

Nostalgie, Kitsch, Ironie: Netflix' Fuller House

Selina Hangartner

In «Funner House», einer Episode aus Netflix' FULLER HOUSE (2016–) (S1E3), nimmt der als Babysitter für den Abend engagierte «Uncle» Joey den Kindern und Teenagern im Haus der Tanners ihre elektronischen Geräte weg, um sie den Spaß eines traditionellen Familienabends zu lehren. Dass die dreizehnjährige Ramona gerade dabei war, sich den «Trashfilm» SHARKNADO (Anthony C. Ferrante, USA 2013) auf ihrem iPad anzusehen, stört ihn dabei wenig: Er veranlasst Spiele und Streiche, um die Zerstrittenen wieder an den Wert von Teamwork, Loyalität und Gemeinschaft in der Familie zu erinnern. Als Teil einer Wiederauflage der Familien-Sitcom FULL HOUSE (1987–1995) erscheint die Prämisse dieser FULLER-HOUSE-Episode, die in einem kitschigen Happy End mündet und so zur heilen Familienwelt zurückführt, geradezu strategisch: Schon in der originalen Serie der Spaßmacher der Truppe, kehrt Joey mit den Kindern – und den Zuschauern – zu einer Zeit vor Internet und Social Media, vor *Streaming* und *Binge-watching*¹ zurück, um voller Nostalgie an die Unschuld und Heimeligkeit zu erinnern, für die FULL HOUSE als Teil eines Familienprogramms freitagabends im amerikanischen Antennenfernsehen Ende der 1980er-Jahre bekannt war.

Mit diesem beinahe exzessiven Bezug auf den Vorgänger reiht sich FULLER HOUSE in ein breiteres Angebot an Serien auf Netflix ein, die allesamt Inspiration von vergangenen TV-Formaten beziehen. War das Fernsehen schon seit jeher mit der eigenen Geschichte, der eigenen

1 «Binge-watching» wird auch im Deutschsprachigen (und insbesondere im Kontext der Serienschauen auf Streaming-Plattformen) als Modewort verwendet, unter dem «die Sichtung von mehreren Stunden eines Medienformats am Stück» verstanden wird (Zündel 2017, 29). Vgl. dazu auch den Beitrag von Dominik Maeder in diesem Heft.

Existenz beschäftigt, scheint sich sein jüngstes Streaming-Format also einer noch umfassenderen Reflexion verschrieben zu haben: Die mediale Vergangenheit und ihre kulturellen Praktiken funktionieren hier des Öfteren als Folie, vor der Neues imaginiert und Inhalte produziert werden. Der Trend wurde in der Unterhaltungsbranche selbst registriert und etwa in einem Artikel in *Variety* als «Netflix's Nostalgia Strategy» erfasst: «Netflix didn't invent nostalgia», wird dort festgestellt, «but it's certainly leaning into it as hard as a «global internet TV network» can, in an attempt to attract and keep subscribers who might be swayed by a reanimated chunk of their childhoods» (Schwindt 2016). Ein Blick in den virtuellen Katalog des marktführenden Video-on-Demand-Anbieters genügt, um diesen Trend zu verfolgen. Verfügbar sind – um kursorisch einige Beispiele zu nennen – GILMORE GIRLS: A YEAR IN THE LIFE (2016), MYSTERY SCIENCE THEATRE (2017–) und ONE DAY AT A TIME (2017–), alle drei basierend auf vor Jahren im regulären Fernsehprogramm ausgestrahlten Serien, die nun mit z.T. gleichen Darstellern von Netflix neuaufgelegt werden. LOST IN SPACE (2018–) aktualisiert die klassische, gleichnamige Science-Fiction-Serie, die von 1965 bis 1968 produziert wurde und damals die Geschehnisse des Kinderbuchs *Der Schweizerische Robinson* ins All transferierte. Mit CHILLING ADVENTURES OF SABRINA (2018–) ist eine Serie auf Netflix erschienen, die, wie zuvor die Fernsehserie SABRINA THE TEENAGE WITCH (1996–2003), auf die Figur Sabrina aus den *Archie-Comics* (1942–) rekurriert und darum auch als Ableger der ebenfalls auf *Archie* basierenden Serie RIVERDALE (2017–) gehandelt wird. SHE'S GOTTA HAVE IT (2017–), RICHIE RICH (2015) und DEAR WHITE PEOPLE (2017–) sind drei Serien, die Leinwand-Vorlagen ins (Streaming-) Fernsehen übersetzen. Hinzu kommen Produktionen wie STRANGER THINGS (2016–), THE GET DOWN (2016–2017) oder EVERYTHING SUCKS! (2018), die nicht auf einzelnen Vorlagen basieren, sondern als Pastiche zahlreicher Vorgänger funktionieren. All diesen Serien ist gemein, dass sie die Überlagerung von Altem und Neuem komplex gestalten und verschiedene «Recycling»-Strategien anwenden, die der populäre Diskurs mit Begriffen wie «Reboot», «Remake», «Spin-Off» oder «Re-Imagination» zu erfassen versucht.

Ziel dieses Beitrags ist es, am Beispiel von FULLER HOUSE Netflix' Remediationen² des analogen Fernsehens und seiner «kitschigen»

2 «Remediation» wird in Anlehnung an Sandra Annett verwendet, die mit Blick auf das digitale Kino und u.a. auf den Film HUGO (Martin Scorsese, USA 2011) das Konzept der «nostalgic remediation» formuliert, «which shifts between transcending

Inszenierungsformen nachzuzeichnen: Als relativ junges Format knüpfen Streaming-Plattformen mit solchen Adaptionen nicht nur inhaltlich an den Vorgänger an, sondern reproduzieren einstige Medienpraktiken und -rituale – im Fall von FULLER HOUSE den klassischen Familienfernsehabend. Im Kontext weitreichender Trends im Digitalen, der dort kursierenden Begeisterung für Kitsch (hier nicht entlang eines wertenden Diskurses, sondern als selbstaussgewiesenes Pastiche der trivialen *norm-core-* oder *low-brow-*Kultur von einst verstanden), analogem Material und zur Verfügung gestellter digitaler Archive werden *Nostalgie* und *Ironie* zu entscheidenden Darstellungs- und Rezeptionsmodi, anhand derer das familienfreundliche Fernsehen von einst auch im Internetfernsehen konsumierbar wird. So betrachtet erscheinen neue, nostalgische Serien nicht mehr nur als simple Evokationen des Vergangenen, sondern ebenso sehr als Kinder ihrer digitalen Zeit, die entlang der Verweise aufs einstige Fernsehen dessen Transfer ins Digitale navigieren.

Remediationen und Nostalgie auf Netflix

Basierend auf einer «simultane[n] und gekoppelte[n] Übertragung und Wiedergabe über das Internet» hat sich das Streaming von Filmen und Serien besonders in den vergangenen zehn Jahren dank effizient gewordener Datenübertragung «zu einer dominanten Form des Medienvertriebs» entwickelt (Krautkrämer/Kirsten/Vonderau 2017, 5), die – noch – in Konkurrenz zum «klassischen» Antennen- oder Kabel-TV steht. Netflix produziert selbst Serien und Filme («Netflix Originals»), die für den Vertrieb auf der eigenen VoD-Plattform konzipiert sind. Daneben ist das amerikanische Unternehmen auch als Lizenzinhaber und Vertreiber unabhängig produzierter Serien und Filme tätig, wobei solche Inhalte zum Teil exklusiv auf Netflix, zum anderen Teil parallel auf anderen Kanälen, etwa im Kino oder im Kabelfernsehen zugänglich sind. Auch weil Serien auf VoD-Plattformen oft *en bloc* veröffentlicht werden und nicht mehr an eine Programmstruktur mit (Werbe-)Unterbrechungen gebunden sind, fordert dieses Format ein anderes Rezeptionsverhalten bei Zuschauern, die nun (anstelle des *flows*, der als Konzept mit dem analogen Fernsehen verknüpft war) die Inhalte individualisieren und «ihren eigenen Ansprüchen gemäß

celluloid and longing for its return; between recovery and loss of cinema's historical memory; and between concepts of old and new media themselves» (Annett 2014, 169).

konfigurieren können» (Denecke 2017, 19). Bei aller Neuerung wird das Streaming von Serien diskursiv noch als «Fernsehen» wahrgenommen (vgl. Zündel 2017, 31) – eine Verbindung, die in Netflix-Serien wie FULLER HOUSE bewusst evoziert wird.

Der Rückgriff aufs traditionelle Fernsehen in Serien auf VoD-Plattformen bestätigt eine im wissenschaftlichen Diskurs entwickelte Idee, dass neue Formate in Momenten medialen Wandels durch Reflexivität und extensiven Einbezug «klassischer» Medien ihren Platz in der aktuellen Kultur ausloten. David Thorburn und Henry Jenkins schreiben:

Yet the introduction of a new technology always seems to provoke thoughtfulness, reflection, and self-examination in the culture seeking to absorb it. Sometimes this self-awareness takes the form of a reassessment of established media forms, whose basic elements may now achieve a new visibility, may become a source of historical research and renewed theoretical speculation. *What is felt to be endangered and precarious becomes more visible and more highly valued.* (2004, 4; Herv. S.H.)

Auch Jason Sperb (2016) registriert nicht nur die visuelle Rückkehr von Zelluloid, sondern auch die Inszenierung früherer Produktions- und Zuschauerpraktiken im digitalen Kino; andere wundern sich über Polaroid- oder Lomo-Filter auf den Foto-Apps von Smartphones. Nostalgie für vergangene Inhalte, Formate und Praktiken wird erzeugt – scheinbar dem Motto folgend: «If the future is cyber-space, then what better way to soothe techno-peasant anxieties than to yearn for a Mont Blanc fountain pen?» (Hutcheon 2009, 250). Gerade im Kontext der sich beschleunigenden Digitalisierung wurde in den vergangenen Jahren häufiger eine *Mediennostalgie* oder *analoge Nostalgie* festgestellt, die eine «Sonderform medialer Selbstreferenz» (2017, 12) sei, wie Dominik Schrey schreibt, wobei der Begriff «Nostalgie» in diesem Kontext als «Effekt eines Prozesses medientechnischer Obsolenz» (ibid., 13) verstanden werden kann; als rückblickende, affirmative «Aufwertung oder Fetischisierung des Analoges bzw. spezifischer analoger Medieninformationen oder deren Interfaces sowie ästhetischer Oberflächen», also ein «von wehmütiger Sehnsucht geprägter Blick zurück auf das Analoge» (ibid., 16). Der Rückgriff findet also «nicht ausschließlich in Bezug auf die archivierten Inhalte» (ibid., 12) statt, sondern auch in Bezug auf Gebrauchsformen und Rituale, Art und Materialität, die im Kontext neuer Medien veraltet erscheinen. Gegenstand dieser nostalgischen Aufwertung sind oft kulturelle Artefakte und an sie gebundene Rezeptionsmodi, die nicht als «hochwertig» wahrgenommen werden

und die angesichts aktueller technischer Entwicklungen nun als «simple», «unschuldig», «sentimental» und «heimelig» gelten. In momentanen Retrotrends kehren diese als selbstausgewiesener Kitsch zurück, der in vielen Fällen zum präferierten Nostalgieobjekt wird.

Unter ähnlichen Vorzeichen wurde auch die Veröffentlichung von Netflix' *FULLER HOUSE* im Februar 2016 antizipiert; eine Serie, die voller Nostalgie für den Kitsch von einst das triviale Sitcom-TV fürs Streaming-Fernsehen remediatisiert. Realisiert mit denselben Schauspielern (die Kinderdarsteller von damals sind nun die Erwachsenen im Familienverbund; eine neue Generation ist nachgerückt) und auf ähnlicher Prämisse aufbauend (drei Singles schließen sich zusammen, beziehen ein Haus in San Francisco und ziehen gemeinsam Kinder groß), profitiert die Serie von der anhaltenden Beliebtheit ihres Vorgängers. *FULL HOUSE* war auch nach Absetzung 1995 dank Wiederholungen im Kabelfernsehen (auch im deutschen), Veröffentlichungen auf DVD oder als Upload im Netz im öffentlichen Gedächtnis geblieben. Während der Erstausstrahlung auf ABC im Verbund mit anderen Serien als «TGIF»-Familienabend vermarktet (im Amerikanischen ein Akronym für «thank god it's friday», von ABC zum «thank goodness it's funny»-Slogan anverwandelt), entstammt *FULL HOUSE* einer Zeit, in der Sender wie ABC, CBS, und NBC im amerikanischen Fernsehen mit weniger Konkurrenz operierten und zugängliche Formate als familienfreundliche Unterhaltung für ein Massenpublikum konzipieren konnten (vgl. Caldwell 2008, 331). Das heutige Publikum konfrontiert die Serie darum mit einem veralteten Modus der Serienproduktion: Von mehreren Kameras simultan aufgenommen, mit Lachkonserven versehen und gängigen Erzählformeln der Familien-Sitcom folgend, wirkt die Serie – auch auf ästhetischer Ebene etwa mit überzogenem, affektiertem Schauspiel – heute eher amüsant als berührend. Effizient produzierte, triviale, unanstößige, erotik- und gewaltfreie Serien wie *FULL HOUSE* wurden spätestens mit dem Aufkommen des «Quality TV»³ in den 1990er-Jahren zunehmend aus dem Programm gedrängt. Im wachsenden Angebot der Kabel- und Pay-TV-Sender konnten

3 Der Begriff «Quality TV» wurde insbesondere im Kontext der Serienproduktion des Senders HBO und als «Differenzbezeichnung» zu anderen Serienproduktionen im Fernsehen verwendet (vgl. Klein/Hißnauer 2012, 16). Der Diskurs «bezog sich zunächst darauf, dass HBO als Pay-TV-Sender größere inhaltliche und ästhetische Freiheiten genoss als die stärker kontrollierten Networks (ABC, NBC und CBS)» (ibid.). Schlussendlich handle es sich auch beim «Quality TV» vor allem um eine ökonomische Strategie [...], die darauf abziele, junge, urbane, gut verdienende Zielgruppen zu adressieren» (ibid., 17).

diese neueren Formate auf «narrowcasting» anstelle von «broadcasting» setzen, sind also für ein gutverdienendes Nischenpublikum produziert und schaffen spezifische Werbeplattformen (vgl. Klein/Hißnauer 2012, 17). Auch jüngst wird die öffentliche Diskussion um Serien auf Streaming-Plattformen hauptsächlich als «Distinktionsdiskurs» (Zündel 2017, 33) geführt, in dem besonders auf die Differenz zu klassischen Fernsehserien verwiesen wird: Figuren und Geschichten erscheinen komplexer, technische Errungenschaften wie die hochauflösenden Bilder und digitalen Spezialeffekte versprechen eine cineastische Qualität. Doch gerade im Kontext von gesteigerten *production values* erscheint der Kitsch des Fernsehens von einst und sein Rezeptionskontext – so suggeriert die aktuelle Welle an Reboots und Revivals – an nostalgischem Wert zu gewinnen.

«Damn we all still look good»

Wie FULL HOUSE wirkt auch Netflix' Neuauflage FULLER HOUSE artifizuell und rührselig und wartet mit in Streaming-Serien kaum mehr üblichem, sperrigem Rhythmus und familienfreundlichem Humor auf. Ganz bewusst stellt sich die Produktion so gegen das «Quality-TV» auf, das als Produktionsmodus und Marketingstrategie nun besonders auch die Formate des On-Demand-Fernsehens dominiert. Als Marker vergangener Fernseherlebnisse werden in FULLER HOUSE allerlei Trends der späten 1980er-Jahre recycelt; als Kulturobjekte, die, wie Vilém Flusser einmal «Kitsch» definierte, vormals zur hegemonialen Kultur gehörten und dann, wie ein ausgetretener Schuh, als «Abfall» an den Rand der kulturellen Sphäre gedrängt wurden, um nun entlang kultureller Zyklen wieder zurück in den Mainstream zu gelangen (vgl. 2007, 296 f.). Besonders für die Kritik, in der klassische Vorstellungen «guter» Unterhaltung oft noch hochgehalten werden, kehrt in FULLER HOUSE die eigentlich schon immer anspruchslose Sitcom als Zitat zurück. Der kritische Blick auf Kitsch und Nostalgie – d.h. auf die affirmative Haltung gegenüber dem Pastiche von *low-brow*-Kulturprodukten aus einer analogen Vergangenheit – scheint hier besonders dem Vorwurf der Ökonomisierung geschuldet, der zumindest dem Kitsch schon seit seiner Erstnennung anhaftet (vgl. Dettmar/Küpper 2007). Als unternehmerisches Vorhaben gedeutet, das mit vergleichsweise wenig Risiko geschaffen wurde, auf die Bekanntheit der Vorläufer baut und so oft umgehend öffentliche Aufmerksamkeit und Gratiswerbung auf sozialen Netzwerken generiert, werden Neuauflagen nicht selten unter diesen Vorzeichen diskutiert (vgl. Lock 2018a, 304). Auch

(empirische) Studien in Sozial- und Medienwissenschaften, in denen die Untersuchung von Nostalgie dank anhaltender Retro-Trends in Medien gerade einen Aufschwung erlebt, diskutieren die Nostalgie-Ästhetik – etwa auf Ebene medialer Strategien – als Marketinginstrument; oder sie verbinden es mit psychologischen Konzepten wie dem «Coping-Mechanismus» und medial praktiziertem Eskapismus (vgl. etwa Natterer 2017).

Dem generell kritischen Konsens folgend, reagierte die *Time* nach der Premiere von FULLER HOUSE nüchtern: «It's trying to do nothing more than generate the sort of smile that kitsch always does» (D'Addario 2016). Für die nostalgische Vergegenwärtigung, die Zirkularität von Kultur fand die *Washington Post* wiederum eine rigorose Metapher: «There's a point where *nostalgia becomes more like necrophilia*, and FULLER HOUSE immediately crosses that line» (Stuever 2016, Herv. S.H.).

Jüngst wurde man auf mögliche Gefahren von Remediationen in einem weiteren Kontext aufmerksam: Die Wiederauflage der Fernsehserie ROSEANNE (1988–1997), deren zehnte Staffel 2018 auf ABC angelaufen ist (Netflix hatte sich ebenfalls Rechte gesichert), wurde vorzeitig abgesetzt, nachdem die Hauptdarstellerin und Produzentin Roseanne Barr auf Twitter einen Skandal mit ihren rassistischen Äußerungen auslöste. Auch wenn dieser Vorfall jenseits der eigentlichen Serie stattgefunden hatte, fühlten sich viele Zuschauer an die Inkompatibilität vergangener Kultur mit der aktuellen Serienlandschaft erinnert: So wird hier für sie evident, dass Nostalgie für Trivialität und Kitsch auch als Idealisierung einer Vergangenheit funktioniere, in der – so ein gängiger Scherz damals – der Name des Fernsehsenders NBC eigentlich Akronym für «no black characters» gewesen sei (vgl. Kang 2018). FULLER HOUSE scheint sich solcher Risiken bewusst zu sein: Wie bei einer neuen Auflage von DYNASTY (2017–), in der nun Frauen um Machtpositionen konkurrieren (und sich dabei nach wie vor in exorbitanten *catfights* an den perfekt frisierten Haaren ziehen), sich hispanische und afroamerikanische Charakteren ebenfalls am Geschäft mit Öl beteiligen und die Homosexualität einer Figur nicht mehr zum Problem stilisiert wird, bemüht man sich um Diversität und Inklusion – ohne aber allzu sehr von der Vorlage abzuweichen, um von deren Bekannt- und Beliebtheit nach wie vor profitieren zu können. FULLER HOUSE, dessen Vorläufer ein ausschließlich weißes Schauspielerensemble umfasste, erdachte eine zum Zeitpunkt des Serienstarts wieder getrennte Ehe einer der Hauptfiguren, Kimmy Gibbler, mit Fernando, aus der Ramona hervorging, die, nun als Teenager, ihre

teils-hispanische Identität mit Hilfe spanischer Phrasen den Zuschauern plakativ in Erinnerung ruft.

Neben solchen Aktualisierungen des Stoffes wird das beinahe endlose Rekurrenieren aufs Original in FULLER HOUSE auch mit ironischen Kommentaren («damn, we all still look good», «that never gets old») und gelegentlicher Dekonstruktion angereichert, um Überlegenheit zu demonstrieren, ironische Distanz zu wahren und – bei aller Nostalgie – die Differenz zwischen dem Streaming-Fernsehen von heute und dem über Antenne von einst erneut zu markieren. Ironische Spielereien werden zum Mittel, durch die Schichtungen von Altem und Neuem einer Serie zu navigieren, die ihren Witz nicht selten aus dem Kontrast des Vergangenen mit dem Aktuellen, aus den Veränderungen bezieht, die in den vergangenen dreißig Jahren seit der Erstausstrahlung stattgefunden haben. So wird im Dialog direkt auf die Tatsache verwiesen, dass sich ein Haus, wie es die Familie in FULL HOUSE und FULLER HOUSE bewohnt, nach den rasant gestiegenen Grundstückspreisen in San Francisco niemand aus der Mittelschicht mehr leisten könnte. An der Prämisse der Serie ändert diese Einsicht allerdings nichts. John T. Caldwell sieht diese massentaugliche Art von Reflexivität, Intertextualität und «Dekonstruktion» im Fernsehen, solche ironischen Doppelungen, bei denen etwas praktiziert und gleichzeitig unterwandert wird, als lukrativen Mainstream-Mechanismus (vgl. 2008, 328): Genau wie gelegentliche Aktualisierungen werden diese Doppelcodierungen eingesetzt, um Spielformen, die im Grunde genommen passé sind, wieder konsumierbar zu machen. Oder wie David Forster Wallace diese ertragreiche (Selbst-)Dekonstruktion beschrieb: «Television's managed to become its own most profitable critic» (1993, 157).

Die Idee einer Dekonstruktion klassischer TV-Serien ist also keine Neuerung; ihre Vorläufer hatten schon die Adaptionen von Fernsehserien im analogen Format begleitet, zunächst noch als Gags in Sketch-Shows und nicht in den Formaten selbst (vgl. Stuever 2016). Während ABC Spin-Offs der beliebten Familienserie BRADY BUNCH (1969–1974) wie THE BRADY BUNCH HOUR (1976–77) oder A VERY BRADY CHRISTMAS (1988) zeigte, waren es die satirischen Sketche in SATURDAY NIGHT LIVE (1975–) auf NBC, die das ironische Potenzial einer ewig-glücklichen Großfamilie entdeckten, um so Rivalitäten unter Geschwistern zu kommentieren oder die Inzestwitze zu machen, die der originale BRADY BUNCH und seine Spin-Offs aussparten. Ihre Persiflage verfestigte den BRADY BUNCH im kollektiven Gedächtnis, und dieser Modus wurde schließlich auch von den eigenen Film-Adaptionen in den 1990er- und 2000er-Jahren, von THE BRADY BUNCH MOVIE

(Betty Thomas, USA 1995), *A VERY BRADY SEQUEL* (Arlene Sanford, USA 1996) und *THE BRADY BUNCH IN THE WHITE HOUSE* (Neal Israel, USA 2002) übernommen, um die Vorlage zu aktualisieren und ins neue Millennium zu transferieren. Serien wie *MARRIED ... WITH CHILDREN* (1987–1997) oder *THE SIMPSONS* (1989–), beide überaus erfolgreich, machten die Persiflage von Sitcoms und Familiensendungen wiederum zu ihrer Grundprämisse. Dies zeugt auch von einer besonderen Lust, Serielles als populären Text gebräuchlich zu machen, ihn sich anzuverwandeln oder seine durch Repetition gewöhnlich gewordenen Formeln zu parodieren, auch, weil die Figuren und Handlungsschemata durch die serielle Struktur, einem oft über Jahre hinweg festen Platz im Programm (und im Alltag der Zuschauer) zum Gemeinplatz geworden sind und zugleich beinahe intime Vertrautheit evozieren (vgl. Niemeyer/Wentz 2014, 134).

Ironie und Dekonstruktion scheinen nun in den neuen digitalen Nostalgieformaten Kontinuität zu versprechen und zugleich die Differenz zum Vergangenen demonstrieren zu wollen. Wie Hutcheon anmerkt, wird nun auch die Nostalgie selbst Gegenstand einer solchen ironischen Dekonstruktion. Serien wie *FULLER HOUSE* rekurren zwar auf die Vergangenheit,

[...] but always with the kind of ironic double vision that acknowledges the final impossibility of indulging in nostalgia, even as it consciously evokes nostalgia's affective power. [...] [N]ostalgia itself gets both called up, exploited, *and* ironized. This is a complicated (and postmodernly paradoxical) move that is both an ironizing of nostalgia itself, of the very urge to look backward for authenticity, and, at the same moment, a sometimes shameless invoking of the visceral power that attends the fulfillment of that urge. (2009, 255; Herv.i.O.)

Der Wunsch nach einer analogen, simpleren Vergangenheit, der sich im Kitsch von *FULLER HOUSE* manifestiert, wird dort zugleich ironisiert, etwa in der Figurenrede oder mit Blicken durch die (vierte Wand), die die Vergegenwärtigung vergangener Sitcom-Formeln dank des uneigentlichen Gestus verdaubarer machen. Ironische Momente erzeugen das Gefühl eines Schulterschlusses zwischen Produzenten und Zuschauern, einer *je-sais-bien-mais-quand-même*-Haltung gleichend, auf die z.B. auch die Erwähnung von *SHARKNADO* in der «Funner House»-Episode verweist: Die Einbettung einer absichtlich schlechten, B-Filme persiflierenden Produktion gleicht zumindest für solche, die sich zu «Trash» hingezogen fühlen, einer Lektüeranleitung für die Serie

selbst. In FULLER HOUSE wird so eine nostalgische Haltung evoziert, die zugleich zum Gegenstand der Ironie wird.

Diese wird in Kulturtheorien oft als eine Form der Doppelcodierung kultureller Artefakten gedacht, wobei die Konsumenten entlang der doppelten Semantik ironischen Bedeutens quasi vor die Wahl gestellt seien, ob sie die Inhalte *straight*, also affirmativ, oder ironisch rezipieren oder aber zwischen diesen beiden Rezeptionsmodi wechseln (wobei die Inhalte auch ohne ironische Bedeutung konsumiert und genießbar seien). In solchen Readings wird Ironie zur Kulturtechnik, die gewissen Gruppen erlaubt, Kulturprodukte «gegen den Strich» zu lesen, wobei die ironische Lektüre manchmal auch zum quasi-politischen, subversiven Akt erhoben wird. Das ironische Angebot in FULLER HOUSE als ebendiese Gegenhaltung zu denken, würde aber verkennen, dass *Ironie hier Teil des Massenappeals* ist und sich – zum kulturellen Gemeinplatz geworden – an ein breites Publikum richtet: «Ein solch spielerisch ironischer Umgang mit dem Kitsch wird heutzutage nicht nur in den Feuilletons gepflegt, sondern ist zu einer verbreiteten alltagskulturellen Erscheinung geworden» (Dettmar/Küpper 2007, 9). Nostalgie und Ironie als Rezeptionsmodi sind hier produktionsseitig bereits mitgedacht und miteinander verflochten, sodass das eine nicht mehr als Subversion des anderen gelesen werden kann: In der Rezeption können sie heute, wo Nostalgie selbst ironisiert wird und FULLER HOUSE zugleich als Neuauflage und Dekonstruktion von FULL HOUSE funktioniert, nicht mehr als zwei Punkte einer Oszillation, sondern als ein Kontinuum gedacht werden.

Nostalgie und digitale Plattformen

«You're stuck in the 90s», meint eine Figur in FULLER HOUSE, die die scheinbar endlosen Referenzen der anderen auf Musik und Kultur der frühen 1990er-Jahren registriert. Bei den Zuschauern setzen die Verweise auf MC Hammer, New Kids on the Block oder veraltete Sprüche wie «talk to the hand» historisches Wissen voraus, das mit der Möglichkeit der Digitalisierung von Informationen einfacher und – für alle, die die frühen 1990er-Jahren nicht selbst miterlebt haben – losgelöst von individuellen Erinnerungen abrufbar wird: «[...] nostalgia no longer has to rely on individual memory or desire: it can be fed forever by quick access to an infinitely recyclable past» (2009, 251). Das Internet hat diesen Zugang nochmals radikal erweitert und zugleich das ironisch-nostalgische Verständnis von älteren Kulturprodukten und Kitsch massentauglich gemacht. Auf YouTube reihen sich Videos mit

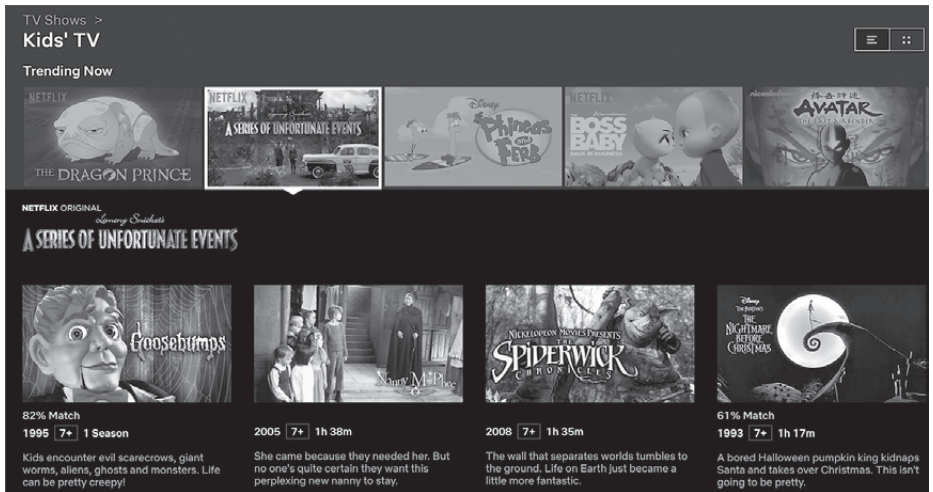
Titeln wie «Best TV ads from the 1990s» an «Funniest Game Show Answers EVER»; «Nostalgic Cartoon Intros» werden kompiliert und so digitale Archive von einstigem Fernsehkitsch geschaffen. In dieser Wertschätzung manifestiert sich auch immer wieder das kulturelle Erbe einer Gemeinschaft, die schon zuvor klassische Geschmacksdichotomien aufheben wollte, das «augenzwinkernde Spiel mit Klischees, das Aufbrechen verbrauchter bürgerlicher Kunstvorstellungen» (Volkmann 2001, 306) trieb und Kitsch so «zur Speerspitze des ästhetischen Bewußtseins» (Liessmann 2007, 305) umdeutete. Susan Sontag erfasste schon 1964 in ihren «Notes on «Camp» einen Rezeptionsmodus oder eine Erlebnisweise, die Kitsch spielerisch aufwerte, sich von ungelenktem Over-Acting, den Ernst des Stoffes verfehlende oder unfreiwillig komischen Darstellungen begeistern lasse (vgl. 2009). Auch in Bezug auf die Fernsehgeschichte wurde eine *camp sensibility* jenseits des Mainstreams schon länger praktiziert: TWILIGHT ZONE (1959–1964), DALLAS (1978–1991) oder DYNASTY (DER DENVER-CLAN, 1981–1989) gehörten zu den «klassischen» Fernsehserien, die auch noch nach ihrer ursprünglichen Ausstrahlung Gegenstand der nostalgisch-affirmativen Begeisterung blieben, welche dieser Melodramatik voller Lust begegnete. Die ironische und nostalgische Freude an rührseliger Fernsehunterhaltung von heute erscheint auch wie das digitale Echo solcher Nischen-Fankulturen.

So betrachtet, sind Serien mit nostalgischen Evokationen zwar durch die Vergangenheit inspiriert, aber durch und durch Erzeugnisse digitaler Medien, in denen alles unmittelbar zugänglich scheint. Im Netz wird auch evident, dass sich der nostalgische Trend, von dem FULLER HOUSE profitiert, über die Grenzen einzelner Formate hinweg zieht: In Mode, Videospielen, auf Smartphones und auch im Kino wird er exzessiv praktiziert. Auffällig oft werden die 1980er- und 1990er-Jahre aufgegriffen, weil sie noch vor dem Internet oder den sozialen Medien standen und an eine angeblich unschuldigere Zeit erinnern. Die Lust am Analogen, ein Fetisch fürs Material, das aus dem Digitalen verschwunden zu sein scheint, existiert so auch in kontemporären Musikproduktionen, die sich auf eine «Lo-Fi-Ästhetik»⁴ spezialisieren, bei der die akustische Qualität digital so manipuliert wird, dass die Tonaufnahme minderwertig oder zumindest nicht dem aktuellen technischen Standard zu entsprechen scheint. Auf der kooperativen Berliner Musik-Streaming-Plattform SoundCloud hat sich etwa eine eigene

4 Lo-Fi als Abkürzung von «low fidelity» und Gegenteil von «high fidelity», hoher Klangtreue.

Kategorie an Lo-Fi-Rap («SoundCloud rap», «Mumble rap») entwickelt, für die unverständliche Liedzeilen und ungeschliffene Melodien typisch sind. Genau wie die Streaming-Serien im Internet sind dies Phänomene unserer digitalen Medienkultur, die ebenso exzessiv auf alte Medienästhetiken zugreifen, wie sie durch digitale Technologien verbreitet werden. Und auch diese Formate wissen milde Ironie zu nutzen: «When people laugh at us, we laugh with them; we know it's funny», zitiert die *New York Times* einen der Lo-Fi-Rapper (Caramanica 2017).

Ein Verständnis für Vergegenwärtigtes dank digitaler Archive, eine ironisch-nostalgische Rahmung von Inhalten und deren Dekonstruktion – die Strategien, die Retro-Kulturen prägen, werden VoD-Serien wie FULLER HOUSE strategisch anverwandelt. Auch die Netflix-Plattform funktioniert zugleich als Mediathek von kontemporären und älteren Inhalten, da der Konzern zugleich als Anbieter und Produzent neuer Inhalte auftritt und durch Ankauf von Distributionsrechten auch ältere Filme und Fernsehserien zugänglich macht. STAR TREK (1966–1969), FRESH PRINCE OF BEL AIR (1990–1996) oder FRIENDS (1994–2004) können jederzeit konsumiert werden. Die nostalgische Rückbesinnung bezieht sich auch hier nicht mehr nur auf individuelle Erinnerungen und steht nun einem breiten Publikum zur Verfügung: Durch automatische Verknüpfungen von Inhalten, durch Empfehlungen und Anpassungen auf Benutzerprofilen wird eine Verbindung zwischen Alt und Neu aktiviert. So lassen sich Genealogien auch umkehren: Wer sich die schwarze Komödie A SERIES OF UNFORTUNATE EVENTS (2017–) ansieht, die die Geschichte von Waisenkindern erzählt, welche bei einem dubiosen Graf Olaf untergebracht sind, wird in der an jede Serie gehefteten Kategorie «More like this» etwa auf die Horror-Anthologie-Serie GOOSEBUMPS (1995–1998) verwiesen, die diese Art der Unterhaltung entscheidend prägte (Abb. 3). Zuschauer vom genreflexiven und -hybriden Teen-Drama RIVERDALE, einer Fantasie ewiger 1950er-Jahre-Americana gleichend, wird GREASE (Randal Kleiser, USA 1978) empfohlen. Neuauflagen können bei Interesse dank Netflix' Mediathek durch das Schauen älterer Serien so noch umfassender entschlüsselt werden. Diese medialen Evokationen der Vergangenheit widersprechen dem Konzept der Nostalgie dabei kaum, da diese sich, wie Svetlana Boym meint, ohnehin stets auf eine virtuelle Vergangenheit beziehe: Nostalgisches referiere als Erinnerung nicht nur aufs Unwiederbringliche, sondern im Grunde genommen aufs Nie-Dagewesene (vgl. 2001, xvii). Durch digitale Kataloge erscheint seine Erzeugung – parallel zur «emanzipierten» Rezeption



auf Streaming-Plattformen – nun nicht nur entzeitlich: Evokationen von Nostalgie sind der Plattform logisch eingelassen.

So scheinen sich ältere und neuere Inhalte auf Netflix gegenseitig zu kommentieren: Ein Sinn fürs Verlorenegegangene wird erweckt, um gegenwärtige Adaptionen wie FULLER HOUSE für solche, die den TGIF-Fernsehabend auf ABC nicht kennen, nachvollziehbar zu machen. Diese Rahmung von Inhalten setzt sich auf dem offiziellen Twitter-Account von Netflix fort. Dort wurde am 4. März 2016, kurz nach der En-bloc-Veröffentlichung der ersten Staffel, ein Video verbreitet, in dem FULLER HOUSE explizit als die Neuauflage vom TGIF-Fernsehabend annonciert wird (vgl. Look 2018b, 366) (Abb. 4). Unter dem Schlagwort #TGIAAnytime wird das Konzept des Familienfernsehabends vom ursprünglichen Sendeplatz am Freitagabend losgelöst und entlang der Streaming-Logik immer und überall verfügbar: Kitsch wird remediatisiert und zugleich, so wird bedeutet, entlang technischer Innovationen verbessert. Auch bei der Organisation der Inhalte schließt Netflix ganz bewusst an die ironische Kitsch-Begeisterung an, die u.a. im Internet kursiert. Unter wechselnden Kategorien, die Titel wie «Absurd TV-Comedies», «Oddballs & Outcasts» (Serien, die sich um Außenseiter-Figuren drehen) oder «True Bromance» (Geschichten über zwei männliche, befreundete Hauptfiguren) tragen und auf der Plattform VoD-Inhalte für ein spezifisches Publikum zusammenstellen, erschien kürzlich die Kategorie «Cringe Binge» auf dem deutschsprachigen Benutzerbildschirm. Diese fasste ältere und neuere, allesamt

3 Netflix' Vorschläge weiterer Serien, die Zuschauer interessieren könnten.

4 #TGIAnytime
als Slogan in
Netflix' Trailer
zu neuen, fami-
lienfreundlichen
Produktionen.

NETFLIX

#TGIAnytime

familienfreundliche Formate zusammen, wobei die Wortschöpfung aus *cringe* («schaudern») und *bingeing* (ein exzessives Ansehen mehrerer Episoden am Stück) wohl Netflix' Verständnis von gegenwärtigen Internetkulturen demonstrieren und die nostalgisch-ironische Medienreflexivität, die Serien wie FULLER HOUSE eingelassen ist, in der Zusammenstellung der Inhalte spiegeln soll. So wird auch in der Rahmung der Inhalte verdeutlicht, dass es sich bei Serien wie FULLER HOUSE um eine Gegenbewegung zum «Quality TV» handle, das man von Streaming-Plattformen aufgrund des öffentlichen Differenzierungsdiskurses eigentlich erwartet: Selbstausgewiesener Kitsch und die *low-brow*-Kultur der analogen Fernsehgeschichte wird – parallel zu den innovativen, «hochwertigen» Inhalten – selbstreflexiv ins On-Demand-Programm integriert.

«Welcome back, welcome home»

Was der Kritik wie Nekrophilie erscheint, vermag das Publikum anscheinend ans Streaming-Fernsehen zu binden: Eine von Netflix unabhängige Datenerhebung schätzt, dass FULLER HOUSE zu den meistgesehenen Streaming-Serien des Jahres 2016 gehörte (vgl. Looock 2018b, 365). Kein Wunder: In FULLER HOUSE manifestiert sich die Nostalgie für das Fernsehen von einst, für Rituale um einen familiären Fernsehabend, wie es ihn vielleicht gar nie gegeben hat und der im Kontext von Streaming-Fernsehen, bei dem maßgeschneiderte Inhalte auf multiplen Bildschirmen pro Haushalt konsumiert werden können, ohnehin obsolet und wertvoll zugleich geworden ist. Auch in der mittlerweile dritten

Staffel von FULLER HOUSE wird das nostalgische Feel-Good-Fernsehen verteidigt und ironisch reflektiert: «Usually, when you still live in your parents' house after 30 years, you're considered losers!», meint etwa eine Figur mit Blick auf die unrealistischen Lebensumstände und auf den ungewöhnlichen Grad an Kontinuität über 30 Jahre. Die Serie scheint auch nach 44 Episoden seinem ursprünglichen Erfolgsrezept – einer Mischung aus Nostalgie und Ironie und einer Abwendung vom «Quality TV» im Digitalen – nicht entwachsen.

Eine genauere Untersuchung von FULLER HOUSE zeigt: Nostalgische Zitate kehren nicht «einfach» wieder, sondern werden ironisch eingebettet, um das *media-savvy*-Publikum zu erfreuen und ein Vergnügen zu bieten, welches das Publikum an die digitale Medienplattform binden mag. Die referenziellen Strategien, die hier angewendet werden, werden nicht zuletzt auch in der Rahmung der Inhalte auf der Plattform oder in der öffentlichen Kommunikation von Netflix verdoppelt. FULLER HOUSE sei nicht «gut», stellt ein Kritiker der *New York Times* fest, aber dürfe seinem Prinzip nach auch gar nicht «gut» sein (vgl. Poniewozik 2016): Das Unechte, Affizierte von einst erscheint hier als Kitsch auf einer digitalen VoD-Plattform nämlich als geeignete Brücke, die zwischen vergangenen Fernsehformaten und -ritualen und dem Digitalen, das oft als zu kalt, realistisch, perfekt gehandelt wird, geschlagen werde. Auch in der Interaktion mit dem Publikum, das selbst eine nostalgische Beziehung zum TV oder zur Originalserie haben und mit unterschiedlichen Medienerfahrungen der Neuaufgabe begegnen mag, entfaltet die Reprise eine neue Komplexität, die auf den ersten Blick vielleicht nicht vermutet wird. So schrieb auch Umberto Eco – passend zu meinen Ausführungen hier, die auch dem vermeintlich Trivialen im Kontext aktueller Retro-Trends sowie der Überlagerung von Ironie und Nostalgie Komplexität zusprechen wollen – über die Möglichkeit von Individualität und Innovation im Seriellen einmal äußerst wohlwollend: «Nichts ist «serieller» als ein Krawattenmuster, und dennoch ist nichts so persönlichkeitsbildend wie eine Krawatte» (2002, 169).

Literatur

- Annett, Sandra (2014) The Nostalgic Remediation of Cinema in Hugo and Paprika. In: *Journal of Adaption in Film & Performance* 7,2, S. 169–180.
- D'Addario, Daniel (2016) FULLER HOUSE's Forced Nostalgia Is Bad News For TV. In: *Time.com* v. 26.02.2016 [http://time.com/4235830/fuller-house-review/; Zugriff: 27.09.2018].

- Boym, Svetlana (2001) *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Books.
- Caldwell, John T. (2008) Screen Practice and Conglomeration: How Reflexivity and Conglomeration Fuel Each Other. In: *The Oxford Handbook of Film and Media Studies*. Hg. v. Robert Kolker. Oxford: Oxford University Press, S. 327–362.
- Caramanica, Jon (2017) The Rowdy World of Rap's New Underground. In: *The New York Times* v. 22.06.2017 [<https://www.nytimes.com/2017/06/22/arts/music/soundcloud-rap-lil-pump-smokepurrrp-xxxtentacion.html>; Zugriff: 27.09.2018].
- Denecke, Matthias (2017) Zuschauen zwischen Flow und Internet-TV. Vom Verfließen der Differenz. In: *Montage AV* 26,1, S. 17–27.
- Dettmar, Ute / Küpper, Thomas (2007) *Kitsch. Texte und Theorien*. Stuttgart: Reclam.
- Eco, Umberto (2002) Die Innovation im Seriellen [ital. 1983]. In: Ders.: *Über Spiegel und andere Phänomene*. München: DTV, S. 155–180.
- Flusser, Vilém (2007) Gespräche, Gerede, Kitsch. Zum Problem des unvollkommenen Informationskonsums [frz. 1993]. In: Dettmar/Küpper 2007, S. 288–298.
- Hutcheon, Linda (2009) Irony, Nostalgia, and the Postmodern. In: *The History of Film Reader*. Hg. v. Marnie Hughes-Warrington. London: Routledge, S. 249–259.
- Kang, Inkoo (2018) The Blinding Whiteness of Nostalgia TV. In: *The Hollywood Reporter* v. 28.03.2018 [<https://www.hollywoodreporter.com/news/blinding-whiteness-nostalgia-tv-1097193>; Zugriff: 23.10.2018].
- Klein, Thomas / Hißnauer, Christian (2012) Einleitung. In: Dies. (Hg.): *Klassiker der Fernsehserie*. Stuttgart: Reclam, S. 7–26.
- Krautkrämer, Florian / Kirsten, Guido / Vonderau, Patrick (2017) Editorial. Von Strömen und Sturzbächen. In: *Montage AV* 26,1, S. 5–15.
- Liessmann, Konrad Paul (2007) Kitsch! oder Warum der schlechte Geschmack der eigentlich gute ist. In: Dettmar/Küpper 2007, S. 305–308.
- Loock, Kathleen (2018a) American TV Series Revivals: Introduction. In: *Television & New Media* 4,19, S. 299–309.
- (2018b) «Whatever Happened to Predictability?»: FULLER HOUSE, (Post) Feminism, and the Revival of Family-Friendly Viewing. In: *Television and New Media* 4,19, S. 361–378.
- Natterer, Kathrin (2017) *Nostalgie als Zukunftsstrategie für Unterhaltungsmedien. Empirische Studien zu persönlicher und historischer Nostalgie in Medien*. Wiesbaden: Springer.
- Niemeyer, Katharina / Wentz, Daniela (2014) Nostalgia Is Not What It Used to Be: Serial Nostalgia and Nostalgic Television Series. In: *Media and Nostalgia. Yearning for the Past, Present and Future*. Hg. v. Katharina Niemeyer. Hampshire: Palgrave Macmillan, S. 129–138.

- Poniewozik, James (2016) «Full House» Sequel Is a Forced March Down Memory Lane. In: *New York Times* v. 26.02.2016 [<https://www.nytimes.com/2016/02/27/arts/television/fuller-house-netflix-review.html>]; Zugriff: 26.9.2018].
- Schrey, Dominik (2017) *Analoge Nostalgie in der digitalen Medienkultur*. Berlin: Kadmos.
- Schwindt, Oriana (2016) «Stranger Things» Tests Limits of Netflix's Nostalgia Strategy. In: *Variety* v. 25.07.2016 [<https://variety.com/2016/tv/news/stranger-things-netflix-fuller-house-nostalgia-strategy-1201822075/>]; Zugriff: 23.10.2018].
- Sontag, Susan (2009) Notes on «Camp» [1964]. In: Dies.: *Against Interpretation and Other Essays*. New York: Penguin Classics, S. 275–292.
- Sperb, Jason (2016) *Flickers of Film. Nostalgia in the Time of Digital Cinema*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Stuever, Hank (2016) You Already Know «Fuller House» is Bad. But Are You Adult Enough to Resist It? In: *The Washington Post* v. 24.02.2016 [https://www.washingtonpost.com/entertainment/tv/you-already-know-fuller-house-is-bad-but-are-you-adult-enough-to-resist-it/2016/02/24/b2116982-d994-11e5-925f-1d10062cc82d_story.html?noredirect=on&utm_term=.282f9af77d0c]; Zugriff: 26.09.2018].
- Thorburn, David / Jenkins, Henry (2004) Introduction. In: Dies.: *Rethinking Media Change. The Aesthetic of Transition*. Cambridge: MIT Press, S. 1–16.
- Volkman, Laurenz (2001) Kitsch. In: *Metzler Lexikon Literatur- und Kulturtheorie*. Hg. v. Ansgar Nünning. Stuttgart: Metzler, S. 305–306.
- Wallace, David Foster (1993) E Unibus Pluram: Television and U.S. Fiction. In: *Review of Contemporary Fiction* 13,2, S. 151–194.
- Zündel, Jana (2017) Netflix und die Remediatisierung des Fernsehens auf Streaming-Plattformen. In: *Montage AV* 26,1, S. 29–47.