

**Andre Keime: Unterhaltung im deutschen Fernsehen.
Programmangebote und Nutzungsstrukturen**

Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 94 S., ISBN 978-3-8364-1192-9,
€ 42,-

Die von Andre Keime vorgelegte Überblicksarbeit *Unterhaltung im deutschen Fernsehen* geht hauptsächlich der Frage nach, wie sich durch den Beginn des Dualen Rundfunksystems in Deutschland die Muster von Programmangebot und –nutzung hinsichtlich der beiden grundlegenden Kategorien Information und Unterhaltung verändert haben. Ausgehend von einer knappen Darstellung der

rechtlichen, organisatorischen und geschichtlichen Grundlagen des Fernsehens in Deutschland wertet Keime die maßgeblichen Studien der Angebots- und Rezeptionsforschung aus, diskutiert im Zusammenhang seiner Fragestellung zentrale Konzepte wie die Konvergenzhypothese und problematisiert, nicht zuletzt auf dem Hintergrund der Nutzungsmotivforschung, die vielfach behauptete Dichotomie der medialen Funktionen Information und Unterhaltung. Auf diese Weise gelangt Keime zu einem hochdifferenzierten Verständnis der Veränderungen auf dem deutschen Fernsehmarkt, welches gleichermaßen die ökonomischen Mechanismen des kommerziellen Fernsehens als auch die (oft negierte) Entscheidungsfreiheit der Zuschauer berücksichtigt.

Als nachteilig erweist sich, dass die Studie, welche ursprünglich als Magisterarbeit im Fachbereich Soziologie der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf entstanden ist, erst mit sechs Jahren Verzögerung erscheint. Die Auswertung der Daten endet deshalb fast durchgehend mit dem Jahr 2000. Neuere Beiträge, die gerade zum Themenkreis von Unterhaltung und (politischer) Information in jüngster Zeit vorgelegt wurden (z.B. Christian Schicha / Carsten Brosda (Hg.): *Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten. Medieninszenierungen zwischen Popularität und Populismus*, Münster 2002.), finden so naturgemäß keine Berücksichtigung. Viele der im Buch erörterten Fallbeispiele, z.B. die Daily Talkshow und *Big Brother* (2000), haben außerdem mittlerweile erheblich an Aktualität eingebüßt. Die ihnen zu Grunde liegenden Tendenzen, wie die Vermischung von Information und Unterhaltung sowie die Durchdringung von privater und öffentlicher Sphäre, schreiben sich allerdings fraglos bis in den heutigen Fernsehalltag fort.

Unterhaltung im deutschen Fernsehen bietet eine konzentrierte Zusammenfassung der Entwicklungen, die sich auf Seiten von Programmangebot und –nutzung seit Einführung der kommerziellen TV-Sender auf dem deutschen Fernsehmarkt vollzogen haben, und ist, wenn es nicht primär auf die Aktualität ankommt, auch gut als Einführung in das Thema der Dualen Rundfunkordnung geeignet.

Christian Junklewitz (Köln)