

Hans-Dieter Kübler

**Susanne Eichner, Elizabeth Prommer (Hg.): Fernsehen:
Europäische Perspektiven. Festschrift Prof. Dr. Lothar
Mikos**

2016

<https://doi.org/10.17192/ep2016.1.4444>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kübler, Hans-Dieter: Susanne Eichner, Elizabeth Prommer (Hg.): Fernsehen: Europäische Perspektiven. Festschrift Prof. Dr. Lothar Mikos. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 33 (2016), Nr. 1. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2016.1.4444>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

**Susanne Eichner, Elizabeth Prommer (Hg.): Fernsehen:
Europäische Perspektiven. Festschrift Prof. Dr. Lothar Mikos**

Konstanz/München: UVK 2014 (Alltag, Medien und Kultur, Bd.16),
316 S., ISBN 9783867645188, EUR 39,-

Vielfach schon totgesagt wurde das herkömmliche, lineare Programmfernsehen. Doch als Live-Medium, zumal für große Sportveranstaltungen, als Ausstrahlungsband für serielle Formate sowie als lukrativer Wirtschaftsfaktor und Werbemarkt ist es unter den Massenmedien immer noch das mächtigste, einträglichste und wirksamste. Sicherlich verändern sich mit der Digitalisierung seine Distributionsformen – über Satellit, Pay-TV, Stream oder Download – und Rezeptionsmodalitäten – vom großflächigen HD-Bildschirm bis hin zum Mini-Display des Smartphones – und damit womöglich auch seine Genres, Formate und Inhalte, aber ‚irgendwie‘ bleibt es Fernsehen. Seinen Präsentationen und Perspektiven in nationalen wie internationalen, mindestens europäischen Dimensionen widmet sich dieser Sammelband mit 22 Beiträgen, und zwar, wie die Herausgeberinnen in ihrer Einleitung mehrfach betonen, mit „mehrperspektivischem Blick“ (S.10), der möglichst alle relevanten Aspekte der Fernsehanalyse bündelt. Dieses Vorgehen nennen die Herausgeberinnen das „Babelsberger Modell der Medienanalyse“ (ebd.), da es vom Jubilar Lothar Mikos zusammen mit anderen an der Potsdamer Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ (HFF), wozu auch die beiden Herausgeberinnen zählen, in zahlreichen

Projekten und Studien entwickelt wurde. Dieses *labeling* mutet ein wenig maniert an, zumal die umrissenen Zugangsweisen inzwischen gängiges methodologisches Knowhow verkörpern und von den Herausgeberinnen zudem von einem neuen, noch ambitionierten Paradigma, als „Doing Media“ etikettiert, übertroffen werden sollen. Mit ihm sollen „sowohl Produktion, Textualität, Rezeption und Integration in die eigenen lebensweltlichen Bezüge der Nutzer als auch die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen“ (S.13) des Mediums analytisch erschlossen werden. Doch auch hierbei bleibt die methodische Umsetzung, das ‚Wie‘ der Konzeptualisierung als auch der empirischen Erfassung, fast gänzlich offen.

Die einzelnen Beiträge der Wegbegleiter_innen von Mikos aus acht europäischen Ländern sollen zwar der „Logik des ‚Babelsberger Modells‘“ (S.15) folgen, aber – recht besehen – unterliegen sie eher dem Zufall einer solchen Jubiläumsschrift. Persönliche Betrachtungen und Reminiszenzen mischen sich mit analytischen Aufsätzen, mit Essays und Fallstudien. Zunächst werden das Vorgehen ethnografischer Forschung und ihre Ergiebigkeit für die Medienanalyse umrissen (Rainer Winter); darauf folgen ein handlungstheoretisches Konzept für Fernsehunterhaltung (Hanne

Bruun/Kirsten Frandsen) sowie eine allgemeine Diskussion um den Genre-Begriff von der Antike bis in die zeitgenössische Multimedia-Welt (Hugh O'Donnell/Enric Castelló). Mit einigen markanten Fernsehformaten beschäftigen sich die sechs weiteren Beiträge, nämlich mit Veränderungen des Reality-TV (Joan Kristin Bleicher), der französischen Zombie-Serie *Les Revenants* (2012-) (Jesko Jockenhövel), mit textuellen Komplexitäten am Beispiel der britischen Serie *Ripper Street* (2012-) (Elke Weissmann), der Rezeption von nostalgischen Fernsehformaten wie *Knight Rider* (1982-1986) und *The Avengers* (1961-1969) (Stefanie Armbruster) sowie schließlich mit dem Product-Placement in italienischen Serien (Marta Perrotta/Maria Cristina Zullo). Die Rubrik schließt mit einem persönlichen Votum eines Fernseh-machers darüber, welche Bedeutung Medienwissenschaft (wie die von Mikos betriebene) für die Produktion hat (Conrad Heberling).

Die nächsten fünf Beiträge befassen sich mit der Rezeption des inzwischen weitgehend kontextualisierten, diversifizierten und individualisierten Fernsehens. Thematisiert werden zunächst Metamorphosen des Publikums zwischen avisierten Reichweitenmassen und individualisierten Zielgruppenadressierungen (Göran Bolin), die Nutzung von Fernseh-

nachrichten in Multiplattformumgebungen (Kim Christian Schröder), die Nutzung von Second Screen beziehungsweise Multiscreens während der Fernsehrezeption (Claudia Wegener) sowie mögliche Optionen für die Zuschauer_innen, sozialen Sinn mit dem Fernsehen zu generieren (Maya Götz); am Ende dieser Rubrik wird dafür plädiert, das Medium weiter zu modernisieren, um es für Jüngere attraktiv zu halten (Regina Friess/Stefano Semeria). Medien und Sport (Hans-Jörg Stiehler), internationaler Programmaustausch (Yulia Yurtaeva), Jugendschutz (Joachim von Gottberg) und Medienpädagogik für mobilen Gebrauch (Ben Bachmair) sind die beschließenden Themen, die nicht zuletzt von Vertretern der Branche beigesteuert werden.

Perspektiven für das künftige Fernsehen, zumal in europäischen Dimensionen, kündigt der Titel an; die einzelnen, hier nur gestreiften Beiträge lassen eher Gegenwart oder gar Vergangenheit des Fernsehens erkennen. Aber angesichts des rasanten, ungewissen Umbruchs, in dem alle Medien mit der Digitalisierung und einhergehenden medialen Entgrenzungen stecken, sind einigermaßen fundierte Prognosen und findige Horizont-erkundigungen schwierig.

Hans-Dieter Kübler (Werther)