

Markus Stauff

Claudia Gerhards, Stephan Borg, Bettina Lambert (hg.): TV-Skandale

2006

<https://doi.org/10.17192/ep2006.2.1517>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Stauff, Markus: Claudia Gerhards, Stephan Borg, Bettina Lambert (hg.): TV-Skandale. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 23 (2006), Nr. 2, S. 232–234. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2006.2.1517>.

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.

Claudia Gerhards, Stephan Borg, Bettina Lambert (Hg.): TV-Skandale

Konstanz: UVK 2005 (Kommunikation audiovisuell, Bd. 35), 406 S., ISBN 3-89669-470-7, € 34,-

Wenn in zwei Beiträgen des vorliegenden Sammelbandes von „getürkten“ (S.14 u. 299) Sendungen die Rede ist, so ist dies noch lange kein Skandal; ein Skandal wäre dies erst, so wird von zahlreichen beteiligten Autorinnen und Autoren herausgearbeitet, wenn eine öffentliche Empörung darüber einsetzte, die zum einen darauf beruhen würde, dass der Sachverhalt allgemein als Grenzverletzung verstanden wird, die zum anderen darin ihren Ausdruck fände, dass der Sachverhalt vielfältig und quer zu einzelnen Medien und Formaten (also nicht nur in einer Rezension) Thema wird. Obwohl also ein Skandal durchaus eine Reihe von Voraussetzungen hat (und konsensuelle Empörung in einer pluralisierten Gesellschaft darüber hinaus zunehmend unwahrscheinlich erscheint), ist es nicht von der Hand zu weisen, dass Skandale eine zentrale Rolle in der gegenwärtigen Selbstreproduktion der Medien spielen. Insofern allerdings kaum eindeutig zu klären ist, worin ein Skandal besteht (und was sein Auslöser ist), scheint es sinnvoll, eher die

Verfahren der Skandalisierung und ihre Funktionen zu untersuchen. Der Band geht diese Aufgabe durch eine Auseinandersetzung mit vier unterschiedlichen Darstellungsformen des Fernsehens (Shows, Fiktion, Musikfernsehen, Magazine) an, wobei sich schnell zeigt, dass die Fragestellungen und Antworten quer zu dieser Differenzierung liegen.

Vordergründig ermöglicht die Skandalisierung natürlich vor allem die Bündelung von (verwertbarer) Aufmerksamkeit. Daneben besitzt sie aber eine Reihe weiterer sozialer, medialer und epistemologischer Funktionen. Schließlich wird mit der Skandalisierung immer auch das Verhältnis von Routine und Ereignis, von öffentlich und privat sowie von Medialität und Realität zur Diskussion gestellt. In einer „Kleinen Philosophie des Fernsehskandals“, die den vier Kapiteln vorangestellt ist, verdeutlicht Lorenz Engell, dass der Skandal in einem Aufmerksamkeitsexzess besteht, der – je nach Anlass und Form – ganz unterschiedliche Aspekte des Mediums Fernsehen akzentuiert. Während manche Skandale sich daran entzünden, dass letztlich alltägliche Dinge (wie Sex, Obszönitäten etc.) im Fernsehen auftauchen und dieses somit als Inszenierungsmaschinerie ausstellen, betonen Politikskandale demgegenüber gerade die Vermittlungs- und Enthüllungsfunktion des Mediums. In jedem Fall allerdings sichert der Skandal dem Fernsehen „die Dimension des Möglichen“ (S.36).

Der Tenor der meisten Beiträge geht dahin, dass im historischen Prozess immer mehr das Medium selbst zum Auslöser und Gegenstand (statt zum Enthüller) von Skandalen wird. Dies liegt zum einen an der zunehmenden Inszenierung von Skandalen und einer immer dichteren Verwobenheit von Politik, Prominenz und Fernsehen. Peter M. Spangenberg etwa zeigt am Beispiel einer TV-Inszenierung von *Lysistrata* von 1961, dass gerade die Kopplung von ästhetischer Innovation und politischer Provokation Skandalisierungsversuche auf sich zieht. Zum anderen liegt es auch daran, dass Fernsehen (wie viele Beiträge unter Bezug auf Boris Groys und Niklas Luhmann ausführen) generell ‚unter Verdacht‘ steht. In einer Auseinandersetzung mit Skandalen des Reality-TV zeigt Nicolas Pethes wie variabel (und widersprüchlich) die Skandalisierungen verfahren, wenn häufig zunächst die Inhalte von Sendungen Anstoß erregen und im Anschluss daran die In-Authentizität dieser Inhalte in den Fokus der Kritik gerät. Klaudia Brunst zeigt in einer kleinen Skandalgeschichte von Hochzeits- und Beziehungsshow, wie das Fernsehen den ‚Fake‘, der ihm vorgeworfen wird, letztlich zum Showkonzept macht (in Sendungen wie *El, der Millionär. Mein großer, dicker, peinlicher Verlobter*, beide 2004). Pethes und Brunst heben beide hervor, dass in Reality-Formaten immer die Möglichkeit besteht, einen Ort der Privatheit zu definieren – der dann (sei es vom Format selbst oder komplementär von der *Bild-Zeitung*) enthüllt und skandalisiert werden kann. Die unterschiedlichen Sendungen bilden dabei differenzierte Skandalisierungspotenziale aus, insofern sie nicht nur Rollenerwartungen, sondern vor allem auch Zielpublika festlegen, die erst den Maßstab der Empörung justieren. Jana Scheerer rekonstruiert in diesem Sinne ein

spezifisches Skandalisierungsprofil von *Wetten, dass...* (ab 1981), das durch dessen Definition als Familiensendung geprägt ist, zugleich aber in der historischen Entwicklung auch erkennen lässt, dass eine spezifische Medienrealität (ein Grad an Inszenierung der *Wetten* etwa) erst sukzessive akzeptiert wurde.

Die Beiträge zu den Kapiteln Fiktion und Musikfernsehen sind nicht weniger interessant, tragen aber meist in geringerem Maße zu einer Spezifizierung der Verfahren und Funktionen des Fernsehskandals bei. So bleibt in der Analyse der „Bilder von Homosexualität“ (Jan-Oliver Decker / Hans Krahl) unklar, wann und auf welcher Ebene hier eine Skandalisierung verortet wird. Die Beiträge zu Elvis Presley (Elisabeth Bronfen), zu Eminem (Malte Friedrich) und Madonna (Nicoläa Grigat) machen deutlich, wie sehr Skandale sich immer wieder an Körperinszenierungen mit ihren kulturellen Konventionalisierungen festmachen lassen – und gerade dadurch strategisch instrumentierbar sind.

Der letzte Teil zu TV-Magazinen beschäftigt sich in sechs Beiträgen fast ausschließlich mit den gefälschten Magazinbeiträgen, die Michael Born in den 90er Jahren bei *stern TV* u.a. unterbrachte. Bemerkenswert ist hier vor allem der Beitrag von Alexander Plappert, der klarstellt, dass aus juristischer Perspektive nur ökonomische Schädigung, nicht aber ‚Betrug am Zuschauer‘ strafbar ist. Deshalb ist es nur folgerichtig, wenn Matthias Bickenbach die Arbeit von Michael Born (wie auch die des Journalisten Tom Kummer) als Poetologien der Authentizität untersucht und sie als „notwendige Falsifikationen eines unkritischen Realitätsprinzips“ (S.353) betrachtet. Dass im abschließenden Beitrag von Holger Thomsen ein Vertrauensverlust unterstellt und dieser als „Schwächung“ (S.371) des Mediums interpretiert wird, ist der hier dominierenden journalistischen Perspektive zuzuschreiben. Der überwiegende Teil der Beiträge zeigt an vielfältigen Beispielen und mit unterschiedlichen Argumenten, dass der Fernseh-Skandal (und auch die Skandalisierung des Mediums selbst) ein kaum verzichtbares Verfahren ist, das dem Fernsehen immer neue Potenziale der Aufmerksamkeitsakkumulation wie der (Selbst-)Reflexion verleiht.

Markus Stauff (Köln)