

Gerd Hallenberger, Hans-Friedrich Foltin: Unterhaltung durch Spiel. Quizsendungen und Game Shows des deutschen Fernsehens.-
 Berlin: Wissenschaftsverlag Volker Spiess 1990, 237 S., DM 48,-

Obwohl 'Quiz' und 'Game Show' zu den beliebtesten Fernsehangeboten überhaupt gehören, sind sie noch kaum untersucht - Anlaß genug, eine erste systematische Bestandsaufnahme vorzulegen. Die vorliegende Studie bietet Teilergebnisse eines Projektes, das im Sonderforschungsbe-
 reich "Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien. Schwerpunkt: Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland" angesiedelt ist. Die Autoren stützen sich auf eine Reihe von Teiluntersuchungen, deren wichtigste Ergebnisse vorgestellt werden, wobei auf eine umfassende Dokumentation der Inhaltsanalysen aus Platzgründen verzichtet werden mußte (vgl. S.16, Anm.19). Um der Gefahr einer "begriffslosen Empirie" (S.17) zu entgehen, wird die Präsentation der empirisch gewonnenen Forschungsergebnisse durch Überlegungen zu "Fernsehen, Unterhaltung und Spiel: Exploration eines Dreiecksverhältnisses" (Kap.2) eingeleitet und mit zwei Betrachtungen über "Spiel und Leistung" (Kap.6) sowie "Strategien symbolischer Sinnstiftung" (Kap.7) abgeschlossen. Die dazwischenliegenden Kapitel thematisieren "Die Stellung von Quiz und Game Show im Gesamtprogramm" (Kap.3), "Typen und Formen von Game Shows und Quizsendungen" (Kap.4) und "Strukturen und Inhalte von Game Shows und Quizsendungen" (Kap.5). Die Kapitel 6 und 7 stammen von Foltin, die Kapitel 1 bis 5 von Hallenberger.

Das audiovisuelle Medium Fernsehen ist per se unterhaltsam - so lautet eine Binsenwahrheit und so setzt Hallenberger folgerichtig beim Unterhaltungsbegriff an. 'Unterhaltung' als Programmauftrag mit den dazugehörigen Sparten ist das eine, 'Unterhaltung' als Rezeptionsbegriff das andere. Unterhaltend ist für den Fernsehzuschauer, was nicht langweilig ist, und das gilt für das Fernsehangebot insgesamt. Die Frage lautet dann: Fühlt sich der Rezipient durch das Produkt unterhalten oder gelangweilt? Dabei beklagt Hallenberger, daß wir noch immer nicht über ein Alltagsverständnis von 'Unterhaltung' hinausgelangt seien (vgl. S.29). Ich sehe das nicht als so problematisch an, zumal dieser Zusammenhang von Unterhaltung und Langeweile letztlich auch den Hintergrund für die folgende, genauere Explikation von Unterhaltung abgibt. Hallenberger fragt nämlich, was es eigentlich bedeutet, daß ein Fernsehangebot für einen Rezipienten unterhaltend ist. Unter Berufung auf den Nutzenansatz untersucht er die Rolle des Zuschauers im Kommunikationsereignis 'Fernsehen'. Dabei betrachtet Hallenberger das Fernsehen als ein Spielmedium und faßt die "Fernseh-Tätigkeit [des Nutzers; U.P.] als in hohem Maße spielerische Tätigkeit" (S.40) auf. Für Spiele ist aber typisch, daß "die Spieler spielspezifische Handlungsrollen annehmen,

gleichzeitig [...] natürlich die Personen [bleiben; U.P.], die sie vor Spielbeginn waren - ihre Spieler-Rollen entwickeln sie auf der Grundlage ihrer sonstigen Handlungsrollen und nicht als autonome neue" (S.73). Diese These läßt sich noch zuspitzen: Unterhaltung resultiert aus der spielerischen Übernahme von Rollen ohne die dazugehörige Rollenverpflichtung (vgl. Ursula Dehm: *Fernsehunterhaltung. Zeitvertreib, Flucht oder Zwang.*- Mainz 1984). Aus dem spielerischen Umgang mit dem Fernsehen erwächst der Lustgewinn, das Fernsehen aber muß dem Zuschauer entsprechende Spielangebote machen - sonst langweilt es.

Im weiteren entwirft Hallenberger ein Kategorieninventar, das es erlaubt, die Arten von Spielen, die wir mit Fernsehen spielen können, und ihre spezifischen Reize zu konkretisieren. Fazit: Beliebtheit und Unterhaltungswert von Quizsendungen und Game Shows beruhen darauf, daß in ihnen eine Vielzahl unterschiedlicher Spielangebote gebündelt werden, so daß "ein durchaus komplexes Rezeptionsangebot" (S.72) entsteht - trotz und neben der unbestrittenen inhaltlichen Banalität der Sendungen. Außerdem bieten Quiz und Game Show als fernsehspezifisch inszenierte Spiele dem Rezipienten neben "distanzierter Ergebnisspannung" die Möglichkeit als "fiktiver Kandidat", in manchen Sendungen sogar als "tatsächlicher Teilnehmer" (S.69f.) mitzuspielen. Was Hallenberger hier theoretisch skizziert, schreit geradezu nach empirischer Konkretisierung: Mit Mitteln der linguistischen Gesprächsanalyse und der Mikrosoziologie müßte untersucht werden, wie Zuschauer solche Sendungen aktiv rezipieren und kommunikativ weiterverarbeiten, und zwar unmittelbar in der Rezeptionssituation, aber auch in späteren Kommunikationen.

Entsprechend ihrer Zielsetzung konzentrieren sich die Autoren auf die Präsentation sendungsbezogener Fakten, die sie in großer Fülle vorlegen: einen Überblick über das Gesamtangebot an Quizsendungen und Game Shows im Jahre 1986; dazu korrespondierend einen Überblick über die 'Nachfrage' im Jahr 1986 und Bemerkungen zum Adressatenkreis; den Entwurf einer Sendungs-Typologie; Fakten zu den materiellen Rahmenbedingungen der Sendungen wie z.B. den Produktionsbedingungen, Dekorationen, Requisiten und dem ständigen Personal; eine Analyse der Spielkandidaten (u.a. im Hinblick auf ihren Status in der Sendung und ihre Herkunft); eine Untersuchung der Spielleistungen nach den Spielinhalten, Themen der Spielfragen und Spielgewinnen; nicht zuletzt auch einen Ausblick auf die Nicht-Spiel-Inhalte der Sendungen. Einzelergebnisse können hier weder hervorgehoben noch kommentiert werden. Es bleibt aber pauschal festzuhalten, daß die Autoren mit ihrer Studie einen reichen Fundus an systematisch geordneten Informationen bieten, aus dem jeder schöpfen kann, der sich mit Quiz und Game Show beschäftigt, und zwar unabhängig von Fachzugehörigkeit und spezifi-

scher Fragestellung. Zu diesen Informationen rechnen aber nicht nur die vorgestellten Erhebungsergebnisse, sondern auch zahlreiche Bemerkungen, die die Autoren am Rande machen.

Ulrich Püschel (Trier)