

Sabine Jörg (Hrsg.): Spaß für Millionen. Wie unterhält uns das Fernsehen? - Berlin: Verlag Volker Spiess 1983, 178 S., DM 19,80

Sabine Jörg: Unterhaltung im Fernsehen. Show-Master im Urteil der Zuschauer.- München, New York, London, Paris: K.G. Saur 1984 (Schriftenreihe Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen 18), 170 S., DM 32,--

In kurzem Abstand legt Sabine Jörg zwei Arbeiten zur Fernsehunterhaltung vor, die unterschiedlicher kaum sein könnten: eine empirische Rezeptionsanalyse und eine Edition selbstkritischer Reflexionen der Unterhaltungsmacher. Beide könnten einander trefflich ergänzen, doch wird die begrüßenswerte Absicht, in der weitläufigen Literatur zur Materie neue Akzente zu setzen, durch konzeptionelle Mängel beeinträchtigt.

Die Untersuchung über das Bild der Show-Master im Urteil der Zuschauer basiert auf der Befragung einer repräsentativen Stichprobe von 1323 Bundesbürgern und -bürgerinnen, die im Herbst 1981 vorgenommen wurde. Auf der Grundlage offener Gespräche und eines Pretests wurde eine Skala von 20 Attributen erarbeitet, mittels derer die Befragten ein Profil ihrer Einschätzung der Show-Master Felix, Fuchsberger, Juhnke, Kulenkampff, Rosenthal und Thielke, des idealen Show-Masters sowie ihrer Selbsteinschätzung erstellen konnten. Die Attribute wurden gewichtet nach drei Super-Merkmalen, "Unterhaltungswert", "Stärke" und "menschliche Bewertung" (S. 52 ff). Bei den insgesamt positiven Bewertungen ("Sie mögen sie", S. 7) wird "Stärke" (Attribute: + schlagfertig, - ängstlich, pessimistisch, unbeholfen, plump) generell vorausgesetzt, Unterschiede der Bewertung ergeben sich hinsichtlich des Unterhaltungswertes (Juhnke wird für besonders musikalisch, Rosenthal für besonders temperamentvoll, Fuchsberger für besonders attraktiv gehalten etc.) und der menschlichen Bewertung (Felix gilt als ein wenig überheblich, Kulenkampff als besonders besserwisserisch etc.). Männer und Frauen urteilen insgesamt übereinstimmend; altersspezifische Unterschiede sind gering; "am 'strengsten' (...) werden die Show-Master zumeist von den Zuschauern mit Abitur aber ohne Studienabschluß (...) behandelt, am 'freundlichsten' von den Volks-

schülern mit abgeschlossener Lehre" (S. 79 f); eine besonders wichtige Rolle nimmt die Übereinstimmung zwischen der Selbsteinschätzung der Zuschauer und dem Bild ihres liebsten Show-Masters ein, die Möglichkeit also der Identifikation.

An der Gründlichkeit und Sorgfalt, mit denen Umfrage und Auswertung erstellt wurden, besteht kein Zweifel. Vf. schreibt dankenswerterweise flott und eingängig (methodische Anmerkungen im "Fachchinesisch" sind im Schriftsatz abgehoben, der Laie wird aufgefordert, sie zu überspringen), und ihre Arbeit hebt sich dadurch wohltuend von anderen empirischen Arbeiten ab. Allerdings drängt sich der Eindruck auf, daß der Verzicht auf jeden Anmerkungsapparat nicht nur der Entschlackung dient. Es bleibt offen, inwieweit die ausgedehnte Diskussion über Fernsehunterhaltung, die seit den sechziger Jahren zum Teil vehement geführt wurde, in den Prozeß der Hypothesenbildung einging. Ein Satz wie: "Musik, Spaß, Zeitvertreib, das sind die angenehmen Dinge des Lebens" (S. 107) mutet angesichts fortgeschrittener Forschung zu den sozialen Ursachen des Unterhaltungsbedürfnisses und zu den sozialen Folgen der gegenwärtig betriebenen Art seiner Befriedigung als zumindest blauäugig an. Lesbare Darstellung scheint hier und an vielen weiteren Stellen um den Preis kritischer Auseinandersetzung und inhaltlicher Gediegenheit erkaufte. - Es ist schade, daß die Energie, mit der Vf. sich daran macht, "das Geflecht der Beziehungen zwischen verschiedenen Zuschauergruppen und verschiedenen Show-Mastern ein Stück weit aufzuschüren" (S. 9 u. S. 116) sich auf einen eher abgelegenen Knotenpunkt dieses Geflechts richtet. Gleichzeitig harren zentrale Thesen der Diskussion um Fernsehunterhaltung und -wirkung immer noch empirischer Überprüfung: Inwieweit ist das Bild der Zuschauer von den Show-Mastern durch die Begleitpublizistik geprägt? Gibt es erkennbar verschiedene Typen der Unterhaltungsrezeption? Läßt sich ein Zusammenhang nachweisen zwischen der Präsentationsform und der Rezeptionsweise? Inhaltsanalyse und Empirie sind nach wie vor zwei Königskinder, zwischen denen das Wasser viel zu tief ist.

Wer sich von einem Titel wie "Spaß für Millionen. Wie unterhält uns das Fernsehen?" nun verspricht, hier werde, wenn auch noch keine Brücke über dieses Wasser gebaut, so doch wenigstens eine erste Verbindung geschlagen, der sieht sich enttäuscht. Die Fragen, die mit dem Titel impliziert zu sein scheinen: Muß oder kann der "Spaß für Millionen (DM)" wirklich immer schon den "Spaß für Millionen (Zuschauer)" bedeuten? Stimmt dieser Zusammenhang? Oder welche anderen (billigeren oder spezifischeren) Konzepte hat das Fernsehen? - diese Fragen bleiben unbeantwortet. Der Band enthält nicht Untersuchungen, sondern Bekenntnisse der Fernsehleute: Robert Lembke, Thomas Gottschalk, Werner Schneyder u.v.a.m. Nun hätte natürlich eine solche Edition zweifellos ihren Reiz: Immerhin bietet sie den Unterhaltungsmachern die Möglichkeit, den Kritikern entgegenzutreten, das eigene Licht nicht unter den Scheffel zu stellen, die Aufgabe, andere zu unterhalten, als wichtig zu verteidigen. Aber auf ihre eigene Arbeit gehen leider nur ein, zwei Autoren ein: Wolfgang Menge etwa, oder Dagobert Lindlau, die bissig und humorvoll die institutionellen Hindernisse beschreiben, die die Sendeanstalten Talk-Shows in den Weg legen. Der Blick hinter die Kulissen, wo sich händeringend die Sendegewaltigen tummeln (Lindlau, S. 33 f), die andererseits die Vorfelddar-

beiten der Moderatoren nach Kräften erschweren (Menge, S. 118 f), - das Aus-Dem-Nähkästchen-Plaudern schafft genau jene unterhaltende Mischung, die alle Autoren des Bandes fordern: Spannung und informative Neuheit. Die übrigen aber vermeiden es geradezu auffällig, sich zu ihrer Tätigkeit als zu ihrem Erfahrungsbereich zu bekennen; wie ihr eigenes schlechtes Gewissen treten sie neben sich und drohen sich "milde mit dem Finger" (Genée, S. 15). Hier fehlt die Bereitschaft, einfach zu sein; die Autoren setzen sich einem überzogenen intellektuellen Anspruchsdruck aus und bemühen sich so um eine kritische Reflexion auf Unterhaltung als gesellschaftliches und mediales Problemfeld und zwar selbst dort, wo diese Reflexion nicht theoretisierende, sondern literarische Form annimmt, wie z.B. in Werner Schneyders scharfzüngigen Aphorismen.

Die Frage des Untertitels "Wie unterhält uns das Fernsehen?" beziehen die Autoren stracks auf sich, und dadurch erscheint "Fernsehen" als ein anonymer Apparat, dem sich gerade auch die Fernsehmacher ausgesetzt sehen. Befragt, wie sie sich vom Fernsehen unterhalten fühlen, antworten die Unterhaltungsmacher nicht anders als viele Zuschauer auch: "Die Hölle stelle ich mir als einen Ort vor, an dem (...) die Deutschen Unterhaltungssendungen machen" (Lembke), "mißliche Lage" (Gottschalk). Der Zwang, zu urteilen, statt zu beschreiben, und der Anspruchsdruck, um jeden Preis geistreich sein zu sollen, führt dazu, daß selbst ein Hansjürgen Rosenbauer sich an die Metapher von der Unterhaltung als lauwarmem Kartoffelsalat klammert, eine Kritik, die um so weniger überzeugt, als er die Forderung nach "heißer" Unterhaltung mit der Bemerkung, sie möge doch bitte "ohne Brandwunden" (S. 22) abgehen, sofort wieder in Richtung auf lauwarm zurückschraubt. Da sich viele der Autoren auf das fremde Gebiet der Kritik versetzt sehen, behelfen sie sich mit der Konvention: Ihre Thesen und Überlegungen unterscheiden sich kaum von dem allgemeinen Klagegesang der Leserbriefschreiber, TV-Zeitschriften und Kritiker. Dadurch, daß die Herausgeberin ihren Autoren diesen Seitenwechsel nahelegte oder zumindest nicht erschwerte, ermöglichte sie ihnen die subtilste, aber auch bequemste Art, sich einer Auseinandersetzung zu entziehen. Sie nehmen jeder Kritik den Wind aus den Segeln, indem sie vorab als eigene formulieren, was sie für die allgemeine Kritik halten. Von dem stets geforderten Selbstbewußtsein der Fernsehunterhaltung bleibt nicht viel übrig. So trifft auf dies Buch leider zu, was BenWitter über zu gut vorbereitete Talk-Shows meint: Die gramgebeugten Unterhalter sitzen da, "mit Punkt, Komma und Strich" und es ist und bleibt steif; es ist keiner da, der mit uns redete, sie unterhalten nur sich selbst und einander.

Joachim Schmitt-Sasse