

Fernsehstars (Sammelrezension)

Ricarda Strobel, Werner Faulstich (Hg.): Die deutschen Fernsehstars

Bd.1: Stars der ersten Stunde

Göttingen 1998: Vandenhoeck & Ruprecht 1988, 264 S.,

ISBN 3-525-20796-4, DM 32,-

Bd.2: Show und Gesangstars

Göttingen 1998: Vandenhoeck & Ruprecht 1988, 247 S.,

ISBN 3-525-20797-2, DM 32,-

Die beiden ersten von insgesamt vier Bänden eines aus dem Siegener Sonderforschungsbereich hervorgegangenen Projekts, das sich unter Leitung von Ricarda Strobel und Werner Faulstich den Stars des Fernsehens widmet, sind erschienen. Sie wollen „Grundzüge einer Typologie und Geschichte deutscher Fernsehstars“ (S.9) entwickeln. Ein so umfassender Ansatz tut gut daran, auf die Schwierigkeit des Starbegriffs gleich eingangs zu verweisen: „Die Problematik des Begriffs ‚Star‘ ist vor allem in seinem relationalen Charakter, seiner Geschichtlichkeit und seiner Funktionendivergenz begründet“ (S.2). Ein Blick in das Nachbarmedium Film, wie es das von Helmut Korte und Stephen Lowry geleitete Partnerprojekt „Filmstars“ leistet, scheint diese These zu belegen, besonders was die Historizität der Bedeutung des Stars anbelangt: Mit der spätestens seit den sechziger Jahren sinkenden Relevanz des Films als einem Leitmedium ist auch der Starrium vieler seiner Protagonisten abgeklungen.

Daß das Fernsehen dieser Entwicklung vorausgriff und seinerseits mit einer Riege neuer Starpersönlichkeiten aufwartete, unterstreicht das Bedürfnis nach ihnen. Mit dem Auftauchen von Stars in der Pop- und Rockmusik, das die Autoren nicht zu erwähnen vergessen, hat sich der Starbegriff noch weiter ausgedehnt – so daß er heute auf Models, Sportler und Politiker, sogar auf virtuelle Persönlichkeiten wie „Kyoko Date“, einer unter Jugendlichen in Japan populären Computerfigur, anwendbar ist. Hier schlosse sich eine Untersuchung der unterschiedlichen Publika an, denn die Auffächerung des „Medienstars“ korrespondiert offensicht-

lich mit einer Ausdifferenzierung der Zuschauer, so daß jede 'Zielgruppe' sich ihre eigenen Stars schafft.

Der Fernsehstar war von Beginn an ein Gebrauchsstar, einer „zum anfassen“ (S.72), dem der Ruhm weder in den Schoß gelegt wurde noch über den Kopf wuchs, der ihn sich vielmehr, oft unter harten Bedingungen, erarbeiten mußte. Das ist der Tenor des initialen Bandes *Stars der ersten Stunde*. In ihm finden sich detaillierte Beschreibungen von Biographie und Karriereverlauf, sowie exemplarischen Analysen der Werke von Persönlichkeiten wie Peter Frankenfeld, Hans-Joachim Kulenkampff, Robert Lemke, Heinz Quermann und Heinz Florian Oertel. Sie alle sind Schlüsselfiguren des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bzw. des Fernsehens der DDR, waren Moderatoren, Spielleiter und Talkmaster in einer Person, denen bald die großen Samstagabendshows anvertraut wurden. Mit Sendungen verschiedenster Genres sind sie einem großen Publikum oft über Jahrzehnte hinweg vertraut gewesen und wirkten, wenn sie gerade keine eigene Sendung unterhielten, hinter den Kulissen als Autoren oder Redakteure weiter. Die deutsche Fernsehgeschichte und auch die Genregeschichte des Fernsehens, das zeigen die historische Abrisse deutlich, verbindet sich maßgebend mit diesen Namen.

Am Ende jedes Kapitels ist eine knappe Image-Skizze untergebracht, für die vornehmlich Zeitungsartikel inhaltsanalytisch ausgewertet wurden und die in kurze „Thesen zum Starerfolg“ mündet. Als gemeinsamer Nenner für die „Dinosaurier“ des Fernsehens wird zusammenfassend ein zeitspezifisches „Vaterprinzip“ (S.204) reklamiert, das trotz vieler Unterschiede von „Ost“- und „West“-Karrieren hüben wie drüben Gültigkeit zeigte. Auch wenn im Falle der beiden „Ost“-Stars Quermann und Oertel „gewisse Stereotypisierungen durch eine Boulevardpresse nach bundesdeutschem Muster“ (S.166) fehlten, insbesondere Angaben zur Privatsphäre, zeichnen alle Karrieren das Bild eines Stars für die 'einfachen' Leute und dienen damit als robustes Kollektiv-Imago.

Jede Zeit schafft sich offenbar die Stars, die sie braucht, und folglich geht es bei den *Show- und Gesangstars* des zweiten Bandes – Catarina Valente, Lou van Burg, Vico Torriani, Peter Alexander und Helga Hahnemann – etwas glamouröser zu. Wir schreiben die sechziger Jahre, als weltgewandtes Flair vom Publikum erwünscht war und die Bemühungen der Bundesrepublik um Internationalität sich in den Starpersonae widerspiegelte. Es sind gerade die nicht-deutschen Stars (bis auf Helga Hahnemann, die in der DDR andere Wertmaßstäbe zu vertreten hatte, dort aber durch ihre Ironie gleichermaßen Exotik verbreitete), welche in einem neuen Fernsehgenre, der Personality-Show, reüssieren und gewissermaßen die Fremde qua Person in die heimischen Wohnstuben holten. Fernsehgeschichte auf der einen und Zeit- bzw. Mentalitätsgeschichte auf der anderen Seite erhellen sich hier gegenseitig.

Auch die Kapitel des zweiten Bandes sind nach dem bewährten Muster Biographie-Karriere-Werkanalyse-Image strukturiert. Dabei zeigt sich eine besondere

Funktion des Starimages von Showstars, wie sie schon von Richard Dyer für Filmstars beschrieben wurde, nämlich diejenige, Widersprüche in sich vereinen zu können. Alle Karriereknicks, persönlichen Probleme, Eklats, Diskrepanzen zwischen Herkunft und Lebensstil usw. können dem Ruhm der Showstars offenbar nichts anhaben. Solche Widersprüchlichkeiten werden vielmehr vom Image inkorporiert. Auch der Umstand, daß die Künstler in mehreren Bereichen der Unterhaltungsindustrie tätig sind, verschiedene Medien gleichzeitig bedient haben und dort in unterschiedlichen Gattungen und Genres, im 'E' und 'U'-Fach, vertreten sind, kommt dem nur zupaf. Als Garanten des Status quo, unbehelligt aller in den sechziger Jahren ablaufenden gesellschaftlichen Veränderungen, halten sie am Mythos einer heilen Welt fest.

Den Anhang rundet eine übersichtliche Materialiensammlung inklusive wertvoller Bibliographien ab. Man darf durchaus gespannt auf die nächsten beiden Bände des Forschungsprojektes sein: *Stars für die ganze Familie* und *Zielgruppenstars*.

Helmut Merschmann (Berlin)

Hinweise

Bleicher, Joan Kristin: Fernsehen als Mythos. Poetik eines narrativen Erkenntnisystems. Wiesbaden 1999. Ca. 320 S.

Buckingham, David / Hannah Davies / Ken Jones / Peter Kelly: Children's Television in Britain. History, Discourse and Policy. London 1999. 256 S.

Frieske, Michael: Selbstreferentielles Entertainment. Televisionäre Selbstbezüglichkeit in der Fernsehunterhaltung. Leverkusen 1998. 147 S.

Jurga, Martin: Fernstextualität und Rezepti-

on (Arbeitstitel). Wiesbaden 1999. Ca. 230 S.

Ludes, Peter / Helmut Schanze (Hg.): Medienwissenschaften und Medienwertung (Arbeitstitel). Wiesbaden 1999. Ca. 240 S.

Sicking, Peter: Leben ohne Fernsehen. Eine qualitative Nichtfernseherstudie. Leverkusen 1998. 260 S.

Vitouch, Peter: Fernsehen und Angstbewältigung. Zur Typologie des Zuschauerhaltens. 2. aktual. und erw. Aufl. Wiesbaden 1999. Ca. 221 S.