media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

MEDIENwissenschaft
Rezensionen | Reviews

Hans-Dieter Kübler

Wolfgang Tietze, Manfred Schneider (Hg.): Fernsehshows. Theorie einer neuen Spielwut

1993

https://doi.org/10.17192/ep1993.1-2.4942

Veröffentlichungsversion / published version
Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Kübler, Hans-Dieter: Wolfgang Tietze, Manfred Schneider (Hg.): Fernsehshows. Theorie einer neuen Spielwut. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 10 (1993), Nr. 1-2, S. 154–157. DOI: https://doi.org/10.17192/ep1993.1-2.4942.

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.

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

Wolfgang Tietze, Manfred Schneider (Hg.): Fernsehshows. Theorie einer neuen Spielwut
München: Raben-Verlag von Wittern 1991 (Raben-Streifzüge), 185 S., DM 26,-

Die Bildschirme, die privaten ungleich mehr als die öffentlich-rechtlichen, überrennen sie förmlich, zumal in den gewinnträchtigen Prime times bzw. Werbezeiten stößt man unausweichlich auf sie: die Gameshows, Ratespiele und schicken TV-Amüsements mit Publikumsbeteiligung. Fun, Quiz und Tingeltangel versprechen sie pausenlos. Immer skurrilere Einfälle und abstrusere Leistungsbeweise werden prämiert. Schleichwerbung, Product Placement, wie es neudeutsch heißt, läßt sich in ihnen versiert verpacken. Beim breiten Publikum sind sie offenbar hochbeliebt, die Einschaltquoten vermelden dies, und die Sender können sich vor dem Andrang willfähriger Kandidaten und Studiogäste kaum retten. Ganze Consulting-Firmen leben schon davon, die potentiellen "TV-Spots" auf ihre Telegenität hin zu testen. Spaß und Klamauk allein triumphieren, Moderator wie Publikum dürfen nicht überfordert werden.

Dies alles vor Augen, genauer: täglich aufs Auge gedrückt, greift man neugierig zu einem Buch, das eine "Theorie" über diese "neue Spielwut" verspricht und sogleich versichert, gänzlich anders an das Phänomen heranzugehen, als dies bislang Kulturkritik und ideologiekritischer Manipulationsvorwurf taten. Mit einer "anderen Sprache müsse über das Fernsehen" gesprochen werden, heißt es programmatisch, weder wolle man "die ausgemachte Banalität von Gameshows zum tausendsten Mal [...] beklagen noch durch gewaltsame Zuschreibungen leugnen" (S.8). Doch so umwerfend alternativ lauten die formulierten Ansprüche auch wieder nicht - im Vergleich zu denen, die anderswo wissenschaftlich verfolgt werden. Weshalb bemühen die Autoren, allesamt Mitglieder eines in Essen angesiedelten Instituts für Medienanalyse, dieses großspurige Etikett? Just for show - auch in der Medienanalyse?

Plakativ und ambitiös geben sich die meisten Überschriften der folgenden sieben Beiträge: "Was zerstreut die Zerstreuung?" fragt zunächst M. Schneider, Professor für Neuere deutsche Literatur in Essen, und nach einem belesenen Durchgang durch die Kultur- und Philosophiegeschichte, aber auch mit einem nicht ganz einsichtigen, recht knappen Rekurs auf die

Physiologie und auf die von ihr ermittelten Perzeptionsfähigkeit der menschlichen Cortex löst er das Rätsel mit einer doch recht stupenden Antwort: Zerstreuung sei "weder gut noch schlecht"; "der Haß der Philosophen und Pädagogen" auf sie bestünde fort, sei aber so "inhaltsleer" wie sie selbst (S.22).

Von Th. Lorenz' Essay zur Geschichte der Fernsehschau seit der nationalsozialistischen Militärrevue, überschrieben mit "Bombenstimmung", erwartet man sich zumindest verläßliche Fakten und historiographische Trendbeschreibungen. Doch an eine schlichte Chronologie mag auch dieser Autor sich nicht halten, er fahndet vorzugsweise gewichtigen Paradigmen nach: der "Selbstthematisierung der Medien" etwa und der "Selbstreferenz der Unterhaltungsorte" (S.30), zwei strukturelle Tendenzen, die er schon mit der deutschen Uraufführung des Films im Berliner Wintergarten begonnen sieht. Für heutige Shows sei außerdem das "Entscheidende" der "Live-Charakter" - der heute allerdings meist nur noch vorgegaukelt wird! Die - um Luhmanns systemtheoretischen Topos aufzugreifen - 'Autopoesis der Medien', des Fernsehens insbesondere, und die damit einhergehende inhaltliche Leere firmieren notabene als vielbemühte Metapher in diesem Band und zählen wohl zu den grundlegendsten Einsichten. Aber müssen sie unentwegt so prätentiös formuliert werden (s.S.44)? Gleichwohl: Mit den Fotos und den verstreuten historischen Streiflichtern bietet Lorenz mindestens Materialien für die noch ungeschriebene Geschichte der Fernsehshow, die wohl zuerst einer verläßlichen Chronologie bedarf, bevor sie nach Themen quergelesen werden kann.

An Adornos *Negative Dialektik* erinnert P. Friedrich mit seiner "Semantik des Negativen in Quiz und Gameshows", auch wenn er jenen nicht ausdrücklich erwähnt und sich lieber auf Foucault, Deleuze und Lyotard beruft. Gemeint ist damit die unaufhebbare, aber ständig kaschierte Affinität zwischen Arbeit und Spiel, hier auch als Agonalität verstanden, die die immer wieder verblüffende Ernsthaftigkeit der Durchführung und die Strenge der Regeln bewirkt - und dies auch just bei den vermeintlich so lockeren und lustigen Bildschirmblödeleien. Gerade an ihren monströsen Techniken und sturen Usancen vermag Friedrich einige dieser Momente aufzuzeigen - freilich viel zu wenig konkret an den laufenden Varianten, da ihm die aus der mathematischen Spieltheorie geborgte Diktion offenbar wichtiger ist als die nachvollziehbare Einsicht.

Den Blick gen Himmel, da Fernsehen - so das Fazit - ein himmlisches Vergnügen suggeriere, richtet die TV-Show nach Auffassung J.-P. Meiers, und auch er bemüht dafür die gesamte Partitur metaphorischer Fernsehkritik, von der Raumfahrt über Nipkows Erfindung der Lochscheibe bis hin zu jüngsten Technikvisionen über HDTV und Cyper space: Fernsehshows enträumlichen und entkörperlichen die Studiofiguren wie die

Studiogäste. Was allein bleibt, ist die Sendung als Sendung, nun auch gemeint im religiösen Wortsinn. Am deutlichsten komme jener "elektronische Allraum" zum Tragen in den Informationssendungen, weshalb sich Meier zu der ebenfalls pauschalen Sentenz versteigt: "Nicht 'Tutti Frutti', sondern die Nachrichten- und Sportshows, vor allem aber die mit Monitoren, sichtbaren Kameras, Zuschauerzuschaltungen, Telephonleitungen etc. angeheizten Unterhaltungsshows sind der wahre Ort der telegenen Obszönität" (S.94), denn hier seien alle Apparaturen versammelt, die Raum und Zeit aufheben. Oder ist es vielleicht umgekehrt: Hier werden Raum und Zeit so banalisiert, daß sie dem Alltag, der vor dem Bildschirm passiert, zwar nicht gleichen, aber ihm huldigen.

Just in die konträre Richtung argumentiert M. Niehaus: "Der Raum der Fernsehshow ist ein durch absolute Sichtbarkeit definierter Raum" (S.107), schreibt er unter der Überschrift: "Das Fernsehen in seiner Sichtbarkeit". Ihm geht es ebenfalls um jene Selbstreferenz des Mediums, und dafür trägt er einige aufschlußreiche Komponenten zusammen, wobei er seine Beispiele aus recht verschiedenen Genres holt, auch aus den dramaturgisch anders entstehenden und zu bewertenden Fernsehserien. An der bisher vorgebrachten Einschätzung des Studiopublikums kritisiert er, daß dessen "medialer Status" (S.109) ignoriert worden sei; es agiere nicht als Stellvertreter für die Gucker zuhause, sondern habe eine genau geplante dramaturgische Rolle zu erfüllen - ein "inszeniertes Publikum" (ebd.).

Unter der Überschrift vom "Wesen der Unterhaltung" rekapituliert Niehaus ferne Postmansche Thesen von der durchgängigen Unterhaltungsform, die selbst die Information bestimme. Insgesamt spekuliert er mächtig über die Sehweisen, Motive und Involvierungen 'des' Zuschauers - ohne zu spezifizieren, wen er damit meint. Wer heute Fernsehanalyse betreibt, sollte eigentlich die Erkenntnisse der Rezeptionsforschung nicht mehr mißachten, die sich längst von solchen pauschalen Attribuierungen des Zuschauers verabschiedet hat.

"Wohin geht die Unterhaltungspost..", fragt sich W. Tietze, seit 1990 wissenschaftlicher Angestellter im ZELLULOID-Verein für Kino- und Medienarbeit in Essen. Doch wer sich nun Trendbeschreibungen oder auch phantasiereiche Visonen über das künftige TV-Vergnügen jenseits der schon eingespielten Muster versprochen hat, kommt abermals nicht auf seine Kosten. Auch Tietze bevorzugt das essayistische Fabulieren entlang diesem oder jenem Eindruck: Die anhaltende Krise der großen Fernsehshow, die die Macher und Verantwortlichen schier verzweifeln läßt und sie zu immer waghalsigeren, aber auch windigeren Kapriolen treibt, nimmt er ebensowenig gezielt aufs analytische Korn, wie er mögliche Gegenstrategien mit neuen Technologien, etwa mit computergestütztem Video, exakt beschreibt. Müssen die Moderatoren abdanken, verkommen sie zu bloßen

Stichwortgebern oder liegt die Zukunft - wie einer der Fernsehmacher noch 1987 glaubte, in der Informationsshow, weil den simplen Witzeleien und spaßigen Betriebsamkeiten bald der Geist ausgeht? Schlüssige Antworten oder auch nur konkrete Fragen gibt Tietze dazu nicht.

Gleichsam im Epilog verabschiedet V. Pruß schließlich noch den Moderator: Als Bildschirm-Oberlehrer hat er gewiß schon abgedankt, als hochbezahlter Star in der ständig wichtigeren Rolle der Ankerperson und als Personifizierung der sog. Senderkennung erlebt er hingegen gerade seine kometenhaften Aufschwung und treibt die Gagen immer höher. Läßt sich aber dann behaupten, der "Showmaster werde" auf das "legitimierende Symbolische" reduziert, das "noch durch die technische Möglichkeit verstärkt wird, alle Personen, die auf der Showbühne erscheinen, mit einem [...] fast unsichtbaren Mikrophon auszustatten"? (S.175) Dessen ältere technische Version, die berüchtigte Gummi überzogene Kugel, erinnere an einen Phallus und habe Macht demonstriert; inzwischen im Knopfloch oder unter dem Hemd verschwunden ist es für V. Pruß gleichsam Symptom dafür, daß der Moderator Funktion und Macht eingebüßt habe.

Etwas angestrengt und recht ratlos legt man diesen Band zur Seite - und verfällt womöglich umgehend der nächsten Gameshow auf der Mattscheibe, ohne grundlegende neue Erkenntnisse, ohne mehr als einige schicke oder auch verwirrende Analyseversatzstücke im Kopf zu haben. Sicher: Die eine oder andere punktuelle Einsicht läßt sich finden und wirkt anregend, die eine oder andere geistesgeschichtliche Verbindung und Analogie läßt aufhorchen, läßt sich weiterspinnen, aber von einer "Theorie" sind die einzelnen Beiträge(r) weit entfernt. Dabei hätte es schon genügt, eine einigermaßen systematische und nachvollziehbare Beschreibung der neuen Gameshows, ihrer Formen, Dramaturgien und Techniken zu liefern, und wenn dann noch historische Rekonstruktionen ihrer Vorläufer und Verbindungen zu anderen Genres aufgezeigt worden wären, hätten sich die Hoffnungen mehr als erfüllt.

Hans-Dieter Kübler (Hamburg/Werther)