

Sammelrezension: Fernsehprogrammordnungen im Wandel

Axel Schmidt, Klaus Neumann-Braun, Ulla Autenrieth: Viva MTV! Reloaded. Musikfernsehen und Videoclips crossmedial

Baden-Baden: Nomos 2009, 110 S., ISBN 978-3-8329-3912-0, € 17,90

Nicole Labitzke: Ordnungsfiktionen. Das Tagesprogramm von RTL, Sat.1 und ProSieben

Konstanz: UVK 2009, 334 S., ISBN 978-3-86764-131-9, € 34,- (Zugl. Dissertation im Fachbereich Sozialwissenschaften, Medien und Sport der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz)

Im Zuge zunehmender Digitalisierung und medialer Ausdifferenzierung von fernseheigenen Inhalten in andere mediale Bedeutungsträger (Internet, Podcasts, Livestreams) müssen die Fernsehprogrammordnungen, also die grundlegenden Strukturierungen des Programms in Blöcke, Sendungen und einzelne Beiträge, überdacht und erweitert werden, um mit dem Mediennutzungsverhalten der

Zuschauer Schritt zu halten. Besonders relevant ist dies für die Musiksender, welche durch die Nutzung vorwiegend medienaffiner, durch Kauf- und Experimentierverhalten ausgezeichneter Jugendlicher, verstärkt von diesen Umbrüchen betroffen sind. Schon länger hört man in Diskussionen von Medienmachern und auf Tagungen davon, dass die Zuschauer und Sammler von Musikclips von den TV-Sendern in die Videoportale des Internets (*YouTube*, *MyVideo*) abgewandert sind und die Musiksender ‚nur noch‘ Reality- und Gameshow-Formate zeigen, vergleichbar mit dem Tagesprogramm von ProSieben, das eine ähnliche Zielgruppe anvisieren dürfte. Von daher ist es außerordentlich zu begrüßen, dass die vorliegende Studie *Viva MTV! Reloaded* verspricht, diesem ‚crossmedialen‘ Wandel dezidiert nachzuspüren. Mit dem Fokus auf die beiden großen Sender *MTV* und *Viva* und der Eingrenzung auf die Umbrüche im deutschsprachigen Raum wird in der Publikation zunächst eine sinnvolle Blickverengung vorgenommen. Leider setzt sich dieses Bild in Hinsicht auf die einzelnen Inhalte nicht in dieser Stringenz fort. Das Problem der Studie ist es, alle Aspekte dieser Problematik (Begriffsbestimmungen ‚Musikvideo‘ und ‚Musiksender‘, Entwicklung, Produktion und Programmpolitik der Sender sowie Rezeption und empirische Beweisführung) in einem umsetzen zu wollen, und dies auf nur 95 Seiten!

So sind es letztlich eher Schlaglichter, die geworfen werden können, und Vignetten, die einen groben Überblick versprechen. Dieser ist bisweilen sehr gelungen, wie bei den Begriffsbestimmungen, in denen grundlegende Ansätze der Musikclipforschung knapp und wissenschaftlich fundiert ausgeführt werden (von Synästhesie und Intermedialität als Forschungsansatz zu Assoziation als Gestaltungsprinzip bis zur Polysemie als Rezeptionseffekt, vgl. S.13ff.), dann aber wieder einfach zu grob gestrikt sind (wie bei der Schilderung der Probleme der Tonträgerindustrie, die sich direkt auf die Sender auswirken, vgl. S. 40ff.) und oft einfach nur tabellarisch abgehandelt werden. Dieser letzte Aspekt ist besonders bedauerlich, weil er leider ausgerechnet die Teile der Arbeit betrifft, die Innovationen versprochen hätten. Dabei geht es insbesondere um die Frage, welche Strategien die Sender entwickeln, um damit umzugehen. In Kapitel 2.3 („Neue Distributionswege: digitales Fernsehen, Internet und Mobilfunk“, vgl. S.47ff.) werden dann in einer Aufzählung neue Modelle und ihre Anwendungen (von neuen Digitalspartenprogrammen über IP-TV bis hin zu den verschiedenen Webpräsenzen) vorgestellt, wobei sich aber der Verdacht einschleicht, dass diese entweder nur marginal genutzt werden, oder, wie beispielsweise der Download-Client *Zune* in Amerika sowie das ‚Selfmade-TV‘ *MTV Flux* in Großbritannien und Irland, hier gar nicht zur Verfügung stehen. Außerdem fehlt eine übergreifende Bewertung und Einordnung der Phänomene inkl. ihrer Auswirkungen. Dass zum Beispiel die Personalisierungsangebote im Mobilfunkbereich (Stichwort *Jamba!*-Klingeltöne) einen finanziell wesentlich relevanteren Teil ausmachen als viele Web 2.0-Angebote und Spartensender, wird nur am Rande erwähnt. Das Fazit fasst dann zusammen, dass die Sender von einem „Gatekeeper der internationalen

Popmusikultur“ zu „Mediatoren einer globalen Popkultur“ (S.90) geworden sind, wobei das von Roland Robertson geprägte Modell der ‚Glokalisierung‘ bemüht wird. Das Prinzip der Sender heißt nun: „globale Marke, lokale Inhalte“ (S.93). Dieses Fazit scheint stimmig und der Band gibt einen ersten Einblick in die sich daran anschließenden Debatten; man wünscht sich aber nach der Lektüre doch mehr Fundiertes, das auch kritisch zugespitzt wird, als es dieser erweiterte Essay leisten kann.

Die Dissertation *Ordnungsfiktionen* von Nicole Labitzke fokussiert einen ähnlichen Umbruch in den Programmstrategie privatkommerzieller Sender, aber aus völlig anderer Perspektive: Es geht in ihrer Arbeit um eine sprechakt- und erzähltheoretische Untersuchung des Nachmittagsprogramms (13-17 Uhr) der drei Sender RTL, Sat.1 und ProSieben. Der Ausgangspunkt ihrer Ausführungen ist die Beobachtung, dass die Nachmittagstalksendungen zunehmend durch Gerichts-, Geständnis- und *Makeover*-Sendungen ersetzt worden sind, womit eine Verschiebung von *Real Life*-Formaten hin zu gescipteten, zwar gelegentlich auf realen Fällen basierenden, aber letztlich stark fiktionalisierten Ordnungs- und Normierungsangeboten stattgefunden hat.

Dieser Wandel – so die Autorin – vollziehe sich primär, indem „in derartigen Entertainmentangeboten eine leistungsorientierte Wettbewerbsgesellschaft sich ihrer selbst vergewissert.“ (S.15) Dies gelinge, indem „das Medium dort Ordnung und Anleitung bietet, wo vorher das (private) Chaos herrschte“ (S.17) – also in den desolaten, überschuldeten Familien, bei den Gesetzesbrechern, in den kaputten und überlebten Häusern, die mithilfe der Sender renoviert werden. Dies geschehe in Bezug auf die Gerichtssendungen primär durch eine Hinwendung von Fakt zu Fiktion, es geht um „Strafrechtsfälle [...], die von LaiendarstellerInnen nachgespielt werden.“ (S.16) Diese beiden Sachverhalte reflektieren sich im Begriff der ‚Ordnungsfiktion‘: Einerseits geht es um die (Wieder-)Herstellung einer verlorengegangenen Ordnung durch normierende und von Medien eingesetzte Instanzen (von ihren Dienstpflichten beurlaubte und nun für die Sender arbeitende Richter, Staatsanwälte, Kommissare), andererseits sind die Problemlösungen und Ergebnisse in ihrer überraschenden, sich zuspitzenden Inszenierung, die an das US-amerikanische *Courtroom*-Drama erinnert, fiktive Lösungen für reale Probleme, die in der Regel von außen kommen (also nicht aus einem Umdenken der fokussierten Menschen resultieren), und die einfach und komplexitätsreduzierend gestrickt sind, um auch das Unterhaltungsbedürfnis zu befriedigen.

Drei theoretische Kapitel zum Tagesprogramm der Sender, zu Programmstrategien und die Entwicklung der Abläufe bis zum Zeitpunkt der Untersuchung, zu den Debatten um Fakt und Fiktion, Broadcast Talk und moralischem Handeln im Fernsehen und schließlich zu erzähltheoretischen und audiovisuellen Analysemodellen leiten zum Hauptteil über. In diesem untersucht Labitzke sowohl das stark hierarchisierte Sprechersystem dieser Sendungen, als auch die chronologische Ordnung, die linear auf die Problemlösung hinführt, und zuletzt die räumliche

Ordnung, die – ob nun Gerichtssaal oder Geständnisshow – die Trennung in Hinblick auf Normierenden und Normierten auch visuell deutlich herausstellt.

Viele der von der Verfasserin fokussierten Zusammenhänge, beispielsweise zur Passivität der Akteure oder zur normativen Richtigkeit des gesellschaftlichen Systems, die bestätigt werden soll (vgl. S.19f.), sind nicht neu und auch in anderen Veröffentlichungen über das Privatfernsehen und Reality-Formate nachzulesen. Der Sachverhalt aber, dass es letztlich – auch im Umgang mit Machtressourcen und im Einsetzen verschiedener Sprecher (dort der vom Sender eingesetzte Richter, hier der straffällige gewordene Jugendliche) – die Bedeutungsmacht des Mediums selbst ist, die zum Ausdruck kommt, ist selten so pointiert herausgestellt worden: „Der rekurrente Verweis auf Bilder als Wahrheitsgaranten wirkt zurück auf den medialen Rahmen, der sich damit selbst validiert.“ (S.286) Dies gelinge einmal durch die Herstellung einer „versiegelten Programmoberfläche“ (ebd.), die fast mythengleich wiederholend immerfort das Gleiche reproduziere, wobei das Recht auf gesellschaftliche Normen wie Gesetze, die Moral auf Konventionen und habitualisierte Verhaltensmuster bezogen sei, und zuletzt die Ästhetik auf einen eindimensionalen Begriff von Schönheit und Funktionalität ziele, der sich sowohl in den durch Brustvergrößerungen optimierten ‚Menschen von der Straße‘ wie auch anhand der von Tine Wittler umdekorierten Wohnungen zeige.

Die Arbeit bietet damit interessante Anknüpfungen an die Studien zum *Reality TV*, die beispielsweise Joan Kristin Bleicher (*Fernsehen als Mythos. Poetik eines narrativen Erkenntnisystems*. Opladen 1999) und Jürgen Grimm (*Super Nannys. Ein TV-Format und sein Publikum*. Konstanz 2006) vorgelegt haben. Das einzige Problem der Veröffentlichung ist ihre ausgesprochene Theorielastigkeit. Ob die TV-Sender wirklich diese Normierungsleistung reflektieren, ob diese angesichts von *Raus aus den Schulden* und *Die Super-Nanny* wirklich nur Teil des sich angeblich an Hausfrauen und Arbeitslose richtenden Tagesprogramms ist und ob die Menschen tatsächlich so selbstnormiert und standardisiert an diesen TV-Angeboten ‚kleben‘, wie es die Arbeit gelegentlich etwas geringschätzig formuliert (beispielsweise in der Beschreibung der Sendungen, die „in der Rezeption Teil der rituellen Gemeinschaft“, S.296, werden und einem Gottesdienst vergleichbar eifertig aufgenommen und damit habitualisiert werden), muss offen bleiben. Hier hätten Gespräche mit Sendungsmachern wie mit verschiedenen Zuschauergruppen Aufschlüsse über Intentionen und Rezeptionsversprechen einerseits und über Wahrnehmung und Nutzen andererseits geben können. Dennoch ist die Arbeit ein wichtiger Beitrag zu einer ganzheitlichen und theoretisch fundierten Analyse der noch jungen TV-Formate, die in vielerlei Hinsicht durch ihre Hybridisierung (Fakt und Fiktion, Information und Unterhaltung, Programm und Werbung) ihre Wirkung und ihre semantischen Strategien stark verschleiern.

Florian Mundhenke (Leipzig)