucault auch *Disziplinen*. Ihre empirische Analyse ist interessant, weil sie die Frage nach historischer Entstehung stellt. Außerdem kann innerhalb dieser *Disziplinen* untersucht werden, mit welcher Gewichtung sich die Verhältnisse gestalten, wie die Systeme funktionieren und auf welcher Grundlage. Der Frage nach dem „Wie“ der Macht stellt Foucault aber eine wesentliche begriffliche Umformulierung voran. Er plädiert dafür, als Gegenstand der Analyse auch Machtverhältnisse und nicht nur einen statisch anmutenden Machtbegriff zu wählen. Der eigentliche Charakter der Machtverhältnisse offenbart sich für Foucault nicht in der Opposition von Freiheit und Macht, sondern eher in einer immerwährenden Provokation der beiden Pole. Nur wenn das Subjekt die Freiheit hat unterschiedliche Handlungsmöglichkeiten in Erwägung zu ziehen, kann man von Macht sprechen. Wäre diese Freiheit nicht gegeben würde, man nach Foucault von Zwang sprechen. Macht ist in diesem Sinne als neutral zu verstehen. Sie sucht nicht danach, durch Gewalt oder Konsens ihren Willen durchzusetzen. Vielmehr ist sie ein Konglomerat an Handlungen im Hinblick auf mögliche Handlungen. Foucault beschreibt dies als ein Feld an Möglichkeiten, in die das Verhalten der handelnden Subjekte bereits eingeschrieben ist. In diesem Zusammenhang bringt er den Begriff *Führung* ins Spiel, den er wegen seines Doppelsinns als nützlich empfindet, um das Besondere an Machtverhältnissen zu fassen. Mit *Führung* meint er einerseits das Anführen anderer,

andererseits schließt dieser Begriff das Sich-Verhalten in einem mehr oder weniger offenen Feld von Möglichkeiten mit ein. (vgl. Foucault, 1994, S. 252-261)

Macht, wie Foucault sie versteht, hat also einen produktiven Charakter. Außerdem beschreibt er sie als in lokalen sozialen Beziehungen verortet, was bedeutet, dass sich das Handeln der Subjekte im Verhältnis zueinander gestaltet und aufeinander bezieht. (vgl. Lepold, 2014, S. 302-303) Michel Foucault unterschied zunächst nicht zwischen Macht und Herrschaft. In späteren Arbeiten verwendet er den Begriff *Regierung* als Vermittler zwischen, wie er es nennt, strategischen Spielen der Macht und Herrschaftszuständen. Foucaults Interesse gilt dem Prozess der Herausbildung des modernen Staates und des modernen Subjekts. Dabei legt er seinen Annahmen zur Herausbildung moderner Staaten den Regierungsbegriff zu Grunde. Dieser darf nicht im engen politischen Sinn verstanden werden. Vielmehr bezieht sich Foucault bei Regierung auf ein Konzept, das verschiedenste Formen der Führung von Menschen bezeichnet. Foucaults Analyse des Regierungsbegriffs liegt die historische Annahme zugrunde, dass die Führungstechniken moderner Staaten und kapitalistischer Gesellschaften auf pastorale Machttechniken zurückgehen, deren Ursprung in der christlichen Tradition zu finden sei. Er spricht von modernen, säkularisierten Formen von Regierung. Für Foucault sind die Freiheit des Subjekts und die Macht des Staates konstitutiv aufeinander bezogen und miteinander verbunden. Regierung ist für ihn der Punkt des Zusammentreffens von Formen der Herrschaft über Individuen und deren Selbstführung. (vgl. Lemke, 2001, S. 85-86)

Regieren beziehungsweise Macht bedeutet in diesem Kontext das Feld des möglichen Handelns anderer zu strukturieren. Wesentlich ist hierbei, dass man Macht nicht als eine zusätzliche Struktur über einer Gesellschaft begreift, sondern als etwas, das tief im „gesellschaftlichen Nexus“ verwurzelt ist. (vgl. Foucault, 1994, S. 255-261) Die Verbindung von Subjekt, Macht und Wissen spielt bei Foucault eine zentrale Rolle. Er beschreibt das Subjekt, bei ihm sowohl als philosophische Kategorie als auch im Sinne von lebensweltlicher Subjektivität, als Ergebnis einer besonderen Verschränkung von Macht und Wissen. Durch die beiden Konzepte würde Bewusstsein und Erkenntnisfähigkeit erst entstehen. Macht und Herrschaft dringt nicht von außen in das Subjekt ein, sondern durchzieht sein Inneres. Foucault sieht, wie all seine Betrachtungen, auch das Subjekt als Teil der Geschichte an. Es kann somit von Veränderung betroffen sein. (vgl. Ott, 1998, S. 28-29)

„Macht ist eine allgemeine Matrix der Kräfteverhältnisse zu einer bestimmten Zeit in einer bestimmten Gesellschaft.“ (Dreyfus, Rabinow, 1994, S. 217) Das bedeutet aber auch, dass sie nie hinlänglich festgeschrieben und analysiert werden kann, da sie einem ständigen Wandel unterzogen ist. Eine Beschäftigung mit einer sinnhaften Beschreibung eines „status quo“ kann dennoch sehr gewinnbringend sein, um gesellschaftliche Mechanismen und ihre Auswirkungen besser zu verstehen. In der Loslösung vom reinen Subjektbegriff und der Intentionalität seines Handelns kann man sich auf die Praktiken, in denen Machtverhältnisse zum Ausdruck kommen, konzentrieren. Das bedeutet allerdings nicht, dass das Subjekt im Gefüge der Machtverhältnisse keine Rolle spielt. Es wird lediglich der Fokus vom zielgerichteten Handeln einzelner auf ein komplexes Gefüge, innerhalb dessen Macht konstituiert wird, verschoben. In diesem Punkt liegt die Stärke in Foucaults Ansatz. (vgl. Dreyfus, Rabinow, 1994, S. 217-218)

Macht als konstitutiver Faktor innerhalb einer Gesellschaft ist grundlegend in der Organisation derselben verankert. Sie wird von den Subjekten definiert, die in Bezug zu anderen sowie den Organisationsformen handeln. Dieses Handeln geschieht immer unter bestimmten Bedingungen, die wiederum gesellschaftlich geprägt und vorgegeben sein können. Diese Modalitäten gilt es im Kontext von politischer Satire sowie in Relation zu den Kategorien von Kultur und Identität herauszuarbeiten. Das Subjekt ist in dieses gesellschaftliche Gefüge eingebunden und agiert darin unter bestimmten Voraussetzungen. (vgl. Dux, 1992, S. 153-154) Diese Perspektive bringt die Frage nach Machtverhältnissen in politischer Satire, wie sie in Formaten des Genres der Late-Night-Shows zum Ausdruck gebracht wird, hervor.

Die Perspektiven der beiden Theoretiker wurden gewählt, weil sie ermöglichen, Machtverhältnisse mit all ihrer implizierten Komplexität auf das Erkenntnisinteresse anzuwenden. Im Kontext der Formate „The Daily Show with Jon Stewart“ und „The Colbert Report“ geht es unter anderem um die Frage nach subversiven Handlungsmöglichkeiten, die nicht klassischerweise von hegemonial privilegierten Akteuren ausgeübt werden müssen. In Bezug auf politische Satire ist somit ein Machtbegriff nach Weber und Foucault sinnvoll, weil er einerseits die handelnden Subjekte im Blick behält und andererseits diejenigen miteinbezieht, die versuchen gegen die vorhandenen hegemonialen Zustände in Form von Kritik aufzubegehren bzw. sie anzuprangern. Außerdem ermöglicht es Foucaults Zugang,

Machtverhältnisse innerhalb dieser *Disziplinen* als Teil der Gesellschaft zu begreifen. Es geht also sowohl um das Individuum und die sozialen Beziehungen, die bei Machtverhältnissen eine Rolle spielen, als auch um die politischen und sozialen Gegebenheiten, in denen wiederum andere Verhältnisse sowie Strukturen von Macht wirken.

3.5. (Politische) Satire

Obwohl Satire bereits auf die römische und griechische Antike zurückgeht, wurde sie besonders zur Zeit der Aufklärung populär. Damals glaubte man Torheit und Unsinn korrigieren zu können, indem man der Gesellschaft durch diese Kunstform mit dem eigenen Verhalten konfrontierte und ihr so gewissermaßen den Spiegel vorhielt. Die Vernunft des Menschen als zentrale Eigenschaft betrachtend, glaubte man, durch das Vor-Augen-Führen der eigenen Unzulänglichkeiten im Vergrößerungsglas der Satire könne man die Leute dazu bringen, ihr Fehlverhalten selbst zu korrigieren. (vgl. Colletta, 2009, S. 860) Dustin Griffin spricht sich in „Satire. A Critical Reintroduction“ dafür aus, Satire als eine offene Kunstform zu begreifen. Dies betrifft sowohl ihre Form als auch ihre rhetorischen sowie ihre moralischen Standards. An dieser Offenheit macht er die Möglichkeit zur Vielfalt von Satire fest. Ziel einer theoretischen Betrachtung soll es nicht sein, das Genre in einer Endgültigkeit zu definieren, sondern seinem Publikum zu ermöglichen, Satire mit ihren unterschiedlichsten Facetten und Nuancen verstehen zu können. Außerdem plädiert er dafür, die Historizität bei der Betrachtung des Genres sowie dessen Interpretationen miteinzubeziehen. Bei der Analyse ist es wesentlich zu berücksichtigen, dass Satire immer in konkrete gesellschaftliche Kontexte eingebunden ist, die ihre Funktion, Gestalt sowie ihre Bedeutung mitprägen. (vgl. Griffin, 1994, S. 186-187)

Der Begriff Satire wird sehr weitläufig und für verschiedenste Kunstformen verwendet. Er umfasst Gestaltungsformen in unterschiedlichsten Medien, die sich über Konventionen jeglicher Art lustig machen. Ein wichtiges Stilmittel der Satire ist Ironie. Grundsätzlich versucht diese, durch indirekte Andeutungen jene Schnittmenge aufzudecken, die sich zwischen Tatsache und Darstellung auftut, um so Inkohärenzen sichtbar zu machen. Lisa Colletta argumentiert in ihrem Text „Political Satire and Postmodern Irony in the Age of Stephen Colbert and Jon Stewart“, dass die Ironie der Postmoderne sich durch einen Mangel an dieser Differenz auszeichnet. Sie meint, dass sich ein Bedeutungswechsel vollzogen hat. Man geht nunmehr davon aus, dass

Wirklichkeit konstruiert ist und nicht mehr nur erfahren oder verstanden werden kann. Damit geht ein Bewusstsein einher, dass die (mediale) Konstruktion von Tatsachen in den Vordergrund stellt. Das Publikum der Postmoderne ist sich der Konstruktion von Bedeutung durch Medien und Politik sowie seiner eigenen Rolle innerhalb dieses Gefüges bewusst. Daraus resultiert eine Selbstreferentialität von Ironie, die charakteristisch für viele kulturelle, mediale Produkte ist. (vgl. Colletta, 2009, S. 856) Politische Satireformate im Fernsehen reihen sich in dieses paradoxe Gefüge ein. Um Satire betreiben zu können, braucht es zunächst einen stabilen Wertekanon. Auf dessen Grundlage werden die jeweiligen Gegebenheiten kritisch hinterfragt. Das primäre Ideal ist die Möglichkeit zur Veränderung beziehungsweise Verbesserung der Situation. (vgl. Colletta, 2009, S. 859)

„Satire is therefore a hopeful genre; it suggests progress and the betterment of society, and it suggests that the arts can light the path of progress.“ (Colletta, 2009, S. 860) Deshalb müssen sowohl Satiriker_in, als auch sein/ihr Publikum das Gefühl haben, es bestünde eine reelle Chance auf Erfüllung dieses Ideals. Fiele dies weg, existierte Satire nur zum Selbstzweck und würde ausschließlich selbstreferentiell. So verlöre sie die Funktion den Glauben aufrecht zu erhalten, dass durch Kritik Handlungsmacht entstehe, um hegemoniale Zustände unterlaufen zu können. Satire unterscheidet sich von Komik in dem Sinn, als dass sie Humor nicht um des Lachens willen einsetzt, sondern als Mittel zum Zweck. (vgl. Colletta, 2009, S. 859-860)

Lachen, wenn es als kommunikative Aktivität verstanden wird, kann subversive Kraft entfalten. Innerhalb der Cultural Studies wird in diesem Zusammenhang mit Blick auf John Fiskes begriffliche Prägung von *pleasure* in der Rezeption und Verarbeitung von Medienkommunikation gesprochen. Diese *Politik des Vergnügens* ist als Ergebnis einer Beziehung von Bedeutung und Macht zu sehen. Beides findet sich laut Fiske im Fernsehprogramm. Das Vergnügen für das Publikum entsteht erst dadurch, dass es den konsumierten Fernsehformaten und Programminhalten selbst Bedeutung verleiht und für sich interpretiert, ohne dabei die eigene soziale Identität für dominierende Strukturen aufzugeben. (vgl. Fiske, 1987, S. 19)

„The subordinate may be disempowered, but they are not powerless.“ (Fiske, 1987, S. 19) Fiske streicht die Handlungsmacht des Individuums im Anderssein heraus. Dies beinhaltet auch die Möglichkeit, sich gegen die hegemonialen Zustände zu stellen. Im Bezug auf Fernsehen bzw. einzelne Formate wäre das auf Seiten des Publikums sowie

der Produzierenden die vollkommene Freiheit der Interpretation. Um *pleasure* erleben zu können, braucht es also eine gewisse Kontrolle über Bedeutungen und letztlich aktive Partizipation am kulturellen Prozess. (vgl. Fiske, 1987, S.19) Bei Fiske finden sich, in Anschluss an Stuart Halls *Encoding-Decoding Modell*, zwei Ausprägungen eines *pleasure* Begriffes. Er spricht von einer Art des Vergnügens, die er als *conforming and reactionary* bezeichnet. Hierbei wird der hegemoniale Code befolgt. Eine zweite aktive und handlungsmächtige Aktionsform im Zusammenhang mit *pleasure* sieht Fiske als *oppositional pleasure*. (vgl. Ayass, 2000, S. 147)

„Woran Vergnügen entstehen kann, ist in den Cultural Studies mehrfach beschrieben worden – am Wiedererkennen von Genreregeln, Spiel mit Intertextualität, Entzücken am semiotischen Exzeß, an der Regelverletzung, am Regelbruch usf.“ (Ayass, 2000, S. 147)

Vergnügen als Erfahrung der Zuschauer_innen entfaltet ihr politisches Potential also erst, wenn es in Opposition entsteht. Lachen als kommunikative Form kann unterschiedlichste Ausprägungen annehmen. Wie es wirkt, wie machtvoll, oppositionell, identitätsstiftend und kulturell geprägt es ist, hängt immer vom jeweiligen Ort, Kontext der Repräsentation und den agierenden Personen ab. Erst dadurch wird beschreibbar, ob es sich bei Lachen im Kontext von Satire um einen echten Ausdruck von *pleasure* handelt oder nicht. (vgl. Ayass, 2000, S. 148)

Gegenstand von politischer Satire ist zunächst politischer Humor. Was diesen ausmacht und wie er wirkt, wurde schon vielfach beforscht. Villy Tsakona und Diana Elena Popa argumentieren, dass politischer Humor hauptsächlich zwei Funktionen erfüllt. Erstens geht es darum, Kritik am politischen Status Quo zu üben. Und zweitens werden bereits etablierte Werte und Sichtweisen des politischen Spektrums wiederverwertet. Die Autorinnen verwenden Humor als Überbegriff für verschiedene Phänomene wie Satire, Parodie, Ironie usw. Wesentliches Charakteristikum von Humor jeglicher Art ist Inkongruenz. Überall da, wo etwas von einer Norm abweicht, offenbart sich die soziale Funktion von Humor. Bei politischem Humor wären dies Abweichungen und Auffälligkeiten, die in Zusammenhang mit politischem Diskurs stehen. Er bringt die Unregelmäßigkeiten und Fehler politischen Handelns an die Oberfläche. Als Korrektiv geht es oft darum, Kritik zu üben und soziale Kontrolle zu bewahren. Das Lachen wird meist als wichtigster Hinweis und begehrtester Effekt von Humor gesehen, obwohl die beiden Phänomene auch getrennt voneinander existieren können. Es gibt Humor ohne Lachen und Lachen ohne Humor. Politischer

Humor, wenn er von Medien produziert wird, erscheint meist in Form von institutionalisierten, komischen Genres wie zum Beispiel in Cartoons, Satireformaten, Sitcoms etc. Einer der wichtigsten Aspekte, warum Humor für mediale Darstellungsformen so attraktiv ist, ist, dass er die Bindung zum Publikum erleichtert. Dies gilt für beide Seiten: Politiker können sich durch humorvolle Selbstinszenierung ein Image schaffen, das über trockene Fakten hinausgeht. Medien, mittlerweile Hauptbühne für Politik, können Humor nutzen, um einerseits zu kritisieren, aber auch um ihre Botschaften auf unterhaltsame Weise zu transportieren. Eine derartige Herangehensweise birgt allerdings auch immer die Gefahr, dass humorvolle politische Kritik eher bereits etablierte Sichtweisen weitertradiert als innovative Ideen für Veränderung voranzutreiben. (vgl. Tsakona, Popa, 2011, S. 2-9)

In Bezug auf Satire können einige allgemeine Attribute festgemacht werden, die als relative Komponenten und Merkmale verstanden werden sollen und von Fall zu Fall unterschiedlich ausgeprägt sind. Zuerst handelt es sich bei Satire um eine leidenschaftliche Auseinandersetzung gegen etwas und für etwas anderes. Meist werden die negativen Aspekte stärker und plakativer herausgestrichen, während die positiven Argumente weniger offensichtlich dargestellt werden. In manchen Fällen werden sie auch nur impliziert. Im Kern der Auseinandersetzungen stehen immer wichtige Themen der gesellschaftlichen kulturellen Wirklichkeit. (vgl. Kumar, Combe, 2015. S. 212)

Gleichzeitig ist Satire im Umfeld ihrer Themen selbst verortet. Das führt dazu, dass sie sich in einem Rahmen von politischen, rechtlichen und regulativen Kontexten bewegt, der maßgeblich mitbestimmt, was möglich ist und was nicht. Produzenten von Satire müssen also bei ihrer Arbeit mit einer Vielzahl kontextueller Rahmenbedingungen kalkulieren. (vgl. Baym, Jones, 2011, S. 3) Zweitens offenbart die Funktion von Satire bei genauerer Betrachtung ihre möglichen Formen. Im rhetorischen Aufbau ähnelt sie einem Essay, der auf einer These aufbauend ein Hauptargument anführt und anhand einer Reihe von Beispielen untermauert. Diese Art der Darbietung findet sich auch immer wieder in „The Daily Show“. Da Satire aber auch eine Kunstform ist, kommen ebenso künstlerische und dramaturgische Stilmittel zum Einsatz. Die Möglichkeiten sind vielfältig. So können auch ganze fiktionale Erzählstränge erfunden werden, um aus einer bestimmten Perspektive heraus zu argumentieren. Dies schließt szenisches

Arbeiten und Charaktere mit ein. Diese Form der Darstellung findet sich speziell in „The Colbert Report“ häufig. (vgl. Kumar, Combe, 2015, S. 212)

Ein drittes Schlüsselement von Satire findet sich im Konzept der *narrativen Persona*. Es gibt verschiedene Möglichkeiten die Rolle des Erzählers anzulegen. In westlicher Satiretradition lassen sich grob zwei Arten ausmachen. Einmal den „vir bonus“, in Anlehnung an Horaz auch horazische Satire genannt. Der Charakter präsentiert in höflicher, gut erzogener Manier seine Argumente. Dies tut er mit einer lockeren, angenehmen Art von Humor. Im Gegensatz dazu steht der „vir iratus“, welcher auf den römischen Satiredichter Juvenal zurückgehend als juvenalisch bezeichnet wird. Karl Kraus' Arbeiten sind beispielsweise dieser satirischen Tradition zuzuordnen. Hier ist der Stil geprägt von Pessimismus, Wut und Ungeduld. (vgl. Kumar, Combe, 2015, S. 213)

Eine vierte grundlegende Charakteristik von Satire ist die einzigartige und intensive Dynamik zwischen Satiriker, Inhalt und Publikum. Ein guter Satiriker weiß, welches Stilmittel er anwenden muss, um sein jeweiliges Publikum zu erreichen. Eine klassische Möglichkeit ist die Übertreibung. Satire signalisiert ihr Ziel dadurch, dass sie übertreibt, aber die Ausführung bleibt dennoch subtil, anspruchsvoll und durchdacht. (vgl. Kumar, Combe, 2015, S. 213)

Die Wirkmächtigkeit von Satire hängt grundlegend von ihrem Publikum ab. Anders gesagt, es hängt von der Fähigkeit der Menschen ab, die Ironie, welche das Herzstück ihres Humors ist, zu erkennen. Angesprochene Ungerechtigkeiten und Missstände müssen als Zielscheiben identifiziert werden und im Kontext des bereits angesprochenen Wertekanons mit moralischen Standards abgeglichen werden. Wird die Ironie dahinter nicht verstanden, ist Satire nicht länger effektive Kritik. Im schlimmsten Fall kann sie als Argument für die Sache verstanden werden, die sie eigentlich kritisieren wollte. Dieser Aspekt wirft die Frage auf, ob Satire auch „zu gut“ sein kann, im Sinne von „zu realistisch“, als dass sie vom Publikum nicht mehr als solche erkannt wird. Besonders bei Formaten sogenannter *news parody* ist dies relevant. Sie versuchen gezielt Nachrichtenformate zu imitieren, um sie möglichst gut persiflieren zu können. Dadurch kommt es immer wieder vor, besonders bei satirischen Nachrichtenseiten im Internet wie dem britischen „The Onion“, dem deutschen „Der Postillion“ oder der österreichischen „Die Tagespresse“, dass die Parodie bzw. die Persiflage nicht erkannt wird. Bei dieser Form ist es besonders

einfach, die Struktur, das Wording und die Aufmachung zu imitieren, sodass oft nur die Absurdität des Inhalts einen Hinweis auf die zugrundeliegende ironische Bedeutung gibt. (vgl. Colletta, 2009, S. 860)

Neben diesen generellen Attributen von Satire lassen sich nach Kumar und Combe noch drei wichtige Merkmale bezüglich der Form hervorheben. Ersteres nennen sie *the invasion of genre*. Damit gemeint ist, dass Satire sich jedes Genres bedienen kann, um ihr Ziel zu erreichen. Ein zweites Charakteristikum moderner Satireformen ist die Manipulation der satirischen Persona. Eine Kunstfigur herzunehmen, um etwas aufzuzeigen, ist ein kraftvolles Instrument, das sich innerhalb des Genres großer Beliebtheit erfreut. Ein berühmtes Beispiel, das später noch genauer analysiert werden soll, ist Stephen Colberts Kunstfigur gleichen Namens. Drittes wesentliches Merkmal gegenwärtiger Satire ist ihre Fähigkeit, in Opposition zu hegemonialen Ist-Zuständen zu treten. (vgl. Kumar, Combe, 2015, S. 213) Satire ist also ein Produkt der Widersprüche. Einerseits wird der/die Satiriker_in üblicherweise behaupten, direkt und aus tiefstem Herzen zu sprechen, in einer Art ungefilterter Wut oder Bestürzung. Andererseits ist Satire als Kunstform ganz klar durch einen Prozess gegangen, der Techniken und Restriktionen eines Genres und Stils gehorcht. Zur gleichen Zeit haben auch die Gunst des Publikums sowie andere äußere Faktoren Einfluss auf das endgültige Ergebnis. Die Frage, zu der man schließlich immer wieder zurückkommt, wenn man über Satire und ihre Ausdrucksformen nachdenkt, ist jene nach ihrer Bedeutung. (vgl. Rosen, 2012, S. 2)

Die Frage nach den Auswirkungen von Humor bzw. seiner Beschaffenheit beschäftigt den Menschen schon seit Jahrhunderten. Satire, wie bereits kurz skizziert, als eine Art humorvoller, kritisch ironischer Auseinandersetzung blickt auf eine ebenso lange Geschichte zurück.

„Once again, we find ourselves circling around the question of meaning: can one ever be certain that satire has, or strives for, actual – as opposed to purported – meaning; and if so, can that meaning ever be of any real consequence for human society?“ (Rosen, 2012, S. 4)

Die Frage nach Bedeutung und Wirkung von Satire ist zentral für jede Auseinandersetzung mit dem Gegenstand. Sie ist es wohl, die Forscher_innen, Publikum und Satiriker_innen selbst so fasziniert. Die Schwierigkeit der Beantwortung liegt unter anderem an der Beschaffenheit des Gegenstands selbst. Denn gerade die Paradoxien, unter denen Satire entsteht, machen einen großen Teil

ihrer Faszination aus. Gleichzeitig ist es dieses Verschleiern von Motiven, das Spiel mit Ironie und das Offenlassen von Antworten auf persönliche Beweggründe, was es so schwierig macht Satire zu fassen und letztlich aussagekräftige Forschungsergebnisse hervorzubringen. (vgl. Rosen, 2012, S. 4)

3.6. Der Genrebegriff im Fernsehen

Im Gegensatz zum Kino, dessen Geschichte eng mit einer Unterscheidung in Genres und Klassifikationen derselben verbunden ist, war und ist das Fernsehen weniger abhängig von klaren Abgrenzungen in Genres. Bei der Betrachtung von Fernsehen ging es weniger um den Konsum bestimmter Formate, sondern eher um die Gesamtheit des Programms, dessen Struktur und die daraus resultierenden Charakteristika. Diese wurden sowohl auf technologischer als auch kultureller Ebene betrachtet. Also all das, was Raymond Williams als Erster unter dem Begriff des „flow“ subsumiert hat. (vgl. Kilborn, 2006, S. 69; Williams, 2001, S. 33)

Das Wort „Genre“ stammt aus dem Französischen und bedeutet Typ oder Art. Die Verwendung eines solchen Begriffes impliziert, dass Werke aus Literatur, Film oder Fernsehen grundsätzlich kategorisierbar sind. Gleichzeitig bedeutet das auch, dass es sich um keine einzigartigen Produkte handelt. Eine theoretische Auseinandersetzung mit Genre beschäftigt sich also mit der Frage, wie man verschiedenste Werke auf einen gemeinsamen Nenner hin klassifizieren kann. Genreklassifikationen müssen sinnhaft und nachvollziehbar sein, da sie bestimmten Kriterien entsprechen sollten. Drei zentrale Kriterien wären unter anderem ästhetischer Wert, kulturelle Bedeutung und die Frage nach Möglichkeiten der Manipulation. Jane Feuer plädiert bei einer Auseinandersetzung mit Genreanalyse dafür, die spezifische Verwendung des Begriffes in den unterschiedlichen kulturellen Bereichen Literatur, Film und Fernsehen getrennt zu betrachten. In der Literatur verwendet man traditionell sehr allgemeine, breite Genredefinitionen wie Drama, Lyrik, Epik, Tragödie, Komödie und so weiter. Solche literarische Typen umspannen unterschiedlichste Werke sowie Kulturen und Jahrhunderte. Eine Klassifizierung, wie sie bei Literatur vorgenommen wird, ist für Film- oder Fernsehanalyse nicht zielführend. Während literarische Genres hauptsächlich von literaturtheoretischen Überlegungen abgeleitet werden, sind Film- und Fernsehgenres meist historisch geprägt. Bezeichnungen und Charakteristika der beiden Genres entstanden durch Verwendung und Anwendung in der Praxis von Industrie und Kritik gleichermaßen. (vgl. Feuer, 1992, S. 138-155)

Das bedeutet jedoch nicht, dass sich eine Fernsehanalyse nicht bestimmter Definitionen aus dem filmwissenschaftlichen Bereich bedienen kann, um sinnvolle Anhaltspunkte für eine Kategorisierung zu erhalten. So streicht beispielsweise Rick Altman besonders den prozesshaften Charakter eines Genres heraus, indem er sagt, dass die Veränderung innerhalb eines Genres in der Beziehung zwischen Marketing, Strategien der Produzenten und den Klassifikationen der jeweiligen Kritiker verhandelt wird. Eine derartige Perspektive macht Genre zu einem Nebenprodukt andauernder Prozesse und nicht zu einem Endprodukt, dessen Ursprung auf einen bestimmten Moment innerhalb der Geschichte zurückzuführen ist. (vgl. Altman, 1999, S. 54, 65)

In seinem Artikel „A Cultural Approach to Television Genre Theory“ argumentiert Jason Mittell, dass Genres kulturelle Kategorien sind, die die Grenzen der Formate, die ihnen zugeordnet werden können (*media texts*), überschreiten. Am spezifischen Beispiel des Mediums Fernsehen sieht Mittell Genres als etwas, das innerhalb von Gefügen wie Industrie, Publikum und kulturellen Praktiken operiert. Genres haben für all diese Gefüge eine Orientierungsfunktion. Sie helfen der Industrie bei der Produktion ihrer Formate. Die Sender selbst greifen auf sie zurück, wenn es um Ausdifferenzierung einer Corporate Identity geht und natürlich bei der Programmierung. Das Publikum wiederum orientiert sich an Genres, um unter anderem Fanpraktiken zu organisieren. Außerdem helfen Genres den Rezipierenden bei der Wahrnehmung persönlicher Präferenzen, bei Alltagsgesprächen sowie bei Sehgewohnheiten. Auch in der Wissenschaft werden Genres genutzt, um beispielsweise Projektthemen zu beschreiben. Alle diese Zugänge weisen Genretheorie als einen sinnvollen Zugang aus, um die vielfältigen Programminhalte des Fernsehens zu klassifizieren. Mittell arbeitet in seinem Artikel an einem kulturellen Ansatz hinsichtlich einer „Television Genre Theory“. (vgl. Mittell, 2001, S. 3)

Die meisten theoretischen Ansätze zu Genretheorie begreifen Genre primär als Text im Sinne einer semiotischen Analysepraktik. Mittell plädiert dafür, Genre zwar als eine Komponente eines Fernsehtextes aufzufassen, allerdings sind auch andere Faktoren wie beispielsweise Industrie, Publikum und Kultur maßgeblich für die Gesamtheit der Beschreibung mehrerer Formate. (vgl. Mittell, 2001, S. 4-5) Mediengenres sind ein Hilfskonstrukt, das sich herausgebildet hat, um eine Vielfalt an

medialen Angeboten besser strukturieren zu können. In ihrer Beschaffenheit sind sie aber nicht konstant, da ihre Grenzen oder Charakteristika nie endgültig ausdefiniert werden können, manchmal überschneiden sie sich auch. Genredefinitionen sind immer nur partiell und kontingent. Sie entstehen aus einem spezifischen kulturellen Kontext heraus. Um letztlich Genres als gewinnbringende Analysefaktoren verwenden zu können, ist es notwendig zu verstehen, wie sie innerhalb spezifischer Gegebenheiten anwendbar sind und wie sie als Teile größerer kultureller Systeme gesehen werden können. (vgl. Mittell, 2001, S. 16)

In diesem Sinne hat er fünf Praktiken einer Fernsehgenreanalyse ausgearbeitet, die als Ausgangspunkt einer weitergehenden wissenschaftlichen Auseinandersetzung auf dem Gebiet gedacht sind:

1. Genreanalyse sollte sich auf die besonderen Attribute des jeweiligen Mediums beziehen. Genredefinitionen einer Film- oder Literaturtheorie können nicht einfach auf Fernsehgenres übertragen werden. Die Unterschiede der Medien müssen ebenso wie ihre Gemeinsamkeiten berücksichtigt werden.
2. Genretheorie sollte die Balance zwischen Spezifizierung und Verallgemeinerung halten. Traditionelle Genretheorie tendierte dazu, detaillierte Gegebenheiten zu vernachlässigen und sich zu Verallgemeinerungen hinreißen zu lassen. Um dies zu vermeiden, schlägt Mittell zwei mögliche Herangehensweisen vor. Erstens, der Zugang über ein spezifisches Element hinsichtlich des Untersuchungsgegenstandes, zum Beispiel der Fokus auf einen historischen Wendepunkt (wie die Quizshow Skandale in den USA) oder die Konzentration auf einen sozialen Aspekt (wie die Repräsentation von Minderheiten in Sitcoms). Zweitens, die Annäherung über ein bestimmtes mediales Fallbeispiel und eine dahingehende Analyse, inwieweit Genreprozesse innerhalb der Gegebenheiten zu verstehen sind.
3. Genreentwicklungen sollten sich auch auf einen breiten Zugang stützen, der so viele Diskurse wie möglich einschließt. Aufschlüsse über die Beschaffenheiten eines Genres ergeben sich aus detaillierter Recherche und den kulturellen Ausprägungen seiner Definitionen, Interpretationen sowie Evaluationen.
4. Genres sollten als kulturelle Praktiken verstanden werden. Bevor man ideale Kategorien aufstellt, sollte man analysieren, wie Genres im alltäglichen Leben konstituiert sind und wie sie zum Tragen kommen.

5. Genres sollten als Teil größerer Systeme verstanden werden, die von kulturellen Hierarchien und Machtbeziehungen (*power relations*) geprägt sind. Indem man sich Genres als kontextuell geprägten diskursiven Prozess annähert, ist es möglich zu verstehen, wie diese innerhalb von gesellschaftlichen Machtkonstellationen existieren und wie sie auf einer kulturellen Ebene operieren. Diesem Zugang liegt der Foucaultsche Machtbegriff zugrunde, der nahe legt, dass Diskurse immer von Machtbeziehungen geprägt sind. (vgl. Mittell, 2001, S. 16-19)

(Genre-)Wissen kann also auch Macht bedeuten bzw. schaffen. Ursula Ganz-Blättler spricht auch von Genrewissen als Statussymbol. Sie definiert dieses Wissen als prozessierte Information, die sowohl als materielles als auch als symbolisches Gut begriffen werden kann. (vgl. Ganz-Blättler, 2000, S. 195) Der einzelne mediale Text ist immer Teil eines größeren Zusammenhangs anderer Texte bzw. Produkte. Da Reproduktion, Vervielfältigung und Verbreitung eine zentrale Rolle in Bezug auf Medienpraxis einnehmen, ist die Perspektive auf über das einzelne Produkt hinausgehende Einheiten in eine Betrachtung miteinzubeziehen. (vgl. Hickethier, 2003, S. 143)

Das bedeutet also, dass nicht der Text allein ein Genre definieren kann. Um ein bestimmtes Genre begreifen zu können, müssen die kontextualisierten Genrepraktiken, die rund um und durch die Genretexte entstehen und wirken, mitberücksichtigt werden. Anders gesagt, der Charakter eines Genres ergibt sich aus vielen verschiedenen Faktoren: erstens, was Publikum und Medienproduzenten über das Genre sagen; zweitens, welche Begriffe und Definitionen innerhalb von Genrekontexten zirkulieren; drittens, Intentionen der Produzenten_innen; viertens, Interpretationen des Publikums und fünftens, wie das Genre produziert und interpretiert wird. (vgl. Erjavec, Poler Kovačič, 2009, S. 149)

Jede Gattungsfrage ist mit einer gewissen Unsicherheit verbunden. Mithilfe von Genre- und Formatklassifikationen verwandelt das Publikum Unbekanntes in Bekanntes. Geht man davon aus, dass das Genre eine notwendige Kategorie für die Interpretation von Fernsehinhalten ist, so muss eine Gattungsfrage auch aus dem Blickwinkel der Rezeption gestellt werden. Diese kognitive Funktion von Genres als Streben nach Bedeutung und in weiterer Folge einer Steigerung von Weltwissen wirft die Frage auf, wie die Zuseher_innenschaft mit dem Angebot umgeht. François Jost

plädiert dafür, der auktorialen Intention des Publikums eine größere Bedeutung beizumessen, als dies bei Metz' Semiotik oder Genettes Erzähltheorie der Fall ist. (vgl. Jost, 2011, S. 19-20)

Eine wesentliche Komponente von Genres im Fernsehen ist also einerseits eine genaue Betrachtung derselben, andererseits ist es auch ein Spezifikum des Mediums, dass sich Genregrenzen und -konventionen stetig verändern sowie bewusst aufgelöst werden, um das Publikum an sich zu binden. Diese Notwendigkeit des Mediums, das Interesse und die Aufmerksamkeit einer Seher_innenschaft an sich zu binden, ist gleichzeitig Motor sowie Grund dafür, dass sich Genres kontinuierlich in einem Prozess der Weiterentwicklung befinden und nie trennscharf ausdefiniert werden können. (vgl. Kilborn, 2006, S. 69)

3.6.1. Das Genre der (politischen) Late-Night-Show

Das Genre der Talk-Show entstand in den 1950er Jahren in Amerika und war als lockeres Gespräch zwischen einem Gastgeber und einer Person des öffentlichen Lebens konzipiert. Es sollte in erster Linie als Gegenstück zur tagesaktuellen Berichterstattung der Nachrichten dienen. Das Fernsehgespräch übte immer schon eine starke Faszination auf das Publikum aus. Diese liegt unter anderem in der generischen Hybridität des Konzepts begründet. Sie bewegt sich zwischen einer Identität als medialem Infotainmentprodukt und der Zeugenschaft einer privaten Gesprächssituation. Deshalb sind Late-Night-Formate bei Politiker_innen vor allem in Wahlkampfzeiten beliebt. In derartigen Programmen können sie eine persönliche Seite von sich zeigen und gleichermaßen ihre politische Agenda auf subtile Weise platzieren. Den historischen Anfang als politischer Gast einer *political celebrity talk show* machte Ross Perot 1992 auf CNN bei „Larry King Live“, als er mitteilte, dass er sich vorstellen könne, für die Präsidentschaft zu kandidieren. (vgl. Molek-Kozakowska, 2013, S. 325-326)

Seit Bill Clinton, ebenfalls 1992, in „The Arsenio Hall Show“ das Saxophon spielend eine privatere Seite von sich zeigte, sind Besuche in Talkformaten, allen voran bei den großen Late-Night-Shows der amerikanischen Networks, fester Bestandteil des Wahlkampfterminplans eines/einer US-Politikers/Politikerin geworden. Politik und Unterhaltung sind also innerhalb des Genres der Late-Night-Shows eng miteinander verbunden. Was die inhaltliche Ausprägung und Fokussierung betrifft, gibt es

allerdings von Format zu Format Unterschiede. (vgl. Parkin, 2010, S. 3) Wie schwierig es ist, klare Genregrenzen zu ziehen, zeigt Jane Feuer beispielhaft am Begriff der *soap opera*. Während britische Formate eher als *social realism* bezeichnet werden könnten, haben amerikanische Vertreter des Genres, wie zum Beispiel „Dallas“, die melodramatischen Elemente gänzlich anders interpretiert. Daraus ergibt sich, dass es möglich ist, wiederkehrende serielle formale Elemente als Genrecharakteristikum zu beschreiben, welche dann unter dem Terminus *soap opera* subsummiert werden. Gleichzeitig können die jeweiligen Formate in ihrer Herangehensweise sowie ihrem Inhalt grundlegend unterschiedlich sein. Ähnlich verhält es sich auch bei den Formaten „The Daily Show with Jon Stewart“ und „The Colbert Report“. Daraus ergibt sich die Frage, welche Bedeutung man einem Genrebegriff beimisst und aufgrund welcher Faktoren man eine Einteilung begründet. Wie bereits erwähnt, sind Fernsehgenres keine statischen Gebilde, sondern stetiger Veränderung unterzogen. Das liegt zum einen an der Tatsache, dass sich das Medium selbst immer weiter verändert und neu definiert. Zum anderen sind Genrebegründungen von den Interessen seiner jeweiligen Nutzer_innen abhängig. (vgl. Feuer, 1992, S. 140-141)

Die Bezeichnung Late-Night-Show wird für die meisten Formate einer bestimmten Sendezeit in der amerikanischen Fernsehlandschaft synonym verwendet. Grundsätzlich beinhalten Formate dieses Genres Elemente aus den Bereichen Comedy- und Talk-Show. (vgl. Knop, 2007, S. 85) Berühmte Vertreter des Genres sind unter anderem „The Tonight Show“ (NBC), „The Late Show“ (CBS), „Jimmy Kimmel Live!“ (ABC) oder „The Late Late Show“ (CBS). Einige davon ähneln sich stark, andere wiederum, wie „The Daily Show“ und „The Colbert Report“, weisen größere Unterschiede bei der Gestaltung sowie der Aufarbeitung und Schwerpunkte ihrer Inhalte auf. Die klassische Late-Night-Show lebt vom Charisma und Charme des Gastgebers, welcher auch bereits im Titel der Sendung genannt wird. Es gibt neben dem *host* meist noch einen *co-host* sowie einen Bandleader, mit denen oft das Zwiegespräch innerhalb der Sendung gesucht wird. Late-Night-Talk lebt von seiner starken Segmentierung. Der typische Aufbau einer Sendung beinhaltet zunächst den Eröffnungsmonolog, der in seiner Aufmachung an Stand-Up-Comedy anknüpft. Er steht immer am Beginn der Sendung und konzentriert sich inhaltlich auf tagesaktuelle (Medien-)Ereignisse. (vgl. Knop, 2007, S. 85)

Der Hauptteil besteht aus Sketchen, Einspieln, Musikperformances usw. Am Ende einer Sendung steht der Interviewteil mit prominenten Gästen. Meist haben die einzelnen Formate charakteristische Segmente entwickelt, die immer wiederkehren und zur Ausprägung des Images der Sendung beitragen. Beispiele dafür sind „Mean Tweets“ bei „Jimmy Kimmel Live!“ oder „Lip Sync Battle“ bei „The Tonight Show with Jimmy Fallon“. Oft werden die prominenten Gäste auch in einzelne Segmente integriert und es findet eine Vermischung von Interviewteil und Hauptteil statt. Ziel ist, wie beim Frühstücksfernsehen auch, die Ritualisierung des Alltags. (vgl. Jones, 2009, S. 17-18) Ein gemeinsamer Faktor aller Formate, der sich auch in der Genrebezeichnung wiederfindet, ist die bereits angesprochene Sendezeit. Sie werden meist erst ab 22.30 Uhr ausgestrahlt. Auch die Forschung bezieht sich bei einer Klassifikation oft auf die Tatsache, dass alle genannten Formate zu bestimmten Zeiten im Programm laufen. Young und Russel (2006) verwenden in ihrer Studie zum Zusammenhang von Nachrichtenkonsum unter *Late-Night Comedy Viewers* eben diesen Genrebegriff flächendeckend. Sie differenzieren des Weiteren auch das Publikum der Formate nicht und sprechen allgemein von *late-night audience*.

Ein weiterer spannender Aspekt ist, dass die beiden Formate „The Colbert Report“ und „The Daily Show“ auf dem Kabelsender *Comedy Central* ausgestrahlt werden, während klassische Late-Night-Shows immer noch mehrheitlich die Domäne der großen Networks zu sein scheinen. Daraus lässt sich vermuten, dass es sich um eine bewusst andere Positionierung des Programms von *Comedy Central* handelt, um sich innerhalb des Genres der Late-Night-Shows in der Branche zu messen. Außerdem werden die beiden Formate als Nachrichtenparodien vermarktet und somit die Möglichkeiten des Genres innerhalb der Formate neu interpretiert. (vgl. Parkin, 2010, S. 15)

Klassische Late-Night-Formate zielen nicht darauf ab, kontroverse Inhalte zu produzieren oder radikale Kritik zu üben. Sie wollen ihr Publikum eher unterhalten als intellektuell herausfordern. Das unterscheidet sie von „The Daily Show“ und „The Colbert Report“. Als Nachrichtenparodien konzipiert, ist ihre Ausrichtung auf politische Satire eine gänzlich andere. (vgl. Jones, 2009, S. 18) Baym und Jones sprechen von Nachrichten als dem meist parodierten Genre im Fernsehen. Dies liegt zunächst an der Tatsache, dass Nachrichten allgegenwärtiger Teil des Programms von Medien weltweit sind. Weiters sind sie zu einem zentralen Bestandteil des

öffentlichen Lebens geworden. Somit ist auch die Zirkulation von Information und Möglichkeit der Teilhabe am Diskurs grundlegende Voraussetzung für demokratische Praxis. Gleichzeitig sind die Nachrichten aber ebenso ein Produkt der Macht. (vgl. Baym, Jones, 2012, S. 3-4)

„It always asserts the epistemological privilege of claiming 'the way it is' and offers those in positions of power, both political and economic, an authoritative platform for the shaping of public perceptions.“ (Baym, Jones, 2012, S. 3-4)

Satire funktioniert in diesem Zusammenhang als Infragestellung der „Wahrheit“, die von den angesprochenen machtvollen Kommunikatoren ausgeht. Obwohl die Mediensysteme global gesehen starke Unterschiede aufweisen, gibt es überall auf der Welt satirische Formate, die die jeweiligen nationalen oder regionalen Nachrichten parodieren. Wie sie das tun, hängt von den vorherrschenden politischen Gegebenheiten und kulturellen Kontexten ab. Am Beispiel Late-Night-Show wird klar, wie Genrebegriffe funktionieren. Einerseits werden sie verwendet, um Ähnliches zu kategorisieren. Sie sind rhetorisches, pragmatisches und analytisches Konstrukt. Andererseits verändern sich Genregrenzen durch die jeweiligen Formate auch „aus sich selbst heraus“. Um also sinnvoll mit Genrebegriffen arbeiten zu können, braucht es eine konkrete Vorstellung dessen, wozu sie dienen sollen. Gleichzeitig muss in Betracht gezogen werden, dass Genres nur dann funktionieren, wenn das Abweichen von Konventionen und Strukturen nicht den sofortigen Ausschluss bedeutet. Diese Dialektik von Offen- und Geschlossenheit unterscheidet Genres vom Formatbegriff. (vgl. Baym, Jones, 2012, S. 3-4)

3.7. Der Formatbegriff im Fernsehen

Neben dem Genrebegriff hat sich der des Formats durchgesetzt. Im Unterschied zum Genrebegriff wird mit Format meist auch die spezifisch kommerzielle Ausgestaltung und lizenzgebundene Festlegung von Produktionsformen verstanden. Gerd Hallenberger bringt den Terminus Format mit der Idee der seriellen Sendung in Verbindung und beschreibt es als „globalen Markenartikel“. Er definiert in Bezug auf Unterhaltungssendungen im Fernsehen drei grobe Kategorien einer möglichen Klassifikation: erstens, fiktionale Formate, wie Serien, in denen Schauspieler innerhalb einer diegetischen Welt als Rollenträger fungieren; zweitens spricht er von non-fiktionalen Unterhaltungsangeboten, in denen (mediale) Realität inszeniert wird. Diese Formate werden unter dem Begriff „Show“ zusammengefasst. Weitere grobe

Ausdifferenzierungen sind „Musik-Show“, „Game-Show“ und „Talk-Show“. Zu letzterer Kategorie sind klassische Late-Night-Formate zu zählen. Drittens nennt er noch den Bereich Sport. (Hallenberger, 2013, S. 118-119) Gerd Hallenberger spricht bei intentionalen Unterhaltungsformaten von einer „Systematisierung von Ähnlichkeit und Differenz“. (Hallenberger, 2013, S. 129) Dieses Wechsel- und Spannungsverhältnis macht er an drei Gründen fest. Erstens, Serialisierung als Antwort auf die Lebensgewohnheiten des Fernsehpublikums: Sie bedingt, dass es das Format in regelmäßigen Abständen und einem Schema folgend geben muss, aber gleichzeitig eine Abwandlung des bereits Bekannten geboten werden soll. Zweitens, Genrekonzepte als Orientierung für die Zuschauer_innen: Jedes Format fügt sich in bestimmte Genregegebenheiten ein. Es wird Neues unter Berücksichtigung existierender Konventionen produziert. Durch die Verbindung von Vertrautem und Neuem entsteht ein dialektisches Verhältnis von Ähnlichkeit und Differenz. Drittens: Unterhaltungsformate sollen möglichst Länder und Sprachraum übergreifende Angebotsmuster enthalten. Dieser Punkt bezieht sich vor allem auf die Wertigkeit des Produkts im internationalen Formathandel. (vgl. Hallenberger, 2013, S. 129)

Das Genre kann als fortdauernde Variation von einem oder mehreren Grundmustern gesehen werden. Das Format hingegen ist in seiner Ausgestaltung konkret und wird auch erst dann zum jeweiligen Format, wenn das Konzept genau umgesetzt ist. Während der Genrebegriff weiter ausgelegt wird, ohne klar zu ziehende Grenzen, ist ein Format dazu konzipiert, spezifisch definiert zu werden, nicht zuletzt, weil es auch marktfähig sein soll. Dennoch ist der Formatbegriff nicht immer einfach zu definieren, da er auch Teil des allgemeinen Sprachgebrauchs ist und in unterschiedlichsten Kontexten verwendet wird. Es kommt auf den jeweiligen Schwerpunkt an, unter dem der Begriff gebraucht wird. (vgl. Hickethier, 2003, S. 152-153)

Eine medienwissenschaftliche Perspektive auf Formate streicht die charakteristischen Elemente einer seriellen Sendung heraus. Dies wäre im internationalen Formathandel eine nur bedingt brauchbare Definition. Hier ist eher die Gesamtheit eines Konzepts von Interesse, das sogenannte „know-how package“. Darunter fallen die Idee, das Konzept, die Materialien für die Umsetzung sowie Reproduktion und Marketing des Originals. Ein Format zeichnet sich durch unveränderliche und spezifische Merkmale aus. Die Merkmale selbst besitzen noch

keine kulturelle Identität. Sie sind als Schablone bzw. Vorbild oder Anleitung für die jeweilige Umsetzung zu verstehen. Erst in einem nationalen Kontext ist das Format dann sowohl ein kulturelles Produkt als auch ein ökonomisches Gut. (vgl. Lantzsch, 2008, S. 166) In der vorliegenden Arbeit soll das Format als spezifisches, ästhetisches, aber auch ökonomisches Produkt begriffen werden, das als Teil eines Genres innerhalb der Medienlandschaft Relevanz hat.

3.7.1. Politische Satire in TV-Formaten: Bezeichnungen, Funktionen und Konnotationen

Im Bereich der Forschung zum Thema politische Satireformate im amerikanischen Fernsehen kommen unterschiedliche Bezeichnungen zum Einsatz. Es ist wesentlich, sich mit den verschiedenen gebrauchten Termini auseinanderzusetzen, da sie unterschiedliche Bedeutungsschwerpunkte hervorheben können. Niven, Lichter und Amundson (2003) und Arpan et al. (2011) sprechen von *late-night comedy program* oder *late night comedy show*. In ihren Studien verwenden sie den Begriff synonym für Formate von Jay Leno, David Letterman und Jon Stewart. Baumgartner und Morris (2006) sprechen in Anlehnung an Baum (2003) von *soft news*. Diese Definition inkludiert diverse Typen von Formaten wie zum Beispiel Infotainmentformate der großen Networks oder Kabelsender, sogenannte *daytime talk shows* und eben auch *late-night talk shows*. Auch Brewer und Marquardt (2007) sprechen von *soft news media* und *political comedy show*, aber sie legen den Fokus auf den Begriff des *mock news program* oder *fake news program*, wie Jon Stewart sein Format „The Daily Show“ selbst bezeichnet. Ein derartiger Begriff hebt gezielt die Besonderheit des Formats hervor und beschreibt gleichzeitig schon den Zweck bzw. den Inhalt desselben. Baym und Jones (2012) verwenden *televised political satire* oder *news parody*. Während bei einem Begriff wie *news parody* die Nachrichten direkt genannt werden, drückt *televised political satire* eine allgemeinere Vorstellung aus. Bei diesem Terminus wird allerdings der politische Aspekt der Satire betont.

Hoffman und Young (2011) heben in ihrer Studie zu Satire und deren Wirkung auf politische Partizipation den Mangel an Differenzierung bei der Bezeichnung der verschiedenen Formate hervor:

„However, because these authors did not differentiate among types of political entertainment, it is difficult to assess whether the effects were for both satire or parody and late-night comedy or perhaps just one of these.“ (Hoffman, Young, 2011, S. 161)

Es wird eine direkte Verbindung zwischen der Notwendigkeit akkurater Gegenstandsdefinition und Validität bei der Interpretation der Forschungsergebnisse gezogen. Sie definieren Formate wie „The Daily Show“ und „The Colbert Report“ als Satire und Parodie (*satire and parody*) und differenzieren sie von traditioneller *late-night comedy*, die sich an Pointen orientiert. Der Unterschied, so die Hypothese, sei nicht nur formaler und inhaltlicher Natur, sondern auch am Grad möglicher Effekte auf Faktoren wie Partizipation messbar. (vgl. Hoffman, Young, 2011, S. 159)

Hoffman und Young schlagen vor, zwei Typen von politischer Unterhaltung zu differenzieren: erstens, *late-night comedy* (wie „The Late Show“ oder „The Tonight Show“), und zweitens, politische Satire oder Parodie (*political satire or parody* wie „The Daily Show“ und „The Colbert Report“). Eine weitere ähnliche Möglichkeit der Differenzierung bietet Balmas (2014). Sie unterscheidet *late-night talk shows* und *satirical news programs*, welche sie dem *fake news genre* zuordnet. Dabei stützen sich beide Arbeiten unter anderem auf Lance Holberts (2005) Typologie der Erforschung von Unterhaltungsfernsehen und Politik. (*A Typology for the Study of Entertainment Television and Politics*) Zu diesem Zweck hat er eine neunteilige Typologie entwickelt, die dabei helfen soll, etwaige Verbindungen zwischen den verschiedenen Forschungsvorhaben zum Thema sichtbar zu machen. (siehe Abb. 2)

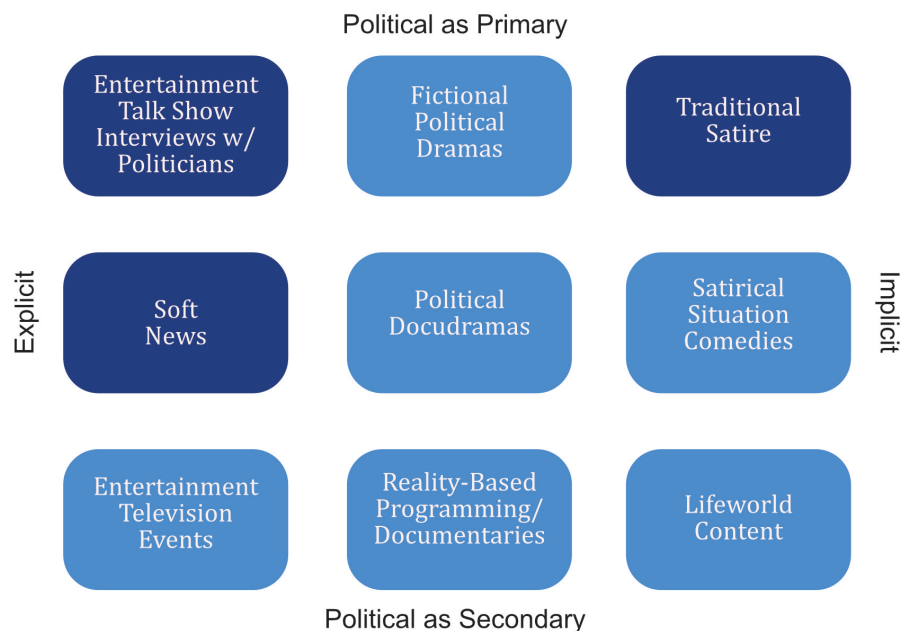


Abb. 2: eigene Darstellung nach Holbert, 2005

Für das Erkenntnisinteresse sind die Bereiche *Traditional Satire*, *Entertainment Talk Show* und *Soft News* von Interesse. Mit *Traditional Satire* meint Holbert Formate, bei denen einerseits das Hauptaugenmerk auf der Präsentation politisch-satirischer Inhalte liegt, wie bei „The Daily Show“, die er als Vertreter des *fake news genre* nennt. Hier nennt Holbert die Eröffnungsmonologe klassischer Late-Night-Formate wie „The Tonight Show“ als Beispiel. Unter *Entertainment Talk Show/Interviews with Politicians* fallen ebenfalls die Formate „The Daily Show“ und „The Colbert Report“, weil sie Politiker_innen in diesen Segmenten erlauben, ihre Botschaften in einem Setting der Unterhaltung zu präsentieren. Wesentlich hierbei ist, dass solche Formate dadurch zu einem relevanten Teil des öffentlichen Diskurses geworden sind. Beim Begriff *Soft News* stützt sich Holbert ebenfalls auf empirische Studien von Baum (2003). Diese haben klar gemacht, dass Themen, die speziell vor der Entstehung von Formaten wie „The Daily Show“ und „The Colbert Report“ den klassischen Nachrichtenformaten vorbehalten waren, nun auch in Unterhaltungssendungen besprochen werden. Dies hat wiederum Einfluss auf die öffentliche Meinung. (vgl. Holbert, 2005, S. 445,447)

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass auch bei der Forschung zum Thema der Genre- und Formatgedanke nicht immer trennscharf ausgeführt wird. Man könnte beispielsweise, wie Brewer und Marquardt (2007) anmerken, von der Untersuchung von *soft news media* im Allgemeinen (z.B.: Baum, 2003; Holbert, 2005; Niven, Lichter, Amundson, 2003) sowie *political comedy shows* im Speziellen (z.B.: Baumgartner & Morris, 2006; Baym, 2005) sprechen. Es wird oft induktiv vorgegangen, um anhand einzelner Beispiele auf das Mediensystem und seine Wirkungen schließen zu können. Oder, besser gesagt, um Annahmen anhand konkreter Beispiele nochmals zu überprüfen bzw. zu untermauern. Für das Erkenntnisinteresse kann dies ein Hinweis sein, dass einzelne Formate nicht getrennt von ihrer Genrezugehörigkeit sowie ihrer Einbettung innerhalb des Mediensystems betrachtet werden können. Oder, wie auch Holbert anmerkt: „(...) no one content type in the typology functions in a vacuum.“ (Holbert, 2005, S. 448)

Es existiert also ein uneinheitliches Vorgehen, was die Bezeichnung und Klassifikation der verschiedenen Formate betrifft. Ein gemeinsamer Nenner aller zitierten Studien ist allerdings, dass alle genannten Formate dem Genre Late-Night-Show zugerechnet werden.

Die folgende Grafik soll dennoch verdeutlichen, dass eine nochmalige Differenzierung klassischer Late-Night-Formate und politischer Satireformate sinnvoll ist.

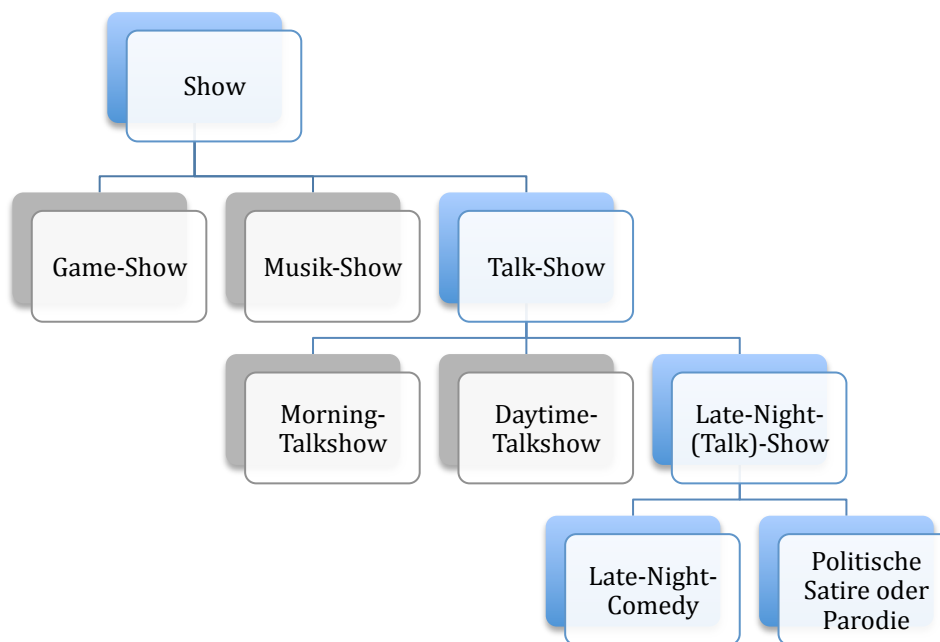


Abb. 3.: eigene Darstellung nach: Hallenberger, 2013; Jones, 2009; Hoffman, Young, 2011

In der vorliegenden Arbeit wird also folgende Differenzierung vorgenommen: Die Formate „The Daily Show with Jon Stewart“ und „The Colbert Report“ werden als politische Satireformate verstanden, die zur Gruppe der Late-Night-Shows zu zählen sind, sich aber von anderen Formaten des Genres unterscheiden. Diese werden unter der Kategorie Late-Night-Comedy zusammengefasst. Durch die dargelegte Unterscheidung soll auch begrifflich klar ausgewiesen werden, dass die Formate sowohl inhaltlich als auch formal zu unterscheiden sind und nicht unter demselben Terminus gefasst werden können. Gleichzeitig trägt die Klassifizierung der Formate unter dem Genrebegriff Late-Night-Show dem Umstand Rechnung, dass die Formate zu einer bestimmten Gruppe kultureller Produkte zu zählen sind und somit Gemeinsamkeiten eines etablierten Genres aufweisen. „The Colbert Report“ und „The Daily Show“ werden also hinsichtlich ihrer format- und genrespezifischen Elemente analysiert, unter Berücksichtigung der bereits erwähnten Konzepte von Kultur, Identität und Macht.

Ein wichtiges Element bei der Analyse politischer Satireformate sind politische Ökonomien. Wie politische Satire funktionieren kann und unter welchen Bedingungen sie letztlich produziert wird, hängt zu einem wesentlichen Teil von den politisch-ökonomischen Verhältnissen ab, denen sie unterliegt. Während die großen Fernsehanstalten meist das seriöse und vertrauenswürdige Nachrichtenprogramm gestalten, bieten Satireformate auch Kabelsendern die Möglichkeit, dem Publikum politisch relevantes Programm zu bieten. In den Vereinigten Staaten beispielsweise haben die Formate „The Colbert Report“ und „The Daily Show“ dem Sender *Comedy Central* geholfen, sein ökonomisches Standing zu verbessern, was wiederum den Marktwert der Muttergesellschaft „Viacom“ steigerte. Politische Kritik kann also auch auf einer marktwirtschaftlichen Ebene von Bedeutung sein, indem sie den Unternehmen die Möglichkeit gibt, durch Branding und Image werberelevante Zielgruppen anzusprechen und so wettbewerbsfähig gegenüber staatlichem Fernsehen und großen Networks zu werden. Dieser Umstand bietet Produzent_innen von kritischen, politischen und satirischen Inhalten eine Möglichkeit, sich auf kultureller Ebene zu legitimieren. Ein wesentliches Verkaufsargument in diesem Fall ist die Abgrenzung von klassischen Nachrichtenformaten. Sie wird anhand rhetorischer und gestalterischer Techniken politischer Satire betrieben, die Information und Unterhaltung miteinander verbindet. (vgl. Baym; Jones, 2012, S. 8-9)

„At its sharpest, however, parody is an increasingly significant form of cultural and political resistance. The power of parody lies in its ability to turn hegemonic discourses upon themselves.“ (Baym, Jones, 2012, S. 11)

Eine zentrale Frage ist also auch, ob politische Satireformate eine eigene Agenda haben und diese verfolgen sollen oder überhaupt dürfen. Hier muss man einmal mehr die Frage nach Machtverhältnissen ansetzen. Wesentlich ist, dass Parodie eine besondere Strategie des Widerstandes wählt, indem sie sich den Gegenstand der Kritik zu eigen macht und ihn so gegen sich selbst wendet. Diese Überidentifikation ist eine Möglichkeit, traditionelle Interpretationsrahmen zu sprengen und Dinge sichtbar zu machen, die sich sonst hinter der Form verstecken. (vgl. Baym, Jones, 2012, S. 11)

Das Wecken von politischem Interesse, insbesondere bei jungem Publikum, ist eine weitere demokratiepolitische Funktion von Satire. Als Vermittlungsinstanz zwischen Öffentlichkeit und Regierung kann der Wunsch nach Teilhabe am öffentlichen Diskurs

und das bewusste Auseinandersetzen mit der politischen Realität gefördert werden. Außerdem kann politische Satire eine Kontrollfunktion ausüben. Ob und wie politische Satireformate tatsächlich Wahlen oder Gesetzgebung beeinflussen können, wird im Forschungsstand (Kapitel 4) näher beleuchtet. (vgl. Baym, Jones, 2012, S. 10)

4. FORSCHUNGSSTAND

Jeder wissenschaftlichen Annäherung zum Thema politischer Satire in Fernsehformaten liegen in unterschiedlicher Ausprägung die Konzepte von Kultur, Macht und Identität zu Grunde. Egal, ob es Wirkungsforschung ist, die nach dem Einfluss bestimmter Formate auf politische Bildung, Wahlverhalten oder Einstellungen von Individuen oder Gruppen fragt. Ob man durch Inhaltsanalysen die Gegenstände nach Themen untersucht und dadurch Antworten auf die Beschaffenheit und Struktur der Formate bekommen möchte. Oder ob man durch Experimente die Unterschiede zwischen Konsument_innen und Nicht-Konsument_innen politischer Satireformate bzw. Late-Night-Shows in Bezug auf politisches Interesse und Handlungsmacht erforscht. Andere Studien befassen sich mit der Auswirkung von politischer Satire auf politische Einstellungen und Sichtweisen. (Young, Tisinger, 2006; Baumgartner, Morris, 2006; Arpan et al., 2011; Boukes et al., 2015; Lee, Kwak, 2014)

Lance Holbert argumentiert, dass es vier wesentliche Perspektiven in der Erforschung des Feldes des politischen Entertainments in den Medien gibt. Erstens ist es notwendig bei der Betrachtung über spezifische ergebnisorientierte wissenschaftliche Agenden hinauszugehen. Zweitens stellt sich immer die Frage, was letztlich alles als politisches Entertainment verstanden werden kann. Drittens ist es wichtig, starke empirische sowie Cultural Studies Ansätze gleichermaßen miteinzubeziehen. Und viertens sollten theoretische Traditionen herangezogen werden, die es ermöglichen, stichhaltige Lösungsansätze für die Forschung zu liefern. (vgl. Holbert, 2014, S. 303)

Ein großer Teil der Forschung beschäftigt sich mit der Wirkung bestimmter Formen von medialer Fernsehunterhaltung. Es geht darum, herauszufinden, welchen Einfluss Fernsehen bzw. konkrete Formate auf das Verhalten und die Meinung seiner Seher_innen haben können. Lance Holbert (2013) schlägt unter anderem einen

normativen empirischen Zugang zu politischer Satire vor. Die Fähigkeit politischer Satire, positive normative demokratische Effekte zu erzielen, untersucht er anhand dreier in Konkurrenz stehender Demokratietheorien: Republikanismus, Pluralismus und Elitismus. In seiner Argumentation hebt er hervor, wie wichtig es ist, dass sich auch empirische Forschung innerhalb normativer Theorien verortet und anerkennt, dass jede Annahme über die Beschaffenheit oder Qualität von politischer Satire innerhalb eines ideologisch aufgeladenen Gefüges gemacht wird. (vgl. Holbert, 2013, S. 317)

4.1. *Soft news media* – Inhalte und Wirkungen

Von besonderer Bedeutung für Forschung, Politik und medialen Diskurs gleichermaßen ist die Frage nach einer möglichen direkten oder indirekten Beeinflussung des Wahlverhaltens von Bürger_innen. In diesem Kontext werden besonders oft die Formate „The Colbert Report“ und „The Daily Show“ herangezogen, da sie dezidiert politische Satire betreiben und immer wieder tagespolitische Themen aufgreifen und kritisch kommentieren. Viele Studien befassen sich also mit der konkreten Frage des Einflusses von *fake news programs*, also Nachrichtenparodien. Oft werden sie auch als *soft news media* (Baum, 2003; Holbert, 2005; Brewer, Marquardt, 2007) bezeichnet, worunter Late-Night-Programme im Allgemeinen und auch *entertainment news shows* fallen, also Formate, die ihren Fokus auf Unterhaltung legen und auch als „Infotainment“ bezeichnet werden können. (vgl. Brewer, Marquardt, 2007, S. 250)

Brewer und Marquardt (2007) fanden in einer Inhaltsanalyse von „The Daily Show“ heraus, dass mehr als die Hälfte der Themen der Sendungen sich mit Tagespolitik oder Weltgeschehen auseinandersetzten. Derartige Studien zu *soft news media* legen nahe, dass Formate, die Unterhaltung und Information auf satirische, humorvolle Weise miteinander verbinden, bedeutenden Einfluss darauf haben könnten, was ihr Publikum, im Hinblick auf gesellschaftspolitische Themen, denkt, weiß und tut. Allerdings muss dabei immer berücksichtigt werden, welche Themen und Inhalte tatsächlich präsentiert werden und nicht nur wie viele. (vgl. Brewer, Marquardt, 2007, S. 252)

Niven, Lichter und Amundson (2003) näherten sich der Frage nach politischen Inhalten in Late-Night-Shows über eine Inhaltsanalyse der Witze innerhalb der Eröffnungsmonologe. Sie fanden heraus, dass besonders klassische Late-Night-Comedy sich auf die bekannten politischen Akteur_innen der ersten Reihe konzentriert und selten tiefer in die Materie gegangen wird. Ausgehend von ihren Ergebnissen plädieren auch sie dafür, die Bedeutung derartiger Formate für den öffentlichen Diskurs nicht zu unterschätzen. Diese Argumentation machen sie zum einen an der großen Anzahl politischer Witze und Inhalte, die in Late-Night-Shows zum Ausdruck gebracht werden, fest. Zum anderen erwähnen sie auch die unvergleichbar höhere Menge an Sendezeit in Late-Night-Formaten, die letztlich den Kandidat_innen selbst zur Verfügung steht, um sich zu präsentieren. Dadurch sei es wichtig die Wirkung von *late night comedy* besonders in Bezug auf die Wahrnehmung von Politiker_innen durch das Publikum in den Fokus der Forschung zu stellen. (vgl. Niven, Lichter, Amundson, 2003, S. 130-131)

4.2. Seher_innenmotivationen und ihre Auswirkungen

Einen weiteren Schwerpunkt innerhalb des Forschungsgebiets bildet die Publikumsforschung. Young und Tisinger (2006) testeten zwei verbreitete Annahmen zum Publikum von Late-Night-Formaten. Erstens, speziell junges Publikum konsumiere Late-Night-Shows an Stelle von Nachrichtenprogrammen. Und zweitens, dieses Publikum sei homogen und in seiner Zusammensetzung sehr stabil. Sie fanden heraus, dass die Zuseher_innen von Late-Night-Programmen diese Formate nicht als exklusive Nachrichtenquelle nutzen, sondern als Ergänzung zu traditioneller Berichterstattung. Außerdem streichen sie heraus, dass Konsument_innen von Late-Night-Comedy eher lokale Nachrichten sehen, während sich „The Daily Show“ Seher_innen auch über Kabel und *National Public Radio* informieren. Besonders interessant ist, dass „The Daily Show“ anderen Mustern politischer Information folgt, als dies klassische Late-Night-Comedy tut. „The Daily Show“ als Satireformat funktioniert in erster Linie als politisches Format. Die Problematik der Kategorisierung des Formats spiegelt sich auch in der Berichterstattung von Nachrichten über „The Daily Show“ wider, was sich an der Diskussion zur Frage, ob politische Satireformate als Journalismus bzw. legitime politische Informationsquelle gesehen werden können, festmachen lässt. (vgl. Young, Tisinger, 2006, S. 129-130)

Daran anschließend haben Arpan et al. (2011) Publikumswahrnehmung von Late-Night-Shows und Nachrichtenprogrammen verglichen. Sie wollten die Wahrnehmung eines möglichen Bias bezüglich politischer Inhalte in Late-Night-Shows erforschen, um zu verstehen, wie derartige Formate das Lernen bzw. das Verständnis des öffentlichen Diskurses und demokratischer Partizipation beeinflussen. (vgl. Arpan et al., 2011, S. 159) Außerdem integrierte Young (2013) in einer anderen Studie den *Uses and Gratifications Approach* in die Debatte um die Erforschung von politischem Humor, um die Gründe zu verstehen, warum Formate wie „The Daily Show“ und „The Colbert Report“ sich bei manchen so großer Beliebtheit erfreuen und bei anderen nicht. Er fand heraus, dass die Gründe, warum ein Publikum sich für die beiden Formate begeistern kann, ganz unterschiedlicher Natur sind. (Spaß, Unterhaltung, Bildung, Nachrichtenthemen sind spannender gestaltet, Kontext und Backgroundinformationen). Außerdem kam heraus, dass bestimmte Seher_innenmotivationen zusammen auftreten, wie zum Beispiel Humor und Bildungsfunktion. Des Weiteren lassen die Ergebnisse darauf schließen, dass sich das junge Publikum von „The Daily Show“ und „The Colbert Report“ der Hybridität der Formatcharakter bewusst ist. Dies zeigt sich unter anderem daran, dass angegeben wurde, dass die Shows sowohl zur Unterhaltung als auch als Informationsquellen konsumiert werden. (vgl. Young, 2013, S. 165)

Diese Schlussfolgerungen decken sich auch mit den Ergebnissen von Arpan et al. Auch sie gaben an, dass bei jungen Zuseher_innen, obwohl sie politische Informationen über Late-Night-Shows beziehen, das Bewusstsein des satirischen bzw. komischen Kontextes der präferierten Formate gegeben sei. Das habe zur Folge, dass sie nicht notwendigerweise so glaubwürdig wie traditionelle Nachrichten eingestuft würden. (vgl. Arpan et al., 2011, S. 168) In beiden Studien ist herauszulesen, dass der Konsum von politischen Satireformaten jedenfalls behaupten lässt, dass ein größeres politisches Interesse gegeben ist, als bei einem Publikum, das sich nicht für diese Art von Fernsehprogramm interessiert. Ein derartiger Ansatz lässt sich mit Baums (2003) Ergebnissen verbinden, die besagen, dass der Konsum von *soft news media* als eine Art Verbindungselement zu traditioneller Berichterstattung gesehen werden kann, obwohl die erste Motivation des Konsums meist der Unterhaltungs- und nicht der Informationsfaktor darstellt. (vgl. Baum, 2003, S. 187)

Die Problematik der Kategorisierung im Spannungsfeld von Information und Unterhaltung nahm Feldman (2013) zum Anlass ihrer Studie auf Basis des *Uses and Gratifications Approach* über einen möglichen politischen Lerneffekt von „The Daily Show“. Sie stützt sich auf die Annahme, dass die Unterscheidung in Information oder Unterhaltung einen Einfluss auf die Tragweite eines Lerneffektes haben könnte. Ihre Hypothese lautet, dass ein Publikum, das „The Daily Show“ als Nachrichtenquelle oder eine Mischung aus Information und Unterhaltung sieht, die dargebotenen Inhalte mit mehr intellektuellem Aufwand verarbeitet. Außerdem nimmt sie an, dass diese Art der Informationsverarbeitung den Lerneffekt indirekt erhöht. (vgl. Feldman, 2013, S. 591) Obwohl sie selbst anmerkt, dass ihr Sample keinesfalls als repräsentativ für die amerikanische Bevölkerung gesehen werden kann, weisen ihre Ergebnisse darauf hin, dass die Einstellung des Publikums zu „The Daily Show“ einen Einfluss darauf hat, wie groß der Lerneffekt beim Konsum des Formats sein kann. In Bezug auf das Forschungsinteresse ist relevant, dass der Einfluss von politischer Kommunikation, in diesem Fall in Form von Satire, nicht ausschließlich ein Attribut der Medien selbst zu sein scheint. Er hängt auch von den Erwartungen, kulturellem Verständnis sowie der Seher_innenmotivation eines Individuums ab. (vgl. Feldman, 2013, S. 603-605)

Baumgartner und Morris (2006) führten ein kontrolliertes Experiment (*controlled experiment*) mit Universitätsstudent_innen durch. Dabei wurde gemessen, ob sich der Konsum von „The Daily Show“ auf ihre Meinung bezüglich politischer Akteur_innen auswirkt. Sie konnten die Hypothese bestätigen, dass *soft news* zu einer Beteiligung am demokratischen Diskurs beiträgt. (Baum, 2003) Im Speziellen heben sie hervor, dass die Effekte auf politische Handlungsmacht (*political efficacy*) dispers sind. Einerseits sank das Vertrauen in Medien und Politik bei Konsument_innen des Formats. Einen möglichen Grund machen die Autoren an Jon Stewarts Herangehensweise, die Absurditäten des politischen Alltags herauszustreichen, fest. Andererseits kam heraus, dass Jon Stewart seinem Publikum gerade durch diesen Blickwinkel, das Gefühl gibt das hochkomplex und undurchschaubar anmutende politische System sei zu verstehen. (vgl. Baumgartner, Morris, 2006, S. 362)

Brewer, Young und Morreale (2013) untersuchten in einem ähnlichen Experiment wie Baumgartner und Morris die Effekte von Berichterstattung über Stephen Colberts

„Super PAC“². Sie wollten herausfinden, inwiefern sich Wissen und Meinungen über das politische System der USA bei jungem Publikum unterscheiden, je nachdem ob man „The Colbert Report“ konsumiert oder nicht. Sie sprechen von einem breiteren mediatisierten Prozess, der die neuen nicht-traditionellen Formen von politischer Information umgebe, und den es in die Forschung mit einzubeziehen gelte. Ihre Ergebnisse legen nahe, dass politische Satire sowohl zum Verständnis politischer Inhalte bei Bürger_innen beitragen, als auch einen Einfluss auf das Vertrauen des Publikums in die eigenen Fähigkeiten, bestimmte Informationen innerhalb eines medialen Kontextes einzuordnen, haben kann. (vgl. Brewer, Young, Morreale, 2013, S. 339-340)

4.3. Satire vs. Nachrichten

Hmielowski, Holbert und Lee (2011) wollten die Lücke zwischen Inhaltsanalyse und Wirkungsforschung schließen, indem sie nach *political TV satire exposure* fragten. Die Autor_innen plädieren dafür, dass es wesentlich sei herauszufinden, wie sich das Publikum zusammensetze und von welchen Faktoren ein Interesse für politische Satireformate abhängt, um gemessene Effekte besser einordnen zu können. Eine derartige Perspektive ist besonders wichtig, wenn man bedenkt, dass viele der zitierten Studien ausschließlich mit Teilnehmer_innen im universitären Umfeld durchgeführt wurden. Direkte Effekte von politischen Satireformaten konnten noch nicht nachgewiesen werden. (vgl. Hmielowski, Holbert, Lee, 2010, S. 98-111)

Mithilfe des *Third-Person Effect* als theoretischem Ausgangspunkt wollten Becker, Xenos und Waisanen (2010) die Wahrnehmung der Zuseher_innen studieren. Dazu führten sie mit Beteiligung von 332 „undergraduate“-Studierenden ein interaktives Experiment an einer amerikanischen Universität durch, indem sie Proband_innen „The Daily Show“ im Vergleich zu einer Publikumsevaluation von Nachrichten (*hard*

² Bei PACs und Super PACs (Political Action Committee) handelt es sich um Interessensgruppen von Wahlkampfspenden. Nach einer Gesetzesänderung 2010, die das Limit auf Wahlkampfspenden von Individuen, politischen Komitees, Firmen oder anderen Organisationen als Verstoß gegen den ersten Zusatzartikel der Verfassung der Vereinigten Staaten (First Amendment) sah, konnten nunmehr diese PACs grenzenlose Mengen an Geld sammeln. Das hatte zur Folge, dass bei der nächsten Wahl 2012 eine noch nie dagewesene Menge an solchen PACs entstand. Um die Komplexität und Undurchsichtigkeit der Funktionsweise solcher Komitees zu illustrieren, gründete Stephen Colbert selbst eines mit dem Namen „Americans for a Better Tomorrow, Tomorrow“. Dabei ließ er sich von einem früheren FEC (Federal Election Commission) Vorsitzenden illustrieren, wie man ein PAC gründet und welche finanziellen Vorteile dies bringen kann. Auf satirische Weise deckte Colbert so auf, welche Möglichkeiten des Missbrauchs sich in der Komplexität der gesetzlichen Lage finden ließen. Außerdem deckte er einige reale Beispiele dieses Missbrauchs auf. (vgl. Hardy et al. 2014, S. 332-334)

news) beurteilen ließen. Um zu verstehen, wie politischer Humor einen möglichen direkten Einfluss auf das Wahlverhalten haben könnte, wollten sie zuerst herausfinden, wie das Publikum bestimmte Formate wahrnimmt. In Bezug auf eine Formatanalyse unter Einbezug der Konzepte von Kultur, Macht und Identität sind besonders zwei Punkte ihres Fazits von Interesse. Erstens, „The Daily Show“ wird klar als *partisan program*, also als ein Format mit parteipolitisch gefärbter Ausrichtung wahrgenommen. Im Fall von „The Daily Show“ werden sowohl die „Nachrichtenzusammenfassungen“ (*news summaries*) von Jon Stewart, als auch die Zuschaltungen der „Reporter vor Ort“ als liberal eingestuft. Das führt dazu, dass die inhaltliche Ausrichtung des Formats als kongruent mit der Parteilinie der Demokraten angesehen wird, obwohl Stewart sich bemüht Vertreter beider Parteien zu kritisieren. Diese politische Orientierung verändert die Wahrnehmung des Formats. Zweitens stellt „The Daily Show“ als Format eine Nachrichtenparodie dar. Durch die Nachahmung und Umdeutung bereits existierender Nachrichtenpraktiken wird das Format innerhalb eines bereits existierenden Kontextes verortet. Diese Charakteristika müssen mit bedacht werden, wenn man ihren Einfluss mit dem von traditionellen Nachrichtenformaten vergleichen möchte. (vgl. Becker, Xenos, Waisanen, 2010, S. 154-155)

Die Hypothese, dass besonders junges Publikum sich einen Großteil seiner Informationen über Politik mittlerweile aus Satireformaten bezieht, ist innerhalb der Scientific Community bisher verifiziert worden. Der Konsum politischer Satireformate hat Einfluss auf die Sichtweisen des Publikums und beeinflusst die subjektiv erlebte Handlungsmacht des Individuums. (siehe Baumgartner, Morris, 2006; Brewer, Young, Morreale, 2013; Becker, Xenos, Waisanen, 2010; Roth et al., 2014)

4.4. „The Daily Show with Jon Stewart“ als Medienkritik

Viele Arbeiten zum Thema gehen der Frage nach, welche Rolle Jon Stewart und sein Format innerhalb der Medienlandschaft einnehmen. In diesem Diskurs ist in vielen Fällen die Dichotomie Journalismus vs. Unterhaltung eingeschrieben. Painter und Hodges (2010) untersuchten „The Daily Show“ als Format, das die Presse und Medien mit ihrer Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit konfrontiert. Sie postulieren „The Daily Show“ mit ihrem *anchor* Jon Stewart als Medienkritiker, der eine

gesellschaftliche Korrektivfunktion bezüglich der Massenmedien einnimmt. Anhand einer systematischen Inhaltsanalyse (*textual analysis*) von 154 Episoden des Formats beschreiben die Autoren vier Techniken, mit denen „The Daily Show with Jon Stewart“ die mediale Berichterstattung zur Verantwortung zieht: erstens, das Aufdecken von falschen Informationen. Wahrheitsgemäße Berichterstattung als fundamentales Prinzip von Journalismus steht im Zentrum seiner demokratiepolitischen Funktion. Zweitens, das Ansprechen von Widersprüchen. Ein Beispiel dafür wären Interessenskonflikte von Journalist_innen. Drittens zieht er Berichterstattung zur Verantwortung, indem er klarmacht, wie sie Fakten und Informationen in einen disproportionalen Kontext stellt. Und viertens tut Stewart dies, indem er traditionelle Berichterstattung persifliert und parodiert. Diese Technik ist für das Forschungsinteresse deshalb relevant, weil sie besonders in der formalen Gestaltung verankert ist. (vgl. Painter, Hodges, 2010, S. 266-270)

Feldman (2007) hat sich dem Thema von einer weiteren Seite genähert. Sie führte eine Diskursanalyse der Metaberichterstattung über „The Daily Show“ durch. Der Untersuchung liegt die Fragestellung zu Grunde, wie Journalist_innen ihr eigenes Berufsbild reflektieren vor dem Hintergrund von politischer Mediensatire in „The Daily Show“. Eine derartige Perspektive ist besonders deshalb interessant, da sich eine gewisse Doppelung ergibt, wenn man bedenkt, dass die Medien auch oft als sogenannte vierte Gewalt bezeichnet werden, welche die Politik „kontrollieren“. Wenn mediale Berichterstattung durch Nachrichtenparodien nun selbst in den Fokus rückt und dadurch ein „watchdog“ für den „watchdog“ entsteht, ermöglicht „The Daily Show“ es Journalist_innen eine Plattform zu finden, um über ihr eigenes Berufsfeld zu reflektieren. (vgl. Feldman, 2007, S. 421)

Jamie Warner (2007) führte eine Analyse des rhetorischen Kontextes von „The Daily Show with Jon Stewart“ durch, um herauszufinden, wie das Format *culture jamming* betreibt und möglich macht. Dabei stützt sie sich auf dieses Konzept, das von Medienaktivist_innen genutzt wird, um hegemoniale Botschaften des globalen Kapitalismus zu unterwandern. Warner argumentiert, dass Politiker_innen und Parteien sich immer extensiver auf Branding verlassen und ihre Inhalte sowie ihre Persönlichkeiten zur Marke stilisieren, um ihre politischen Agenden besser verkaufen zu können. „The Daily Show“, so ihre Annahme, betreibe *political culture jamming* und würde so ein Störfaktor sein, der die Verbreitung dominanter politischer Inhalte, mit

Hilfe von Marketingtechniken, unterläuft. Dazu macht sie drei Techniken innerhalb von „The Daily Show“ fest, die im Format und seiner Gestaltung verankert liegen und somit für das Forschungsinteresse relevant sind. (vgl. Warner, 2007, S. 18-19) Erstens, das Format plagiiert und parodiert die Ästhetik amerikanischer Nachrichtensendungen. Diese Tatsache nennt Warner die Metataktik des Formats, auf Basis derer die zwei folgenden Techniken funktionieren. In der Inkongruenz von seriöser Erscheinung und satirischem Inhalt liegt die Kraft des Formats hegemoniale Zustände zu unterwandern. Zweitens führt Warner die strategische Nutzung von Einspielern, Inserts und originalem Nachrichtenmaterial an. Indem Jon Stewart die Möglichkeit hat, die Clips anzuhalten oder nochmals zu spielen und gleichzeitig zu kommentieren, werden sie aus der zeitlichen Abfolge genommen. Es bietet sich die Möglichkeit, die Inhalte innerhalb des Kontextes neu einzuordnen und eventuelle Unstimmigkeiten aufzudecken. Drittens führt die Autorin den Interviewstil von Jon Stewart an, den sie als „Sokratische Ironie“ bezeichnet. Charakteristisch für diese rhetorische Taktik ist das Herausheben von widersprüchlichen oder inkonsistenten Punkten in den Argumenten der Interviewpartner, ohne dabei die eigene Meinung kundzutun oder die Konfrontation suchend zu wirken. (vgl. Warner, 2007, S. 24-29) Wie diese drei Techniken in dieser Arbeit auf die Forschungsfragen anwendbar sind, wird in der Analyse noch näher ausgeführt.

Geoffrey Baym (2005) sieht „The Daily Show“ als Hybridformat von Unterhaltung und Nachrichten. *„The show functions as both entertainment and news, simultaneously pop culture and public affairs.“* (Baym, 2005, S. 262) Er beschreibt das Format als eine Art Experiment des Journalismus und untersucht in seiner qualitativen Studie die dreiaktige Struktur des Formats dahingehend, inwiefern die einzelnen Akte es ermöglichen journalistische Konventionen, in einem Medienzeitalter, dass von einer Vielzahl an Angeboten geprägt ist, neu zu denken. Baym spricht hierbei von diskursiver Integration (*discursive integration*) der Medienangebote. Bei seiner Analyse verbindet er Inhalts- und Formatanalyse. Obwohl er sich hauptsächlich auf die Inhalte in seiner Argumentation konzentriert, bezieht er auch formale Darstellungsweisen in seine Analyse mit ein. (vgl. Baym, 2005, S. 263)

Auch Baym, ähnlich wie Painter und Hodges (2010) sowie Warner (2007), argumentiert, dass durch die parodistische Natur des Formats das Publikum darauf aufmerksam gemacht wird, wie das Genre der Nachrichten und Journalismus selbst

arbeiten. Dadurch werden diese Konventionen hinterfragt, offengelegt und kritisiert. Satire ermöglicht es dem Format ernsthafte Kritik an politischen Verhältnissen zu üben, indem Dinge gesagt werden können, die Journalist_innen in der Form nicht sagen können. Unter dem Deckmantel des Humors entsteht eine Art Immunität gegen Anschuldigungen, dass journalistische Standards nicht eingehalten würden. Baym beschreibt die Arbeit von Jon Stewart im Format „The Daily Show“ als eine neue Form von politischem Journalismus. Dennoch räumt er ein, dass „The Daily Show“ keineswegs „die“ Nachrichten der Zukunft seien. Das Format stehe dennoch für sich, innerhalb einer Zeit, in der traditioneller Journalismus vor neuen Herausforderungen stehe. Das Produkt „The Daily Show“ präsentiert eine Möglichkeit, wie sich Informationsgehalt und Unterhaltung nicht gegenseitig ausschließen müssen. (vgl. Baym, 2005, S. 273-274)

Auch Joseph Faina (2012) sieht die Arbeit der beiden Satiriker im Dienste einer zivilgesellschaftlichen Öffentlichkeit verortet. Er bezeichnet sie auch als massenmedialen öffentlichen Journalismus (*mass mediated public journalism*). Der Autor bezieht sich auf Geoffrey Bayms Charakterisierung von Colbert und Stewart als Vertreter einer neuen Art von politischem Journalismus in der sogenannten *post-network era*³ (siehe Kapitel 4.4.) Er erweitert Bayms Ansatz um eine neue Perspektive auf *public journalism*⁴. Faina argumentiert, dass Journalismus im Dienst der Öffentlichkeit im 21. Jahrhundert die eigenen Standards und Konventionen neu hinterfragen müsse. Außerdem profitiere das Feld des *public journalism* davon, Stewart und Colbert als *public journalists* zu identifizieren, so sein Plädoyer. Inwiefern die beiden Satiriker diese Rolle erfüllen, analysiert er anhand ausgewählter Beispielsegmente innerhalb der jeweiligen Formate. (vgl. Faina, 2012, S. 541-543)

³ Geoffrey Baym beschreibt ein „neo-modernes“ Paradigma von Journalismus, in dem Berichterstattung im öffentlichen Dienst der Produktion von Fernsehnachrichten als ökonomische Güter und Spektakel gewichen ist. Grund dafür ist unter anderem das Ende der großen amerikanischen Networks als Monopolisten im Bereich der Nachrichtenberichterstattung. Die *post-network era* bezeichnet eine Zeit, in der auch Kabelsender relevanten Informationsjournalismus betreiben und die Formen, in denen sich Berichterstattung zeigt, diverser werden. Darüber hinaus hat für Baym vor allem der Sender Comedy Central mit Stephen Colbert und John Stewart als politischen Satirikern eine Vorreiterrolle im Bereich dieser neuen Formen von politischem Journalismus eingenommen. Die beiden stehen für ihn exemplarisch für den Zugang einer demokratiepolitischen Funktion von öffentlichem Diskurs. (vgl. Jones, Baym, 2010, S. 280)

⁴ Public journalism oder öffentlicher Journalismus ist eine Form der journalistischen Arbeit, die in den 1990ern in den Vereinigten Staaten entstand. Das Selbstverständnis dieses Genres sieht die Funktion von Berichterstattung nicht in der alleinigen Weitergabe von Informationen im Dienste von Eliten, sondern versucht bürger_innennahe Themen auf die Agenda zu setzen. Dadurch soll die Bevölkerung zur Teilhabe am öffentlichen Diskurs motiviert werden. (vgl. www.journalistenkolleg.de, 2016)

„I argue that the humorous content of both Stewart and Colbert enables a characterization of their shows as an extension of public journalism anchored in political satire.“ (Faina, 2012, S. 546)

Neben den methodologischen Verschiebungen journalistischer Praktiken zeichnet sich *public journalism* vor allem durch seinen Inhalt aus. Fainas Interpretation bezieht sich auf die parodistischen Elemente der beiden Formate. Indem „The Daily Show“ und „The Colbert Report“ Nachrichtenformate nachahmen, exponieren sie die Techniken der Nachrichtenproduktion. Dementsprechend erfüllen sie eine Funktion, die auch als *public journalism* bezeichnet werden kann. (vgl. Faina, 2012, S. 548)

Obwohl Faina dafür argumentiert, die Rolle der beiden Satiriker im Bereich des öffentlichen Journalismus anzusiedeln ist, nennt er auch einige wesentliche Vorbehalte. Zentraler Punkt der Diskussion ist das Spannungsfeld der Klassifikation beider Formate in Kritiker des Mediensystems und Vertreter einer Form des öffentlichen Journalismus. Für Faina trifft beides in gewisser Weise zu. Wenn man *public journalism* als eine Form journalistischer Arbeit versteht, die Kritik von Berichterstattung beinhaltet und gängige Praktiken hinterfragt, dann können Stewart und Colbert durchaus als Vertreter des Genres bezeichnet werden. Allerdings darf nicht außer Acht gelassen werden, dass sie dann auch selbst anhand gewisser ethischer und journalistischer Standards ins Blickfeld der Kritik gerückt werden müssen. Ihre Rolle als Satiriker, die bewusst mit der Uneindeutigkeit bezüglich Ernsthaftigkeit und Intention ihrer Aussagen arbeitet, darf nicht verhindern, ihre Arbeit und ihren Einfluss ernsthaft zu diskutieren. Öffentlicher Journalismus entstand als Genre, um Bürger_innen eine besser informierte argumentative Basis zur Verfügung zu stellen, damit sie Teil des öffentlichen Diskurses sein können. Jon Stewart und Stephen Colbert tun dies durch ihre Formate. Damit entsteht auch eine gewisse Verantwortung, die nicht durch die Ablehnung der Satiriker und Betonung auf ein anderes Selbstverständnis abgeschoben werden kann. Diese Rolle bringt sie auch in eine kulturell relevante, identitätsstiftende und machtvolle Position. (vgl. Faina, 2012, S. 553-554)

4.5. „The Colbert Report“ im Fokus der Forschung

Obwohl in einigen bereits zitierten Studien die beiden Formate „The Colbert Report“ und „The Daily Show“ gleichermaßen als Analysematerial hergenommen werden und die beiden Formate zum Beispiel die gleichen rhetorischen Techniken anwenden, gibt

es auch entscheidende Unterschiede. Im Gegensatz zu „The Daily Show“ arbeitet „The Colbert Report“ beispielsweise mit einer erfundenen Persona des Moderators. Stephen Colbert verwendet zwar seinen richtigen Namen, aber er spielt die Rolle eines enthusiastischen republikanischen Ideologen, der amerikanische Fernsehpersönlichkeiten wie Bill O'Reilly persiflieren soll. (vgl. Baumgartner, Morris, 2008, S. 622) Die Arbeit von konservativen Medien in Formaten wie „The O'Reilly Factor“ auf Fox News soll durch Imitation persifliert und kritisiert werden. Baumgartner und Morris (2008) wollten in einem kontrollierten Experiment herausfinden, welche Auswirkung der Konsum von „The Colbert Report“ in Bezug auf die Wahrnehmung politischer Sichtweisen hat. Ihren Hypothesen liegt die Annahme zu Grunde, dass Satire, um ihre intendierte Funktion zu erfüllen, auch vom Publikum als solche verstanden und decodiert werden muss. Ob Satire auch „zu gut sein kann“, damit beschäftigten sich Baumgartner und Morris in ihrer Studie. Daran anschließend lautet ihre erste Hypothese, dass Colberts explizite Kritik an Liberalen und Demokraten eine positivere Einstellung in Bezug auf Sichtweisen der Republikaner beim Publikum auslöst. Die zweite Hypothese lautet: Colberts uneindeutige Botschaften führen zu einem Rückgang von subjektiv erlebter politischer Handlungsmacht (internal political efficacy). Um ihre Hypothesen zu testen, rekrutierten die Autor_innen 855 Studierende aus Einführungskursen in Politikwissenschaften. Sie dividierten die Proband_innen in eine Gruppe, die Clips aus „The Colbert Report“ zu sehen bekam, eine Gruppe, der Clips von „The O'Reilly Factor“ gezeigt wurden sowie einer Kontrollgruppe, die kein Videomaterial bekam, sondern nur einen allgemeinen Fragebogen für alle drei Gruppen (ohne explizite Fragen zu den jeweiligen Formaten). Nachdem die Studie die Wirkung auf junges Publikum untersucht, sei das Sample von Studierenden mit überdurchschnittlich hohem politischem Wissen kein Problem, da diese relativ repräsentativ für junges Colbert-Publikum seien, so die Autor_innen der Studie. (vgl. Baumgartner, Morris, 2008, S. 626-627)

Die Studie zeigt, dass der Konsum von „The Colbert Report“ die Zustimmung für republikanische Politik erhöhen kann. Außerdem wurde gemessen, dass die Mehrdeutigkeit, die der Präsentation der Inhalte in „The Colbert Report“ zu Grunde liegt, dazu führen kann, dass junge Zuseher_innen weniger Vertrauen in ihre eigenen Fähigkeiten bezüglich politischem Verständnis haben. (vgl. Baumgartner, Morris,

2008, S. 634) Dies steht beispielsweise im Gegensatz zu Ergebnissen aus der Studie von Baumgartner und Morris (2006), in der sie die Wirkung von Jon Stewarts Satireformat „The Daily Show“ gemessen haben. Hier deuteten die Erkenntnisse darauf hin, dass eine Steigerung der subjektiv erlebten *political efficacy* (politischer Handlungsmacht) dem Konsum von „The Daily Show“ folge. (siehe Kapitel 4.2.) Es gibt zwei wichtige Einschränkungen der Studie. Erstens wurden keine Langzeiteffekte gemessen. Zweitens wurden die Ergebnisse in einer artifiziellen Laborsituation erhoben. Dennoch gibt die Studie wertvolle Einsicht in die Art und Weise, wie junge Erwachsene politische Satire einordnen und verstehen. Die Verbindung von Intentionen der Macher_innen und Konsequenzen, die von den Produzent_innen nicht vorhergesehen und aktiv beeinflusst werden können, sind ein wichtiger Bestandteil, wenn man die Bedeutung der Konzepte von Kultur, Macht und Identität, wie sie in der vorliegenden Arbeit verstanden werden, herausarbeiten will. (vgl. Baumgartner, Morris, 2008, S. 635)

Die Ergebnisse lassen sich auch mit Kirk Combes Essay (2015) zur satirischen Arbeit Stephen Colberts verbinden. Er streicht explizit heraus, dass Colberts Darbietung sein Publikum zur aktiven Analyse aufruft. Um die Satire und ihre mehreren inhaltlichen Ebenen zu verstehen, braucht es eine bewusste Auseinandersetzung mit Form und Inhalt gleichermaßen. (vgl. Combe, 2015, S. 302) Die Ergebnisse von Baumgartner und Morris zeigen zwei wesentliche Aspekte auf, die bei der wissenschaftlichen Erforschung des Themengebiets berücksichtigt werden müssen. Erstens, eine klare definitorische Unterscheidung bzw. Auseinandersetzung mit den Forschungsgegenständen ist notwendig. Stephen Colberts Charakter parodiert einen selbstgefälligen, ideologisch überzeugten Republikaner, dessen satirischer Ansatz sich signifikant von einem Zugang wie dem von Jon Stewart oder auch klassischen Late-Night-Comedy Formaten unterscheidet. (vgl. Baumgartner, Morris, 2008, S. 634) Zweitens, ein wichtiger Teil des Forschungsvorhabens ist es, neue Zusammenhänge herzustellen, die die Bedeutung der Konzepte von Kultur, Macht und Identität für politische Satireformate näher beleuchten. Studien wie die von Baumgartner und Morris (2006, 2008) helfen zu verstehen, wie Satire beim Publikum ankommt und welche Rolle sie in der medienvermittelten politischen Kommunikation im Amerika der Gegenwart spielt. Sie verdeutlichen außerdem die Interdependenzen und

Beziehungen, die sich durch die Verflechtungen von Kultur- bzw. Medienprodukten, Politik und der Zivilgesellschaft ergeben. (vgl. Baumgartner, Morris, 2008, S. 636)

4.6. Forschungsfragen

John Fiske postulierte in seinem Cultural-Studies-Klassiker „Television Culture“: „Television and its programs do not have an ‚effect‘ on people. Viewers and television interact.“ (Fiske, 1987, S. 19) Indem er die wechselseitige Beziehung von Medium und Publikum herausstreicht, macht er klar, wie wichtig es ist, nicht bloß das „Endergebnis“, den Effekt messen zu wollen, sondern sich den Gegenstand und seine Beschaffenheit ebenfalls genau anzusehen. Fiske schlägt stattdessen eine Konzentration auf den Begriff der Effektivität vor. Obwohl er selbst dieses Wort als „hässlich“ beschreibt, sieht er dessen Vorteil darin, dass es ermöglicht, sich von einer strikt linearen, Ursache-Wirkungs-Relation zu entfernen. Denn Fernsehen, so Fiske, ist nicht der Grund für identifizierbare Effekte bei Individuen. Vielmehr ergibt sich durch dessen Konsum eine ideologisch aufgeladene Sicht auf die Welt und ihre Beschaffenheit. Effektivität ist also bei Fiske ein sozio-ideologischer Begriff, während er Effekte als individual-behavioristisch bezeichnet. Um verstehen zu können, wie Fernsehen wirkt, muss man also nicht nur seine Wirkungen auf spezifische Individuen oder Gruppen erforschen, sondern gleichermaßen die Frage nach Effektivität in einem größeren gesellschaftlichen Kontext stellen. (vgl. Fiske, 1987, S. 19-20)

Während die meisten der Arbeiten in diesem Feld quantitative Analysen anwenden, um vor allem Wirkungen und Effekte von politischer Unterhaltung zu erforschen, soll diese Arbeit - im Anschluss an Fiskes Rollenverständnis des Mediums Fernsehen und seiner Produkte – versuchen, anhand einer qualitativen Format- und Sequenzanalyse die Lücke zwischen den von Lance Holbert angesprochenen empirischen Ansätzen und theoretischen Überlegungen aus den Cultural Studies zu verknüpfen.

Ein zentraler Ansatzpunkt ist die oftmalige Ungenauigkeit der Definition der Untersuchungsgegenstände. Es werden viele verschiedene, teils synonym gebrauchte, sich überlappende Begriffe verwendet, die alle politischen Humor in Gestalt von Fernsehformaten bezeichnen sollen. Dadurch entsteht der Eindruck, dass man Late-Night-Shows als allgemeine Kategorie abfragen könne. Das ist aber nicht der Fall. Um die Forschung im Bereich des politischen Entertainments in Fernsehformaten

voranzubringen, braucht es sowohl bei quantitativen als auch bei qualitativen Forschungsvorhaben eine Auseinandersetzung mit den Formaten selbst. Um eine erste klare definitorische Unterscheidung zu skizzieren, wurde bereits in Kapitel 3.7.1. genauer beleuchtet, welche Begriffe in verschiedenen Studien zur Anwendung kommen. Des Weiteren wurde in Abbildung 3 graphisch dargestellt, welche Unterscheidung diese Arbeit als Basis nimmt. Mit Bezug auf Hoffman und Young (2011) wird die Forschungslücke, welche die vorliegende Arbeit zu schließen versucht, deutlich. Sie kritisieren das Fehlen einer Formatanalyse im Vorfeld quantitativer Untersuchungen zu Wirkungen und Effekten. Man kann so letztlich nicht an den Ergebnissen ablesen, für welche Formate die Effekte gemessen wurden bzw. lässt sich nicht herauslesen, ob Unterschiede oder Gemeinsamkeiten beobachtet werden können. (vgl. Hoffman, Young, 2011, S. 161)

So entgeht der Forschung die Möglichkeit spezifischere Aussagen zu treffen. Um diese Forschungslücke zu schließen, nimmt sich die vorliegende Arbeit einer qualitativen Format- und Sequenzanalyse an.

Folgende fünf forschungsleitende Fragestellungen (FF1-5) sollen bearbeitet werden:

- **FF1:** Wie lässt sich das TV-Format „The Daily Show with Jon Stewart“ hinsichtlich seiner formalen Gestaltung beschreiben?
- **FF2:** Wie lässt sich das TV-Format „The Colbert Report“ hinsichtlich seiner formalen Gestaltung beschreiben?
- **FF3:** Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten weisen „The Daily Show with Jon Stewart“ und „The Colbert Report“ auf?
- **FF4:** Inwiefern kommen die Konzepte von Kultur, Macht und Identität im TV-Format „The Daily Show with Jon Stewart“ zum Tragen?
- **FF5:** Inwiefern kommen die Konzepte von Kultur, Macht und Identität im TV-Format „The Colbert Report“ zum Tragen?

5. METHODE

Die angewandte Methode ist im Bereich der qualitativen Hermeneutik zu verorten. Anhand zweier konkreter Formatbeispiele soll eine exemplarische Analyse erfolgen. Ziel ist das Schließen der angesprochenen Forschungslücke, indem der Forschungsgegenstand von einer qualitativen Perspektive aus betrachtet wird. Die Analyse erfolgt zunächst auf Grund der Klassifikation in Genre (Talk-Show) sowie Subgenre (Late-Night-Show), wie in Kapitel 3.7.1. skizziert wurde. Die beiden zu analysierenden Formate werden als politische Satire bzw. Parodie klassifiziert (siehe Abb. 3). Außerdem werden spezifische Gesichtspunkte, die aus den Gegebenheiten des Mediums Fernsehen resultieren, mitberücksichtigt. Das heißt, dass die Analyse mit in Betracht zieht, dass die jeweiligen Formate in einen Programmkontext gebunden sind und darüber hinaus keine abgeschlossenen filmischen Einheiten darstellen. (vgl. Hickethier, 1994, S. 12-13) Die gewählte hermeneutische Vorgehensweise hat das Ziel, verborgene *Bedeutungsebenen und Sinnpotentiale* (Hickethier, 1996, S. 33) zu beschreiben. Es wird von der Ambiguität filmischer und televisueller Werke ausgegangen. Diese Mehrdeutigkeit soll herausgearbeitet werden. Da es sich sowohl bei der Analyse als auch bei der Interpretation um den Versuch handelt, nicht nur deskriptiv, sondern auch sinnproduzierend vorzugehen, spielt die Subjektivität der Analysierenden eine wesentliche Rolle. Dieser Faktor muss auch in die Diskussion der Ergebnisse miteinbezogen werden. Die hermeneutische Film- und Fernsehanalyse gliedert sich in folgende Arbeitsschritte:

1. Ein Erstes Verständnis des zu analysierenden Gegenstandes wird dargelegt. Auch Missverständnisse und Nichtverstehen können zum Ausdruck gebracht werden, was wiederum die Subjektivität der Beschreibung ausweist und zu Schritt zwei führen soll.
2. Der/die Analysierende weist die Analyse und Interpretation des Gegenstandes als spezifische, individuelle Lesart aus und formuliert damit zugleich eine Auslegungshypothese.
3. Daran anknüpfend findet die Analyse statt. Es werden Bedingungen des Film- und Fernsehverständnisses durchdacht, die Struktur des Untersuchungsgegenstandes geprüft, seine Elemente und Ausprägungen sowie die ästhetische Gestaltung herausgearbeitet, das Gefüge, in welches er eingebettet ist und die in ihm vorhandenen Bedeutungspotentiale offen gelegt.

Diese Art der Analyse ist sich ihrer Historizität bewusst und betont die Tatsache, dass jede Analyse eines Werkes unter Berücksichtigung eines spezifischen geschichtlichen Horizontes zu lesen ist.

4. Die Ergebnisse von Analyse und Interpretation werden in einen Zusammenhang gebracht. (vgl. Hickethier, 1996, S. 33-35)

5.1. Methodendesign

Der weitere Analyseablauf orientiert sich an den dargelegten Arbeitsschritten und gliedert sie in die gewählte methodische Vorgehensweise ein. Diese soll in zwei Schritten erfolgen: Erstens soll eine Sequenzanalyse Aufschluss über die Mise-en-Scène des Formats geben. Zweitens wird eine Formatanalyse hinsichtlich formaler, gestalterischer Elemente beider Sendungen durchgeführt.

5.1.1. Sequenzanalyse

Im ersten Schritt soll das Konzept der Sendung, also die einzelnen Teile und Elemente, aus denen sich das Format zusammensetzt, beschrieben und erfasst werden. Hier wird ein erstes Verständnis der beiden Formate dargelegt sowie die individuelle Lesart hervorgehoben. Gleichzeitig wird bereits eine Interpretation der Formatelemente und ihrer möglichen Bedeutung vorgenommen. Das Sequenzprotokoll bildet die Basis für die dezidierte Formatanalyse. In diesem ersten Schritt wird eine exemplarische Analyse jeweils einer Episode der beiden Formate „The Colbert Report“ und „The Daily Show with Jon Stewart“ nach filmanalytischen Gesichtspunkten erfolgen. Dazu wird ein Sequenzprotokoll erstellt. Es geht darum, ein systematisches Transkript zu erstellen, um den „flüchtigen“ Inhalt des Untersuchungsgegenstandes beschreib- und nachvollziehbar zu machen. (vgl. Korte, 2005, S. 387)

„Der Film oder die Fernsehsendung werden in eine lineare Form gebracht, der visuelle und auditive Ablauf inhaltlich und in seiner Zeitstruktur notiert – als Basis für alle folgenden Untersuchungsschritte.“ (Korte, 2005, S. 387)

Erfasst wird zunächst die Gesamtstruktur eines Films oder einer Fernsehsendung. Dies erleichtert auch die weitere Arbeit, wenn es darum geht, Bezüge herzustellen und dabei auf konkrete Sequenzen zu verweisen. (vgl. Korte, 2005, S. 388)

Das Sequenzprotokoll erfasst das Format bezüglich seiner Zusammensetzung aus einzelnen Sequenzen oder auch Segmenten. Diese werden als Handlungseinheiten verstanden, die in den meisten Fällen mehrere Einstellungen umfassen und sich

durch eine Abfolge von zusammenhängenden Handlungselementen auszeichnen. In Spielfilmen ist ein Sequenzwechsel meist durch Ortswechsel, eine Veränderung der Figurenkonstellation oder durch einen Wechsel von erzählter Zeit bzw. Erzählzeit erkennbar. In der klassischen filmanalytischen Sequenzliste werden unter den jeweiligen Sequenzen Handlungsort, Charaktere und Handlung kurz beschrieben. Bei Unterhaltungsformaten im Fernsehen existieren noch weitere Indikatoren, die auf unterschiedlichen filmischen Ebenen auszumachen sind. Auf der sprachlichen Ebene könnte beispielsweise eine An- oder Abmoderation direkt auf den Sequenzwechsel hinweisen. Auf der Tonebene deuten oft Jingles oder akustische Signale einen Übergang an. Das Sequenzprotokoll dient als Hilfsmittel für die Analyse. Welche Rubriken oder Faktoren im Zentrum der Betrachtung stehen, hängt vom Untersuchungsgegenstand und von der Fragestellung ab. (vgl. Hickethier, 1996, S. 38)

Außerdem sollte sich das Protokoll einer Fernsehshow, neben Zeitablauf und Sequenzeinteilung, auch auf die visuelle Präsentationsstruktur der Show konzentrieren. Um die systematische Bestandsaufnahme zu erweitern, können auch Beobachtungen über Wirkungsbezüge miteinbezogen werden. (vgl. Korte, 2005, S. 388-390) Da es sich bei beiden Formaten sowohl um Unterhaltung handelt, die dem Genre der Late-Night-Show zugeordnet wird, als auch um konkrete Parodien von Nachrichtenformaten, werden in der Sequenzanalyse zwei Schwerpunkte gleichermaßen berücksichtigt: erstens, die ästhetische Gestaltung innerhalb der Sequenzen und zweitens, Themengebiete, die diese Sequenzen strukturieren. (vgl. Faulstich, 2008, S. 169-185) Dementsprechend wird die Sequenzanalyse der vorliegenden Arbeit vor dem Hintergrund folgender Rubriken gegliedert:

- inhaltliche Zusammenfassung / Identifizierung inhaltlicher Höhepunkte
- Auftreten und Charakteristik der Handelnden
- (Wechsel der) Handlungsorte
- Kamera
- Innere Montage / Mise-en-Scène
- Ton/Musik
- Audiovisuelle Gestaltungsmittel (Bildinserts, Special Effects etc.)

5.1.2. Formatanalyse

Wie bei jedem Fernsehformat gibt es auch bei Late-Night-(Talk)-Shows konstante und variable Komponenten. Aufgrund der Vielzahl der Kombinationsmöglichkeiten,

die letztlich den Charakter und die Gestaltung eines Formats ausmachen und der Tatsache, dass alle Fernsehgenres einer stetigen Aktualisierung und Veränderung unterliegen, ist es nicht möglich, eine definitive Typologie zu entwerfen. Auch deshalb ist es so wichtig, einzelne Formate genau zu betrachten, bevor man eine Kategorisierung vornimmt. (vgl. Keller, 2009, S. 13-14) Folgende Elemente bilden die Grundstruktur eines Unterhaltungsformats mit Talkelementen. Sie sollen als Gerüst für den zweiten Analyseschritt dienen:

Der **äußere Rahmen** entsteht aus den Elementen Kulisse, Showelemente, Einspielteile, Begleitinformation, Live-Produktion, Regie und Kamera, dem Studiopublikum und der Sitzordnung. Die einzelnen Faktoren wirken in einem Zusammenspiel und müssen somit auch als Einheit betrachtet werden. Der äußere Rahmen einer Talksendung soll eine bestimmte Gesprächsatmosphäre erzeugen, die, wie der Moderator und seine Gäste, imageprägend wirken. (vgl. Steinbrecher, Weiske, 1992, S. 49)

Die **Kulisse** umfasst alles, was mit der äußeren Erscheinung eines Formats im Studioraum zu tun hat. Um eine Sendereihe zu entwickeln, ist es zunächst notwendig, sich ein passendes Ambiente zu überlegen. Im Anbetracht dessen, dass der Konkurrenzkampf am Markt sehr groß ist, muss ein einprägsames Image geschaffen werden. Sitzmöbel, Licht, Arrangement, alles wird auf den Charakter der Sendung abgestimmt. Der Sendung soll ein unverwechselbarer optischer Stempel aufgedrückt werden. Dazu gehört einerseits das Logo einer Sendung. Das Angebot an Talkformaten ist groß. Die Gäste bleiben allerdings weitgehend die gleichen. Meist sind sie gerade auf einer Promotiontour für einen neuen Film, ein Buch oder eine neue CD und sind in einer Talkshow nach der anderen zu sehen. Mit dem Logo einer Sendung soll das Publikum sofort wissen, in welcher Talkshow der Gast nun Platz genommen hat. Das Logo muss zur Sendung und deren Konzept passen und schließlich muss es auch in das Gesamtkonzept eines Senders zu integrieren sein. Ein Logo ist nicht nur Element der Studiokulisse, sondern wird auch für Presse- oder Merchandisingzwecke eingesetzt. Die Sendung ist ein Produkt und sein Logo ein Statement. Außerdem ist es wichtig, sich von anderen, ähnlichen Formaten eines Senders abzugrenzen. Mit dem Logo und der Kulisse eines Formats wird bereits der Charakter einer Sendung angedeutet. Die wichtigste Frage in diesem Zusammenhang ist, welche Gesprächsatmosphäre erzeugt werden soll. Die Auswahl an Mobiliar und

Ausstattung einer Kulisse ist eng mit der Gesprächsintention der Sendung verknüpft. Die äußere Gestaltung eines Formats arbeitet außerdem mit dem Vorwissen der Zuschauer_innen, die bestimmte Elemente durch ihre Fernseherfahrung bereits einzuordnen wissen. (vgl. Steinbrecher, Weiske, 1992, S. 50-52)

Eine entscheidende Rolle bei Late-Night-Shows spielen außerdem **Showelemente**. Dazu zählen Musikeinlagen und kurze Begleitinformationen zum Talk wie Fotos, Karikaturen oder Filmausschnitte. Die klassische Late-Night-Show ist nicht ausschließlich eine Talkshow. Ihr gestalterisches Repertoire umfasst Eröffnungsmonologe, Sketche, Stegreifeinlagen, Musikbeiträge und meist im letzten Drittel ein Talk-Segment. (vgl. Keller, 2009, S. 40) Der Ruf des Formats ist bis heute einer, der den rebellischen, freien Geist der frühen experimentierfreudigen Fernsehjahre in den USA noch in sich trägt. Die Pioniere der spätabendlichen Fernsehunterhaltung wie Jerry Lester, Steve Allen oder Jack Paar hatten die Rahmenbedingungen des Formats Late-Night-Show geschaffen. Johnny Carson, David Letterman, Jay Leno, Jimmy Kimmel, Jimmy Fallon, Jon Stewart, Stephen Colbert und viele andere, die das Format bis in die Gegenwart prägen, konnten jeweils ihre eigenen Ideen und Gestaltungsmöglichkeiten in den Rahmen Late-Night-Show einbringen. (vgl. Keller, 2009, S. 47-48)

Begleitinformationen werden oft gesprächsergänzend eingesetzt. Der Moderator oder die Moderatorin kann während des Gesprächs darauf zurückgreifen. (vgl. Steinbrecher, Weiske, 1992, S. 52-55) Den Vorspann einer Sendung könnte man auch als Showelement klassifizieren. Er beinhaltet meist das Logo sowie eine Erkennungsmusik, die grundlegend zur Imagebildung einer Sendereihe beiträgt. Wichtige Informationen liefert außerdem der Abspann. Abgesehen von seiner offensichtlichen Funktion den Zuseher_innen zu signalisieren, dass eine Sendung vorbei ist, werden die wichtigsten Verantwortlichen für die Gestaltung des Programms aufgelistet. Ein Abspann ist aus presserechtlicher Sicht relevant, wenn es darum geht, klar auszuweisen, wer zum Beispiel redaktionell verantwortlich ist. (vgl. Steinbrecher, Weiske, 1992, S. 54)

Die Bildregie ist unter anderem dafür verantwortlich, dass das Reden im Fernsehen für die Zuseher_innen interessant und spannend bleibt. Sie koordiniert verschiedenste Kameraeinstellungen und wählt in Koordination mit dem Bildschnitt die Bildfolge aus. Die **Regie** einer Talkshow prägt ihren Stil maßgeblich. Im Vorfeld

wird besprochen, wie die Sendereihe gestaltet sein soll. Das Rohmaterial einer Sendung sind in erster Linie „nur“ Bilder von Menschen. Das Ergebnis ist schließlich durch Montage und Arrangement der einzelnen Einstellungen bestimmt. Hierbei kann es entscheidend für die Gesprächsstimmung sein, welche **Kameraeinstellungen** gewählt werden. So suggerieren beispielsweise Close-ups der einzelnen Gäste eine gewisse Nähe, während große Kamerafahrten schöne Studiototalen aufnehmen können. In jedem Fall kann es für die Qualität einer Sendung von Vorteil sein, wenn die Regie auch darauf achtet, was gerade gesprochen wird, um mit den passenden Einstellungen zu reagieren. (vgl. Steinbrecher, Weiske, 1992, S. 56-58)

Der gezielte Einsatz der Kamera und bestimmter Einstellungen kann Identifikation und Emotion hervorbringen oder auch bewusst verhindern. Gäste können sympathisch oder unsympathisch in Szene gesetzt werden, Hierarchien können hergestellt werden, zum Beispiel durch Schuss-Gegenschuss-Verfahren. Durch schnelle Schnitte kann Chaos oder Hektik suggeriert werden, was den Charakter eines Gesprächs maßgeblich beeinflusst. Die Arbeit der Kamera und der Regie bietet zahlreiche Möglichkeiten, um die (Fernseh)-„Realität“ für die Zuschauer_innen frei zu gestalten. (vgl. Faulstich, 2008, S. 53) Der Blick der Kamera ist dabei in jede Einstellung schon eingeschrieben, ohne dass die Kamera ihre eigene Anwesenheit ausweist. Die suggestive Kraft des Kamerabildes ergibt sich dadurch, dass sein Blick auf die Welt den Zuschauenden als ihr eigener ausgegeben wird. In dem Verhältnis des bewusst hervorgebrachten Blickes durch die Kamera und dem Glauben der Zuschauenden, ihnen werde gerade etwas präsentiert, dass mit einer „Realität“ zu tun hat, liegt der Charakter der audiovisuellen Rezeption. In dieser Perspektive sind gleichermaßen alle Möglichkeiten der Interpretation und Manipulation von „Realität“ enthalten. (vgl. Hickethier, 1996, S. 56)

Das **Studiopublikum** reguliert ein Format durch Reaktionen. Gleichzeitig nimmt es auch eine Art Stellvertreterrolle für die Zuseher_innen vor den Bildschirmen ein. Es hat also auch eine dramaturgische Bedeutung. Außerdem kann es die Stimmung im Saal durch Reaktionen maßgeblich beeinflussen. Auch dem/der Moderator_in bietet es eine gestalterische Möglichkeit. Er/Sie kann das Publikum beispielsweise gezielt aufheizen und so Druck auf einen Gast ausüben. (vgl. Faulstich, 2008, S. 51) Generell kommt dem Publikum eine hauptsächlich passive Rolle zu, mitreden darf es in der Regel nicht. Oft kommt es in Talksendungen dennoch zu Wortbeiträgen der Leute im

Publikum. Wichtiger als gelegentliches aktives Einbeziehen des Publikums sind die non-verbalen Reaktionen der Zuseher_innen. Durch das Studiopublikum entsteht eine bestimmte Atmosphäre, die sich auch auf die Gesprächsbereitschaft der Gäste auswirken kann. Durch Lacher und Applaus wird die Stimmung aufgelockert. Außerdem fungiert das Publikum als Stimmungsbarometer, an dem die Gäste ablesen können, wie sie im Studio und wahrscheinlich auch vor den Bildschirmen ankommen. (vgl. Steinbrecher, Weiske, 1992, S. 58-59)

Der Moderator/ Die Moderatorin hat gerade bei Gesprächssendungen eine zentrale Rolle. Mehr als bei anderen Formaten sind es Talkshows, deren Titel den Namen des/der Gastgebers/Gastgeberin tragen und so auf den erhöhten Wiedererkennungswert der Sendung bauen. Der/die Moderator_in schafft Vertrautheit und ermöglicht letztlich eine Bindung des Publikums an das Format. Bei Late-Night-Shows sind es besonders der Charme und der individuelle Witz der Moderator_innen, die die jeweiligen Formate einzigartig machen. Sie sind sowohl Repräsentant_innen als auch Identifikationsobjekt und Star der Sendung. Der/Die Moderator_in kann auch als personalisierte Präsentationsform des Mediums gesehen werden. Er/Sie stellt den personalen Bezug zwischen Format und Publikum dar. Er/Sie ist das erkennbar wiederkehrende Menschliche. Weil diese Beziehung von Kontinuität und Verlässlichkeit gekennzeichnet ist, kann sie durchaus Qualitäten einer alltagsnahen Beziehung annehmen. (vgl. Fromm, 1999, S. 31)

Erving Goffman hat in seinem Buch „The Presentation of Self in Everyday Life“ eine soziologische Perspektive auf das Verhalten der Menschen im Alltag vorgeschlagen. Hierbei verwendet er das Theater und dramaturgische Prinzipien, um die Wichtigkeit menschlicher Interaktionen zu erklären. In seinen Betrachtungen ist der Begriff der „Performance“ von zentraler Bedeutung. Goffman meint mit „Performance“ alle Aktivitäten eines Individuums, innerhalb einer bestimmten Zeitspanne vor einem Publikum, auf das dieses Individuum einen gewissen Einfluss hat. In Bezug auf den/die Moderator_in eines Talkformats ist es interessant, wie sich das Individuum nun vor anderen präsentiert. Egal, welche Absicht der/die sich Präsentierende nun hat, sei es jemanden zu beeindrucken oder zu überzeugen etc., er/sie wird immer das Ziel haben, die Situation insoweit zu steuern, als dass er/sie zumindest das Verhalten und die Reaktion der Leute gegenüber ihm/ihr „kontrollieren“ kann. Der/Die Moderator_in nimmt maßgeblich durch Auftreten und Verhalten Einfluss auf die

Situation. Er/Sie ist es schließlich auch, der/die die Struktur der Sendung zusammenhält und vorantreibt. Der/Die Moderator_in führt durch die Sendung und dies beruht auf einer Übereinkunft von ihm/ihr, dem Publikum und seinen/ihren Gästen. (vgl. Goffman, 1956, S. 2-3)

„When an individual plays a part he implicitly requests his observers to take seriously the impression that is fostered before them. They are asked to believe that the character they see actually possesses the attributes he appears to possess, that the task he performs will have the consequences that are implicitly claimed for it, and that, in general, matters are what they appear to be.“
(Goffman, 1956, S. 10)

Für die Person des Performers/der Performerin bedeutet dies, dass er/sie eine Rolle spielt, die nicht zur Gänze der Privatperson entspricht. Trotzdem geht man davon aus, dass der/die Performer_in in gewissem Maße authentisch ist und die jeweilige Bühnenperson und die dazugehörige Show ernst gemeint sind. (vgl. Goffman, 1956, S. 10)

Neben dem Moderator, der als Identifikationsfigur für eine Sendung fungiert, stehen die **Gäste** im Mittelpunkt. Bei Late-Night-Formaten sind die geladenen Personen Prominente oder Politiker_innen. Wer wann in welche Sendung kommt, ist stark vom typischen Promotionkreislauf der Unterhaltungsindustrie geprägt. Die Stars kommen in eine Talkshow, um Werbung für ihre Produkte und Dienstleistungen zu machen. Politiker_innen tun dies meist, um in Wahlkampfzeiten ihr Profil zu schärfen, um eine persönlichere Seite von sich zu zeigen oder, um Themen auf ihrer politischen Agenda an ein neues Zielpublikum zu richten. Damit einher geht die Möglichkeit der ausgiebigen Selbstdarstellung, um die eigene Marke bekannter zu machen und vermeintlich privatere Einblicke in Persönlichkeit und Lebensstil zu gewähren. Die **Sitzordnung** hat außerdem großen Einfluss darauf, wie eine Sendung abläuft und wie stark der Moderator strukturierend eingreifen kann. Außerdem ist sie maßgeblich für die Interaktion der Gäste untereinander. Hierbei spielen Distanz der Gäste untereinander, die Sitzposition und natürlich das Mobiliar eine große Rolle. (vgl. Steinbrecher, Weiske, 1992, S. 59-73)

5.2. Untersuchungsgegenstand

Der Untersuchungsgegenstand sind die Formate „The Daily Show with Jon Stewart“ und „The Colbert Report“. Aufgrund der langen Ausstrahlungsdauer beider Formate ist davon auszugehen, dass sich die visuelle und formale Gestaltung über die Jahre hinweg mehrmals geändert hat. Da eine Langzeitstudie der Formate den Rahmen der vorliegenden Arbeit sprengen würde, soll jeweils nur eine Episode aus der jeweils letzten Staffel analysiert werden. Die Selektion erfolgt nach dem Zufallsprinzip.

5.2.1. The Daily Show with Jon Stewart

„The Daily Show“ ging bereits 1996 auf Sendung. Erster Moderator des Formats war Craig Kilborn. Er wurde drei Jahre später durch Jon Stewart ersetzt. (vgl. Baumgartner, Morris, 2008) Die erste Folge von „The Daily Show with John Stewart“ wurde am 11. Jänner 1999 ausgestrahlt. In insgesamt 20 Staffeln mit 2633 Episoden moderierte Jon Stewart bis zum 06. August 2015 die erfolgreiche Nachrichtenparodie auf *Comedy Central*. (vgl. The Daily Show with Jon Stewart Official Homepage, 2016) Nach Jon Stewarts Ausstieg wurde „The Daily Show“ von Trevor Noah übernommen. Das Format erhielt daraufhin den vollständigen Titel „The Daily Show with Trevor Noah“. (vgl. The Daily Show with Trevor Noah Official Homepage, 2016)

5.2.2. The Colbert Report

„The Colbert Report“ ist ein Spin-off-Format von „The Daily Show with Jon Stewart“. Stephen Colbert, der seit Beginn von „The Daily Show with Jon Stewart“ zum Ensemble zählte, parodiert in seinem eigenen Format den Stil von konservativen politischen Talk-Shows. Stephen Colbert spielt den Charakter eines konservativen, exaltierten Republikaners. (vgl. Baumgartner, Morris, 2008, S. 623) Die erste Folge wurde am 17. Oktober 2005 auf *Comedy Central* ausgestrahlt. In insgesamt 1447 Folgen in elf Staffeln persiflierte man das Format „The O’Reilly Factor“ und seinen Moderator Bill O’Reilly des Senders *Fox News*. (vgl. The Colbert Report Official Homepage, 2016) Zentrales Moment des von Colbert verkörperten Charakters ist seine rigorose Ablehnung von Fakten, wenn es um politische Debatten und Argumente geht. Dieser Zugang trägt dem Umstand Rechnung, dass viele politische Talk-Shows im amerikanischen Fernsehen stark von parteipolitischen Agenden beeinflusst sind. (vgl. Baumgartner, Morris, 2008, S. 623)

6. EMPIRISCHER TEIL

6.1. Analyse „The Daily Show with Jon Stewart“

6.1.1. Sequenzanalyse „The Daily Show with Jon Stewart“

Das Sequenzprotokoll sowie die Sequenzgrafik wird von der Folge 90 der 20. Staffel erstellt. Die Episode wurde am 15. April 2015 ausgestrahlt. Da es nicht möglich war das Originalmaterial vom Tag der Ausstrahlung inklusive Werbeblöcke zu bekommen, wird die vollständige Folge ohne die Werbepausen analysiert. Als Quelle wird die Streamingplattform „vodlocker.com“ verwendet. Die Folge wurde nur über diese Plattform gestreamed. Es fand zu keiner Zeit ein Download statt. Dementsprechend ergibt sich eine Episodenlaufzeit von 21 Minuten und 28 Sekunden. Das Sequenzprotokoll orientiert sich in seiner Zeitangabe an dieser Quelle. Außerdem wurde zur Verifizierung der Vollständigkeit des Materials, zusätzlich zu oben genannter Streamingplattform, die offizielle Homepage von „The Daily Show with Jon Stewart“ herangezogen. Dort sind alle vier inhaltlichen Segmente als Videos verfügbar. Es fehlen allerdings das Intro, An- und Abmoderationen sowie der vollständige Abspann. Deshalb wird für das Sequenzprotokoll auf die Onlinequelle „vodlocker.com“ zurückgegriffen. (vgl. vodlocker.com, 2016)

Da es sich bei der Methode um eine qualitative Analyse handelt, wird im empirischen Teil zunächst deduktiv vorgegangen. Deshalb wird das Sequenzprotokoll vor der Formatanalyse erstellt. Um die Ergebnisse der Sequenzanalyse anschaulicher zu gestalten, werden sie in einer Sequenzgrafik zusammengefasst. So wird die gesamte Folge mit den wesentlichen Sequenzen und Subsequenzen übersichtlich dargestellt. Außerdem sollen konkrete Beispiele aus der analysierten Folge in der Formatanalyse nochmals aufgegriffen und durch allgemeine Erkenntnisse zum Format „The Daily Show“ ergänzt werden. Die Analyse der dramaturgischen Einheiten in Sequenzen und Subsequenzen einer Folge kann detaillierten Aufschluss über den Formatcharakter geben. Gleichzeitig ermöglicht die Reihenfolge der Herangehensweise, vom Konkreten auf das Allgemeine zu schließen. Das vollständige Sequenzprotokoll ist im Anhang beigelegt. (siehe Kapitel 10)

Min'Sek''	Sequenzen / Subsequenzen
00'00''	1. Sequenz: Exposition Intro / Zeit, Ort, Situation / Studio / Kamerafahrt / Begrüßung
00'24''	Akt 1 "Fake-News-Update" Anmoderation
00'49''	2. Sequenz: "Seriously, guys, what are we doing here?" 2.1. Präsidentschaftskampagne Hillary Clinton: Nachrichtenmaterial / Studio / Reaktion, Kommentar des Moderators
03'53''	Subsequenz 2 Überleitung 2.2. Polizeigewalt an unbewaffneten Verdächtigen Nachrichtenmaterial / Studio / Reaktion, Kommentar des Moderators
05'24''	>> thematischer Schwenk von Satire zu moralischer Botschaft Abmoderation
08'18''	(Werbeblock 1) Akt 2: „Fake-News-Report“ Einstieg Akt 2 / Begrüßung durch Moderator Anmoderation Sequenz 3 3. Sequenz: "Future Christ - Jordan Klepper" 3.1. Exposition Beitrag / Voice-over / Ort, Zeit, Situation 3.2. Interviewpartner 1 "Hipster Pastor" 3.3. Interviewpartner 2 "Konservativer Reverend" 3.4. Cross-cutting Interview 1 + 2 3.5. Pointe: Fake-Reporter baut Roboter 3.6. Roboter und Fake-Reporter "testen" andere Weltreligionen / 3.7. Abmoderation mit SFX 3.8. Abmoderation Akt 2 durch Jon Stewart
14'21''	(Werbeblock 2) Akt 3: Interview 4. Sequenz: Interview Billy Crystal 4.1. Einstieg nach Werbung / Ankündigung des Gastes / Auftritt Billy Crystal / Gegenseitige Begrüßung 4.2. Gespräch / Promo-Einspieler 4.3. Verabschiedung
21'06''	(Werbeblock 3) 5. Sequenz "Moment of Zen" Anmoderation Einspieler Abspann
21'28''	Ende

Abb. 4.: Eigene Darstellung Sequenzgrafik „The Daily Show with Jon Stewart“ Staffel 20 Folge 90

Die erste Sequenz der analysierten Folge von „The Daily Show with Jon Stewart“ beinhaltet die Exposition. Am Beginn der Episode steht das Intro mit der expliziten Nennung des Datums, sowie des Ortes der Aufzeichnung. Hier wird in klassischer Weise, Ort, Zeit und Situation des Formats ausgewiesen. Nach der Begrüßung durch den Moderator Jon Stewart beginnt der erste Akt des Formats, das „fake news update“. Es trägt den Titel „Seriously, guys, what are we doing here?“ (2. Sequenz, siehe Sequenzgrafik Abb.4.) und beinhaltet insgesamt zwei Themenblöcke, die sich auf unterschiedlichen Ebenen mit der Kritik an medialer Berichterstattung befassen. Jon Stewart spricht in diesem Segment die Medien wiederholt direkt an. Die erste Subsequenz (2.1. siehe Abb.4.) beschäftigt sich mit der Präsidentschaftskampagne von Hillary Clinton und dem übertriebenen Versuch der Medien, aus der erst zwei Tage dauernden Kampagne, Nachrichteninhalte zu konstruieren. Die zweite Subsequenz (2.2. siehe Abb.4.) thematisiert mediale Berichterstattung zum Thema Polizeigewalt an unbewaffneten Verdächtigen. Konkret geht es dabei um den Einsatz von Videos, die diese Gewalttaten zeigen.

Durch wiederholtes *cross-cutting* zwischen dem gezeigten Nachrichtenmaterial zum Thema und einer Einstellung des Moderators in der Halbnahen im Studio, entspinnt sich eine Art Dialog zwischen Stewart und dem gezeigten Material. Er reagiert auf Ausschnitte, leitet den nächsten ein, und kommentiert weiter. In dieser Anwendung der Parallelmontage liegt der Humor des Segments begründet. Aber Stewart macht sich nicht nur über das Gezeigte lustig. In den Subsequenzen, die ihn im Studio zeigen, stellt er den Kontext für sein Publikum her. Außerdem entlarvt er die Ausschnitte bezüglich ihrer Darstellungsweisen oder Inhalte. Die Technik ist an der Vorgehensweise seriöser Nachrichtenmoderator_innen bezüglich An- und Abmoderation von Beiträgen angelehnt. Das Format überspitzt diese Strategie, indem der Moderator auch zwischen den Sequenzen zu Wort kommt. Dadurch übt Jon Stewart Schritt für Schritt Kritik an der Gestaltung der Nachrichten. Er unterbricht den Fluss des Materials und setzt gezielt Zäsuren. Das führt dazu, dass man als Zuseher_in zu Hinterfragen beginnt, in welcher Form Informationen präsentiert und kontextualisiert werden.

Im letzten Teil der zweiten Sequenz (Min. 05'24" siehe Abb. 4.) vollzieht Stewart auf subtile Weise einen thematischen Schwenk von Satire zu rein moralischer Botschaft. Es folgt ein Meinungsbeitrag, in dem er seine Argumente darlegt und

Nachrichtenmaterial nutzt, um diese zu untermauern. Die Technik der Parallelmontage wird fortgeführt. Allerdings bezieht sich Jon Stewart nicht mehr rein auf eine Kritik des Gesehenen, sondern wendet sich direkt an die Medien und kritisiert ihre Vorgehensweise:

„Listen, news media, turning the last moments of someone’s life into ,newsac’ that just plays in the background of discussions slowly robs those images of their power and more importantly the people in the videos of their humanity.“ (The Daily Show with Jon Stewart, 15.4.2015, Min. 6’43’’)

Nachdem sich in dieser Subsequenz der ernste Ton etabliert hat, wird durch einen Witz wieder auf den satirischen Tonfall übergelitet. Das Segment endet, wie es begonnen hat, als humorvolles Infragestellen medialer Berichterstattung.

Der zweite Akt besteht aus dem „fake news report“. Im Fall der analysierten Episode handelt es sich um einen vorproduzierten Beitrag zur Frage der Zukunft des Christentums. Der Fake-Reporter Jordan Klepper hat ihn gestaltet. Diese Parodie eines Nachrichtenbeitrags wird unter dem Titel „Future Christ“ präsentiert. In der Exposition werden Ort, Zeit und Situation durch Voice-Over von Klepper, über Aufnahmen einer Kirche, etabliert. Die grundlegende Fragestellung befasst sich mit der gegenwärtigen Relevanz des Christentums und ob die Religion eine Modernisierung braucht. Zu diesem Zweck bedient sich der Beitrag einer etablierten Technik des Nachrichtenjournalismus, des Experteninterviews. Jordan Klepper spricht mit insgesamt zwei Interviewpartnern von unterschiedlichen Seiten des Spektrums christlicher Religion. Einmal trifft er den „Hipster Pastor“ Carl Lentz. Dieser wird kurz vorgestellt. Im Interview kommen klassische *over-the-shoulder-shots* zum Einsatz, wie es in Fernsehinterviews üblich ist. Carl Lentz wird zunächst zu seinem Zugang als christlicher Pastor eines Zeitgeistes befragt. Danach wird ein zweiter Interviewpartner eingeführt, der die Zukunft des Christentums in einer gänzlich anderen Richtung begründet sieht. Reverend Dr. Christopher J. Benek, glaubt, dass Roboter als künstlich hochintelligente Wesen in Zukunft einen religiösen Glauben annehmen könnten.

Nachdem beide Interviewpartner vorgestellt sind, folgt im Beitrag eine Parallelmontage der Gespräche in denen sie mit den Aussagen des jeweils anderen konfrontiert werden. Jordan Klepper präsentiert sich vor der Kamera in Aussehen und Auftreten als seriöser Journalist. Seine Fragen sind nur mit dem formalen Vorwissen eines/einer Zuschauers/Zuschauerin sowie im Kontext des Beitrags als

ironisch zu lesen. Die Interviewpartner selbst glauben scheinbar an ein seriöses Gespräch mit einem Journalisten. Diese Tatsache macht zu einem großen Teil, den Witz des Beitrags aus. Die Pointen und die Satire funktionieren im Zusammenspiel mit der angeblichen formalen Seriosität des Beitrags.

Im dritten Akt findet das Interview statt. In der Folge vom 15. April 2015 war Billy Crystal zu Gast. Er war in der Sendung, um seine neue Serie „The Comedians“ zu bewerben. Die Mise-en-Scène des Gesprächs ist relativ simpel. Es kommen drei Kameraeinstellungen zum Einsatz. Zwei Halbnahen von links und rechts, die beide Gesprächspartner im Bild zeigen sowie eine Nahaufnahme von Billy Crystal, die immer dann zum Einsatz kommt, wenn er über längere Zeit am Wort ist. Die Art und Weise, wie das Interview in Szene gesetzt wird, drückt den Fokus auf den Gesprächspartner aus. Billy Crystal wird nicht nur inhaltlich, sondern auch formal (Bild-)Raum gegeben, um sein neues Projekt zu bewerben. Jon Stewarts Rolle gestaltet sich in diesem Zusammenhang zurückhaltend. Er mimt den interessierten und wohlwollenden Zuhörer und Fan seines Gastes. Das Interview wird vom Moderator mit einer nochmaligen Bewerbung von „The Comedians“ beschlossen. Die Gäste verabschieden sich voneinander und Jon Stewart moderiert die Werbung an. Das Logo von „The Daily Show“ wird eingeblendet, danach folgt eine Schwarzblende.

Nach der dritten Werbepause folgt die insgesamt fünfte Sequenz (siehe Abb. 4.) Sie wird von Jon Stewart knapp mit den Worten: „That’s our show. Here it is, your Moment of Zen.“ anmoderiert. Darauf folgt ein kurzer Ausschnitt aus einer Nachrichtensendung, in der die Moderatorin einen Beitrag anmoderiert, auf den jedoch der falsche Einspieler folgt. Die letzte Sequenz bleibt gänzlich unkommentiert und steht für sich alleine. Sie ist Teil jeder Folge von „The Daily Show“. Danach folgt nur mehr der Abspann. Am Beispiel dieser Folge lässt sich die enge Verbindung von Form und Inhalt für das Funktionieren der satirischen Momente beobachten. Besonders in Bezug auf das Stilmittel der Parodie kann die Bedeutung von Satire im Fernsehen nicht ohne die formalen Gestaltungsweisen erfasst werden.

6.1.2. FF1: Wie lässt sich das TV-Format „The Daily Show with Jon Stewart“ hinsichtlich seiner formalen Gestaltung beschreiben?

Wie klassische Late-Night-Comedy Formate ist „The Daily Show“ nach einer dreiaktigen Struktur aufgebaut. Es gibt auch Episoden, in denen diese Struktur nicht eingehalten wird, wie beispielsweise am 15. Juni 2015 als Bill Clinton zu Gast war. Um mehr Sendezeit für das Interview zur Verfügung zu haben wurde der zweite Akt gestrichen. Er besteht meist aus Beiträgen, die Nachrichtenreportagen persiflieren. Obwohl es, je nach inhaltlicher Gewichtung, Unterschiede im Sendungsaufbau geben kann, ist eine typische Folge von „The Daily Show“ nach dem dreiaktigen Prinzip aufgebaut. Das erste Segment, welches traditioneller Weise der Eröffnungsmonolog des Moderators ist, nutzt „The Daily Show“ als Nachrichtenparodie, um aktuelle politische Ereignisse aufzugreifen. Hier tritt Jon Stewart als Nachrichtenmoderator auf, der die wichtigsten Geschehnisse des Tages satirisch kommentiert und aufarbeitet. Das tut er im Zusammenspiel mit Videomaterial verschiedenster Nachrichtensendungen.

Der zweite Akt gestaltet sich von Folge zu Folge unterschiedlich. Es werden entweder „Reporter vor Ort“ von Jon Stewart interviewt, eigene „Nachrichtenbeiträge“ gestaltet oder ein zweiter inhaltlicher Schwerpunkt von Stewart moderiert und kommentiert. Der dritte und letzte Akt ist bei „The Daily Show“ immer das Interview mit einem prominenten Gast. Die verschiedenen Akte werden jeweils durch Werbepausen getrennt. Dadurch ergibt sich eine klare formale Trennung, die mit einer inhaltlichen verbunden wird. Eine Folge „The Daily Show with Jon Stewart“ hat durchschnittlich eine Länge zwischen 20 und 22 Minuten ohne Werbepausen. (vgl. Painter, Hodges, 2010, S. 266)

Jede Folge beginnt mit dem **Intro**. Es orientiert sich eindeutig am Design von Nachrichtenformaten. Die Bildsprache nimmt ein bekanntes und vielverwendetes Motiv zur Hand, das der Weltkugel. Diese dreht sich, teilt sich horizontal in der Mitte und bringt in sich immer wieder eine neue Weltkugel hervor. Es erscheint das Logo der Sendung und durch einen kontinuierlichen Zoom wird von der animierten Weltkugel im Vorspann auf die tatsächlich vorhandene im Studio übergeleitet. Textlich gestaltet sich das Intro immer gleich: Zuerst wird das Datum genannt, welches auch im Vollbild zu lesen ist. Im Fall der analysierten Episode lautet der Text wie folgt: „April fifteenth two thousand fifteen, from Comedy Central's world news

headquarters in New York, this is *The Daily Show with Jon Stewart*.“ Mit der expliziten Nennung des Datums bezieht sich das Format auf eine Technik, die in den Nachrichten üblicherweise angewandt wird, um die Aktualität der Berichterstattung zu suggerieren und hervorzuheben. Außerdem soll die Phrase „world news headquarters in New York“ den Bezug zu Image, Prestige und Macht der nationalen Nachrichtensender herstellen, die ebenfalls ihre Zentralen in New York haben. Das Einzige, was im Intro Aufschluss darüber geben kann, dass es sich um eine Parodie handelt, ist die Erwähnung des Senders *Comedy Central*. Ansonsten steht das Intro für sich allein genommen in der Tradition klassischer Nachrichtenformate und wäre von ihnen nicht zu unterscheiden. (vgl. Baym, 2005, S. 262)

Auch die Titelmusik ist während des Intros noch von einer anderen Tonalität geprägt. Durch Fanfarenklänge und Trommelwirbel wird Seriosität suggeriert. Erst als die Studiokamerafahrt einsetzt, ändert sich die Musik im Übergang von Intro zu Studioaufnahme.



Abb. 5.: Screenshot „The Daily Show with Jon Stewart“ Studiototale

Während die Kamera einen schnellen Schwenk durch das Studio macht, setzt die Titelmusik „Dog on Fire“ ein, die durch Gitarren- und Schlagzeugklänge nach Rock’n’Roll klingt. Unterdessen hört man das Studiopublikum im Hintergrund laut Beifall klatschen. Bereits in der ersten Minute verbindet das Format also klassische Elemente aus zwei unterschiedlichen Fernsehgenres, nämlich den autoritären Gestus der Nachrichten und das beschwingte, lockere Image von Entertainment-Talkshows. Dieses Nebeneinanderstellen von zwei Formattraditionen führt sich in allen Segmenten der Sendung fort. (vgl. Baym, 2005, S. 262)

Bei der **Kulisse** dominieren die Farben Blau und Rot. (siehe Abb. 5) Der Moderator nimmt hinter einem großen geschwungenen, fast halbkreisförmigen Schreibtisch mit dunklen Holzelementen Platz. Hinter ihm befindet sich eine große Leinwand, die mit einer grafischen Weltkarte bespielt wird. Die Bildwände links und rechts davon werden abwechselnd mit Bildern von Monitoren oder der New Yorker Skyline bespielt. Die Weltkugel als Symbol kehrt auch in der Studiogestaltung sowie im Mobiliar wieder. Einmal hängt sie direkt hinter dem Moderator von der Studiodecke. In ihrer Mitte ist ein LED-Band zu sehen, auf dem in Laufschrift immer wieder „New York, The Daily Show“ durchläuft. Auch im Hintergrund finden sich LED-Anzeigen, die sowohl das Datum, als auch den Titel der Sendung ausweisen. Zweitens ist die Weltkugel in stilisierter Form auch in das Design des Tisches eingearbeitet. Wie schon das Intro ist auch die Kulisse darauf ausgerichtet Unmittelbarkeit und Örtlichkeit des Formats klar auszuweisen. Datum, Ort der Aufzeichnung und Logo der Sendung sind omnipräsent.

Die Studiogestaltung hat im Fall von „The Daily Show“ eine wesentliche Funktion. Sie vermittelt, durch ihre seriöse und klassische Ausstattung, das Bild eines Nachrichtenstudios. Der satirische Charakter der Sendung wird auf anderen Ebenen transportiert. Ein wesentliches Charakteristikum von Satire ist die Arbeit mit bereits existierenden Genres. Anders formuliert, Satire bedient sich bekannter Genrekonventionen und deutet sie nach ihren Bedürfnissen um. Indem das Format in seiner äußeren Gestaltung eine Imitation des Nachrichtengenres darstellt, arbeitet es auch mit dem Vorwissen seines Publikums. Durch die Erwartungen, die in Bezug auf ein Nachrichtenformat in den Köpfen der Zuschauer_innen entstehen, ergibt sich eine Bedeutungsverschiebung auf der Ebene des Inhalts. Die grundlegende Ästhetik des

Formats zielt darauf ab traditionelle Nachrichtensendungen zu persiflieren. Dadurch entsteht in den Köpfen der Zuseher_innen ein Konnex zwischen ernsthaftem Nachrichtenjournalismus und „The Daily Show“. So wird durch das seriöse äußere Erscheinungsbild und den satirischen Inhalt ein erster gewollter Widerspruch hergestellt, der für das gesamte Format charakteristisch ist. Durch die spielerische Verzerrung der bekannten Elemente des Nachrichtengenres werden journalistische Praktiken bereits auf der formalen Ebene satirisch aufgearbeitet. (vgl. Holbert et. al., 2007, S. 23)



Abb. 6.: Screenshot „The Daily Show with Jon Stewart“ - „fake news update“

In Bezug auf **Showelemente** bedient sich „The Daily Show“ einerseits an Originalmaterial aus den Nachrichten selbst. Während des „fake news update“ oder „satire news update“ (Baym, 2005, S. 263) im ersten Akt des Formats werden Videoclips, Soundbites, Grafiken und Bilder eingesetzt, um das jeweilige Thema zu etablieren. Andererseits werden auch selbst gestaltete Grafiken oder Überschriften verwendet, um das Originalmaterial satirisch zu konterkarieren bzw. in einen neuen Kontext zu stellen. Am Beispiel der analysierten Folge wird im Segment mit dem Titel „*Seriously, guys, what are we doing here?*“ das Oberthema der Kritik an medialer Berichterstattung, bereits vor dem eigentlichen satirischen Inhalt mit einer Pointe versehen. (siehe Abb. 6) Die Art der Präsentation im ersten Akt bildet eine Eigeninterpretation des Eröffnungsmonologs von Late-Night-Formaten. Das „fake

news update“ verbindet den klassischen Late-Night-Monolog mit der Parodie des Nachrichtenmoderators. Dazu werden meist visuelle Elemente verwendet, die als Grafik über der linken Schulter des Moderators eingeblendet zu sehen sind. Zusätzlich zu dieser klassischen Parodieform von Nachrichten verwendet „The Daily Show“ noch weitere audiovisuelle Elemente, wie Sendungsausschnitte verschiedenster Nachrichtenformate. Diese werden in einem neuen Kontext nebeneinandergestellt und hinterfragt. (vgl. Baym, 2005, S. 263)

Das Material für die Sendung wird den 24 Stunden sendenden Nachrichtenkanälen, C-SPAN⁵ und anderen bereitgestellten Quellen entnommen. Auch Ausschnitte oder Überschriften von Printmedien werden übernommen und in Grafiken eingebaut. Durch das immer größer werdende Volumen an Informationsquellen kann „The Daily Show“ quasi seine eigenen Nachrichten zusammenstellen. Durch die zur Verfügung stehenden Materialien einer hypermediatisierten Welt kann das Format also auf dieselben Quellen zurückgreifen, die auch klassischem Nachrichtenjournalismus zur Verfügung stehen. Allerdings mit einem wesentlichen Unterschied. Dieser fußt auf den Ansprüchen an journalistische Standards und die Einhaltung von Konventionen. Das erste Segment bringt die angesprochenen Themen in einen breiteren Kontext, stellt Hintergrundinformationen zur Verfügung und stellt auch in manchen Fällen historische Verbindungen her, die für tagesaktuellen Nachrichtenjournalismus in der Form nicht üblich sind. Diese Herangehensweise ist allerdings nur durch die Tatsache möglich, dass sich das Format nicht mit den Ansprüchen, die an seriöse Berichterstattung gestellt werden, messen muss. Unter dem Schutz des Begriffes „fake news“ zieht „The Daily Show“ seinen größten Vorteil. Er ermöglicht es dem Format zwar dieselben Geschichten mit dem selben Rohmaterial zu verarbeiten, aber mit der Freiheit die tatsächlich gezeigten Ausschnitte autonom zu wählen. Eine ungeschriebene Regel des Nachrichtenjournalismus ist beispielsweise, dass ein guter Originalton ein kohärentes Statement von Meinung oder Einstellung beinhalten sollte. Dementsprechend gestaltet sich die Auswahl der gesendeten O-Töne für

⁵ C-SPAN ist ein öffentlicher Dienst, der von der amerikanischen Kabelsenderindustrie zur Verfügung gestellt wird. Ziel ist es den Bürger_innen Informationsgewinn über das politische Geschehen in ungekürzter und ungeschnittener Fassung zu ermöglichen. Das umfasst einerseits Live-Übertragungen von Sitzungen des US Senats, des US Repräsentantenhauses und anderen Foren, in denen Politik gemacht wird. Andererseits beschreibt C-SPAN seine Mission als den Versuch gewählten politischen Vertreter_innen einen direkten Draht zu ihren Wähler_innen zu ermöglichen, ohne deren Botschaften umzudeuten oder in einer anderen Weise zu verändern. (vgl. C-SPAN offizielle Homepage, 2016)

Journalist_innen. „The Daily Show“ hingegen muss sich nicht an diese Regel halten und kann bewusst Material suchen, dass dieser Norm widerspricht. (vgl. Baym, 2005, S. 264)

In diesem Zusammenhang sind zwei Aspekte von Bedeutung. Erstens, indem das Format seinem Publikum Etwas zeigt, dass sie über traditionelle Kanäle nicht bekommen, übt „The Daily Show“ Kritik an Medien und dem politischen System. Es offenbart die Outtakes der Nachrichten und somit auch eine Welt hinter perfekt formulierten und inszenierten politischen Botschaften. Zweitens wird anhand der für das Format spezifischen Nutzung der beschriebenen Showelemente deutlich, wie stark Inhalt und Form in Bezug zueinander stehen. Diese Interdependenzen sind essentiell für das Funktionieren der Satire von „The Daily Show“.

Die **Regie** von „The Daily Show“ orientiert sich wie auch die Kulisse und die einzelnen Showelemente hauptsächlich am Stil von Nachrichtensendungen. Die grundlegende Atmosphäre ist durch wenig Schnitte und praktisch keine Kamerafahrten ruhig angelegt. Dadurch wechselt der Fokus von den Möglichkeiten der Darstellung und der Interpretation einzelner Bilder und Einstellungen zum Inhalt und den gezeigten Personen. Die **Kamera** ist statisch gehalten. Bis auf die Einstiege nach den Werbepausen gibt es keine Kamerafahrten. Die dominierenden Einstellungen sind Halbnähe und Nahe.



Abb. 7.: Screenshot „The Daily Show with Jon Stewart“ - Reaktion auf das gezeigte Material

Der Fokus liegt auf den Reaktionen des Moderators und seiner Gäste. Während des „fake news update“ ist nur Jon Stewart im Bild zu sehen, wie er mit dem gezeigten Nachrichtenmaterial interagiert. Man sieht ihn in einer frontalen Aufnahme bis zur Körpermitte. In seriösen Nachrichtenformaten suggeriert die Einstellung der frontalen Nah- oder Halbnahaufnahme auch bildlich eine gewisse Distanz. Einerseits zum jeweiligen Thema, andererseits zur Person des/der Moderators/Moderatorin, von dem/der erwartet wird, sich und ihre Meinungen oder Emotionen nicht mit einfließen zu lassen. Diese Haltung spiegelt sich auch in reduzierter Gestik und Mimik wider. Jon Stewart hingegen nutzt den Bewegungsspielraum, den ihm diese Einstellung bietet, um sowohl gestisch, als auch mimisch das Gesagte und Gesehene zu unterstreichen. (siehe Abb. 7) Außerdem ermöglicht die Nahe oder Halbnahe eine Bewegung entlang der Achse seines Schreibtischs. So richtet sich Jon Stewart teilweise in den einzelnen Sequenzen an eine zweite Kamera, um eine Pointe deutlich zu machen. Außerdem erfolgt der Einstieg nach dem ersten Werbeblock aus einer anderen Perspektive, nämlich der rechten Hälfte des Schreibtischs.

Der zweite Akt gestaltet sich ebenfalls als eine Parodie auf klassische Nachrichtensegmente. Die „parody news reports“ fungieren als Möglichkeit offen Kritik an den Darstellungsweisen der Medien zu üben. Sie bauen auf dem Sketchcomedyformat auf, das charakteristisch für Late-Night-Shows ist. Im Fall von „The Daily Show“ spielt der Cast die Rolle von Nachrichtenreportern. Die Comedians treten entweder am Set selbst mit Stewart auf und mimen die Experten in einem fiktiven Interview. Oder sie sind in einem nachgeahmten Live-Shot zu sehen. In dem Fall analysieren sie scheinbar aus dem Stegreif eine bestimmte Situation, wie dies in klassischen Nachrichtenformaten üblich ist. Allerdings birgt ihre Analyse überspitzte Elemente und übertriebene, sarkastische Argumente, die wiederum den Witz des Segments ausmachen. Das dritte verwendete stilistische Element bilden vorproduzierte Berichte, in denen die Fake-Reporter im ganzen Land unterwegs zu sein scheinen, um wichtige Themen zu verfolgen. (vgl. Baym, 2005, S. 269)

In der parodistischen Form des zweiten Aktes werden die Herangehensweisen von Fernsehjournalist_innen kritisiert, die oft selbst eine Rolle vor der Kamera spielen. Außerdem wird so der Hang der Mainstreammedien zur Vereinfachung informativer Inhalte karikiert. Im Kern geht es in diesen Segmenten um das Exponieren eines

Fernsehspektakels, das auf Kosten eines weiter reichenden Verständnisses der Zuschauer_innen geht. (vgl. Baym, 2005, S. 270)

Die Gestaltung des zweiten Aktes unterscheidet sich von Folge zu Folge. Nach dem ersten Werbeblock erfolgt der Einstieg ins Format durch eine erneute Begrüßung. Es folgt die Anmoderation des Beitrags durch den Moderator Jon Stewart. In der analysierten Episode vom 15. April 2015 wurde ein vorproduzierter „fake news report“ gezeigt. In dem Beitrag mit dem Titel „Future Christ“ begibt sich der Fake-Reporter Jordan Klepper auf die Suche nach der Zukunft des Christentums. Der Beitrag verbindet bekannte Gestaltungsweisen von Nachrichtenjournalismus mit einer überspitzten parodistischen Auslegung. Er besteht im groben aus zwei Interviews mit Vertretern des Christentums, die unterschiedliche Auffassungen über die Zukunft des Glaubens haben. Als Zuseher_in ist einem oft nicht klar, ob die Interviewpartner in die satirische Herangehensweise ihres Gegenübers eingeweiht sind. Eine endgültige Antwort auf die Frage bleibt offen. Somit liegt die Kritikfunktion zu einem bedeutenden Teil in der Form der Präsentation. Durch die Parodie der Gestaltung solcher „Nachrichtenbeiträge“ wird aufgezeigt, dass man als Publikum die Art der Berichterstattung hinterfragen sollte. Vor allem geht es darum die Skepsis der Zuschauer_innen in Bezug auf das, was als seriöser Informationsjournalismus gelten will, zu wecken. Der dritte Akt ist, wie im der Genre Late-Night-Shows üblich, das **Interview** mit einem Gast aus Politik oder Prominenz. Allerdings unterscheidet sich das Format „The Daily Show“ auch in diesem Aspekt von klassischern Vertretern des Genres. Die **Gästeauswahl** beschränkt sich nicht nur auf Prominente aus Film, Musik und Fernsehen. Ein großer Teil der Interviewpartner_innen sind Persönlichkeiten, die in der Regierung, Politik oder im journalistischen Feld tätig sind. (vgl. Baym, 2005, S. 271)

Je nachdem wer gegenüber von Jon Stewart Platz nimmt, gestaltet sich auch sein Interviewstil. Während er mit Filmstars über ihre aktuellen Projekte und lockere Themen spricht, gestalten sich Interviews mit Politiker_innen inhaltlich komplexer. Es fällt auf, dass diese Art der Gespräche dem Moderator Jon Stewart mehr liegt. Es geht ihm um relevante Inhalte, die besprochen und diskutiert werden sollen, und weniger darum Personen in den Mittelpunkt zu stellen. In einem Gespräch mit „The Guardian“ stimmte Stewart der Kritik zu, dass seine Interviews mit Prominenten sich grundlegend von jenen mit Politiker_innen unterscheiden: „Have you seen the show?

Mostly I'm not even listening. But I can bullshit anyone for six minutes. (Freedman, 2015)

Die Interviews werden mit einem einfachen Schuss-Gegenschuss-Verfahren in Szene gesetzt. Je nachdem wer gerade am Wort ist, kommen Halbnah- oder auch Naheinstellungen zum Einsatz. Dazwischen werden Perspektiven montiert, die beide Gesprächspartner im Bild zeigen. Die audiovisuelle Gestaltung dieses Segmentes ist reduziert. So wird der Fokus auf das Gesprochene gelegt und der Inhalt in den Vordergrund gerückt. Auch in diesem Teil kommt der hybride Charakter des Formats zum Tragen. Die Gespräche verbinden Humor, Popkultur und das Bedürfnis nach Auseinandersetzung mit relevanten gesellschaftspolitischen Themen. In diesem Kontext kommt Jon Stewart einmal mehr seine Rolle als Satiriker zu Gute. Er kann durch seine humorvolle, teils ironische Herangehensweise seine Interviewpartner_innen mit Dingen konfrontieren, was seriösen Journalist_innen in der Form verwehrt bleibt. Das Interview im letzten Drittel jeder Sendung ist sowohl für Gäste als auch das Format ein Marketinginstrument. In diesem Segment hat „The Daily Show“ die Chance aktiv zum politischen Diskurs beizutragen und selbst Zirkulationspunkt von Ideen und Meinungen zu werden. An dieser Stelle gestaltet sich das Interview auch nicht mehr als Parodie, sondern ist ernst gemeinter Versuch Teil des öffentlichen Diskurses zu sein. (vgl. Baym, 2005, S. 271)

Jon Stewarts Rolle als **Moderator** orientiert sich nur im äußeren Erscheinungsbild am typischen *anchorman* der amerikanischen Fernsehnachrichten. Dieser nimmt üblicherweise die Rolle eines kühlen Beobachters ein, der nicht das Problem journalistischer Subjektivität zu haben scheint. Stewart als Repräsentant und Identifikationsobjekt des Formats legt seinen Zugang anders an. Als personalisierte Präsentationsform von „The Daily Show“ drückt er in seiner Performance die dem Format zu Grunde liegenden Prinzipien aus. Er übernimmt die Rolle einer aufgebrachten Einzelperson, die nicht glauben kann und will, welche Dinge ihr von Seiten der Medien und der Politik vorgelegt werden. Vor dem Hintergrund seines Menschenverstandes präsentiert er sich als Stellvertreter seines Publikums, indem er die Berichterstattung und die Positionen der in ihr vorkommenden Akteur_innen hinterfragt. Außerdem spricht er in der ersten Person, wenn er Kritik übt. Insofern ist er nicht nur Identifikationsfigur für das Format, sondern auch für sein Publikum. (vgl. Baym, 2005, S. 265)

Er bewegt sich also in dem bereits angesprochenen Spannungsfeld nach Spivak, wonach es um Repräsentation und Re-präsentation gleichermaßen geht. Denn obwohl das Fernsehformat zum Bereich der Re-präsentation, also der Darstellung und Vergegenwärtigung, zu zählen ist, übt Stewart in seiner Rolle als Moderator auch eine gewisse Repräsenationsfunktion aus. Er „spricht für“ all diejenigen, die, wie er, mit dem politischen System nicht zufrieden sind. Das tut er nicht als gewählter Volksvertreter sondern als Individuum. (vgl. Spivak, S. 2003, S. 42)

Ein weiteres wesentliches Charakteristikum des Moderators Jon Stewart ist, neben der direkten Ansprache der Personen oder Institutionen, die er kritisiert, die Interaktion mit dem Originalmaterial der medialen Berichterstattung. In dieser Dialogizität liegt die Kraft von Stewarts Satire. Indem er abwechselnd Ausschnitte zeigt und diese dann in einen Kontext bringt oder kommentiert, entsteht eine Art Zwiegespräch zwischen Stewart und seinem Material. Diese satirische Technik zielt darauf ab eine investigative Untersuchung eines Themas zu suggerieren. Durch Nachfragen oder besser gesagt Hinterfragen der Sinnhaftigkeit des Gezeigten, wird Zweifel gesät. Dies steht in Kontrast zur epistemologisch eindeutigen Präsentationsweise der Nachrichten selbst. In diesen Formaten soll kein Zweifel daran gelassen werden, dass die Berichterstattung korrekte und unumstößliche Fakten bereitstellt. In Anlehnung an Goffman's Performance Begriff ist es besonders Jon Stewarts Fähigkeit, durch unterschiedliche Präsentationsstile und Verschiebungen in Tonfall und Emphase, die Situation sowie die Rezeption des Inhalts zu steuern, welche dem Format seinen Wiedererkennungswert gibt. (vgl. Goffman, 1956, S. 10)

In der analysierten Folge vom 15. April 2015 findet sich folgendes Beispiel: am Ende des ersten Segments wird das Zeigen von gewaltvollem Inhalt, wie Polizeigewalt an unbewaffneten Jugendlichen und die damit einhergehende Berichterstattung kritisiert. Konkret geht es dabei um die Verwendung von Videomaterial, das Beamte zeigt, die auf Jugendliche schießen. Auf Originalmaterial verschiedener Nachrichtensender folgt Jon Stewarts Kommentar: „*Ey, you can't say 'Fuck' on the Air! Kids might be watching!*“ (mit empörtem Tonfall) „*...and rerack that shooting footage. Kids might be watching.*“ (mit einem Grinsen im Gesicht und einer Art schelmischer Freude im Tonfall) (siehe Abb. 4) Seine Änderung der Tonalität bedingt eine Bedeutungsveränderung, obwohl er zwei Mal dieselbe Formulierung verwendet.

Das **Publikum** selbst ist während der Sendung nie im Bild zu sehen. Seine gestalterische Funktion als Stellvertreter der Fernsehzuschauer, übt es durch seine Reaktionen aus. Durch Beifall, Pfeifen, Klatschen, Lachen usw. artikuliert sich das Format klar in seiner Unterhaltungsfunktion. Die dadurch entstehende Atmosphäre konterkariert so auch den teilweise ernsten Inhalt. Außerdem interagiert Moderator Jon Stewart mit seinem Studiopublikum. Indem er auf bestimmte Geräusche reagiert, Witze macht oder Reaktionen kommentiert, erkennt er die Präsenz des Live-Publikums an und macht sie auch für die Zuseher_innen vor dem Fernseher sichtbar.

Der **Abspann** wird eingeleitet von einem letzten kurzen Segment, das den Titel „The Moment of Zen“ trägt. Nach dem Interview gibt es noch einen Einstieg von Jon Stewart, in dem er die Folge mit den Worten „That’s our show. Here it is the moment of Zen.“ beschließt. Diese kurzen Segmente zeigen meist aktuelle Ausschnitte aus Nachrichtensendungen, in denen Pannen eintreten, Fehler passieren oder andere unvorhergesehene Dinge auf Sendung gehen.

In der Hybridität des Formats liegt seine Stärke. Dadurch, dass es sich nicht so leicht in bereits existierende Typologien einordnen lässt, verwehrt es sich gewissermaßen den Konventionen, die eine Einteilung mit sich bringen würde. Gleichzeitig ist es genau deshalb so wichtig eine genaue Betrachtung des Formats anzustellen, bevor sich empirische Forschung mit seiner Wirkung beschäftigt.

6.2. Analyse „The Colbert Report“

6.2.1 Sequenzanalyse „The Colbert Report“ Staffel 11 Folge 4

Das Sequenzprotokoll sowie die Sequenzgrafik wird von der vierten Folge der elften Staffel des TV-Formats „The Colbert Report“ erstellt. Die Episode wurde am 2. Oktober 2014 ausgestrahlt. Da es auch in diesem Fall nicht möglich war das Originalmaterial vom Tag der Ausstrahlung inklusive Werbepausen zu organisieren, wird die vollständige Folge ebenfalls ohne Werbung analysiert. Als Quelle wird die Streamingplattform „vidzi.tv“ verwendet. Die Folge wurde nur über diese Plattform gestreamed. Es fand zu keiner Zeit ein Download statt. Dementsprechend ergibt sich eine Episodenlaufzeit von 21 Minuten und 29 Sekunden. (vgl. vidzi.tv, 2016) Das Sequenzprotokoll sowie die Sequenzgrafik orientieren sich bezüglich der Zeitangabe ebenfalls an dieser Quelle.

„The Colbert Report“ arbeitet mit einer dreiaktigen Struktur. Zunächst beginnt das Format in der ersten Sequenz mit der Exposition. Stephen Colbert gliedert die drei folgenden Akte in einer Ankündigung der Themen bzw. seines Studiogastes. In der Verwendung von Wortspielen zeigt sich bereits im Intro ein wesentliches Charakteristikum des Formats. Das Thema des ersten Aktes ist „Ebola“, dementsprechend gestaltet sich das Insert am unteren Bildrand. Mit „Cure Thing“ wird darauf angespielt. Das zweite Thema der Folge befasst sich mit dem Besitz von Strandabschnitten unter reichen Männern. Das Wortspiel dazu lautet „Shore Thing“. Und der Gast der Episode ist die Journalistin Lynn Sherr, weshalb die korrespondierende Headline mit „Sherr Thing“ titelt. Die Ankündigungen werden durch schnelle Zoom-ins von Halbnah auf Nahe ins Szene gesetzt. Dadurch entsteht eine Dynamik, die Unruhe und Aufgeregtheit suggeriert. Colbert dreht sich außerdem mit jeder neuen Ankündigung ruckartig zu einer anderen Kamera, was das Empfinden des Schnitttempos zusätzlich erhöht. Das Intro wird mit den Worten „This is the Colbert Report“ beendet. Es folgt die Titelsequenz, deren Gestaltung und Symbolik in der Formatanalyse noch detailliert beschrieben werden soll. Der Einstieg in die Folge geschieht durch eine Kamerafahrt, die das gesamte Studio zeigt. Auch die Publikumsränge sind durch die Schwenkbewegung der Kamera zu sehen. Danach folgt ein Schnitt in die Halbtotale auf Colbert an seinem Tisch. Es wird herangezoomt, bis der Moderator nur noch in der Halbnahen zu sehen ist und durch seine Begrüßung den ersten Akt einleitet.

Min'Sek''	Sequenzen / Subsequenzen
00'00''	1. Sequenz: Exposition Intro / Ort, Zeit, Situation, Themen / Ankündigung des Formats
00'32''	2. Titelsequenz
00'50''	Akt 1 "Cure Thing"
01'34''	3. Sequenz / Thema 1: Ebola Anmoderation / Kontextualisierung / Nachrichtenausschnitte / Überleitung, Anmoderation Subsequenz 1
02'34''	3.1. Subsequenz 1: "Deathpocalypse Now: Ebola in America: 50 States of Grave" / Intro, Animation, Voice-over / Kontextualisierung / Nachrichtenmaterial / Kommentar Colbert
05'55''	3.2. Subsequenz 2: Studiogast 1 Interview / Anmoderation Studiogast / Dr. Sepkowitz über die realen Gefahren von Ebola / Abmoderation / Überleitung Werbeblock 1 (Werbeblock 1)
09'51''	Akt 2 "Shore Thing"
10'18''	4. Sequenz / Thema 2: Reiche Leute und ihre Luxusprobleme 4.1. Subsequenz 1: "Solitocity" 4.2. Subsequenz 2: Berichterstattung Milliardär will Strand für Öffentlichkeit unzugänglich machen / Kommentar Colbert / inhaltliche Klammer zu "Solitocity"
14'34''	(Werbeblock 2) Akt 3: Interview mit Gast Lynn Sherr
14'59''	5. Sequenz: 5.1. Aufblende / Anmoderation Gast / Ortswechsel / zweite Kulisse / Begrüßung Interviewgast 5.2. Gespräch / Promotion Buch 5.3. Verabschiedung / Schwarzblende
21'13''	(Werbeblock 3) 6. Sequenz: Aufblende / Ortswechsel zurück im Studio / Verabschiedung
21'29''	Abspann / Off-Screen: Beifall Publikum Ende

Abb.5. Eigene Darstellung Sequenzgrafik „The Colbert Report“ Staffel 11 Folge 4

Die Sequenzgrafik (Abb. 5.) veranschaulicht die dreiaktige Struktur sowie deren Gewichtung innerhalb der Folge. Der erste Akt beschäftigt sich mit dem Thema Ebola und wie die Bedrohung für Amerika in deren Medien inszeniert wird. Zunächst sieht man Stephen Colbert an seinem Tisch frontal in die Kamera blicken und einen Zusammenschnitt mehrerer Nachrichtenformate zum Thema anmoderieren. Dieser wird im Vollbildmodus gezeigt. Nach dieser Kontextualisierung folgt die Anmoderation der ersten Subsequenz. (3.1. siehe Abb. 5.) „Deathpocalypse Now: Ebola in America: 50 States of Grave“ wird mit eigenem Intro eingeführt. Man sieht eine animierte Schrift vor dem Gefahrenzeichen für Biogefährdung montiert. Farblich ist alles in Rottönen gehalten. Am Ende folgt eine animierte Explosion. Der Titel der Subsequenz wird von Stephen Colberts Voice-Over mit tiefem, bedrohlichem Ton gesprochen. Der Moderator spricht daraufhin über die drohende Gefahr einer Ansteckung mit „Ebola“ innerhalb der Vereinigten Staaten und untermauert seine Argumentation mit Nachrichtenmaterial von *Fox News*.

Nachdem Colbert klargemacht hat, dass die Bedrohung seiner Meinung nach gravierend ist, leitet er zu seinem ersten Gast über, dem Arzt Dr. Kent Sepkowitz. Dieser hat auf der anderen Seite von Colberts rundem „Newsdesk“ Platz genommen. Das Interview wird von drei Einstellungen dominiert: Halbnähe von rechts von Dr. Sepkowitz, Halbtotale beider Gesprächspartner am Tisch sitzend und Halbnähe von links von Stephen Colbert. Nachdem diese etabliert sind, wird zwischen ihnen abgewechselt, je nachdem, wer gerade am Wort ist und ob die Reaktion beider Personen relevant bzw. interessant für das Publikum sein könnte. Colbert nimmt in dieser Subsequenz die Rolle des besorgten, beinahe hysterischen Mannes ein, der die wissenschaftlichen Fakten des Arztes immer wieder in einen Kontext bringt, der für seine Argumentationslinie von Vorteil ist. Das Interview endet mit einem Zoom-out. Nach der Schwarzblende kommt die erste Werbeunterbrechung.

Der zweite Akt wird formal eingeleitet wie der Erste. Man sieht Colbert in einer frontalen Aufnahme an seinem C-förmigen Tisch sitzen. Er begrüßt sein Publikum im Studio und vor dem Fernseher. Danach folgt die Überleitung zum Thema der vierten Sequenz (siehe Abb. 5) Es geht um reiche Leute und ihre Probleme, wenn sie Strandabschnitte besitzen und die Öffentlichkeit davon abhalten wollen, diese zu nutzen. Colbert solidarisiert sich in seiner Anmoderation des Themas mit den Wohlhabenden und spricht in der Wir-Form weiter. Er bezeichnet sich selbst auch als

„wealthmerican“. Das bildet die Überleitung zur nächsten Subsequenz (4.1. siehe Abb. 5) In ihr geht es um das Wort „Solitocity“, eine Eigenkreation von Colbert, die das Bedürfnis nach Exklusivität der Reichen ausdrücken soll. Diese Subsequenz fungiert als inhaltlicher und formaler Einstieg in das eigentliche Thema. Es geht um einen Milliardär, der durch verschiedenste Tricks versucht Menschen von der Nutzung eines Strandabschnittes, der sich in seinem Besitz befindet, abzuhalten. (Subsequenz 4.2. siehe Abb. 5) Es folgt wieder eine Anmoderation und Kontextualisierung der Situation. Danach werden Ausschnitte eines Nachrichtenbeitrags zum Thema gezeigt und immer wieder für kurze Kommentare von Colbert unterbrochen. Was ihn hier von Stewart unterscheidet ist nicht die Form, sondern die Art seiner Kritik. Diese übt er nämlich nicht direkt aus, indem er dem Gesehenen widerspricht. Durch übermäßige Zustimmung und wohlwollende Interpretation des Handelns des Milliardärs im Beitrag, zieht er dessen Moral indirekt in Zweifel.

Am Ende der Subsequenz schließt Colbert die inhaltliche Klammer zu seiner Wortkreation „Solitocity“ auf formaler Ebene. Nachdem er sich nochmals mit den Milliardären und ihren gezeigten Handlungen solidarisiert, führt er eine Erfindung vor, die ihn von den Normalverdienern abschirmen soll. Dazu holt er aus seinem Tisch ein mit rotem Samt überzogenes Seil hervor, wie man es als Absperrung für VIP-Bereiche kennt. Allerdings ist es zu einer Art Galgen geformt, den sich Colbert stolz um den Hals legt. Er meint, dass dieses Utensil ihm einen Status der „Solitocity“ ermögliche, egal wo er sich befinde. Als nächstes führt er vor, dass er sich sprichwörtlich jederzeit mit Hilfe eines zweiten Tricks aus der Gesellschaft armer Leute ziehen lassen kann. Mit einer Fernbedienung schwebt ein zum Galgen passendes Seil von der Decke. Dieses befestigt Colbert an seinem Hals und hängt sich somit quasi selbst auf, bevor er die Werbepause anmoderiert.

Diese Einlage repräsentiert die vielschichtige Botschaft der Sequenz. Dadurch, dass Colbert sich von Beginn an mit den Vermögenden solidarisiert hat, steht seine Hängung sinnbildlich für die Kritik an deren Verhalten. Somit findet die Satire auf der Metaebene statt, während der Witz sich direkt vor den Augen der Zuschauer_innen abspielt. Die Botschaft dahinter, kann aber nur dechiffriert werden, wenn man die Verbindung zwischen der moralischen Problematik des Themas und der diesbezüglichen gespielten Position des Charakters Stephen Colbert zieht.

Der dritte Akt beinhaltet das Interview mit dem Hauptgast der Folge. Lynn Sherr ist Journalistin und hat ein Buch über die erste amerikanische Astronautin geschrieben. Auf der Ebene des Formats beginnt der letzte Akt der Episode wieder durch eine Aufblende. Stephen Colbert begrüßt sein Publikum nach der Werbeunterbrechung und moderiert seinen Gast an. Das tut er noch an seinem Tisch sitzend. Dann folgt ein Wechsel des Sets. Der Moderator läuft, unter Beifall seines Publikums, zur zweiten Kulisse, in der schon Lynn Sherr Platz genommen hat.

Bevor er allerdings seinen Gast begrüßt, lässt sich Colbert nochmals vom Publikum feiern, dann nimmt er an einem runden dunkeln Tisch gegenüber von der Journalistin Platz. Das Interview ist im Gegensatz zu den ersten beiden Akten ruhiger in Szene gesetzt. Auch der Moderator selbst hat von seiner populistischen Art etwas Abstand genommen und gibt sich zurückhaltender. Die dominierenden Einstellungen sind Nahaufnahmen jeweils einer Person sowie eine Halbnahe der beiden im Profil. Die Einstellungen wechseln sich ab, je nachdem wer spricht. Der Fokus dieses Segments liegt auf der Vorstellung des Buches von Lynn Sherr. Die gesamte Atmosphäre des Gesprächs ist seriöser und entschleunigter als der Rest der Sendung. Das spiegelt sich auch in der Setgestaltung wider. Hinter dem dunklen runden Tisch in der Mitte wird die Skyline New Yorks auf einer Videoleinwand gezeigt. Zum Abschluss des Interviews bewirbt Colbert noch einmal das Buch. Es folgt ein Zoom-out auf eine Totale des Interview Sets, die mit einer Schwarzblende endet.

Die sechste Sequenz (siehe Abb. 5) bildet der „Sing-Off“. Es kommt nach dem Ende des dritten Aktes sowie der Werbeunterbrechung noch einmal zu einer Aufblende. Es fand anscheinend ein Ortswechsel statt. Man sieht Stephen Colbert wieder an seinem Tisch sitzen. Er reibt sich die Hände mit Desinfektionsmittel ein und verabschiedet sich von seinem Publikum. Mit diesem dramaturgischen Mittel wird die inhaltliche Klammer zum ersten Thema „Ebola“ sowohl geschlossen, als auch nochmals in einer nonverbalen Pointe darauf Bezug genommen. Nach einer Schwarzblende folgt nur mehr der Abspann.

6.2.2. FF2: Wie lässt sich das TV-Format „The Colbert Report“ hinsichtlich seiner formalen Gestaltung beschreiben?

„The Colbert Report“ ist zwar auch eine Parodie auf Nachrichtenformate, allerdings eine spezifischere als „The Daily Show“. Indem das Format sich direkt als Nachahmung des Formats „The O’Reilly Factor“ ausweist, ist seine Funktion stärker mit seiner Wirkung als konkreter Persiflage verknüpft. „The Colbert Report“ ist als Meinungssendung konzipiert, wie sie hauptsächlich von konservativen amerikanischen Fernsehmedien produziert wird. Stephen Colbert spielt die Rolle eines selbstverliebten, exaltierten Moderators, der jede Position der republikanischen Partei unhinterfragt unterstützt. Sein Charakter ist dem Moderator Bill O’Reilly nachempfunden, den Colbert selbst in seiner Sendung wiederholt als „Papa-Bär“ bezeichnet. (vgl. Baumgartner, Morris, 2008, S. 623)

Das **Intro** beinhaltet die Vorstellung der Themen einer Episode. Noch vor der Titelsequenz steht es bei Colbert am Beginn der Sendung. Der Einstieg bildet die Exposition von Ort, Zeit und Situation einer jeden Episode. Durch die vielen Zooms und die ruckartigen Bewegungen hin zur Kamera, wird eine Dynamik erzeugt, die Aufgeregtheit suggeriert. Mit jedem neuen Thema, das Colbert vorstellt, wendet er sich an eine andere Kamera. Durch die vielen Schnitte in kurzer Zeit wird ein Gefühl der Dringlichkeit erzeugt. Bereits in der ersten Sequenz kommen Wortspiele als wesentliches Charakteristikum des Formats zum Einsatz. Jedes Thema wird mit einer eigenen Headline betitelt, die eine Anspielung auf den Inhalt enthält. Der Einstieg in die Folge wird durch die Phrase „This is the Colbert Report“ beendet. Somit sind Ort, Zeit und Situation klargestellt. Danach folgt sofort die **Titelsequenz**.

Sie beinhaltet Symbole, die als repräsentativ für das Format beschrieben werden können: Patriotismus, der Narzissmus des Moderators sowie die Illusion von Stärke und Proaktivität. Diese Charakteristika sind gleichzeitig auch satirische Kritik am konservativen Meinungsjournalismus und seinen Darstellungsweisen. Dominierendes patriotisches Element der Titelsequenz ist der animierte Adler, dessen Federkleid aus den Farben und Symbolen der amerikanischen Flagge besteht. Er bildet Anfang und Ende der Sequenz. Stephen Colbert tritt im Vorspann gemäß seiner Rolleneigenschaften auf. Zunächst sieht man ihn inmitten von Worten wie „patriot, originalist, strong, powerfull, honorable“ stehen. Er blickt in die Kamera und breitet seine Arme wohlwollend aus, grinst und zieht eine Augenbraue hoch, bevor er

auf die Kamera zuläuft und sich eine Fahnenstange greift. Mit der amerikanischen Flagge in der Hand springt er über einen unsichtbaren Abgrund durch noch mehr Worte hindurch. Als er schließlich landet, rammt er die Stange, wie ein Entdecker in den Boden. Das suggeriert Agilität, aber auch eine gewisse Form der Gewalt. Nach der Landung erscheint um ihn herum eine animierte Arena, die von Säulen getragen wird, an deren Spitze sich die Initiale „C“ befindet. Colbert steht am Ende der Titelsequenz inmitten dieser Arena und blickt nach oben. Es erscheint das Logo der Sendung in weißer Schrift, bis auf das „C“ von „The Colbert Report“. Es ist im Design der amerikanischen Flagge eingefärbt. Die **Musik** der Sequenz wird durch den Schrei des Weißkopfseeadlers eingeleitet. Eine Fanfare ertönt und bildet den Übergang zu einer rockigen Up-Tempo Titelmelodie.



Abb. 8.: Screenshot „The Colbert Report“ Studiokulisse 1

Die **Kulisse** von „The Colbert Report“ ist zu Beginn des ersten Aktes jeder Folge zur Gänze sichtbar. Der Einstieg nach der Titelsequenz erfolgt durch eine ausgedehnte Kamerafahrt, die sowohl die Publikumsränge, als auch das Set ins Bild rückt. (siehe Abb. 7) Die dominierenden Farben sind Rot und Blau. Außerdem wird die Videoleinwand hinter Colbert von LED-Säulen flankiert, die ebenfalls mit den Streifen und Sternen der amerikanischen Flagge bespielt werden. Andere Elemente, wie die Freiheitsstatue im Hintergrund, verorten das Format in New York. Neben den

patriotischen Symbolen ist auch das „C“ omnipräsent. Sein Tisch bildet drei Viertel eines Kreises, oder besser gesagt das „C“ seiner Initiale. Die Studiokulisse ist wie eine Arena aufgebaut. Obwohl Colbert nicht wirklich von seinem Publikum umrahmt wird, ist der Schreibtisch des Moderators zentral im Set platziert. Die dadurch möglichen Perspektiven werden von der **Regie** genutzt. Die **Kamera** nimmt immer wieder unterschiedliche Positionen entlang der Achse des Tisches ein. Indem die dominierenden Einstellungen sich auf Halbnah- und Naheaufnahmen der Personen konzentrieren, stehen ihre Inhalte und ihr Gebaren im Mittelpunkt. Daran orientieren sich auch die darstellerischen Elemente.

Einige der charakteristischen **Showelemente** des Formats sind Parodien auf Äquivalente aus „The O'Reilly Factor“. So ist beispielsweise Colberts „The Word“ eine direkte Anspielung auf O'Reillys „Talking Points Memo“. (vgl. Baumgartner, Morris, 2008, S.623) In diesem Segment ist eine Kritik am öffentlichen Diskurs, wie er von populistischen Medienmachern gezielt geframed und gesteuert wird, eingeschrieben. In der parodistischen Technik als Moderator, der sich unwissentlich selbst seiner Dummheit preisgibt, liegt der Kern von Colberts Performance. (vgl. Faina, 2012, S. 551)



Abb. 9.: Screenshot „The Colbert Report“ Newsdesk

An Segmenten wie „The Word“ lassen sich die bereits angesprochenen Attribute von Satire ablesen. „The Colbert Report“ betreibt *the invasion of genre*, indem es sich

gezielt Formate vornimmt und deren Gestaltungsweisen kopiert. (vgl. Kumar, Combe, 2015, S. 213) Ein weiteres Beispiel für dieses Vorgehen wären die korrespondierenden Inserts in der linken Hälfte der Studioeinstellung. Sie haben mehrere Funktionen. Erstens gehören sie formal zum fixen Inventar von Nachrichtensendungen, weshalb sie auch bei einer möglichst realistischen Parodie nicht fehlen dürfen. Außerdem werden sie gezielt eingesetzt, um das Gesagte nochmals bildhaft darzustellen. So ergibt sich auch noch eine weitere Ebene der Komik, indem die Parodie sich wiederum die seriösen Techniken der Grafik- und Bildgestaltung zu Nutze macht und dann in einer inhaltlichen Überhöhung zuspitzt.

Das zweite wesentliche Attribut von Satire ist die Manipulation der satirischen Persona. Stephen Colbert spielt zwar eine Rolle, doch der Charakter des **Moderators**, den er mimt trägt, denselben Namen wie die Privatperson. Dadurch entsteht für das Publikum eine Deckung zwischen Fiktion und Realität, die es einerseits schwierig macht herauszulesen, welcher Stephen Colbert tatsächlich spricht. Andererseits ergibt sich so eine spannende Ungewissheit, die im besten Fall noch weiter zur satirischen Effektivität des Formats beitragen kann. Ein offensichtliches Beispiel dafür, wann diese Deckung aufgebrochen wird, sind jene Momente, in denen Colbert aus der Rolle fällt oder wenn er selbst über die Absurdität seines Alter Egos lachen muss. Diese Momente, in denen er für kurze Zeit die Kontrolle verliert, legen seine Performance offen. (vgl. Kumar, Combe, 2015, S. 213)

Eine zentrale Eigenschaft von Colbert's Charakter ist seine explizite und fortwährend verbalisierte Verweigerung Fakten auch als solche anzuerkennen. Indem der immer wieder darauf hinweist, dass die „gefühlte Wahrheit“ Basis jeder Entscheidung sein sollte, entspinnt sich die Komik des Formats. Dieser Zugang überspitzt den stark parteipolitisch geprägten Präsentationsmodus vieler politischer Talk-Formate in amerikanischen Medien. (vgl. Baumgartner, Morris, 2008, S. 623)

Alles in der **Kulisse** ist haptische Reflexion des fiktiven Charakters Stephen Colbert. Die amerikanischen Flaggen und die Freiheitsstatue, die auf den Videoleinwänden hinter dem Moderator gezeigt werden, spiegeln seinen bis ins Lächerliche hochstilisierten Patriotismus wider. Andere Beispiele für Colberts Narzissmus finden sich auch in der Kulisse, wo die Interviews stattfinden. (siehe Abb. 9) Darunter fällt etwa ein Selbstportrait über dem gefälschten Kamin. Die Megalomanie des fiktiven Charakters kennt keine Grenzen und erstreckt sich bis in kleine Details des Formats.

So ist während des dritten Aktes zum Interview als Hintergrund die New Yorker Skyline bei Nacht zu sehen. Wenn man genau hinsieht erkennt man, dass eines der Gebäude die Leuchtschrift „Colbert“ trägt, so als ob auch der Moderator einen eigenen Wolkenkratzer besitze. Andere Beispiele für seinen Geltungsdrang sind die C-Form seines Tisches. Außerdem findet sich die Initiale überall im Setdesign wieder.



Abb. 10.: Screenshot „The Colbert Report“ Studiokulisse 1 und 2

Colbert bindet das **Publikum** aktiv in seine Performance ein. Teil des narzisstischen Charakters, den er spielt ist das Bedürfnis nach Anerkennung. Deshalb lässt er sich bei jeder Gelegenheit feiern und wendet sich unter „Stephen, Stephen, Stephen!“-Rufen wohlwollend an seine Fans, die er liebevoll „Colbert Nation“ nennt. Die Reaktionen des Publikums können auch als Indikator dafür gelesen werden, dass Colbert tatsächlich eine Rolle spielt und es sich bei dem Format um eine Parodie handelt. Indem sie über seine absurden Äußerungen lachen, entsteht eine Atmosphäre der Lockerheit und des Spaßes. So werden die Inhalte auf der formalen Ebene des Publikums als Satire geframed.

Neben dem Studiopublikum spricht Colbert auch seine Fans und Zuseher_innen vor den Fernsehern direkt an. In der ersten Folge des Formats nannte er sie „the heroes“. Damit meinte er allerdings nicht die Tatsache, dass sein Publikum schon aus sich heraus großartig wäre, sondern betonte, dass sie durch den Konsum seiner Show zu

Helden würden. Um seine Fans noch näher an sich zu binden und ein Gefühl der Gemeinschaft zu erzeugen, nannte er sie „The Colbert Nation“. Dieser rhetorische Trick war ursprünglich dazu gedacht konservative Fanatiker und ihre Gefolgschaften zu persiflieren. Allerdings wurde der Fanclub so erfolgreich und gewann an starkem Momentum, dass er immer wieder in Aktionen auch außerhalb der Sendungsaufzeichnungen eingebunden wurde. Indem Colbert sein Publikum unter anderem als „It-Getters“ anspricht, erzeugt er ein Wir-Gefühl, das für den populistischen Ansatz der Republikaner so typisch ist. (vgl. Schill, 2014, S. 755-756)

Die **Gäste** von „The Colbert Report“ kommen aus unterschiedlichen Genres der Unterhaltungsbranche. Daneben sind auch immer wieder Persönlichkeiten aus Politik, Wissenschaft und journalistischen Bereichen eingeladen. Auch im Format „The Colbert Report“ fungiert das Interview als Marketinginstrument.

Weil „The Colbert Report“ politische Satire als Parodie betreibt, ist seine formale Gestaltung grundsätzlich von anderen Vertretern des Genres der Late-Night-Shows zu unterscheiden. Satire hat meist mindestens zwei Ebenen, auf denen Botschaften transportiert werden, eine direkte und eine indirekte. Darin liegt Vorteil und Nachteil des Formats zugleich. Die künstlerische Freiheit, die eine derartige Parodie erlaubt, hat dazu geführt, dass „The Colbert Report“ auf kreative Weise komplexe Themenbereich humorvoll und vielschichtig bearbeitet hat. Allerdings ist dabei die Abstraktionsleistung, die jemand leisten muss, um die Kritik hinter der bunt leuchtenden und übertriebenen Fassade herauszulesen um einiges höher als bei weniger implizit angelegter Satire. (vgl. Baumgartner, Morris, 2008, S. 626)

Sie nimmt sozusagen den Umweg über falsche Zustimmung. Colbert übt im Format ausschließlich Kritik an liberalen und demokratischen Positionen, während er die republikanische Meinung als ausnahmslos richtig präsentiert. Colbert kritisiert Republikaner_innen meist nur dann, wenn sie von der allgemeinen Parteilinie abweichen. Die implizite Botschaft dahinter soll allerdings durch Übertreibung ausdrücken, wie absurd das Handeln der Kritisierten tatsächlich ist. Durch die Anwendung dieser rhetorischen Technik, die durch Formatelemente gestützt wird, besteht allerdings die Gefahr der Ablenkung von der tatsächlich intendierten Botschaft. Die explizite Präsentation ist oft so unterhaltend, dass der Fokus darauf, das Implizierte Vergessen machen kann. (vgl. Baumgartner, Morris, 2008, S. 626-627)

Gerade weil sich das Format „The Colbert Report“ der selben Techniken bedient, wie sein Vorbild ist Genre- und Formatwissen von großer Bedeutung. Nur dadurch kann ein Publikum die Botschaften, die es präsentiert bekommt richtig einordnen und verstehen. Deshalb kann der Aspekt der Reflexion über das Format auch für Publikums- und Wirkungsforschung gewinnbringend sein.

Nachdem „The Colbert Report“ sowie „The Daily Show with Jon Stewart“ jeweils einzeln analysiert wurden, soll im nächsten Kapitel ein kurzer Vergleich relevanter Punkte angestellt werden. Eine Perspektive auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede ist von besonderer Bedeutung, weil die beiden Sendungen oft als Vertreter politischer Satireformate im Fernsehen herangezogen werden ohne eine klare Distinktion ihrer Gestaltungsweisen.

6.3. FF3: Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten weisen „The Daily Show with Jon Stewart“ und „The Colbert Report“ auf?

Dass Jon Stewart und Stephen Colbert als Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens sowie durch ihre jeweiligen Fernsehformate journalistische Funktionen zugeschrieben werden, wurde bereits skizziert. Bei beiden Shows gibt es relevante Gemeinsamkeiten zu beobachten. Die Länge der Folgen sowie die dreiaktige Struktur geben den beiden Formaten einen ähnlichen Verlauf. Außerdem wurden die Sendungen während ihrer gemeinsamen Laufzeit hintereinander ausgestrahlt. Weil „The Colbert Report“ ein Spin-Off von „The Daily Show“ ist, nehmen beide Formate auch Bezug aufeinander und ihre Moderatoren geben in unregelmäßigen Abständen Gastspiele beim jeweils anderen. In der grundlegenden formalen Gestaltung bedienen sie sich ebenfalls der gleichen Techniken. Beispiele sind der *newsdesk*, die Bildinserts in den linken Bildhälften und die Art der Interaktion mit dem jeweils gezeigten Nachrichtenmaterial.

Der größte Unterschied ist an der jeweiligen *narrativen Persona* festzumachen. Die beiden Moderatoren stehen beispielhaft für zwei unterschiedliche Traditionen innerhalb satirischer Darbietungen. „The Daily Show“ stützt sich als klassische Nachrichtenparodie auf die seriösen Elemente als Schablone und nutzt so durch die formalen Vorgaben des parodierten Gegenstands für das eigene satirische Ergebnis. Jon Stewart als *anchor* spielt in den meisten Fällen den *vir bonus*. Er präsentiert bedacht und höflich seinen Standpunkt. In dieser horazischen Satire liegt auch

Stewarts Stärke, wenn er fast unbemerkt von satirischem Inhalt auf ernsthafte Botschaften umschwenkt. (vgl. Kumar, Combe, 2015, S. 213)

Stephen Colberts Charakter ist im Gegensatz dazu der juvenalischen Satire zuzuordnen. Der *vir iratus*, wie ihn Colbert auslegt, ist von Wut, Ungeduld und emotionalen Ausbrüchen geprägt. (vgl. Kumar, Combe, 2015, S. 213) Diese Rolle spielt er mit Blick auf seinen Referenzrahmen. Meinungsformate wie das Vorbild „The O'Reilly Factor“ sind nicht um Seriosität bemüht. Sie wollen nicht den Anschein der Objektivität wahren oder tun dies nicht hinreichend überzeugend. So verhält es sich auch mit „The Colbert Report“. Während Stewart sich auch zurücknehmen kann und die Stimme der Vernunft ist oder eher im Hintergrund bleibt, zum Beispiel bei Interviews, ist der Charakter von Stephen Colbert so extrovertiert und narzisstisch angelegt, dass er sich in jeder Gesprächssituation als das Zentrum der Aufmerksamkeit stilisiert. Bevor Colbert seine Interviews beginnt, läuft er immer von einem Teil der Kulisse in die nächste. Dort angekommen, lässt er sich nochmals bejubeln und von seinem Publikum feiern. Erst dann begrüßt er seine Gäste.

Während Jon Stewarts Rolle als Moderator sich durch die Dualität von Witz und Ernsthaftigkeit auszeichnet, funktioniert „The Colbert Report“ fast ausschließlich als Parodie. Dadurch ergeben sich auch wesentliche Unterschiede in der Gestaltung des Formats. Bereits bei Eröffnungssequenz merkt man die unterschiedlichen Zugänge der Formate. In den Titelsequenzen offenbart sich ihr satirischer Charakter. „The Daily Show“ präsentiert sich als seriöses Nachrichtenformat mit unaufgeregtem und ernstem Intro. „The Colbert Report“ stellt seiner Titelsequenz einen Einstieg voran, der zunächst die Themen der jeweiligen Episode vorstellt.

Sowohl Jon Stewart als auch Stephen Colbert können als Satiriker gesehen werden, die rhetorische Techniken mit sozio-politischen Funktionen anwenden. Dadurch können sie ihrem Publikum auf kreative Weise demokratische Handlungsmöglichkeiten näher bringen. (vgl. Waisanen, 2009, S. 120) Um ihrer Funktion als Kritiker von Politik und Demokratie gerecht zu werden, wenden sie drei rhetorische Techniken an: *parodic polyglossia*, *satirical specificity* und *contextual clash*. (vgl. Waisanen, S. 122-134) Mit *parodic polyglossia* ist die Verwendung von sprachlich und tonal unterschiedlichen Ausdruckformen gemeint. Sie dient dazu, um auf Widersprüchlichkeiten im Inhalt hinzuweisen. Ein Beispiel bei Jon Stewart sind dessen unterschiedliche Stimmlagen, die er anwendet, um verschiedene Charaktere

zu repräsentieren. Dadurch gelingt es ihm, die Konstruiertheit von mediatisierten Formen und Stilen innerhalb der Berichterstattung offenzulegen. (siehe Abb. 4, 2. Sequenz) Stephen Colbert verwendet die Technik ähnlich, aber mit einigen Unterschieden. Einer der wesentlichsten ist die Tatsache, dass er einen Charakter darstellt. Er spricht also nicht „als er selbst“, sondern als Persona Stephen Colbert, die wiederum als Parodie eines Republikaners angelegt ist. Um seinen satirischen Inhalt zu kennzeichnen, spielt er beispielsweise mit der Diskrepanz von sprachlicher und gestischer Ebene. Während er also Ideen und Ansichten eines Konservativen vorträgt, deutet er mit übertriebenen Gesichtsausdrücken und Gesten die Intention seines Spiels an. *Parodic polyglossia* ist also im Fall von Stewart und Colbert eine Strategie, um formale und stilistische Möglichkeiten von Satire auszureizen. (vgl. Waisanen, 2009, S. 122-134)

Als zweite rhetorische Technik kommt *satirical specificity* zur Anwendung. Damit ist eine „Demystifizierung“ von Abstraktionen im politischen und medialen Bereich gemeint. Wenn beispielsweise im politischen Diskurs von „Familienwerten“ (family values) „Gleichberechtigung“ (equality) oder „Freiheit“ (freedom) die Rede ist, dann entblößen Stewart und Colbert diese vagen begrifflichen Platzhalter, indem sie konkrete Referenzen dafür benennen. Durch das Aufdecken der politischen und medialen Ausdrücke, die keine direkten Antworten beinhalten, erfüllen die Satiriker eine demokratische Funktion. Sie machen die artifizielle Natur dieser Gesprächssituationen sichtbar. Dritte wesentliche rhetorische Technik ist der *contextual clash*, also das Nebeneinanderstellen und Vermischen von scheinbar unzusammenhängenden Kontexten. Dieses Nebeneinanderstellen erfolgt auf unterschiedlichen Ebenen. Es kann sowohl argumentativ sein, als auch auf der Ebene des Formats. Ein Beispiel wären Zusammenschnitte von echtem Nachrichtenmaterial mit fiktiven Szenen. (vgl. Waisanen, 2009, S. 122-134) Die Suche nach der „Wahrheit“, ist ein Image, dass sich politische Satireformate wie „The Daily Show“ und „The Colbert Report“ über Jahre hinweg aufgebaut haben und das zu einem gewissen Teil auch hochstilisiert wurde. Es steht in diametralem Gegensatz zu einem Bild von Nachrichtenproduktion, das immer mehr für seine Künstlichkeit und Manipulationsversuche in der Kritik steht. (vgl. Baym, Jones, 2012, S. 11)

Wenngleich also beide Formate einer ähnlichen Tradition politischer Satire entspringen, ist es dennoch notwendig, die Unterschiede in eine wissenschaftliche

Betrachtung mit einzubeziehen. Zentrale und gesellschaftspolitisch relevante Funktion von Satire ist ihre Fähigkeit in Opposition zum Status Quo zu treten. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass „The Colbert Report“ dies auf eine andere Art tut als „The Daily Show with Jon Stewart“. Ersteres Format spielt stärker mit den formalen Möglichkeiten, die die Parodie einer konservativen Meinungssendung mit sich bringt, wie sie für amerikanisches Fernsehen üblich ist. Die Überspitzung und Überhöhung, die eines der markantesten Merkmale von politischer Satire bildet, wird nicht nur im inhaltlichen vollzogen, sondern auch in den Formatelementen selbst. „The Daily Show“ hingegen verwendet Übertreibung als satirisch-stilistisches Element auf subtilere Weise. Die beiden unterschiedlichen Zugänge der Formate lassen sich exemplarisch an den Charakteren ihrer Moderatoren ablesen. (vgl. Kumar, Combe, 2015, S. 213)

7. DISKUSSION

7.1. FF4: Inwiefern kommen die Konzepte von Kultur, Macht und Identität im TV-Format „The Daily Show with Jon Stewart“ zum Tragen?

„The Daily Show with Jon Stewart“ wurde über 17 Jahre hinweg ausgestrahlt. In dieser langen Zeit wurde das Format zu einem festen Bestandteil der amerikanischen Medienlandschaft. Dadurch hat es auch einen spezifischen Platz innerhalb gesellschaftlicher Kontexte eingenommen. Jedes Format ist in erster Linie ein Kulturprodukt. Es wird in einem spezifischen historischen Kontext erdacht und vor seinem Hintergrund produziert. Im Fall von „The Daily Show with Jon Stewart“ ist es besonders die gesellschaftspolitische und mediale Situation nach den Anschlägen vom 11. September 2001, die Einfluss auf die Gestaltung des Formats hatte. (vgl. Baym, 2005, S. 274) Außerdem kann „The Daily Show with Jon Stewart“ und seine Agenda als Antwort auf die Jahre der Administration und Politik unter George W. Bush gelesen werden. In einer Zeit, in der der amtierende Präsident der Vereinigten Staaten durch kluges Marketing, die mediale Berichterstattung über ihn und seine politischen Agenden, stark manipuliert hat, hatte es sich „The Daily Show“ vorgenommen, genauer hinzuhören und Unwahrheiten aufzudecken. (vgl. Fritz et al., 2004, S. 3-5)

Die kulturelle Bedeutung dieses Formats zeigt sich beispielsweise darin, dass Jon Stewart 2009 nach einer Online-Umfrage des Magazins *TIME*⁶ auf der Liste der vertrauenswürdigsten Journalisten zu finden war, obwohl er selbst wiederholt betonte, dass er sich nicht als diesem Berufsbild zugehörig sieht. (vgl. Jones, Baym, 2010, S. 278) Wenn auch noch Interviews mit Politiker_innen Teil der Formate werden, wie dies bei „The Daily Show“ und auch „The Colbert Report“ der Fall ist, dann ergeben sich unweigerlich Aufweichungen zwischen den Grenzen von Satire und Nachrichten, also zwischen der Parodie und ihrem Referenzrahmen. So sind die Akteur_innen dieser Formate sowohl maßgeblich für, als auch integraler Bestandteil von kulturellen Veränderungen, was die Beschaffenheit von öffentlichem Vertrauen

⁶ Eine Online-Umfrage des Magazins „TIME“ im Juli 2009 ergab, dass Jon Stewart Amerikas vertrauenswürdigster Nachrichtenmoderator sei (America's Most Trusted Newscaster). Damit verdrängte er angesehene Nachrichtenjournalisten der großen Networks, wie Brian Williams (NBC), Katie Couric (CBS) und Charlie Gibson (ABC) auf die hinteren Plätze. Obwohl diese Umfrage keinen wissenschaftlichen Standards entspricht, wurde sie innerhalb der Medien viel diskutiert und fand auch innerhalb der Scientific Community Beachtung (siehe Jones, Baym, 2010). (vgl. Faina, 2012, S. 554)

und Zuweisung von Autorität betrifft. Satire stellt die Vertikalität sowie die Linearität herkömmlicher Berichterstattung in Frage. Das tut sie unter Berücksichtigung der Annahme, dass jemand aus einer privilegierten Position „von oben“ auf jemanden herab spricht. Außerdem akzeptiert sie die damit einhergehende Position des/der passiven Rezipient_in solcher „Wahrheiten“ nicht. An diesem Punkt setzt ein Konzept von Macht im Zusammenhang mit Satire an. Sie kann in diesem Kontext zu einer öffentlichen Reaktion werden, egal ob dies bedeutet, sich direkt an einen Adressat_innenkreis zu wenden oder in einen bereits existierenden Diskurs einzusteigen. Egal in welcher Form, Satire ist im Fall von „The Daily Show with Jon Stewart“ eine Praxis, die ein gemeinschaftliches Infragestellen, sowohl der Form als auch des Inhalts von autorisierten Diskursen ermöglicht. Die Möglichkeiten von Humor in diesem Kontext sind dabei grenzenlos. (vgl. Baym, Jones, 2012, S. 5)

Die Kritikfunktion von „The Daily Show“ ergibt sich eingebettet in gesellschaftliche Mechanismen. Wie sehr Mediensysteme, Genres und Formate miteinander verbunden sind, zeigt sich bei der Betrachtung der selbst gesteckten Aufgabe von „The Daily Show with Jon Stewart“. Primäres Ziel ist es zunächst die Maschinerie dahinter zu exponieren, genauer gesagt, die Konventionen und Techniken von Sensationalisierung. Die Faszination und Beliebtheit des Formats lässt sich in der Dekonstruktion der Künstlichkeit von Nachrichten vermuten. Informationsjournalismus versorgt den Menschen mit der Illusion, dass Nachrichten ihm einen direkten Blick auf das Geschehen in der Welt ermöglichen. Nachrichtenparodien wie „The Daily Show“ können sowohl eine kritische Betrachtung der Informationen, die in den „echten“ Nachrichten vorkommen sein, als auch die Absichten dahinter aufdecken. Außerdem nimmt ihre politische Satire nicht nur die Konventionen der Produktion in den Blickwinkel, sondern legt weitläufigere Zusammenhänge des öffentlichen Diskurses offen. Sie erfüllt also nicht nur eine medien- sondern auch eine gesellschaftskritische Funktion. Ein weiterer wichtiger Aspekt von Nachrichtenparodie, wie sie von „The Daily Show“ betrieben wird, ist die Absicht die Seher_innenschaft mit diskursiven Ressourcen und Zusammenhängen zu versorgen, die man als Konsument_in von „echten“ Nachrichten nicht hat. (vgl. Baym, Jones, 2012, S. 4-5)

Die eigene Identität im Sinne eines Selbstverständnisses des Formats wird immer wieder zur Debatte gestellt. Im Speziellen wird die Frage danach an der Diskussion

festgemacht, ob „The Daily Show“ nun Journalismus oder Unterhaltung sei. Jon Stewart beantwortete die Frage in einem Interview wie folgt:

„It's not that I...I mean, it's satire, so it's an expression of real feelings. So I don't mean that in the sense of, 'I don't mean this'. What I mean is, the tools of satire should not be confused with the tools of news. We use hyperbole, but the underlying sentiment has to feel ethically, intentionally correct, otherwise we wouldn't do it.“ (Freedman, 2015)

Aus dieser Aussage lässt sich der Schluss ziehen, dass sich die Macher_innen des Formats durchaus bewusst sind, welchen Einfluss ihre Arbeit haben kann. Gleichzeitig betont Stewart aber, dass seine Herangehensweise die der satirischen Auseinandersetzung ist und nicht jene von Journalist_innen.

Eine andere Perspektive auf die gesellschaftliche Rolle von Jon Stewart definiert ihn als *public intellectual*. Der Intellektuelle im Dienste der Öffentlichkeit ist jemand, der sich dem Diskurs verpflichtet sieht. Er sieht sich selbst nicht als Teil des Establishments. Das Außenseitertum ist ein wesentlicher Teil seiner Identität und seines Selbstverständnisses. Stewarts Rolle als Intellektueller ist besonders relevant in einer Medienwelt, in der die Grenzen von Nachrichten, Unterhaltung und ökonomischen Bestrebungen immer mehr verschwimmen. Der klassische Intellektuelle schrieb für elitäre Printmedien. Heute sind die Nachrichtenquellen der Bevölkerungen dispers. Social Media und Plattformen wie *YouTube* erlauben es auch Individuen ihre Meinung kundzutun, ohne ein großes Medium im Hintergrund zu haben. Dadurch wird es aber auch immer schwieriger, die Qualität und Verlässlichkeit von Informationen richtig einzuordnen. Konfrontiert mit einer derartigen Situation, fühlt sich das Publikum einmal mehr zu charismatischen, intelligenten Persönlichkeiten hingezogen, die die Flut an Informationen für sie in einen Kontext zu stellen vermögen. (vgl. Parsi, 2011, S. 4)

Die Intention der Kommunikator_innen ist also klar. „The Daily Show“ sieht sich selbst nicht als journalistisches Format. Dennoch betont Stewart eine ethische Verpflichtung. Was aber das Publikum in der Rezeption mitnimmt, liegt nicht mehr im Einflussbereich der Gestalter_innen selbst. „The Daily Show“ wird klar als *partisan program*, also als ein Format mit parteipolitisch gefärbter Ausrichtung wahrgenommen. Im Fall von „The Daily Show“ werden sowohl die „Nachrichtenzusammenfassungen“ (*news summaries*) von Jon Stewart, als auch die Zuschaltungen der „Reporter_innen vor Ort“ als liberal eingestuft. Das führt dazu,

dass die inhaltliche Ausrichtung des Formats als kongruent mit der Parteilinie der Demokraten angesehen wird, obwohl Stewart sich bemüht Vertreter beider Parteien zu kritisieren. Diese politische Orientierung verändert die Wahrnehmung des Formats. (vgl. Becker, Xenos, Waisanen, 2010, S. 154-155) Innerhalb der geführten Diskurse rund um „The Daily Show“ sind Zuschreibungen an das Format enthalten, die sich aus der Interpretation ihrer Zuseher_innen speisen. Auch die wissenschaftliche Perspektive ist im erstem Moment eine des Publikums, wenn man bedenkt, dass jeder Auseinandersetzung mit dem Format eine individuelle und subjektive Rezeption desselben zu Grunde liegt.

„The Daily Show“ übt seinen größten Einfluss als Kritikformat der Medien und der Politik aus. Das tut sie zunächst auf inhaltlicher Ebene, durch das Aufdecken falscher Informationen, das Ansprechen von Widersprüchen innerhalb der Berichterstattung oder Interessenskonflikten von Journalist_innen. Die rhetorischen Techniken, die das Format dabei anwendet, zielen darauf ab, die Fehler innerhalb der Berichterstattung aufzudecken und für das Publikum sichtbar zu machen. Die Kritik des Inhalts wird durch den formalen Charakter gestärkt, indem „The Daily Show“ die Darstellungsweisen von traditioneller Berichterstattung persifliert und parodistisch in Szene setzt. (vgl. Painter, Hodges, 2010, S. 266-270)

Im Format „The Daily Show“ sind also die Möglichkeiten der Einflussnahme auf Machtverhältnisse unterschiedlichster Art bereits enthalten. Die Form der Parodie ermöglicht es der Sendung, Kritik an hochrangigen Politiker_innen und einflussreichen Medien zu üben, ohne ernsthafte Konsequenzen fürchten zu müssen. Das tut es, indem es auf die bereits etablierten Elemente der Nachrichten zurückgreift und *culture jamming* betreibt. Dieses Konzept wird in erster Linie von Medienaktivist_innen genutzt, um hegemoniale Botschaften des globalen Kapitalismus zu unterwandern. Politiker_innen und Parteien verlassen sich immer extensiver auf Branding. So stilisieren sie ihre Inhalte sowie ihre Persönlichkeiten zur Marke, um ihre politischen Agenden besser verkaufen zu können. „The Daily Show“ betreibt *political culture jamming*, indem es ein Störfaktor ist, der die Verbreitung dominanter politischer Inhalte mit Hilfe von Marketingtechniken unterläuft. Dazu verwendet „The Daily Show“ drei Techniken, die im Format und seiner Gestaltung verankert liegen. (vgl. Warner, 2007, S. 18-19)

Erstens, das Format plagiiert und parodiert die Ästhetik amerikanischer Nachrichtensendungen. Diese Tatsache bildet die Metataktik des Formats, auf Basis derer die zwei folgenden Techniken funktionieren. In der Inkongruenz von seriöser Erscheinung und satirischem Inhalt liegt die Kraft des Formats, hegemoniale Zustände zu unterwandern. Zweitens etabliert sich die Medienkritik durch die strategische Nutzung von Einspielern, Inserts und originalem Nachrichtenmaterial. Indem Jon Stewart die Möglichkeit hat, die Clips anzuhalten oder nochmals zu spielen und gleichzeitig zu kommentieren, werden sie aus der zeitlichen Abfolge genommen. Es bietet sich die Möglichkeit, die Inhalte innerhalb des Kontextes neu einzuordnen und eventuelle Unstimmigkeiten aufzudecken. Drittens ist der Interviewstil von Jon Stewart von Bedeutung. Charakteristisch für diese rhetorische Taktik, der „sokratischen Ironie“, ist das Herausheben von widersprüchlichen oder inkonsistenten Punkten in den Argumenten der Interviewpartner, ohne dabei die eigene Meinung kundzutun oder die Konfrontation suchend zu wirken. (vgl. Warner, 2007, S. 24-29)

Die bereits angesprochenen, autorisierten Diskurse sind als ein zentraler Bestandteil von Machtverhältnissen zu sehen. (vgl. Baym, Jones, 2012, S. 5) Macht im Kontext von „The Daily Show“ bedeutet in erster Linie Deutungsmacht. Das Format besitzt die Möglichkeit Wirkungen, Ursachen und Ausprägungen von hegemonialen Zuständen in Frage zu stellen. Indem „The Daily Show“ die Sinn- und Produktionsbedingungen der Medien kritisch hinterfragt, ist es vor dem Hintergrund des Foucault'schen Verständnisses von Machtverhältnissen zu lesen. In seiner Ablehnung eines statischen Machtbegriffs birgt sich das Potential des Formats. Somit sollte im Kontext einer Frage nach Macht von „The Daily Show“ besser von einem möglichen Einfluss des Formats gesprochen werden. Dieser ergibt sich aus der Freiheit, mehrere Handlungsmöglichkeiten in Betracht zu ziehen. Am konkreten Beispiel von „The Daily Show“ bedeutet dies, dass durch seine Inhalte ein Angebot entsteht, das es dem Publikum ermöglicht in Opposition zu hegemonialen Zuständen zu treten. Gleichzeitig darf nicht vergessen werden, dass auch das Format selbst, in einem Kontext von Machtverhältnissen eingebettet ist, die seine Gestaltung maßgeblich mitprägen. (vgl. Foucault, 1994, S. 251-262)

7.2. FF5: Inwiefern kommen die Konzepte von Kultur, Macht und Identität im TV-Format „The Colbert Report“ zum Tragen?

„The Colbert Report“ nimmt, wie schon in der Formatanalyse näher erläutert, durch seine formale Verortung als Parodie von Meinungssendungen einen besonderen Platz innerhalb des Late-Night-Show-Genres ein. Der parodierte Gegenstand bestimmt maßgeblich das parodierende Format. Im Fall von „The Colbert Report“ bedeutet dies, dass man bei einer Analyse den Gegenstand der Parodie als Träger von Kultur, Macht und Identität ebenso in Betracht ziehen muss wie den Referenzrahmen selbst. Besonders im Feld der politischen Satire ist das Element der Sozialisation sowie der Medienkompetenz von zentraler Bedeutung. Nur wer kennt, was parodiert und satirisch hinterfragt wird, kann den Humor und bestenfalls die implizite Botschaft dahinter verarbeiten.

„The Colbert Report“ kann als Teil eines Erfahrungshorizonts einer Populärkultur verstanden werden. Er ist ein konkretes Beispiel dafür, was sich innerhalb einer Kultur für Prozesse abspielen. Er versorgt unsere Identitäten mit Bildern und Symbolen, spezialisiert sie, formt unsere Sicht auf Dinge, interpretiert kulturelle Phänomene und bringt sie hervor. Politische Satire als Zirkulationsinstanz von Bedeutungen, die Handlungsmacht im alltäglichen Leben aufzeigt oder inspiriert, wäre ein mögliches Beispiel, einen derartigen Kulturbegriff praktisch umzulegen. (vgl. Winter, 2001, S. 13-14) Als Kunst- und Kulturprodukt bildet er ein Paradoxon. Das Format ist zwar eine individuelle ästhetische Schöpfung, aber als Parodie bereits existierender Ausdrucksformen auch eine Nachahmung. Die Arbeit mit bereits etablierten Elementen bildet die Grundlage seiner politischen Satire.

Colbert nimmt sich also ein bereits bekanntes Konzept der *Massenkultur* und macht es sich für seine satirischen Zwecke zu Nutze. Er selbst stilisiert sich in seiner Rolle als elitärer Republikaner einer bestimmten Klasse von Entscheidungsträgern zugehörig. Gleichzeitig spricht er mit seinem Publikum, als wäre es Teil einer Kultur von Protagonist_innen, die durch ihre Kollektivität Handlungsmacht erreichen könnte. Er macht genau das, wovon Eco spricht, wenn er über *Massenkultur* nachdenkt. Er mobilisiert seine Fans mit Hilfe kultureller Codes, von denen sie glauben, sie hätten sie selbst erschaffen. Tatsächlich ist diese vermeintliche Freiheit

immer noch hegemonial geprägt und von einer herrschenden Klasse geformt. (vgl. Eco, 1984, S. 30)

Eines dieser „Projekte von unten“ ist die „Colbert Nation“. So hält Colberts Satire der Gesellschaft und vor allem populistischen, politischen Agenden den impliziten Spiegel vor. Am Beispiel der Fankultur "Colbert Nation" und deren Einbindung innerhalb des Formats lassen sich die vorhandenen Interdependenzen der Konzepte von Kultur, Macht und Identität gut beobachten. Stephen Colbert spielt „das Spiel der Identitäten“. (Hall, 1992, S. 186) Das tut er in erster Instanz, indem er nicht als er selbst auftritt, sondern eine Rolle spielt. Dadurch gibt er bis zu einem gewissen Maß die Verantwortung für seine Worte und Taten ab. Er macht sich privat frei von dieser Identität, die er innerhalb des Formats annimmt. Gleichzeitig ist fragwürdig, ob sein Publikum immer weiß, dass er eine Rolle spielt. Grundsätzlich geht der/die Performer_in aber davon aus, dass seine Beobachter_innen ihn und sein Spiel ernst nehmen. Die Illusion und Effektivität der Performance ist nur gegeben, wenn der/die Zuschauer_in an das glaubt, was er/sie sieht. Erst dadurch ergibt sich auch die Wirkmächtigkeit der Darbietung und seiner Inhalte. (vgl. Goffman, 1956, S. 10)

Neben dem Spiel mit der eigenen Identität steht im Format „The Colbert Report“ auch eine spezielle Form kultureller Identität, wie sie Stuart Hall beschreibt, im Fokus. In seiner Rolle als Moderator spricht Colbert immer wieder den Aspekt der nationalen Identität an. Das tut er aus zwei unterschiedlichen Blickwinkeln. Erstens spricht er mit seinem Publikum als überzeugter Patriot und Nationalist. Zweitens macht er durch gezielten Einsatz von Rhetorik sein Publikum zu einer In-Group und erzeugt so ein Gemeinschaftsgefühl sowie eine gefühlte Komplizenschaft zwischen sich und seiner „Nation“. Diese Vorgehensweise ist wesentliches Identitätselement des Formats und Austragungsort kultureller Handlungsmacht zugleich. Das nationale Zugehörigkeitsgefühl ist einer der Ursprünge für Vorstellungen von Identität in modernen Gesellschaften. Obwohl die Nationalität einer Person nicht von vornherein in seine oder ihre Gene eingeschrieben ist, bildet sie doch eine oft hergenommene Kategorisierung für die angeblichen Eigenschaften eines Menschen. Mit nationalen Identitäten werden bestimmte Bedeutungsketten verbunden, die durch *Repräsentationen* gebildet werden. Diese Konglomerate an Konnotationen macht sich „The Colbert Report“ zu Nutze, um „das Amerikanisch-Sein“ mit all seinen Implikationen in Frage zu stellen. Das Format verbindet auf verbaler und formaler

Ebene die Symbole und Repräsentationen einer Nationalkultur. (siehe Kapitel 6.2.2. FF2) Dadurch stellt es einen Diskurs über die Sinnhaftigkeit von Nationalismus und Patriotismus ins Zentrum. Das tut es aus der Perspektive von politischer Satire in Form von Überidentifikation und Übertreibung. (vgl. Hall, 1994, S. 199 -201)

Hier lässt sich eine Verbindung zu Bhabhas Konzept des *Dritten Raumes* ziehen. Indem sich das Subjekt diesem Sinnbild eines Raumes, der nicht zwangsläufig real vorhanden sein muss, aussetzt, kann Identität ausverhandelt werden. Das Konzept des *Dritten Raumes* kann somit als eine Art Konstrukt verstanden werden, das es ermöglicht die Identitäten in Frage zu stellen. Dadurch entstehen auch Möglichkeiten der Umverteilung oder Umdeutung von *agency*. Bis das Subjekt zur eigenen Identität kommt, macht es bei Bhabha eine Transformation durch. Es eignet sich ein von ihm selbst produziertes Bild von Identität an, das auch im *Dritten Raum* zur Diskussion steht. Diese Transformation ist aber nicht primär nur identitätsbildend zu verstehen, sondern auch wesentlich in Zusammenhang mit der Möglichkeit einer Hervorbringung von *agency* (*Handlungsmacht*). Hier wird das politische Moment von Bhabhas Herangehensweise deutlich. Es geht ihm bei Identifikation als Prozess um eine Veränderung der Zustände. Anders gesagt handelt es sich um die Chance der Machtlosen, bei Bhabha, das kolonisierte, migrantische, marginalisierte Subjekt, Wirkmächtigkeit zu erlangen. (vgl. Göhlich, 2010, S. 328)

Das Publikum des Formats wird durch die Systemkritik dazu aufgefordert, die eigene Rolle innerhalb der Gesellschaft zu hinterfragen. Außerdem ergibt sich dadurch eine Möglichkeit, über die eigenen Identitäten, die einen Menschen ausmachen, zu reflektieren. So lassen sich die Konzepte von Identität als kollektivem Verständnis und subjektivem Konstruktionsprozess verbinden.

Daran anschließend könnte man die Frage stellen, ob und wie politische Satire und ihre Macher_innen diese Kompetenzen fördern beziehungsweise adressieren. Wenn man davon ausgeht, dass eine „Politik der Lebensführung“ voraussetzt, dass man nichts als gegeben hinnehmen soll, und, dass man nicht davon ausgehen kann, dass die Anderen das Richtige für die eigenen Interessen tun, dann muss man sich einmischen. Und das ist schließlich eine der Kernfunktionen von Satire. Man sieht also, dass sich auch ein Blickwinkel, der Identitätsfindung primär über das Subjekt definiert, mit den gleichen „Problemen“ einer Kultur konfrontiert sieht, wie

beispielweise die theoretischen, abstrakten Überlegungen von Homi K. Bhabha und Stuart Hall. Um sich der Frage nach einem so vielseitig gebrauchten Begriff wie Identität im Sinne des Erkenntnisinteresses zu nähern, sind beide vorgetragenen Blickwinkel gleichermaßen von Bedeutung.

Mit der „Colbert Nation“ hat sich auf der Ebene eines Fernsehformats ein Entstehungsprozess einer nationalen Identität vollführt, die zwar über keinen eigenen Staat verfügt, aber über ein entsprechendes Gefühl der Identifikation. Damit eine fiktive Nationalidentität wie die von „The Colbert Nation“ entstehen kann, braucht es eine kollektive Vorstellung dieser Identität. Sie wird gefestigt, indem durch Symbole, Rituale, Geschichten etc. der Erzählung Bedeutung verliehen wird. Das geschieht durch das Format selbst, das bestimmte Charakteristika der Identität festlegt und präsentiert. (vgl. Hall, 1994, S. 201-206) Im Fall von „The Colbert Nation“ geht die Bedeutungsproduktion über das Fernsehformat hinaus. Colberts Fans nehmen selbst aktiv an der Erzählung ihrer Identität als „Colbert Nation“ teil. Besonders online wurden immer wieder „Projekte von unten“ gestartet, die dann vom Format selbst aufgegriffen wurden. Ein bereits genanntes Beispiel war das „Colbert Super PAC“, mit dem ursprünglich die undurchsichtigen und teils korrupten Mechanismen der Kampagnenfinanzierung kritisiert werden sollten. „The Colbert Nation“ war an diesem Prozess maßgeblich beteiligt und es wurden laut eigenen Angaben über eine Million US-Dollar gesammelt. Die gesamte Summe wurde später gespendet. Die große Anteilnahme und Partizipation der Fans wurde durch die Website „www.colbertnation.com“ gezielt für das Format genutzt. Sie funktioniert als Instrument, um das Publikum mit zusätzlichen Informationen zu versorgen und die Identifikation mit der Bewegung zu stärken. (vgl. Schill, 2014, S. 756)

Die aus dem Format und seiner Position innerhalb medialer Kontexte entstehende Macht nutzt "The Colbert Report", um sich gewissermaßen selbst zu parodieren. Dadurch, dass das Format immer wieder Politiker_innen als seine Gäste begrüßt, hat es sich selbst als Einflussfaktor stilisiert. Der von Colbert vorgestellte Terminus „The Colbert Bump“ bezeichnet beispielsweise einen angeblichen Anstieg in Beliebtheit, nachdem jemand Gast in der Sendung war. Indem das Format sich also selbst einen derartigen Effekt zuschreibt, ihn bewirbt und gleichzeitig karikiert, verwehrt es sich gegen eine Instrumentalisierung von Seiten der Politik oder der Medien. (vgl. Fowler, 2008, S. 533-538)

8. CONCLUSIO

Grundlegendes Forschungsvorhaben dieser Arbeit ist, das Bewusstsein für die Bedeutung der Konzepte von Kultur, Macht und Identität in wissenschaftlichen Untersuchungen zu politischem Entertainment in den Medien zu schärfen. „Cultural Studies sind jene intellektuelle Praxis, die untersucht, wie soziale und politische Identität qua Macht im Feld der Kultur (re-)produziert wird.“ (Marchart, 2008, S. 35) In dieser Formulierung der Aufgabe des Theorieprojektes der Cultural Studies findet sich die Basis der vorangegangenen Auseinandersetzung. Sie drückt aus, dass in jedem medialen Kulturprodukt ein gewisses identitätsstiftendes Potential vorhanden ist und konkrete Machtverhältnisse bereits eingeschrieben sind.

Damit empirische Untersuchungen an Aussagekraft gewinnen, plädiert die vorliegende Auseinandersetzung für eine differenzierte Betrachtung der Analysegegenstände im Vorfeld eines Forschungsvorhabens. Nur wenn die Untersuchungsgegenstände in ihrer Form und ihrem Charakter klar ausgewiesen sind, können repräsentative Rückschlüsse gezogen werden. Deshalb ist eine Sensibilisierung für die Allgegenwärtigkeit von Kultur, Macht und Identität in allen medialen Formen von besonderer Bedeutung. Ein derartiges Bewusstsein schließt die Tatsache mit ein, dass jede Untersuchung von den bereits genannten Konzepten geprägt ist.

Deshalb braucht es eine differenzierte Auseinandersetzung mit den Formaten und ihrer Gestaltung, um die Forschung zu politischem Entertainment in Fernsehformaten voranzutreiben. Die behandelte Forschungslücke kann geschlossen werden, indem sich sowohl qualitative als auch quantitative Forschungsvorhaben dessen bewusst sind und diesen Umstand in Forschungsdesign und Interpretation der Ergebnisse gleichermaßen miteinbeziehen. Die vorliegende Arbeit soll exemplarisch als Vorschlag verstanden werden, wie man die Konzepte von Kultur, Macht und Identität in Verbindung mit politischen Satireformaten denken kann. Was die Analyse zeigen soll, ist, dass man sich abseits von ökonomischen Gesichtspunkten mit Fernsehformaten auseinandersetzen muss, um ihre Bedeutung für eine Gesellschaft erforschen zu können.

Bei politischer Satire liegt das besondere Augenmerk zunächst auf Inhalten und dem gesprochenen Wort. Allerdings ergab die eingehende Formatanalyse beider Formate,

dass Inhalt und Form in einem engen Verhältnis zu betrachten sind. Satire kommt oft nur zustande, wenn die inhaltliche und die audiovisuelle Ebene eine Bedeutungsverschiebung produzieren. „The Colbert Report“ und „The Daily Show with Jon Stewart“ sind Formate, die sich in ihrer Aufmachung eng an bereits existierenden Konventionen orientieren. Das macht ihren Zugang zu Satire für Formatanalysen so spannend. Außerdem wird beiden Formaten zwar eine ähnliche Bedeutung innerhalb des gesellschaftspolitischen Diskurses zugeschrieben, ihr Weg dahin, ist jedoch grundlegend unterschiedlich. Diese Differenz lässt sich wiederum am besten in der Gestaltung der Formate sowie ihrer Referenzrahmen beobachten.

„The Daily Show with Jon Stewart“ und „The Colbert Report“ wurden während ihrer jeweiligen Laufzeit zu etablierten Größen innerhalb des Fernsehgenres der Late-Night-Shows und definieren bis heute die Standards, an denen relevante politische Satire in Fernsehformaten gemessen wird. Das zeigt sich auch in der Vielzahl wissenschaftlicher Arbeiten zum Thema. Daraus lässt sich ableiten, wie bedeutsam die Auseinandersetzung mit Humor und Satire als demokratiepolitisch relevante Größen in der Gegenwart ist. Diese *watchdog*-Funktion erfüllen politische Satireformate vor allem im amerikanischen Fernsehen.

Ausgehend von der bereits dargelegten Argumentation nach John Fiske, dass Fernsehtexte in völliger Freiheit der Interpretation ihres Publikums unterliegen, sei hier nochmals angemerkt, dass es sich bei der vorliegenden Analyse natürlich auch um die Interpretation einer Zuseherin handelt. Außerdem wurde in der vorliegenden Arbeit eine Formatanalyse durchgeführt, die sich ausschließlich auf das Fernsehformat beschränkt hat. Zukünftig muss der Formatbegriff, wie er momentan verstanden wird, neu überdacht werden. In einer hypermediatisierten Welt, in der sich die Programme im Fernsehen, die Nutzungsgewohnheiten des Publikums und die Kommunikationskanäle selbst immer weiter ausdifferenzieren, muss genauer beleuchtet werden, welche Bedeutung ein Formatbegriff haben kann bzw. was er letztlich aussagt. Wenn es nicht mehr die Struktur ist, die nur im Fernsehen läuft, sondern die Inhalte bzw. die Teile, die dann über andere Kanäle verbreitet und rezipiert werden, dann muss man auch die Bedeutung von Konzepten wie Kultur, Identität und Macht in diesem Zusammenhang neu denken.

Eine derartige Neuordnung spielt bei den analysierten Formaten und bei Late-Night-Shows im Allgemeinen eine große Rolle. Das Internet, soziale Medien, Plattformen

wie *YouTube* sind mittlerweile genauso wichtige Distributionskanäle wie die Fernsehsender, auf denen die Shows laufen. In diesem Zusammenhang ist die größte Stärke der Formate ihre starke Segmentierung. Dadurch lassen sich die einzelnen Teile gut in Videos aufsplitten, die dann ohne großen Bedeutungsverlust auf verschiedensten Onlinekanälen weiterverbreitet werden können. Bei Late-Night-Formaten ist in den letzten Jahren zu beobachten, dass sie besonders über *YouTube* ein Standing entwickelt haben. Die Online-Communities und Fanschaften der Formate werden mit *extended Interviews*, *Online Exclusives* und anderem zusätzlichen Material versorgt. Sie sind es auch, die einzelne Videos teilen und so weiter. So wird einerseits viel mehr Publikum erreicht als nur bei der Ausstrahlung. Andererseits ermöglichen es derartige Techniken den Formaten, aus den starren Zeitabläufen der Fernsehprogramme herauszutreten. Somit ändert sich natürlich auch die Frage nach der Handlungs- und Wirkungsmacht solcher Formate.

Blickt man auf Österreich, fällt auf, dass es derartige Fernsehformate in der heimischen Medienlandschaft nicht gibt. „Willkommen Österreich“, als einzige nationale Late-Night-Comedy, betreibt politische Satire nicht in der Tiefe, wie es die beiden analysierten Formate tun. Eine mögliche Erklärung für das Fehlen solcher Formate könnte sein, dass die Funktion, die sie im Speziellen und das Genre im Allgemeinen erfüllen, im deutschsprachigen Raum bereits von einer anderen kritischen Kunstform besetzt wird. Kabarett ist politische Satire, die sich vor allem inhaltlich auf eine sehr ähnliche Art und Weise mit gesellschaftspolitischen Themen auseinandersetzt. Möglicherweise wurde so das Entstehen der Genretradition „Late-Night-Show“ nicht begünstigt, da die Kritikfunktion, wie sie im englischsprachigen Kulturraum durch solche Formate erfüllt wird, in Österreich schon anderweitig besetzt ist.

In Deutschland haben sich in den letzten Jahren besonders zwei politische Late-Night-Formate ein Standing erarbeitet. Die „heute-Show“, die als deutsche Adaption von „The Daily Show“ bezeichnet werden kann, und das „Neo Magazin Royal“, welches sich strukturell und formal ebenfalls am Genre der Late-Night-Show orientiert. Sie betreiben Gesellschaftskritik auf individuelle und kulturell geprägte Weise. Wesentlich in diesem Zusammenhang ist, dass die Formate moderne Darstellungsweisen nutzen, um ihre Inhalte einer Seher_innenschaft zugänglich zu machen, die sie hauptsächlich online konsumiert.

Eine derartige Entwicklung im deutschsprachigen Raum zeigt, dass die Bedeutung von politischer Satire für eine Gesellschaft nach wie vor groß sein kann. Gerade weil Medienprodukte in unterschiedlichsten Formen immer mehr zum Alltag jedes Menschen gehören, ist es relevant, die Gestaltungs- und Präsentationsweisen der Inhalte näher zu untersuchen. In diesem Zusammenhang gilt es auch Fragen zu stellen, inwiefern die jeweiligen Produkte kulturell geprägt sind, Identität hervorbringen, stiften oder hinterfragen können und welche Machtverhältnisse in ihnen zum Tragen kommen.

Eine derartige Betrachtung ist nicht auf politische Satireformate zu begrenzen, sondern kann auch Formate in den Fokus rücken, die ihrerseits eine bestimmte Agenda verfolgen und ihr Publikum in gewisser Weise beeinflussen wollen. Diese Perspektive ist besonders deshalb relevant, weil Populismus und populistische Nachrichtenmodelle immer mehr zur Konvention werden. Ein naheliegendes Beispiel wäre die Frage nach den Gestaltungsweisen, die sich rechte Parteien aneignen, um ihre Inhalte zu transportieren. Eine Auseinandersetzung zur Verbindung von Form und Inhalt ist besonders in diesen Kontexten von großer Bedeutung. Die vorliegende Arbeit präsentiert eine Möglichkeit, die Konzepte von Kultur, Macht und Identität mit Formatfragen in Verbindung zu bringen.

9. QUELLENVERZEICHNIS

Altman, Rick: Film/Genre. London: British Film Institute. 1999.

Arpan, Laura M.; Bae, Beom; Chen, Yen-Shen; Greene Jr., Gary H.: Perceptions of Bias in Political Content in Late Night Comedy Programs. In: *Electronic News*, 5(3). 2011. S. 158-173.

Ayass, Ruth: Das Vergnügen der Aneignung: Lachen und Gelächter in der Fernsehrezeption. In: Göttlich, Udo; Winter Rainer (Hrsg.): *Politik des Vergnügens: Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies*. Köln: Herbert von Halem Verlag. 2000. S. 146-165.

Balmas, Meital: When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism. In: *Communication Research*. Vol. 41 (3). 2014. S. 430-454.

Baum, Matthew. A.: Soft News and Political Knowledge: Evidence of absence or absence of evidence? In: *Political Communication*. Vol. 20. 2003. S. 173-190.

Baumgartner, Jody C.; Morris, Jonathan S.: The Daily Show Effect: Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth. In: *American Politics Research*. Vol. 34 (3). 2006. S. 341-367.

Baumgartner, Jody C.; Morris, Jonathan S.: One „Nation,“ Under Stephen? The Effects of *The Colbert Report* on American Youth. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Vol. 52 (4). 2008. S. 622-643.

Baym, Geoffrey: The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. In: *Political Communication*. Vol. 22 (3). 2005. S. 259-276.

Baym, Geoffrey; Jones, Jeffrey P.: News Parody in Global Perspective: Politics, Power and Resistance. In: *Popular Communication*, Vol. 10, Issues 1-2. 2012. S. 2-13.

Becker, Amy B.; Xenos, Michael A.; Waisanen, Don J.: Sizing Up *The Daily Show*: Audience Perceptions of Political Comedy Programming. In: Atlantic Journal of Communication. Vol. 18 (3). 2010. S. 144-157.

Bhaba, Homi K.: Verortungen der Kultur. In: Bronfen, Elisabeth; Marius, Benjamin; Steffen, Therese (Hrsg.): Hybride Kulturen. Beiträge zur anglo-amerikanischen Multikulturalismusdebatte. Tübingen: Stauffenberg Verlag. 1997. S. 123-148.

Boukes Mark; Boomgaarden, Hajo G., Moorman, Marjolein; De Vreese, Claes H.: At Odds: Laughing and Thinking? The Appreciation, Processing, and Persuasiveness of Political Satire. In: Journal of Communication. Vol. 65 (5). 2015. S. 721-744.

Brewer, Paul R.; Marquardt, Emily: Mock News and Democracy: Analyzing The Daily Show. In: Atlantic Journal of Communication. Vol 15 (4). 2007. S.249-267.

Combe, Kirk: Stephen Colbert: Great Satirist, or Greatest Satirist ever?. In: The International Communication Gazette. Vol. 77 (3). S. 297-311.

Dreyfus, Hubert L.; Rabinow, Paul: Michel Foucault. Jenseits von Strukturalismus und Hermeneutik. Weinheim: Beltz Athenäum Verlag. 2. Auflage. 1994.

Dux, Günther: Sammelbesprechung Macht. In: Soziologische Revue. Jg.15. München: R. Oldenbourg Verlag GmbH. 1992. S. 153-159.

Eco, Umberto: Apokalyptiker und Integrierte: Zur kritischen Kritik der Massenkultur. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag. 1984.

Erjavec, Karmen; Poler Kovačič, Melita: A Discursive Approach to Genre. Mobi News. In European Journal of Communication. Vol. 24 (2). 2009. S. 147-164.

Faina, Joseph: Public Journalism is a Joke: The Case for Jon Stewart and Stephen Colbert. In: Journalism. Vol. 14(4). 2012. S. 541-555-

Faulstich, Werner: Grundkurs Fernsehanalyse. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag. 2008.

Feuer, Jane: Genre Study and Television. In: Allen, Robert Clyde (Hrsg.): Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism. 2. Auflage. London / New York: Routledge Taylor & Francis Group. 1992. S. 138-160.

Feldman, Lauren: The News About Comedy: Young Audiences, The Daily Show, and Evolving Notions of Journalism. In: Journalism. Vol. 8 (4) 2007. S. 406-427.

Feldman, Lauren: Learning about Politics From *The Daily Show*: The Role of Viewer Orientation and Processing Motivations. In: Mass Communication and Society. Vol. 16 (4) S. 586-607.

Fiske, John: Television Culture. London / New York: Routledge Taylor & Francis Group. 1987.

Foucault, Michel: Freiheit und Selbstsorge. Frankfurt am Main: Materalis. 1985.

Foucault, Michel: Das Subjekt und die Macht. In: Dreyfus, Hurbert L.; Rabinow, Paul (Hrsg.): Michel Foucault. Jenseits von Strukturalismus und Hermeneutik. Weinheim: Beltz Athenäum Verlag. 2. Auflage. 1994. S. 243-261.

Fowler, James H.: The Colbert Bump in Campaign Donations: More Truthful Than Truthy. In: PS: Political Science & Politics. Vol .41. 2008. S. 533-539.

Fritz, Ben; Keefer, Bryan; Nyhan, Brendan: All the President's Spin: George W. Bush, the Media and the Truth. New York: Touchstone. 2004.

Fromm, Bettina: Privatgespräche von Millionen: Fernsehauftritte aus psychologischer und soziologischer Perspektive. Konstanz: UKV Medien. 1999.

Ganz-Blättler, Ursula: Knowledge Oblige: Genrewissen als Statussymbol und Shareware. In: Göttlich, Udo; Winter Rainer (Hrsg.): Politik des Vergnügens: Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies. Köln: Herbert von Halem Verlag. 2000. S. 195-214.

Goffman, Erving: The Presentation of Self in Everyday Life. Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Centre. 1956.

Grossberg, Lawrence: Leben und Zeit der Kultur. In: Winter, Rainer (Hg.): Die Perspektiven der Cultural Studies. Der Lawrence-Grossberg-Reader. Köln: Herbert von Halem Verlag. 2007. S. 13-33.

Grossberg, Lawrence: Identität und Cultural Studies: Soll das alles sein?. In: Winter, Rainer (Hg.): Die Perspektiven der Cultural Studies. Der Lawrence-Grossberg-Reader. Köln: Herbert von Halem Verlag. 2007. S. 34-65.

Griffin, Dustin: Satire. A Critical Reintroduction. Lexington, Ky.: University Press Kentucky. 1994.

Göhlich, Michael: Homi K. Bhabha. Die Verortung der Kultur. Kontexte und Spuren einer postkolonialen Identitätstheorie. In: Jörissen, Benjamin; Zirfas, Jörg (Hrsg.): Schlüsselwerke der Identitätsforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2010. S. 298-315.

Hallenberger, Gerd: Unterhaltungsformate im Fernsehen. In: Thomaß, Barbara (Hrsg.): Mediensysteme im internationalen Vergleich. 2. überarbeitete Auflage. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft. 2013. S. 117-134.

Hall, Stuart: Kulturelle Identität und Diaspora. In: Hall, Stuart: Rassismus und kulturelle Identität. Hamburg: Argument Verlag. 1994. S. 26-43.

Hall, Stuart: Die Frage der kulturellen Identität. In: Hall, Stuart: Rassismus und kulturelle Identität. Hamburg: Argument Verlag. 1994. S. 180-222.

Hardy, Bruce W.; Gottfried, Jeffrey A.; Winneg, Kenneth M.; Hall Jamieson, Kathleen: Stephen Colbert's Civics Lesson: How Colbert Super PAC Thought Viewers About Campaign Finance. In: Mass Communication and Society. Vol. 17 (3). 2014. S. 329-353.

Hepp, Andreas; Winter, Rainer: Cultural Studies in der Gegenwart. In: Hepp, Andreas; Winter, Rainer (Hrsg.): Kultur-Medien-Macht: Cultural Studies und Medienanalyse. 4. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. S. 9-20.

Hickethier, Knut: Methodische Probleme der Fernsehanalyse. In: Hickethier, Knut (Hrsg.): Aspekte der Fernsehanalyse: Methoden und Modelle. Münster / Hamburg: LIT Verlag. 1994. S. 10-28.

Hickethier, Knut. Film- und Fernsehanalyse. 2. überarbeitete Auflage. Stuttgart / Weimar: Verlag J.B. Metzler 1996.

Hickethier, Knut. Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart: Verlag J.B. Metzler. 2003.

Hoffman, Lindsay H.; Young, Dannagal G.: Satire, Punch Lines, and the Nightly News: Untangling Media Effects on Political Participation. In: Communication Research Reports. Vol. 28 (2). 2011. S. 159-168.

Holbert, Lance R.: A Typology for the Study of Entertainment Television and Politics. In: American Behavioral Scientist. Vol. 49 (3). 2005. 436-453.

Holbert, Lance R.: Developing a Normative Approach to Political Satire: An Empirical Perspective. In: International Journal of Communication. Vol. 7. 2013. S. 305-323.

Holbert, Lance R.: Strike While the Iron is Hot: Seizing on Recent Advancements to Propel Forward the Study of Political Entertainment Media. In: Mass Communication and Society. Vol. 17. 2014. S. 303-306.

Hmielowski, Jay D.; Holbert, Lance R.; Lee, Jayeon: Predicting the Consumption of Political TV Satire: Affinity for Political Humour, The Daily Show and The Colbert Report. In: Communication Monographs. Vol. 78 (1) 2011. S. 96-114.

Jones, Jeffrey P.: I Want My Talk TV: Network Talk Shows in a Digital Universe. In: Lotz, Amanda (Hrsg.): Beyond Prime Time: Television Programming in the Post Network Era. 2009. S. 14-35.

Jones, Jeffrey P.; Baym, Geoffrey: A Dialogue on Satire News and the Crisis of Truth in Postmodern Political Television. In: Journal of Communication Inquiry. Vol. 34(3). 2010. S. 278-294.

Jost, François: „Mode“ oder „Monde“?: Zwei Wege zur Definition von Fernsehgenres. In: Türschmann, Jörg; Wagner, Birgit (Hrsg.): TV global: Erfolgreiche Fernseh-Formate im internationalen Vergleich. Bielefeld: transcript Verlag. 2011. S. 19-36.

Keupp, Heiner: Identitätskonstruktionen in der spätmodernen Gesellschaft: Riskante Chancen in prekären Prozessen. In: Zeitschrift für Psychodrama und Soziometrie. 2008; 2. S. 291-308.

Keller, Harald: Die Geschichte der Talkshow in Deutschland. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag. 2009.

Kilborn, Richard: Genre in Television Broadcasting and Film Publicity. „Mixing and Matching“: the Hypridising Impulse in Today’s Factual Television Programming. In: Dowd et al.: Genre Matters: Essays in Theory and Criticism. Bristol, UK; Portland, OR, USA: intellect. 2006. S. 69-84.

Knop, Karin: Comedy in Serie: Medienwissenschaftliche Perspektiven auf ein TV-Format. Bielefeld: Transcript Verlag. 2007.

Korte, Helmut: Sequenzprotokoll. In: Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.): Qualitative Medienforschung: Ein Handbuch. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH. 2005. S. 387-394.

Kumar, Sangeet; Combe, Kirk: Political Parody and Satire as Subversive Speech in the Global Digital Sphere. In: The International Communication Gazette. Vol. 77(3). 2015: S. 211-214.

Lantzsich, Katja: Der internationale Fernsehformathandel: Akteure, Strategien, Strukturen, Organisationsformen. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. 2008.

Lee, Hoon; Kwak, Nojin: The Affect Effect of Political Satire: Sarcastic Humor, Negative Emotions, and Political Participation. In: Mass Communication and Society. Vol. 17 (3). 2014. S. 307-328.

Lepold, Kristina: Die Bedingungen der Anerkennung: Zum Zusammenhang von Macht, Anerkennung und Unterwerfung im Anschluss an Foucault. Deutsche Zeitschrift für Philosophie. Band 62. Heft 2. Berlin: Akademie Verlag GmbH. 2014. S. 297-317.

Lemke, Thomas: Max Weber, Norbert Elias und Michel Foucault über Macht und Subjektivierung. In: Berliner Journal für Soziologie. Heft 1. Wiesbaden: Springer Fachmedien. 2001. S. 77-95.

Lünenborg, Margret: Journalismus kulturwissenschaftlich betrachtet: (Auch) Fiktionen liefern Orientierung. In: Haller, Michael (Hrsg.): Die Kultur der Medien. Untersuchungen zum Rollen- und Funktionswandel des Kulturjournalismus in der Mediengesellschaft. Münster: LIT. 2002. S. 175-188.

Marchart, Oliver: Cultural Studies. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH. 2008.

Mittell, Jason: A Cultural Approach to Television Genre Theory. In: Cinema Journal. Vol. 40 (3). 2001. S. 3-24.

Molek-Kozakowska, Katarzyna: The Late-Night TV Talk Show as a Strategic Genre in American Political Campaigning. In: Cap, Piotr; Okulska, Urszula (Hrsg.): Analyzing Genres in Political Communication: Theory and Practice. 2013. S. 321-343.

Müller, Hans-Peter: Max Weber. Eine Einführung in sein Werk. Köln: Böhlau Verlag GmbH. 2007.

Niven, David; Lichter, Robert S.; Amundson, Daniel: The Political Content of Late Night Comedy. In: The International Journal of Press/Politics. 8(3). 2003. S. 118-133.

Ott, Cornelia: Die Spur der Lüste: Sexualität, Geschlecht und Macht. Opladen: Leske + Budrich. 1998.

Painter, Chad; Hodges, Louis: Mocking the News: How *The Daily Show with Jon Stewart* Holds Traditional Broadcast News Accountable. In: Journal of Mass Media Ethics. Vol. 25 (4). 2010. S. 257-274.

Parkin, Michael: Taking Late Night Comedy Seriously: How Candidate Appearances on Late Night Television Can Engage Viewers. In: Political Research Quarterly. Vol. 63 (1). 2010. S. 3-15.

Parsi, Kayhan: The Political Satirist as Public Intellectual: The Case of Jon Stewart. In: The American Journal of Bioethics. Vol. 11 (12). 2011. S. 3-6.

Rosen, Ralph M.: Efficacy and Meaning in Ancient and Modern Political Satire: Aristophanes, Lenny Bruce, and Jon Stewart. In: Social Research. Vol 79. (1). 2012. S. 1-32.

Schill, Dan: Understanding the „Heroes“ and „It Getters“: Fandom and the Colbert Nation. In: Mass Communication and Society. Vol 17 (5). 2014. S. 754-775.

Schumacher, Heidemarie: Fernsehen fernsehen. Modelle der Medien- und Fernsehtheorie. Köln: DuMont Buchverlag. 2000.

Steinbrecher, Michael; Weiske, Martin: Die Talkshow. 20 Jahre zwischen Klatsch und News. Tipps und Hintergründe. München: Verlag Ölschläger GmbH. 1992.

Spivak, Gayatri Chakravorty: Can the Subaltern Speak? In: Deuber-Mankowsky, Astrid (Hrsg.) Die Philosophin. Forum für feministische Theorie und Philosophie. 14. Jg. Heft 27. 2003. S. 42-58.

Tsakona, Villy; Popa, Diana Elena: Humour in Politics and the Politics of Humour. An Introduction. In: Tsakona, Villy; Popa, Diana Elena: Studies in Political Humour: In Between Political Critique and Public Entertainment. 2011. S. 1-30.

Lutter, Christina; Reisenleitner Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Wien: Verlag Turia + Kant. 1998.

Waisanen, Don J.: A Citizen's Guides to Democracy Inaction: Jon Stewart and Stephen Colbert's Comic Rhetoric Criticism. In: Southern Communication Journal. Vol. 74 (2). 2009. S. 119-140.

Williams, Raymond: Programmstruktur als Sequenz oder *flow*. In: Adelman, Ralf; Hesse, Jan-Otmar; Keilbach, Judith; Stauff, Markus; Thiele, Matthias (Hrsg.): Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft: Theorie – Geschichte – Analyse. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. 2001. S. 33-43.

Winter, Rainer: Die Kunst des Eigensinns: Cultural Studies als Kritik der Macht. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft. 2001.

Young, Dannagal G.; Tisinger, Russel M.: Dispelling Late-Night Myths: News Consumption among Late-Night Comedy Viewers and the Predictors of Exposure to Various Late-Night Shows. In: The Harvard International Journal of Press/Politics. 11 (3). 2006. S. 113-134.

Young, Dannagal G.: Laughther, Learning, or Enlightenment? Viewing and Avoidance Motivations Behind The Daily Show and The Colbert Report. In: Journal of Broadcasting and Electronic Media. Vol. 52 (2). 2013. S. 153-169.

Zylinska, Johanna: The Ethics of Cultural Studies. New York: Continuum. 2005.

Internetquellen:

C-SPAN offizielle Homepage. <https://www.cspan.org/about/mission>. Abgerufen am 08.09.2016.

Freedman, Hadley: Why I Quit The Daily Show. In: The Guardian. 18.04.2015. <https://www.theguardian.com/media/2015/apr/18/jon-stewart-why-i-quit-the-daily-show>. Abgerufen am 21.04.2015.

Journalistenkolleg. <http://www.journalistenkolleg.de/lexikon-journalismus/oeffentlicher-journalismus>. Abgerufen am 20.08.2016.

The Daily Show with John Stewart Official Homepage. <http://www.cc.com/shows/the-daily-show-with-jon-stewart/episode-guide>. Abgerufen am 25.08.2016.

The Daily Show with Trevor Noah Official Homepage. <http://www.cc.com/shows/the-daily-show-with-trevor-noah>. Abgerufen am 25.08.2016.

Weber, Max: Grundriß der Sozialökonomik. III Abteilung. Wirtschaft und Gesellschaft. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck). 1922. <http://www.unilibrary.com/ebooks/Weber,%20Max%20%20Wirtschaft%20und%20Gesellschaft.pdf>. Abgerufen am 16.05.2016.

Analysematerial „The Daily Show with John Stewart“

Vodlocker.com. <http://vodlocker.com/jostwbudgvxs>. Abgerufen am 10.09.2016.

The Daily Show with Jon Stewart Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/o415ih/the-daily-show-with-jon-stewart-seriously--guys--what-are-we-doing-here->. Abgerufen am 10.09.2016.

The Daily Show with Jon Stewart Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/2iflzu/the-daily-show-with-jon-stewart-future-christ>. Abgerufen am 10.09.2016.

The Daily Show with Jon Stewart Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/6bp18h/the-daily-show-with-jon-stewart-billy-crystal>. Abgerufen am 10.09.2016.

The Daily Show with Jon Stewart Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/aphppg/the-daily-show-with-jon-stewart-moment-of-zen---no-eye-contact-for-you>. Abgerufen am 10.09.2016.

Analysematerial „The Colbert Report“

Vidzi.tv. <http://vidzi.tv/2zn9hszgwsbw.html>. Abgerufen am 11.09.2016.

The Colbert Report Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/x6d5sz/the-colbert-report-deathpocalypse-now---ebola-in-america---50-states-of-grave>. Abgerufen am 11.09.2016.

The Colbert Report Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/hhhqqd/the-colbert-report-deathpocalypse-now---ebola-in-america---kent-sepkowitz>. Abgerufen am 11.09.2016.

The Colbert Report Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/e72awe/the-colbert-report-solitocity>. Abgerufen am 11.09.2016.

The Colbert Report Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/ye2fnr/the-colbert-report-lynn-sherr>. Abgerufen am 11.09.2016.

The Colbert Report Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/7nl6i5/the-colbert-report-sign-off---hand-sanitizer>. Abgerufen am 11.09.2016.

9.1. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1.:

Eigene Darstellung: „Politische Satire im Spannungsfeld von Kultur, Macht und Identität“

Abb. 2.:

Holbert, Lance R.: A Typology for the Study of Entertainment Television and Politics. In: American Behavioral Scientist. Vol. 49 (3). 2005. 436-453.

Abb. 3.:

Hallenberger, Gerd: Unterhaltungsformate im Fernsehen. In: Thomaß, Barbara (Hrsg.): Mediensysteme im internationalen Vergleich. 2. überarbeitete Auflage. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft. 2013. S. 117-134.

Hoffman, Lindsay H.; Young, Dannagal G.: Satire, Punch Lines, and the Nightly News: Untangling Media Effects on Political Participation. In: Communication Research Reports. Vol. 28 (2). 2011. S. 159-168.

Jones, Jeffrey P.: I Want My Talk TV: Network Talk Shows in a Digital Universe. In: Lotz, Amanda (Hrsg.): Beyond Prime Time: Television Programming in the Post Network Era. 2009. S. 14-35.

Abb. 4.:

Eigene Darstellung: Sequenzgrafik „The Daily Show with Jon Stewart“ Staffel 20 Folge 90.

Abb. 5.: Screenshot „The Daily Show with Jon Stewart“ Studioaufnahme. The Daily Show with Jon Stewart Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/o415ih/the-daily-show-with-jon-stewart-seriously--guys--what-are-we-doing-here->. Abgerufen am 23.09.2016.

Abb. 6.: Screenshot „The Daily Show with Jon Stewart“ „fake news update“. The Daily Show with Jon Stewart Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/o415ih/the-daily-show-with-jon-stewart-seriously--guys--what-are-we-doing-here->. Abgerufen am 23.09.2016.

Abb. 7.: Screenshot „The Daily Show with Jon Stewart“ – Reaktion auf das gezeigte Material. The Daily Show with Jon Stewart Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/o415ih/the-daily-show-with-jon-stewart-seriously--guys--what-are-we-doing-here->. Abgerufen am 10.09.2016.

Abb. 8.: Screenshot „The Colbert Report“ Studiokulisse 1. The Colbert Report Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/x6d5sz/the-colbert-report-deathpocalypse-now---ebola-in-america---50-states-of-grave>. Abgerufen am 23.09.2016.

Abb. 9.: Screenshot „The Colbert Report“ Newsdesk. The Colbert Report Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/x6d5sz/the-colbert-report-deathpocalypse-now---ebola-in-america---50-states-of-grave>. Abgerufen am 23.09.2016.

Abb. 10.: Screenshot „The Colbert Report“ Studiokulisse 1 und 2. The Colbert Report Official Homepage. <http://www.cc.com/video-clips/ye2fnr/the-colbert-report-lynn-sherr>. Abgerufen am 23.09.2016.

10. ANHANG

10.1. Sequenzprotokoll „The Daily Show with Jon Stewart“ Staffel 20 Folge 90:

Min./Sek.

00'00	Sequenz 1: Exposition / Intro
00'13	Studiokamerafahrt / endet vor dem Schreibtisch / Jon Stewart frontal zu sehen in einer Nahaufnahme (N)
00'24	Begrüßung durch den Moderator Jon Stewart / Ausblick, Vorschau auf das Programm der Episode / Themen / Gast
	AKT 1: „Fake-News-Update“
00'49	Beginn Sequenz 2 / Titel: „Seriously, guys, what are we doing here?“ / Anmoderation des Themas durch den Moderator
00'59	2.1. Subsequenz 1 / Thema – Präsidentschaftskampagne von Hillary Clinton – Anmoderation
01'13	Nachrichtenmaterial zur Berichterstattung über das Thema / Voice-over des Moderators dazu / Kontextinformationen / direkte Ansprache der Medien („You“)
01'24	Vollbild Nachrichtenmaterial (Videomaterial 1) – Journalist_innen laufen Clintons Auto hinterher
01'31	Schnitt Studio / Nahaufnahme (N) Moderator im Bild / links Standfoto des Nachrichtenmaterials eingeblendet / Moderator kommentiert das gezeigte Material
01'45	Fortsetzung des Videomaterials 1
02'01	Schnitt Studio / (N) Moderator reagiert auf das Gesehene
02'24	Einspieler Filmausschnitt des Musicals „The Music Man“ (1962) / Voice-over von Jon Stewart
02'31	Schnitt Studio / (N) Moderator links wieder Standfoto von Videomaterial 1 eingeblendet / Grafik / Foto
02'54	Videomaterial plus eingefügte Special Effects (SFX) „Godzillafüße“ / Voice-over
02'59	Standfoto des gezeigten Videomaterials 1 inkl. SFX „Godzillafüße“ / Schnitt (N) Moderator / Überleitung zur Pointe über fiktiven Fernsehsender „Entrance & Exits Channel“

- 03'29 Grafik „Entrance & Exits Channel“
- 03'32 Schnitt Studio / Perspektivenwechsel / Kamera von Rechts / HT Moderator / Insert in der unteren Bildhälfte: „Entrance & Exits Channel – You'll find us here, here and back here“
- 03'40 Schnitt Studio / (N) / Kamera wieder von links / linke Bildhälfte Grafik inklusive Standfoto des Videomaterials 1 und dem Titel von Sequenz 1: „Seriously, guys, what are we doing here?“
- 03'53 2.2. Überleitung zu Subsequenz 2 / Thema – Polizeigewalt an unbewaffneten Verdächtigen / (N) Moderator / Standfoto von Videomaterial über Polizeigewalt / danach Grafik mit Titel von Sequenz 1 / verschiedene Sendernamen / Standfoto von Ausschnitt aus CNN Berichterstattung**
- 04'18 Videomaterial zum Thema von verschiedenen amerikanischen Nachrichtensendern (CBS, MSNBC, Fox News)
- 04'32 Schnitt Studio / (N) Moderator / Kommentar zum Gezeigten / Anmoderation zum folgenden Ausschnitt
- 04'45 Ausschnitt aus der Sendung „The Today Show“ (NBC)
- 04'54 Schnitt Studio / (N) / Moderator reagiert auf den Ausschnitt / rutscht mit seinem Bürosessel nach hinten / hebt schützend seine Arme vor das Gesicht / reißt die Augen auf / kommentiert das Gesehene
- 05'14 Schnitt / Vollbild - Foto von „The Today Show“ Fans außerhalb des Studios mit animierten Schildern in den Händen / Voice-over
- 05'17 Schnitt Studio / (N) Moderator / in der linken Bildhälfte das vorhin im Vollbild gezeigte Foto / Moderator kommentiert das Foto satirisch
- 05'24 >> thematischer Schwenk von Satire zu moralischer Botschaft / Grafik in der linken Bildhälfte wechselt / Grafik mit Titel von Sequenz 1 / verschiedene Sendernamen / Standfoto von Ausschnitt aus CNN Berichterstattung / Jon Stewart spricht die Medien wiederholt direkt an / es folgt ein Meinungsbeitrag unterlegt mit Nachrichtenmaterial / Beginn in dieser Subsequenz : „Look, I get it, television is a visual medium and you're used to jazzing up stories with exiting footage...”**

- 05'30 Voice-over: "... or B-roll as they call it. Whether it being extreme cold (...) / Schnitt Nachrichtenmaterial eine Schneesturms von "The Today Show"
- 05'33 Voice-over: "...or extreme hotness." / Schnitt Nachrichtenmaterial einer Sendung von Fox News / Man sieht in der linken Bildhälfte einen Moderator, rechts im Bild Frauen im Bikini herumhüpfen / Bildunterschrift: "An estimated 1.5 mil. students participate in Spring Break each year"
- 05'36 Voice-over: „But that's not okay to do with actual death.“ / Schnitt Studio / (N) Moderator / Grafik mit Titel von Sequenz 1 / verschiedene Sendernamen / Standfoto von Ausschnitt aus CNN Berichterstattung
- 05'40 Schnitt / Nachrichtenmaterial CNN / Voice-over: „You can show the footage to educate people. You can show it to analyze what happened for further context of insight.“
- 05'46 Schnitt Studio / (N) Moderator / Grafik mit Titel von Sequenz 1 / verschiedene Sendernamen / Standfoto von Ausschnitt aus CNN Berichterstattung / Kommentar: „But at some point in almost all these stories, the twentyfour hour news networks shift these devastating videos...“
- 05'54 Schnitt Nachrichtenmaterial CNN/ Voice-over: „...into screensaver mode. And they end up just running as background wallpaper to your discussion, sometimes it's the whole fucking wall.“
- 06'00 Schnitt Studio / (N) Moderator / Grafik mit Titel von Sequenz 1 / verschiedene Sendernamen / Standfoto von Ausschnitt aus CNN Berichterstattung / Schnitt Vollbild Nachrichtenmaterial CNN / Voice-over: „It's been happening for months now. News shows we're looping the Eric Garner choking footage like it was a GIF on a buzzfeed list.“
- 06'05 Schnitt Studio / (N) Moderator / Linke Bildhälfte Grafik mit Logo von „Buzzfeed“ / Kommentar: „And i assume the buzzfeed article would bet he ten funniest kitten GIF's on the internet still won't erase the brutality of this police brutaltiy GIF.“
- 06'43 Grafikwechsel Grafik mit Titel von Sequenz 1 / verschiedene Sendernamen / Standfoto von Ausschnitt aus CNN Berichterstattung /

Voice-over: „Listen, news media, turning the last moments of someones life into ‘newsac’ that just plays in the background...” / Schnitt Vollbild Nachrichtenmaterial „abc news.com“ / Voice-over: „...of discussions slowly robs those images of their power and more importantly the people in the videos of their humanity.“ / Schnitt Studio / (N)/ Standfoto des gezeigten Materials / Kommentar: „And we gotta nib this trend in the bud, because unlike blockbuster these types of video ain’t going away. The ubiquity of cell phones is far outpacing police awareness of the ubiquity of cell phones. In fact CNN...” / Grafikwechsel Logo von CNN / Kommentar: “...CNN as gotten so casual with their police brutality footage...” / Schnitt Vollbild Material CNN / Voice-over: “...they ran a assorted killings as lower third video ticker fare. A hallowed space normally reserved for such ticker worthy items as ‘Tori Spelling burns herself on habachi...” / Schnitt Studio / (N) Moderator / Standfoto des CNN-Materials / Kommentar: “...and ‘Is your tap water making you fat?’ But I don’t wanna give you the wrong idea about the news media. It may seem like I’ve made it look like they’re just plugging elements into a preordained format and loosing sight of any editorial judgment. But there are still some lines that they simply will not cross.”

07’47 Schnitt / Vollbild Nachrichtenmaterial

07’56 Schnitt Studio / (N) Moderator / Reaktion auf das Nachrichtenmaterial / Linke Bildhälfte zeigt Grafik vom Logo von CNN / Kommentar: „Ey, you can’t say ‚Fuck’ on the Air! Kids might be watching!“ (mit empörtem Tonfall) „...and rerack that shooting footage. Kids might be watching.“ (mit einem Grinsen im Gesicht und einer Art schelmischer Freude im Tonfall) „...we’ll be right back.“

Werbeblock 1

Akt 2: „Fake-News-Report“

08’18 Einstieg **Sequenz 3** / Logo des Formats wird eingeblendet / Zoom-in mit der Kamera von Totale (Aufnahme des gesamten Studioraums inklusive Kulisse) auf den Moderator bis zur Nahaufnahme / Perspektivenwechsel / Einstieg erfolgt über die rechte Seite des Tisches

- / Begrüßung / Anmoderation fiktiver Nachrichtenbeitrag mit dem Titel **„Future Christ“ von Fake-Reporter Jordan Klepper**
- 08'41 **3.1. Exposition Beitrag** / Bild einer Kirche / Voice-over von Jordan Klepper / Stilistisch seriös gehalten / Grafikausschnitt Headline eines Artikels der „New York Times“ / **3.2. Fake-Reporter trifft auf ersten Interviewpartner** – ein „Hipster-Pastor“, der aussieht wie das Mitglied einer Rockband / Bilder des Zusammentreffens werden mit Voice-over unterlegt / Interview / Over-the-shoulder-shots während des Interviews / Schuss-Gegenschuss-Verfahren / Inserts mit Name und Funktion / **3.3. zweiter Interviewpartner** repräsentiert das konservative Bild eines Pastors / Bilder des Zusammentreffens / Man geht gemeinsam einen Gang entlang / Interview / wieder Over-the-shoulder-shots / Schuss-Gegenschuss-Verfahren / zweiter Interviewpartner sieht die Zukunft des Christentums in Robotern / **3.4. Cross-cutting Interview 1+2** / Schnitt zu erstem Interviewpartner / wird mit der Idee des Roboters konfrontiert / Schnitt zurück zu Interview 2 / **3.5. Pointe:** Der Fake-Reporter Jordan Klepper baut daraufhin seinen eigenen superintelligenten religiösen Roboter / Lässt den Roboter die Bibel herunterladen / Interviewpartner 2 wird mit Fragen des Roboters konfrontiert / kann keine logischen Antworten geben / bekommt einen Kurzschluss / **3.6. Fake-Reporter und Roboter „testen“ Weltreligionen** / Dem Roboter sagt keine Religion zu / Ende des Segments / **3.7. Abmoderation mit SFX** / Logo des Beginns „Future Christ“ mit SFX von Klepper's Kopf mit einem Kreuz darauf.
- 14'17 Schnitt Studio / **3.8. Abmoderation des Beitrags von Jon Stewart** / Anmoderation Werbeblock 2 / Logo von „The Daily Show“ wird eingeblendet.

Werbeblock 2

Akt 3: Das Interview

- 14'21 Einstieg **Sequenz 4** / Grafisches Intro der Sendung / Logo vor Weltkugel in Blautönen / Off-Screen hört man den Beifall des Publikums / Überblendung / Studio (N) / **4.1. Einstieg nach Werbung**

/ Jon Stewart begrüßt die Zuschauer_innen / Zoom-in / Anmoderation des Gastes / Ausschnitt aus der aktuellen Serie „The Comedians“ / Schnitt Studio / Jon Stewart kündigt Billy Crystal an / Totale / Zoom-in auf Billy Crystal der links aus der Kulisse heraustritt / Auf der Videoleinwand ist eine Grafik mit Titel des Formats „The Comedians“ eingeblendet / Jon Stewart begrüßt seinen Gast stehend / Einstellung „Amerikanische“ / Studioaufnahme - Totale / die beiden nehmen Platz am Tisch/ Zoom-in bis auf eine Halbnähe (HN) / **4.2. Gespräch** / Der Anfang des Gesprächs wird im Profil aufgezeichnet / Beide Gesprächspartner sind im Bild zu sehen / Schnitt (N) Billy Crystal / Insert mit Name und Titel des Programms, das er promoted / Schnitt (HN) von rechts – man sieht beide im Bild / Schnitt (N) Crystal / Schnitt (HN) beide Gesprächspartner / Schnitt (N) Crystal / Schnitt (HN) beide / das Muster setzt sich fort bis zum Ende des Interviews / Insgesamt gibt es drei Einstellungen, die abwechselnd angewandt werden: Nahe von Billy Crystal, Halbnähe von Crystal und Stewart von links, Halbnähe von Crystal und Stewart von rechts / **4.3. Verabschiedung** / Zoom-out von (N) Billy Crystal auf eine Studiototale / Logo wird nochmals unten links eingeblendet / Schwarzblende

Werbeblock 3

- | | |
|-------|--|
| 21'05 | Sequenz 5: Aufblende / Zoom-in auf Jon Stewart / Logo erscheint nochmals im gesamten unteren Bildrand / Anmoderation der letzten Subsequenz „That's our show. And here it is the moment of Zen“ |
| 21'06 | „Moment of Zen“ / Ausschnitt aus Nachrichtenmaterial / Anmoderation / Falscher Einspieler wird gezeigt / Voice-over Moderatorin klärt auf |
| 21'23 | Abspann / Linke Bildhälfte Produktionsdaten / Rechte Bildhälfte Panoramaschwenk über die Studiokulisse |
| 21'29 | Ende |

10.2. Sequenzprotokoll „The Colbert Report“ Staffel 11 Folge 4

Min./Sek.

- 00'00** **Sequenz 1: Exposition:** Intro / Anmoderation der Themen der Episode / Over-head-shot / Moderator ist noch halb von hinten zu sehen; dreht sich um; richtet sich direkt an die Kamera nach oben; stellt Thema 1 vor; dazu gibt es ein Insert-Banner in der unteren Bildhälfte; Links ist das Logo der Sendung zu sehen „The Colbert Report“; In der Mitte Headline 1 „Cure Thing“; Wortspiel auf das vorgestellte Thema; / Schnitt; Kamera frontal zum Set / Halbtotale (HT) / Moderator dreht sich schnell um / Schneller Zoom von (HT) auf Nahe (N) / wieder Insert-Banner unten / Thema 2 „Shore Thing“; wieder Wortspiel / Schnitt / Kamera von Rechts / Moderator dreht sich zu Kamera / schneller Zoom von (HT) auf (N) / Insert-Banner Thema 3 „Sherr Thing“/ Schnitt auf neue Perspektive / Kamera weiter rechts / Zoom von Halbnah (HN) auf (N) / Moderator Stephen Colbert beendet Intro mit Einstieg „This is the Colbert Report“
- 00'32** **2. Sequenz:** Überblendung von (N) Stephen Colbert auf **Titelsequenz** / Animierter Adler fliegt auf den Zuschauer zu. Taucht im rechten unteren Bildrand ab / Überblendung Colbert „Amerikanische“ Einstellung; steht vor rot-blauem Hintergrund in Mitten von Wörtern wie „strong“, „bold“, „powerful“ etc.; Zoom bis auf (N) / Adler taucht wieder auf, bringt Übergang zu neuem Bild / Colbert läuft auf die Kamera zu; links und rechts von ihm schweben immer noch die Wörter in weißen Lettern; er ergreift die wehende amerikanische Flagge; springt von einer unsichtbaren Erhöhung; unter die Begriffe mischen sich Eigenkreationen des Formats; er landet mit der Flagge und rammt sie in den Boden; (HT); die animierte Umgebung transformiert sich in eine Art Kolosseum oder Arena, die Colberts Initialen trägt; am Boden ein Emblem, ebenfalls mit seinem Namen / Zoom-out; die Arena verwandelt sich in einen Teil des Logos / Das „C“ von „The Colbert Report“ trägt das Muster der Amerikanischen Flagge / Der Adler fliegt

aus dem unteren Bildrand hervor und bildet den Übergang von Titelsequenz zu Studiototale

Akt 1 „Cure Thing“

- 00'50 Kamerafahrt durch das gesamte Studio; inklusive der Zuschauerränge / Schnitt Zoom-in (HT) auf (HN) / Nochmals Begrüßung durch den Moderator / Einstellung frontal aus der Mitte des Studios
- 01'34 **Sequenz 3:** Anmoderation; Einstieg **Thema 1: Ebola** / Bildinsert linke Bildhälfte / Schnitt; Vollbild Nachrichtenausschnitte verschiedener Sender, die den ersten Ebola-Fall in Amerika thematisieren / Schnitt Studio (HN) Kommentar und Überleitung Colbert / Anmoderation **Subsequenz 3.1**
- 02'34 **Subsequenz 3.1 „Deathpocalypse Now: Ebola in America: 50 States of Grave“**
eigene Intro / Gefahrenzeichen für Biogefährdung im Hintergrund; davor der Titel des Segments/ Alles in Rottönen / animierte Explosion / Voice-over: dramatisch, bedrohlich, ernst
- 02'45 Schnitt Studio (HN, N) / Subsequenz 3.1 Logo in linker Bildhälfte / Colbert spricht über Ebola / Insert Vollbild „CNN Health“-Website / Voice-over: liest Zitate aus eingeblendetem Text vor / Schnitt Studio (HN)
- 03'08 frontale Aufnahme (HN) Colbert am Tisch / Anmoderation Ausschnitt Diskussion auf Fox News / Vollbild; gerahmt von animierter amerikanischer Flagge im Hintergrund / Schnitt Studio (HN) Colbert reagiert auf Ausschnitt / Überleitung zu nächstem Ausschnitt / Vollbild; gerahmt von animierter amerikanischer Flagge im Hintergrund / Schnitt Studio / (HN) Colbert; linke Bildhälfte Standfoto von Beitrag / Colbert reagiert auf das Gezeigte / Überleitung zu weiterem Nachrichtenmaterial / Vollbild; gerahmt von animierter amerikanischer Flagge im Hintergrund / Schnitt Studio / (HN) Colbert; linke Bildhälfte zeigt Fotos der Moderatoren, der jeweiligen Ausschnitte / dann Grafik von Texas und umliegenden Bundesstaaten / Überleitung zu Studiogast
- 05'55 **Subsequenz 3.2: Studiogast 1 Interview** / Anmoderation Studiogast Dr. Kent Sepkowitz / Schnitt (HN) Dr. Sepkowitz von rechts / Schnitt

(HT) beide Gesprächspartner sind im Bild / Schnitt (HN) Colbert von links / Nachdem die dominierenden Einstellungen des Gesprächs etabliert sind, wird zwischen ihnen abgewechselt, je nachdem, wer gerade am Wort ist und, ob die Reaktion beider Gesprächspartner wichtig ist / Abmoderation Überleitung zu erstem Werbeblock / Zoom-out; Schwarzblende

Werbeblock 1

AKT 2 „Shore Thing“

- 09'51** **4. Sequenz:** Schwarzblende / Einstieg / frontale Aufnahme / Zoom-in von (HT) auf (HN) Colbert; Begrüßung nach der Werbepause / Überleitung zu **Thema 2: Reiche Leute und ihre Probleme korrespondierende Headline „Shore Thing“**
- 10'18** **Subsequenz 4.1.** Wortkreation „Solitocity“ / Colbert erklärt das Wort / Bedürfnis nach Exklusivität / Überleitung zu Thema der Berichterstattung: Milliardär besitzt Strand, darf aber Besucher nicht von der Benutzung des Ozeans dort abhalten / Anmoderation des nächsten Beitrags; Kontextualisierung
- 11'11** **Subsequenz 4.2.** Vollbild Bericht von MSNBC; gerahmt von animierter amerikanischer Flagge im Hintergrund / Schnitt Studio (N) Colbert; kommentiert den Beitrag; Überleitung zu nächstem Ausschnitt; Vollbild; Schnitt Studio (N) Colbert kommentiert weiter inklusiver nächster Überleitung / Schnitt Vollbild anderer Ausschnitt / Schnitt Studio (N) Colbert kommentiert und leitet zu einem weiteren Beispiel eines Medienmoguls über / Schnitt Studio (HN) Colbert kommentiert, führt beide Beispiele der Berichterstattung zusammen, schließt die inhaltliche Klammer zurück zur Wortkreation „Solitocity“ / Abmoderation „We'll be right back.“ / Zoom-out auf Studiototale / Schwarzblende

Werbeblock 2

Akt 3: Interview mit Hauptgast Lynn Sherr

- 14'34** **Subsequenz 5.1.** Aufblende / Zoom-in zentral auf Colbert, der frontal in die Kamera blickt (N) / Anmoderation Interviewgast / dreht sich in seinem Bürosessel und steht auf / Schnitt / Kamera von links zeigt

einen weiteren Teil der Kulisse / Kamera verfolgt Colbert wie er seinen Weg zum nächsten Set macht / Verbeugt sich nochmals vor Publikum; lässt sich feiern; dann erst begrüßt er seinen Gast, die Journalistin Lynn Sherr /

14'59 **Subsequenz 5.2.** Ortswechsel / das Interview findet auf einem eigens dafür vorgesehenen Set statt / seriös; schwarzer Tisch vor Videowand, die eine Skyline bei Nacht zeigt / verwendete Einstellungen sind (HN + N) von links sowie von rechts; außerdem (N) beider Gesprächsteilnehmer_innen im Profil / Colbert stellt seinen Gast vor und das Buch, welches die Journalistin promoted; Vollbild eingeblendet Cover des Buches; Gespräch beginnt; Einstellungen wechseln sich ab, je nachdem wer spricht und wie sich der Gesprächsverlauf gestaltet / Kamerazooms sind sehr viel langsamer / Atmosphäre des Gesprächs ist seriöser und entschleunigter, als der Rest des Formats / **Subsequenz 5.3.** Ende des Interviews mit einer abermaligen Erwähnung des Buches / Zoom-out Totale des Interviewsets / Schwarzblende

Werbeblock 3

21'13 **6. Sequenz:** Aufblende / Studio (HN) Colbert reibt sich die Hände mit Desinfektionsmittel ein / Verabschiedung

21'20 Abspann / linke Bildhälfte Produktionsdaten / rechte Bildhälfte der animierte Adler / Off-screen: Beifall des Publikums

21'29 Ende

11. ABSTRACTS

11.1. Abstract Deutsch

Die Arbeit untersucht den Einfluss von Kultur, Macht und Identität auf politische Satire. Auf Basis des Theorieprojektes der Cultural Studies wird zunächst herausgearbeitet, wie diese Konzepte gedacht und konkret auf das Forschungsvorhaben angewendet werden können. Anhand einer qualitativen Fernsehformatanalyse von „The Daily Show with Jon Stewart“ und „The Colbert Report“ werden beide Formate hinsichtlich Aufbau und Gestaltung analysiert. Auf Basis dieser Analyse kann auf die Bedeutung der Konzepte Kultur, Macht und Identität innerhalb der gewählten Beispiele geschlossen werden. Die Untersuchung kann als Vorschlag verstanden werden, wie die Konzepte von Kultur, Macht und Identität mit Formatfragen in Verbindung zu bringen sind. Sie beweist, dass besonders im Feld der politischen Satire Form und Inhalt von einer relevanten Wechselwirkung geprägt sind. Damit empirische Untersuchungen an Aussagekraft gewinnen, plädiert die vorliegende Auseinandersetzung für eine differenzierte Betrachtung der Analysegegenstände im Vorfeld eines Forschungsvorhabens. Nur wenn man die Allgegenwärtigkeit von Kultur, Macht und Identität in Medienprodukten anerkennt, kann die Forschung zu politischen Entertainmentformaten vorangetrieben werden. Wie die Analyse zeigt, muss man sich abseits von ökonomischen Gesichtspunkten mit Fernsehformaten auseinandersetzen, um ihre Bedeutung für eine Gesellschaft erforschen zu können.

11.2. Abstract Englisch

This thesis examines the influence of culture, power and identity on political satire. Embedded in cultural studies as metatheory it aims to shed light on the importance of these concepts for an analysis of political entertainment in the media. To do so it uses a qualitative analysis of two distinct TV-programs. "The Daily Show with Jon Stewart" and "The Colbert Report" can be seen as two of the most influential satirical television programs of the last decade. Hence it is crucial to examine the way those programs are designed, organized and presented to the public. Moreover, this thesis argues that it is important to integrate the concepts of culture, power and identity in any scientific approach to explore the effects of political entertainment. With regards to political satire it is especially vital to combine research about the element of form with questions about content. The omnipresence of culture, power and identity as shaping factors of fake news programs can help to understand their importance for popular culture and discourse better. Therefore, this analysis presents an example how questions of form can be integrated into the study of political entertainment in the media. Advances in this scientific area can only be made, when television formats like "The Daily Show with Jon Stewart" or "The Colbert Report" are seen, not only as economic goods, but as culturally shaped, powerful, identity-establishing products.