

Nathalie Iványi

Alltagsmenschen als inszenatorische Ressource von Fernsehshows. Eine Skizze produktionstheoretischer Erklärungsansätze

2001

<https://doi.org/10.25969/mediarep/93>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Iványi, Nathalie: Alltagsmenschen als inszenatorische Ressource von Fernsehshows. Eine Skizze produktionstheoretischer Erklärungsansätze. In: *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, Jg. 10 (2001), Nr. 1, S. 55–70. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/93>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

https://www.montage-av.de/pdf/101_2001/10_1_Nathalie_Ivanyi_Alltagsmenschen_in_Fernsehshows.pdf

Nutzungsbedingungen:

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

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

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

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Nathalie Iványi

Alltagsmenschen als inszenatorische Ressource von Fernsehshows

Eine Skizze produktions-theoretischer Erklärungsansätze

Die Fernsehwelt ist schon lange nicht mehr den professionellen Stars und Prominenten, den Experten und Spezialisten aus Unterhaltung, Politik, Sport und Kultur vorbehalten, sondern hat sich zu einer Bühne verwandelt, auf der immer häufiger und thematisch allumfassend (d.h. anlass-übergreifend) der Alltagsmensch, mein Alltags-Zeitgenosse, der „Mann auf der Straße“ (Schütz 1972) seinen Platz gefunden hat. Man trifft ihn in Talkshows, Gameshows, Beziehungsshows oder auch Unterhaltungsserien à la Reality-TV (BIG BROTHER) und überlässt es zunehmend diesem medial unerfahrenen, inszenatorisch ungeschulten Alltagsmenschen, den Zuschauer – also seinen kaum noch ‚strukturverschiedenen‘ Adressaten – zu unterhalten.

Diese Entwicklung ist besonders aus produktions-theoretischer Perspektive interessant. Denn die Instrumentalisierung der narrativen und inszenatorischen Kompetenzen dieses „Amateurs“ durch die (Fernseh-)Produktionsgesellschaften ist kein leichtes Geschäft. Sie stellt ganz neue Anforderung an die Akquise, an das Casting und an die dramaturgische „Schulung“ der unprofessionellen Medienakteure (vgl. Müller 1999, 53ff) – und: diese Entwicklung gibt Anlass, die bestehenden produktions-theoretischen Ansätze zu überarbeiten.

Im folgenden soll daher am Beispiel solcher Beziehungsshows wie NUR DIE LIEBE ZÄHLT (SAT. 1) und TRAUMHOCHZEIT (RTL), aber auch entlang spezifischer Folgen von Daily Talks dargelegt werden, wie sich aus produktions-theoretischer Perspektive das Dasein dieser Medienprodukte in ihrer spezifischen „Soseinsform“ erklären lässt. Generell liegt den produktions-theoretischen Ansätzen die Prämisse zugrunde, dass mediale Produktion als eine (in irgendeiner Form) geordnet ablaufende Praxis anzusehen ist, deren Ordnungsstrukturen und -prinzipien entsprechend rekonstruiert bzw. ermittelt werden können. Und so stellt sich auch im Zusammenhang mit den hier thematisierten „performativen Fernsehformaten“ (vgl. Keppler 1994, 8) – in denen echte, authentische Alltagsmenschen auftreten, um mit und durch diesen Auftritt alltagsrelevante Handlungen zu vollziehen – die Frage, worin die Regelmäßigkeit medialer Produkte bzw. medialer Produktion besteht und woraus diese Regelmäßigkeiten erwachsen.

Aus diesem Grund wird zunächst ein kleiner Überblick über verschiedene, mitunter nicht explizit als solche entwickelte, produktionstheoretische Ansätze geliefert. Anschließend sollen über einen Vergleich von verschiedenen Fernsehformaten, die Alltagsakteure zur medialen Aushandlung von Beziehungsproblemen und -passagen in die Studios einladen, unterschiedliche produktionsorganisatorische Lösungen des Problems der Instrumentalisierung von Laien für Fernsehsendungen skizziert werden. Daraus ergeben sich schließlich neue Anforderungen an produktionstheoretische Überlegungen.

1. Produktionstheoretische Ansätze

Die Kommunikator- bzw. Produktionsforschung – hat gegenüber anderen medienwissenschaftlichen Disziplinen bislang ein eher stiefmütterliches Dasein gefristet (vgl. Saxer 1997). Dieser Umstand zeigt sich nicht nur quantitativ an der geringeren Zahl von Studien in diesem Bereich, sondern auch qualitativ an der fehlenden Vielfalt und Weiterentwicklung von produktionstheoretischen Ansätzen über verschiedene Genres hinweg. So überwiegen z.B. bis heute Untersuchungen im Bereich der Nachrichtenproduktion, und vornehmlich für dieses Genre bestehen überhaupt Ansätze, die weniger deskriptiv denn tatsächlich erklärend als „theoretische“ Ansätze betrachtet werden können, die sich also um erklärende Generalisierungen und Verdichtungen der beobachteten Phänomene bemühen (vgl. Müller 1994, 169). Der folgende – eher explorative denn erschöpfende – Überblick über verschiedene produktionstheoretische Ansätze wird daher primär an Entwicklungen im Rahmen der Nachrichtenforschung anknüpfen müssen, auch wenn diese Ansätze vor dem Hintergrund der später behandelten Genres der Beziehungsshows und Daily Talks evidenterweise modifikations- und ergänzungsbedürftig sind.¹ Jedoch liegt es nahe, die hier behandelten Fernsehformate, analytisch mit Ansätzen der Nachrichtenproduktionsforschung zu erfassen, weil Beziehungsshows und Daily Talks – wie Nachrichten – immer auch von der narrativen Qualität der Alltagswirklichkeit leben (vgl. Mikos 1993; Müller 1994).

Produktionstheoretische Ansätze sollten, wie oben festgestellt, Antworten auf die folgenden Fragen liefern: a) Worin bestehen Regelmäßigkeiten der Medienproduktion? Und b) woraus erwachsen diese Regelmäßigkeiten? Verschiedene Ansätze haben dabei durchaus unterschiedliche Gewichtungen zwi-

1 Für einen kurzen Überblick über die Forschungsliteratur zur Produktion fiktionaler Genres siehe Newcomb (1991).

schen diesen beiden Fragen vorgenommen, sich mal primär mit der ersten oder zweiten Frage auseinandergesetzt, zudem mal den Produktionsprozess, mal das Produkt selbst zum Ausgangspunkt genommen.

So stellt beispielsweise der Gatekeeper-Ansatz – als „Klassiker“ der am Genre der Nachrichtenproduktion ansetzenden Annäherungen (vgl. Blöbaum 1994) – nur die erste Frage: Regelmäßig, so die Antwort, besteht Nachrichtenproduktion aus dem Handlungstyp der „Selektion“. Regelmäßig werden also aus der Fülle der in der Redaktion eintreffenden Nachrichten einige ausgewählt, diese werden durch das ‚Tor‘ hindurch gelassen und entwerfen dann ein notwendig reduziertes, jeweils für sich genommen jedoch „realistisches“, d. h. unverzerrtes Bild dessen, was sich an „Neuigkeiten“ in der Welt tut. Dieser Ansatz fokussiert demnach Informationsflüsse und stellt als einzige Regelmäßigkeit das Bestehen von Selektionsinstanzen und -mechanismen heraus. Als Selektionskriterium werden subjektive Relevanzen von Gatekeepern angeführt (vgl. Saxer 1997, 45; Blöbaum 1994, 49), und damit wird impliziert, dass die Medienprodukte selbst keine Regelmäßigkeit über die Tatsache hinaus aufweisen, dass sie Reduktionen darstellen.

Demgegenüber haben die Ansätze der Nachrichtenwerttheorie, die sich aus Untersuchungen der Medienprodukte selbst speisen (vgl. Blöbaum 1994, 57f), einen Weg gefunden, Erklärungen für das Entstehen solcher Regelmäßigkeiten zu liefern: Denn weil, so die Antwort, Journalisten regelmäßig die gleichen Selektionsprinzipien anwenden, nach denen sie Ereignissen in der Welt mal größere, mal geringere „Wertigkeiten“ zusprechen, weisen die Nachrichtenprodukte typische inhaltliche Strukturen auf. Sie berichten von „negativen“ und „überraschend“ eintretenden Ereignissen, handeln von den politischen oder kulturellen Eliten und thematisieren eher ‚persönliche Schicksale‘ denn abstrakte Prozesse etc. (vgl. Blöbaum 1994, 57). Auch hier wird Nachrichtenproduktion vornehmlich über den Handlungstyp der Selektion charakterisiert, aber zugleich der Versuch unternommen, jene Kriterien zu verdichten, die diesen Handlungstyp in seiner Anwendung wiederum zu einem „regelgeleiteten“ Phänomen machen. Wie es nun aber zu eben diesen Kriterien gekommen ist, ob es sich dabei um kulturell oder gar anthropologisch-universalistisch zu erklärende „Schemata“ und „Skripts“ handelt (vgl. Schmidt/Weischenberg 1994), auf welche Weise die einzelnen Journalisten mit den geltenden Kriterien vertraut gemacht werden – woraus die beschriebenen Regelmäßigkeiten also ihrerseits erwachsen, ist keineswegs erschöpfend behandelt worden.²

2 Galtung und Ruge (1970) haben zum Teil universale (anthropologisch begründbare) Wahrnehmungskonstanten für die intersubjektiv geltenden Selektionskriterien verantwortlich ge-

Ganz anders stellt sich der Zugriff auf das Phänomen der Nachrichtenproduktion im Rahmen der politisch-ökonomischen Ansätze dar. Diese nähern sich zunächst der Frage nach den Gründen von Regelmäßigkeiten an (b), bevor sie dann – in deduktionistischer Manier – darauf schließen, worin die Regelmäßigkeiten bestehen (a). Weil, so die Antwort, sich Nachrichtenproduktion im Rahmen von privatwirtschaftlich organisierten Strukturen vollzieht, entsteht eine große Homogenität der Nachrichtenprodukte als status-quo-erhaltende Manifestationen ideologisch durchtränkter Zugriffsweisen auf „Welt“ (vgl. Schudson 1991). Gegenüber den zuvor geschilderten Ansätzen wird Nachrichtenproduktion nicht auf den Handlungstyp der Selektion reduziert, sondern zudem das Aufspüren von Nachrichten und deren redaktionelle Ver- und Bearbeitung berücksichtigt. Und diese Handlungstypen werden auch nicht mehr am subjektiven Individuum (Gatekeeper) oder kulturell und professionell sozialisierten Journalisten festgemacht, sondern in die soziale Praxis der sich stetig neu reproduzierenden Klassengesellschaft eingebettet, in welcher Journalisten kontinuierlich den sozialen Kontrollen in privatwirtschaftlich geführten Nachrichtenorganisationen ausgesetzt sind (vgl. Hopf 1972). Sichtbar wird hier demnach, dass es sich diesem Ansatz zufolge in der Nachrichtenproduktion nicht nur um *soziale* Akteure handelt, die soziokulturell gewonnene und professionell überformte Deutungs- und Handlungsschemata einsetzen, so dass trotz einer Vielzahl individuell vorgenommener Selektionstätigkeiten Regelmäßigkeiten erkennbar werden (vgl. Schmidt/Weischenberg 1994). Vielmehr handelt es sich auch um *sozial positionierte* (Eigentümer) und *sozial kontrollierte* (Journalisten) Akteure, so dass sich – zumindest indirekt – Nachrichtenproduktion selbst als eine soziale Praxis darstellt (vgl. Hopf 1972; Breed 1973).

Noch deutlicher tritt diese Orientierung in organisationssoziologischen Ansätzen auf ³, in denen in besonderer Weise betont wird, dass Nachrichten *sozial* konstruiert sind (vgl. Tuchman 1991). Und dies nicht nur deshalb, weil sie von Akteuren hergestellt werden, die – gemäß den Anschauungen des symbolischen Interaktionismus – immer schon als „soziale Akteure“ anzusprechen sind, oder weil diese Akteure sozial generierte Deutungs- und Handlungsschemata (Berger/Luckmann 1980) mobilisieren, sondern weil Nachrichten gemäß geron-

macht, doch wird mittlerweile auch auf organisationsinterne Sozialisationsprozesse verwiesen, um die intersubjektive Geltung der Nachrichtenwertbestimmungen zu erklären; vgl. Weischenberg 1995, 174ff.

3 Im Gegensatz zum anglo-amerikanischen Raum handelt es sich in Deutschland dabei in der Regel um systemtheoretisch inspirierte Ansätze (vgl. Blöbaum 1994), in denen Redaktionen als „organisierte soziale Systeme“ (Rühl 1979) thematisiert werden.

nerer Strukturen sozialer Interaktion konstruiert werden (Tuchman 1991, 87; Schudson 1991, 148). Die Regelmäßigkeit der Nachrichtenproduktion, so die Antwort dieses Ansatzes, beruht demnach auf regelgeleiteten, weil institutionell präformierten Interaktionsstrukturen, welche immer schon Interaktionskontakte (z.B. zwischen Journalist und Informationsquelle) und Interaktionsbedingungen (z.B. die Regelmäßigkeiten der Kontakte, die je unterhaltenen Beziehungsstrukturen, die jeweils möglichen Beitragstypen etc.) festschreiben.⁴ Bei Nachrichtenproduktion handelt es sich somit um eine arbeitsteilig organisierte, professionalisierte und routinemäßig zu bewältigende „Arbeit“, welche als soziale (kollektive) Praxis über zeitliche, räumliche, finanzielle, personelle und organisatorische Regelungen und Restriktionen eine bürokratische Kontur annimmt – und, was noch viel wesentlicher ist: eine Eigenlogik entfaltet, die mit Verweis auf ihre überindividuelle Hervorbringung erklärt wird (vgl. Rühl 1989; Blöbaum 1994).

Einen neuen Anstoß erhalten die bislang skizzierten Annäherungen durch eine kleine Zahl von Analysen, die zwar primär als Produktanalysen angesehen werden müssen, dabei jedoch zugleich a) auf Daten rekurrieren, die der Beobachtung des Produktionsprozesses entstammen, und b) daher eine – zumindest implizite – produktionstheoretische Anschauung zum Ausdruck bringen. Diese Anschauung, die sich besonders bei den Autoren Holly/Schwitalla (1995) und Kotthof (1993) im Rahmen von Auseinandersetzungen mit Fernsehdiskussions-Sendungen findet, lässt sich m.E. am besten als kommunikations- bzw. wissenssoziologische Perspektive beschreiben.

In beiden Aufsätzen wird der Produktionsprozess als eine *soziale Praxis* betrachtet, in der sich die Handlungstypen der Themengestaltung, der Kandidatenprofil-Bestimmung, der Kandidatenrekrutierung und ggf. -schulung bis hin zur Titelgestaltung, Moderationsausübung und Nachbereitung antreffen lassen. Sozial ist diese Praxis, weil die Mitarbeiter des Produktionsteams nicht nur alltagsweltlich, sondern auch *institutionell* generierte und überformte Deutungs- und Handlungsmuster mobilisieren und die zu bewältigenden Handlungsprobleme dabei *kommunikativ* definieren, aushandeln und lösen. Medienproduktion ist demnach selbst bereits Ausdruck von und Folge kommunikativer Praxis und somit trotz ihres institutionellen Rahmens nicht nur einer *vor-strukturieren*, sondern auch einer sich *situativ* entfaltenden Handlungslogik ausgesetzt: in

4 Kennzeichnend ist daher eine Haltung, nach der der einzelne Journalist nichts, die Organisation alles bedeutet (Schudson 1991, 150f). Zur Plausibilisierung dieser Haltung werden primär die Handlungstypen der Recherche und Informationssammlung – der Journalisten-Informationsquellen-Kontakt also – thematisiert.

der Vorbereitungsphase ebenso wie im Vollzug. Sie bleibt demnach im Kern undeterminiert – trotz der allgegenwärtigen sozialen, ökonomischen, politischen und auch kulturellen Einflussfaktoren und trotz der vielfältigen Anstrengungen des Produktionsteams, den Sendeablauf durch professionelle Vorbereitung, durch strukturgebende Rahmengestaltung und durch gesprächsleitende, konversationelle Maßnahmen des Moderators in irgend einer Form zu fixieren und berechenbar zu machen. In den Mittelpunkt rücken so die notwendig zu erfolgenden Abstimmungs-, Koordinations- und Aushandlungsprozesse als situativ zu erbringende kommunikative Leistungen, die sich mitunter auch aus institutionell gewonnenen und aufgebauten Wissensvorräten speisen. Daher laufen die Anstrengungen einer kommunikations- bzw. wissenssoziologisch orientierten Forschung darauf hinaus, die je spezifischen, alltagsweltlich und institutionell generierten Kompetenzen, Praktiken und (Sonder-)Wissensbestände der beteiligten Akteure zu identifizieren und sie als kommunikativ eingesetzte Ressourcen in der kollektiven Gestaltung von „Medienwelten“ genauer zu analysieren.

2. TRAUMHOCHZEIT, NUR DIE LIEBE ZÄHLT, Daily Talks

Im Rahmen des DFG-geförderten Forschungsprojektes „Mediale (Re)Präsentation von Liebe“ haben wir untersucht, durch welche Zeichen, Darstellungs- und Entäußerungsformen die Kandidaten der Sendung TRAUMHOCHZEIT (RTL) und NUR DIE LIEBE ZÄHLT (SAT.1) ihren Partnern gegenüber das Bestehen von „Liebe“ zum Ausdruck bringen.⁵ Dabei konnte sich unsere Ausgangshypothese bestätigen, dass es sich jeweils um „theatralisierte“ Darstellungshandlungen von Liebe handelt. Die Kandidaten greifen demnach auf Inszenierungsformen zurück, welche sich nicht *nur* an den Wahrnehmungs- und Verstehensbedürfnissen ihres konkreten Adressaten orientieren, sondern *auch* an denen der zuschauenden Öffentlichkeit (vgl. Reichertz 1998).

So bringen die Kandidaten der Sendung TRAUMHOCHZEIT z.B. ihren Ehewunsch in einer Form vor, welche verhältnismäßig „bereinigt“ ist von lücken-

5 Beide Beziehungsshow werden von Endemol produziert: die TRAUMHOCHZEIT seit 1992, NUR DIE LIEBE ZÄHLT – mit Unterbrechung und unter Wechsel des ausstrahlenden Senders (zunächst RTL dann SAT. 1) – seit 1993. Während in der TRAUMHOCHZEIT die Beziehungspassagen des Heiratsantrags und der (standesamtlichen) Trauung bestritten werden, stellt NUR DIE LIEBE ZÄHLT ein Format dar, in welchem neben Kontaktabbahnungen und Danksagungen auch Versöhnungen und Zusammenführungen von getrennt lebenden Paaren vollzogen werden. Für eine ausführliche Auseinandersetzung siehe Reichertz 2000 und Reichertz/Iványi 1999.

haften, zögerlichen, unzusammenhängenden oder idiosynkratischen, nur vom konkreten Partner zu verstehenden, Zeichen und Verweisungen. Sie bedienen sich statt dessen verschiedener, gesellschaftlich anschlussfähiger Ausdrucksge-
stalten von „Liebe“ und nutzen mitunter die Möglichkeit, ihrem Gefühl der Zugeneigtheit mehrdimensional Ausdruck zu verschaffen, indem typische Liebes-Requisiten, Liebes-Settings, Liebes-Kostümierungen, Liebes-Gebärden und -Ansprachen im Sinne einer multidimensionalen Performance miteinander verschmolzen werden. Die Virtuosität dieser Darstellungshandlungen erstreckt sich nicht nur auf die vorab festgelegte Kombination konventioneller Ausdrucksmittel, sondern reicht bis in die Vollzugsphase hinein, in der die Initiatoren von Heiratsanträgen über alle situativ entstehenden Widerstände, Ablenkungen, Störungen und/oder Hindernisse hinweg die von ihnen geplante Bittstellerrolle kunstfertig und zeremoniell „durchziehen“.

Während der laufenden Projektarbeiten wurden wir indessen auf Liebesdarstellungen aufmerksam, die seit etwa 1998 zunehmend im Rahmen von Daily Talks unter solch vielsagenden Titeln wie „Heute sag ich’s Dir: Du bist meine große Liebe“ wiederkehrend zu beobachten sind.⁶ Interessant sind diese Liebes-Performances nicht nur aufgrund der Tatsache, weil sie – gegenüber den Performances in den „etablierten“ Medienformaten von Endemol – durch eine ausgesprochen hohe „Misserfolgsquote“ gekennzeichnet sind, so dass nur gut ein Drittel aller (zu welchen Anlässen auch immer) vollzogenen Liebeserklärungen bei den jeweiligen Adressaten auch tatsächlich auf Zuspruch stößt. Vielmehr weichen diese Liebesdarstellungen im Vergleich zu denen, die sich in der Sendung TRAUMHOCHZEIT oder NUR DIE LIEBE ZÄHLT finden, von der „guten Gestalt“, dem „Idealtypus“ der Liebesdarstellung mitunter erheblich ab. Nur sporadisch wird von Liebessymbolen Gebrauch gemacht, nur in seltenen Fällen finden sich vorgefertigte und entsprechend geübt vorgetragene Liebeserklärungen, nur vereinzelt lassen sich aufwendigere „Verkörperungen“ (durch Körperhaltung, Kleidung, Requisiten etc.) von Liebe antreffen.⁷

6 Einen Überblick zu den Daily Talks in Deutschland (Sendekonzept, Moderatoren, Themen etc.) liefert Semeria (1999). Ihm zufolge stellt dieser „Einzug des Theatralischen in Daytime Talkshows“ (1999, 128) eine Erneuerung dar, die in amerikanischen Talkshows schon seit längerem zu beobachten ist. Er bezeichnet solche Folgen als „Live-Life-Drama“. Unseren Beobachtungen zufolge decken die Daily Talks mittlerweile sämtliche, oben (Fußnote 5) beschriebenen performativen Interaktionsanlässe ab: von der ersten Liebeserklärung bis zur Trauung. Bis zu neun KandidatenInnen – und ebenso viele „Überraschte“ – werden dazu nach einander vorgestellt und tragen dann vor dem Studiopublikum und dem/der ModeratorIn ihr jeweiliges Anliegen vor.

7 Beispiele werden in Reichertz/Ivanyi 1999 dargestellt.

Im folgenden soll die unterschiedliche Verteilung „guter Gestalten“ bzw. „virtuoser Darstellungshandlungen“ in den unterschiedlichen Fernsehformaten produktionstheoretisch ins Visier genommen werden. Da zunächst einmal für alle Formate gilt, dass sie es prinzipiell mit Laien, d.h. mit inszenatorisch nicht bereits geschulten Akteuren zu tun haben, stellt sich die Frage, durch welche Maßnahmen im Rahmen der Produktion dieser Formate das beobachtete Phänomen erklärt werden kann.⁸

Empirisch haben wir uns der Antwort bislang noch nicht erschöpfend zuwenden können, sondern können an dieser Stelle vorerst nur vereinzelte und zudem unterschiedlich gewonnene Beobachtungen in Anschlag bringen: dazu gehören die Aufzeichnungen der Sendungen⁹; ein Experteninterview, das mit einem Redakteur der Talkshow Bärbel Schäfer geführt wurde; Interviews, die mit Kandidaten der Sendungen TRAUMHOCHZEIT und NUR DIE LIEBE ZÄHLT geführt wurden; und Feldnotizen, die wir im Rahmen des Besuches zweier Aufzeichnungen von Daily Talks (beide Male BÄRBEL SCHÄFER) sowie bei einer Aufzeichnung der Sendung TRAUMHOCHZEIT angefertigt haben. Methodischer und methodologischer Bezugsrahmen der Auswertung bildet dabei die wissenschaftssoziologische Hermeneutik (vgl. Soeffner 1989; Schröer 1994).

Aus darstellungsökonomischen Gründen kann im folgenden allerdings primär eine rein ergebnisorientierte und damit verdichtete Präsentation unserer Untersuchungen erfolgen.

3. Produktionstheoretische Begründungen inszenatorischer Perfektion

Im Sinne des Gatekeeper-Ansatzes könnte *eine* Begründung für die unterschiedlichen Darstellungspraktiken der Studiogäste an den *individuen-spezifischen Kompetenzen der Studiogäste* selbst festgemacht werden, die als „Informationsträger“ entsprechend unterschiedliche inszenatorische Voraussetzungen mitbringen. Dass dieser Ansatz mit seinem Fokus auf die Leistungen von Auswahl-tätigkeiten durchaus einen wichtigen Erklärungsansatz liefert (vgl.

8 Auch Hügel (1993, 39) spricht den Umstand an, dass Kandidaten von Spielshows an der von ihnen zu erfüllenden Darbietungsfunktion durchaus scheitern können. Er macht dieses Risiko am Ausmaß der den Kandidaten gewährten „Bewegungsfreiheit“ fest; vgl. auch Müller 1994.

9 Unser Videoinventar umfasst 15 Aufzeichnungen der Sendung TRAUMHOCHZEIT (1992–2000), 12 der Sendung NUR DIE LIEBE ZÄHLT (1993–1999) und 20 Folgen von Daily Talks (1998–2000) – und zwar von ARABELLA KIESBAUER (Pro7), ANDREAS TÜRCK (Pro7), BÄRBEL SCHÄFER (RTL), BIRTE KARALUS (RTL), VERA AM MITTAG (SAT. 1) und SONJA (SAT. 1).

Burger 1991, 402; Müller 1999, 55ff), zeigt sich im Zusammenhang mit der Bewerberquote, die bei der Sendung TRAUMHOCHZEIT sehr hoch, bei Daily Talks (zu diesem spezifischen Thema bzw. Sendeanlass) hingegen nicht so hoch veranschlagt werden kann.¹⁰ Ergänzend muss jedoch auch die Wirksamkeit unterschiedlicher Selektionskriterien berücksichtigt werden, so dass neben den individuenspezifischen Kompetenzen der Alltagsakteure auch die *redaktionell ausgeübte Beurteilung dieser Kompetenzen* für das beobachtete Phänomen unterschiedlicher Darstellungsqualitäten herangezogen werden kann. Während nämlich im Rahmen der Beziehungsshow im Vorfeld der Kandidaten-Rekrutierung und -Auswahl das Ziel verfolgt wird, möglichst positiv ausgehende Beziehungsprobleme in die Sendung aufzunehmen, so dass die Bewerber tatsächlich den gewünschten Zweck (Beziehungsstiftung, Verlobung, Aussöhnung etc.) erreichen, setzen Daily Talks dagegen auf das für dieses Genre typische, Kontroversen thematisierende Differenzial von Ausgängen. Der glückliche Ausgang *aller* medial sichtbar gemachten Beziehungsprobleme kann weder durch die Selektion garantiert werden, noch ist er tatsächlich erwünscht. Statt dessen sind die im Vorfeld ablaufenden Maßnahmen der Kandidatenrekrutierung orientiert an den generellen Leitkriterien der Programmzusammenstellung: d.h. an Konflikt und Kontroversen.¹¹

Unsere Daten legen jedoch nahe, einem anderen Aspekt sehr viel mehr Erklärungskraft zuzuschreiben. Wir haben diesen Aspekt im Verlauf unserer Untersuchungen als Ausmaß bezeichnet, in welchem Studiogäste bzw. Kandidaten *in das Produktions-Ensemble integriert werden* (vgl. Goffman 1983).

Damit sind eine ganze Reihe von Phänomenen von uns zusammengefasst worden: Zum einen ist damit nach dem Ausmaß gefragt, in welchem Kandidaten zur Bewältigung ihrer Darstellungshandlungen sowohl in der Vorbereitungs- wie in der Vollzugsphase vom Produktionsteam *Unterstützung* erhalten. Diese Unterstützung bezieht sich a) auf Ideenstiftung (Wie, wo, wann könnte sich die Darstellungshandlung vollziehen?), b) auf die materielle Ausstattung (Welche Requisiten und Kulissen werden zur Verfügung gestellt?), c) auf organisatorische (also auch personelle) Hilfestellungen in der konkreten Ausführung des performativen Vorhabens (Gibt es Komplizen, Erfüllungsgehilfen, die den rei-

10 Zu den erstaunlich hohen Bewerberzahlen für die TRAUMHOCHZEIT siehe Reichertz 2000, 137. Demgegenüber schilderte uns der Redakteur von BÄRBEL SCHÄFER seine Rekrutierungsprobleme.

11 Wie Semeria (1999, 25ff) in der Übersicht zur (internationalen) Forschungsliteratur zeigt, gehört das „confrontational“ Element ganz maßgeblich zu den Konstituenten des Genres Daytime-Talkshow – selbst in jenen Folgen, in denen zugleich der „Bekennnischarakter“ („confessional“ Element) von Bedeutung ist.

bungslosen Ablauf garantieren können?), sowie d) auf die Ermöglichung eines Trainings bzw. einer Schulung noch vor dem Vollzug (Wird den Kandidaten ein Feedback-gesteuertes Einstudieren ihrer Inszenierung eingeräumt?). Mit *Unterstützung* ist demnach in der Vorbereitungsphase primär die Vermittlung von Inszenierungs-Know-How angesprochen und in der Vollzugsphase die – redaktionell zu leistende – Fassadengestaltung (vgl. Goffman 1983, 23ff) der Vollzugssituation durch szenische Arrangements (Kulissen, Beleuchtung, Musik etc.), welche der je spezifischen Darstellungsaufgabe (Heiratsantrag, Entschuldigung, Kontaktanbahnung etc.) angepasst sind.

Zum anderen ist damit nach dem Ausmaß gefragt, in dem die Kandidaten *Zustimmung* vom Produktionsteam erfahren – und damit nach dem Ausmaß, in dem sich die Kandidaten vor, während und nach der Aufzeichnung als moralisch akzeptiert und in ihrem Vorhaben legitimiert fühlen dürfen.

Während nun – sehr pauschal zusammengefasst – die Kandidaten der Beziehungsshows Unterstützung und Zustimmung erhalten, gilt dies hingegen für die Kandidaten der Talkshows nicht.¹² Letztere erhalten weder vergleichbare Unterstützung hinsichtlich der Szenengestaltung (Kulissen, Requisiten), noch werden ihnen im Vorfeld Ideen und Inszenierungs-Know-How vermittelt. So erklärt uns z. B. der Redakteur von Bärbel Schäfer (SAT. 1):

Ich hab' beispielsweise eine der Kandidatinnen gefragt, was sie besonders gut kann, ob sie beispielsweise ihm 'nen Lied singen möchte, ähm dann haben wir zusammen entschieden, dass sie es nich kann (1.0) (lachend:) äh (Lachen) äh mit dem Gedicht, das ist alles irgendwie so tierisch abgedroschen inzwischen [...] und dann hab ich gesagt, komm, geh ganz spontan diese Treppe runter und sag's ihm. (Z. 546–556)

Ein Playback-Gesang, der produktionstechnisch entsprechend aufwändig gewesen wäre und im Rahmen der Beziehungsshow NUR DIE LIEBE ZÄHLT immer wieder zum Einsatz kommt, kam für den Redakteur der Talkshow demnach nicht in Frage. Aber nicht nur ökonomisch begründete Produktionskalküle sind an dieser Stelle angesprochen. Denn statt der „Abgedroschenheit“ einer Gedicht-Rezitation präferiert der Redakteur zudem Spontaneität – den authentischen, unvorbereiteten und darum natürlichen Gang der Dinge. Insofern wirkt der Redakteur hier ein – wie im einzelnen auch immer gewonnenes –

12 Als Ausnahme kann in unseren Augen der Daily Talk ARABELLA KIESBAUER (Pro7) angesehen werden – und zwar sowohl hinsichtlich der hier beschriebenen Produktionsprozesse als auch hinsichtlich der Konsequenzen für die Darstellungsqualität. Das zeigt u.E. nur, dass das zur Verfügung stehende Produktionskapital allein nicht für die beobachteten Differenzen aufkommt.

Wissen in die Darstellungshandlung der Kandidatin ein, welches nicht produktiv (zur Vermehrung von Handlungsoptionen), sondern negativ (zu deren Reduktion) eingesetzt wird und zugleich die Kandidatin auf das von ihr schon immer gewusste und praktizierte Wissen zurückwirft.

Zudem nehmen Talkshow-Moderatoren sehr viel deutlicher nur die Rolle des „Vertreters/Anwalts der Rezipienten“ (vgl. Burger 1991, 276ff) wahr, solidarisieren sich somit mit dem Studiopublikum, anstatt in der Rolle des „Gastgebers“ die Kandidaten vor den „Herabsetzungen“ (Goffman 1983, 156ff) des Studiopublikums zu bewahren. Diese Gewichtung, die sich inszenatorisch auch darin ausdrückt, dass die Moderatoren häufig im Studiopublikum und nicht auf der Bühne bei den Gästen positioniert sind – also effektiv zu keinem Zeitpunkt in physischen Kontakt mit den Kandidaten treten –, führt dazu, dass sich die Kandidaten erst vor dem Studiopublikum bewähren müssen, um dann mitunter auch beim Moderator auf Akzeptanz und Bestätigung zu stoßen. Gelingt ihnen das nicht, sind sie dem Hohn und Spott, dem Unmut und Ärger der im medialen Raum sichtbar gemachten Akteure erkennbar ausgesetzt, denn das Mikrophon der Moderatoren steht jederzeit bereit, um den Kommentaren des Studiopublikums die notwendige Verstärkung zu geben¹³ – Stimmen, denen im Rahmen der Sendung TRAUMHOCHZEIT und NUR DIE LIEBE ZÄHLT kein Gehör geschenkt wird.¹⁴ Der Laiendarsteller im Rahmen von Daily Talks erfährt sich insofern als ‚Ein-Personen-Ensemble‘ (Goffman 1983, 86), dessen Darstellung sich nicht *mit*, sondern unter anderem auch für das Produktions-Ensemble vollzieht.

Unternimmt man den Versuch, die hier hervorgehobenen Kriterien der Erzeugung ‚guter Gestalten, zu verdichten, so ist damit einerseits das Ausmaß angesprochen, in dem die Darstellungshandlung der Laiendarsteller auf kollekt-

13 Auch Semeria (1999, 107) hat in seiner Studie feststellen können, dass deutsche Talkshowmoderatoren zwar vornehmlich eine Protektionsstrategie (78%) und Provokationsstrategie (64%) ihren Gästen gegenüber anwenden und insofern – im Gegensatz zu ihren amerikanischen Kollegen – sehr viel seltener Disqualifikationsstrategien (11%) ausspielen, dies jedoch nur, weil sie durch ihre Provokationen (= Imagebedrohungen) die tatsächlich disqualifizierenden (= imageverletzenden) Beiträge dem Studiopublikum überlassen: „Die Imagebedrohung ist häufig nur die rhetorische Überleitung zur ‚Preisgabe‘ der Imageverletzung durch das Publikum“ (ibid., 109).

14 Anzumerken ist, dass diese Stimmen aus dem Publikum weniger im Rahmen von „positiven“ Interaktionsanlässen ausgespielt werden, sondern vornehmlich im Rahmen von „negativen“: Während die Talkshow-Moderatoren die Publikumsbeteiligung bei Heiratsanträgen oder Danksagungen demnach nicht fördern oder initiieren, animieren sie das Publikum hingegen zu Kommentaren im Falle von „Versöhnungsangeboten“ und „Entschuldigungen“. Diejenigen Kandidaten, die sich also ‚nichts zuschulden kommen lassen haben‘, haben demnach auch in Talkshows gute Aussichten, vom Studiopublikum verschont zu bleiben.

tiv (intersubjektiv) generiertes, reflexiv gewordenes *Wissen* um gesellschaftlich anschlussfähige (Re)Präsentationen von ‚Liebe‘ zu rekurrieren vermag.

Dabei handelt es sich um jenes dramaturgische Wissen, das teilweise von den Alltagsakteuren selbst schon immer gewusst wird, größtenteils jedoch von dem professionellen Produktionsteam verwaltet und akkumuliert wird und prinzipiell als Skriptwissen an die Laiendarsteller vermittelt werden bzw. zur Rahmung ihrer Performance eingesetzt werden kann.¹⁵ Die durch ein individuelles, praktisches Bewusstsein geprägte Handlungsrationalität des Laiendarstellers wird demnach transzendiert: Im Rahmen der Vorbereitung und Schulung wird es einerseits (in irgendeiner Form) *expliziert* und zum Gegenstand der Reflexion erhoben – und damit zugleich auch *korrigierbar* und *kontrollierbar*, so dass sich für den Laiendarsteller nach einer Übungsphase durchaus jene *Distanz* zur Darbietung einstellen kann, welche für eine gelungene Aufführung, für eine gelungene Ausdruckskontrolle notwendig ist (vgl. Goffman 1983, 196); andererseits ist es von vornherein angereichert um das professionelle, erfahrungsgespeiste und kollektiv verhandelte Inszenierungswissen des Produktionsteams, das aufgrund seiner *überindividuellen Genese* von vornherein *gesellschaftliche Anschlussfähigkeit* (Verstehbarkeit, Prägnanz) zu verbürgen vermag.

Diese Wissensdimension ist jedoch noch um die Zustimmungsdimension zu erweitern, welche – aus der Darstellerperspektive betrachtet – *Handlungssicherheit* zu stiften vermag, die insofern vonnöten ist, als sich der Akteur – für eine tatsächlich „theatrale Inszenierung“ – notwendig in eine Rolle begeben muss (vgl. Hügel 1993, 43; Müller 1994, 174f), die ihm ohne den Rückhalt des Teams mitunter lächerlich, fremd und künstlich vorkommt. Gerade weil eine theatrale Performance nicht mehr ausschließlich über alltägliche Handlungs- und Darstellungsmuster organisiert wird, gerade weil die theatrale Performance vom Laiendarsteller demnach eine Überwindung eingewohnter Routinen verlangt, kommt der Zustimmungsdimension die wichtige Funktion zu, den Akteur auf ein sozial abgeschirmtes und behütetes Terrain zu führen, auf dem er in einem Stadium der *Unantastbarkeit* die Überschreitung seines Alltags-Ich risikolos bestreiten kann.

Beide Dimensionen lassen nun aber erkennen, dass die Soseinsform medialer Produkte im hohen Maße abhängig ist a) von Art und Umfang der institutionell spezialisierten und sozial verhandelten Wissensbestände, b) von Art und Inten-

15 Auch dieses Wissen ist auf Seiten des Produktionsteams aber nicht notwendig gegeben: Das Rotationsverfahren in der Redakteursbesetzung bei BÄRBEL SCHÄFER (RTL), wonach jeder Redakteur abwechselnd verschiedene Typen von Talkshow-Folgen leitet, untergräbt z. B. den systematischen Aufbau von spezialisiertem Sonder- bzw. „Expertenwissen“ (Schütz 1972).

sität der in der Vorbereitungs- und Vollzugsphase sich einstellenden Kommunikationsprozesse zur Vermittlung dieses Wissens sowie c) von Art und Ausmaß der durch dieses Wissen geleiteten Maßnahmen zur Strukturierung (Rahmung) der schließlich situativ zu bewältigenden Vollzugssituation. Nicht nur die Wirklichkeit der Alltagswelt erweist sich als gesellschaftlich konstruiert (vgl. Berger/Luckmann 1980), auch die changierende Wirklichkeit der Medienwelt (vgl. Müller 1999, 35ff) ist eine intersubjektiv gestaltete, verhandelte und definierte Wirklichkeit, in welcher nur derjenige zum kompetenten Mitglied wird, der sich – einem Sozialisationsprozess gleich – den hier geltenden, institutionalisierten Wissensvorrat anzueignen und die hier kollektiv erzeugbaren Rahmungen in seinen Dienst zu stellen vermag.

4. Fazit

An Mikos (1993) anknüpfend lässt sich insofern einerseits behaupten, dass sich die Medienwelt der Beziehungsshow und Talkshows durchaus aus einem alltagsweltlich generierten Handlungs- und Deutungswissen speist: In diesen Shows „orientieren sich alle Beteiligten an den im eigenen Alltag erworbenen und angewendeten kommunikativen Verhaltens- und Handlungsmustern“ (ibid., 129). Aber dieses Wissen alleine reicht nicht aus.

Denn es trifft *nicht* zu, dass innerhalb dieser Medienwelten ausschließlich oder primär „die allgemeinen Interaktionsregeln gelten, die den Umgang der Kommunikationspartner im Rahmen des kulturellen Kontexts und des lebensweltlichen Horizonts bestimmen“ (ibid., 127). Vielmehr handelt es sich zugleich um institutionelle Interaktionssituationen (vgl. Burger 1991, 8; Kotthof 1993, 177), in denen sich nur der „domestizierte“ Alltagsmensch (vgl. Burger 1989, 140), derjenige, der eine mediengerechte „Formatierung“ erfahren hat (Müller 1999, 53ff), virtuos bewähren kann. Auch ist den Beobachtungen von Niehaus (1991, 108) zu widersprechen, wonach das Medium die (theatralen) Verhaltensweisen, die es sendet, automatisch selbst generiert. Das theatrale Handeln der Medienakteure, als eben solches Handeln, das im Bewusstsein eines zuschauenden Publikums inszeniert wird, ist in seiner Formvollendung – d. h. Gewährleistung von allgemeiner Anschlussfähigkeit, Verständlichkeit und Prägnanz – keine alltagsweltlich immer schon erworbene und geschulte Kompetenz (vgl. Burger 1991, 74). Eine tatsächlich bewirkte gesellschaftliche Anschlussfähigkeit des Handelns vor der Kamera ist vielmehr Resultat einer tatsächlich *gesellschaftlichen* Hervorbringungspraxis – und insofern: buchstäblich Ergebnis „praktischer Intersubjektivität“ (Joas 1980).

Ob die so ermöglichte „Professionalisierung“ der Laiendarsteller langfristig gesehen überhaupt angestrebt wird, bleibt abzuwarten. Auffällig ist jedoch, dass der gegenwärtige Aufsteiger unter den Produktionsunternehmen (Endemol) nicht nur frühzeitig dazu übergegangen ist, systematisch Alltagsmenschen als narrative und darstellende Ressource nutzbar zu machen, sondern parallel dazu auch produktionspragmatische Strategien entwickelt hat, um auch mit diesen Ingredienzen „gute Gestalten“ zu produzieren.

Literatur

- Blöbaum, Bernd (1994) *Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Berger, Peter L. / Luckmann, Thomas (1980) *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Breed, Warren (1973) Soziale Kontrolle in der Redaktion: eine funktionale Analyse. In: *Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen*. Hrsg. v. Jörg Aufermann, Hans Bohrmann & Rolf Sülzer. Frankfurt a.M.: Athenäum, S. 356–378.
- Burger, Harald (1989) Diskussion ohne Ritual oder: der domestizierte Rezipient. In: *Redeshows. Fernsehdiskussionen in der Diskussion*. Hrsg. v. Werner Holly, Peter Kuhn & Ulrich Püschel. Tübingen: Niemeyer, S. 116–141.
- Burger, Harald (1991) *Das Gespräch in den Massenmedien*. Berlin/New York: de Gruyter.
- Goffman, Erving (1983) *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. München: Piper.
- Holly, Werner / Schwitalla, Johannes (1995) EXPLOSIV – DER HEISSE STUHL. Streitkultur im kommerziellen Fernsehen. In: *Kulturinszenierungen*. Hrsg. v. Stefan Müller-Doohm & Klaus Neumann-Braun. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 59–88.
- Hopf, Christel (1972) Zur Struktur und Zielen privatwirtschaftlich organisierter Zeitungsverlage. In: *Massenkommunikationsforschung*, Bd.1: Produktion. Hrsg. v. Dieter Prokop. Frankfurt a.M.: Fischer, S. 193–211.
- Hügel, Hans Otto / Müller, Eggo (Hrsg.) (1993) *Fernsehsows. Form- und Rezeptionsanalyse*. Hildesheim: Universität Hildesheim.
- Hügel, Hans-Otto (1993) „Da haben Sie so richtig schlecht gespielt“. Zur Gattungstheorie der TV-Shows. In: Hügel/Müller 1993, S. 35–47.
- Joas, Hans (1980) *Praktische Intersubjektivität. Die Entwicklung des Werkes von George Herbert Mead*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Keppler, Angela (1994) *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung*. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Kotthof, Helga (1993) ‚Du Trottel, warum hast du denn sowas nicht im Club gesagt?‘ Fernsehdiskussionen, Kontextforschung und Intertextualität. In: *Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung*. Hrsg. v. Werner Holly & Ulrich Püschel. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 173–192.
- Mikos, Lothar (1993) Shows als spielerischer Umgang mit Alltagssituationen. In: Hügel/Müller 1993, S. 125–130.
- Müller, Eggo (1994) Ausstellung der (Selbst-)Darstellung von Geschlechterrollenbildern. Zur fernsehanalytischen Strategie John Fiskes am Beispiel HERZBLATT. In: ASPEKTE DER FERNSEHANALYSE. Hrsg. v. Knut Hicketier. Münster/Hamburg: Lit, S. 169–186.
- (1999) *Paarungsspiele. Beziehungsshow in der Wirklichkeit des neuen Fernsehens*. Berlin: Edition Sigma.
- Newcomb, Horace M. (1991) The Creation of Television Drama. In: *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. Hrsg. v. Klaus-Bruhn Jensen & Nicholas W. Jankowski. London: Routledge, S. 93–107.
- Niehaus, Michael (1991) Das Fernsehen in seiner Sichtbarkeit. In: *Fernsehshows. Theorie einer neuen Spielwelt*. Hrsg. v. Wolfgang Tietze & Manfred Schneider. München: Raben, S. 25–49.
- Reichertz, Jo (1998) Vom lieben Wort zur großen Fernsehinszenierung. In: *Inszenierungsgesellschaft*. Hrsg. v. Herbert Willems & Martin Jurga. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 385–402.
- (2000) *Die frohe Botschaft des Fernsehens. Kulturwissenschaftliche Untersuchungen medialer Diesseitsreligion*. Konstanz: UVK.
- Ivanyi, Nathalie (1999) *Verlängerungsantrag zum DFG-Forschungsprojekt ‚Mediale (Re)Präsentation von Liebe‘*. Essen.
- Rühl, Manfred (1979) *Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System*. Bielefeld: Bertelsmann-Univ.-Verlag.
- (1989) Organisatorischer Journalismus. Tendenzen der Redaktionsforschung. In: *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderheft 30, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Hrsg. v. Max Kaase & Winfried Schulz. Opladen: Westdeutscher Verlag, S.253–269.
- Saxer, Ulrich (1997) Kommunikationsforschung und Kommunikatoren. Konstitutionsprobleme einer publizistikwissenschaftlichen Teildisziplin. In: *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen*. Hrsg. v. Günter Bentele & Michael Haller. Konstanz: UVK Medien, S. 39–54.

- Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (1994) Mediengattungen, Bericht-
erstattungsmuster, Darstellungsformen. In: *Die Wirklichkeit der Medien.
Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Hrsg. v. Klaus Merten,
Siegfried J. Schmidt & Siegfried Weischenberg. Opladen: Westdeutscher Ver-
lag, S. 212–236.
- Schröer, Norbert (Hg.) (1994) *Interpretative Sozialforschung. Auf dem Wege zu
einer hermeneutischen Wissenssoziologie*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schudson, Michael (1991) The Sociology of News Production Revisited. In:
Mass Media and Society. Hrsg. v. James Curran & Michael Gurevitch. Lon-
don: Edward Arnold, S. 141–159.
- Schütz, Alfred (1972) Der gut informierte Bürger. Ein Versuch über die soziale
Verteilung des Wissens. In: *Gesammelte Aufsätze II: Studien zur soziologi-
schen Theorie*. Den Haag: Martinus Nijhoff, S. 85–101.
- Semeria, Stefano (1999) *Talk als Show – Show als Talk. Deutsche und
US-amerikanische Daytime Talkshows im Vergleich*. Opladen: Westdeut-
scher Verlag.
- Soeffner, Hans-Georg (1989) *Auslegung des Alltags – Alltag der Auslegung. Zur
wissenssoziologischen Konzeption einer sozialwissenschaftlichen Hermeneu-
tik*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Tuchman, Gail (1991) Qualitative Methods in the Study of News. In: *A Hand-
book of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. Hrsg.
v. Klaus-Bruhn Jensen & Nicholas W. Jankowski. London: Routledge, S.
79–92.
- Weischenberg, Siegfried (1995) *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller
Medienkommunikation*. Bd.2, Opladen: Westdeutscher Verlag.