

Klemens Hippel

Margot Berghaus, Joachim Friedrich Staab: Fernseh-Shows auf deutschen Bildschirmen. Eine Inhaltsanalyse aus Zuschauersicht

1996

<https://doi.org/10.17192/ep1996.3.4335>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hippel, Klemens: Margot Berghaus, Joachim Friedrich Staab: Fernseh-Shows auf deutschen Bildschirmen. Eine Inhaltsanalyse aus Zuschauersicht. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 13 (1996), Nr. 3. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1996.3.4335>.

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.

VI Hörfunk, Fernsehen und andere Bildschirmmedien

Margot Berghaus, Joachim Friedrich Staab: Fernseh-Shows auf deutschen Bildschirmen. Eine Inhaltsanalyse aus Zuschauersicht

München: Reinhard Fischer 1995 (Medien-Skripten, Bd. 24), 248 S., ISBN 3-88927-168-5, DM 39,-

Ausgangspunkt von Berghaus' und Staabs Studie sind die Ergebnisse einer qualitativen Befragung von 26 Zuschauern, anhand derer sie Fernsehshows aus der Perspektive von Rezipienten untersuchen wollen. Ihr Augenmerk richten die Autoren demzufolge auf solche Aspekte von Shows, die für die Zuschauer von zentraler Bedeutung sind, vor allem auf die Moderatoren und ihr Verhalten, und kommen so zu einer Reihe interessanter Daten. Leider ist die Interpretation dieser Daten ausgesprochen problematisch, da hier von einer Zuschauerperspektive wenig zu spüren ist: So verweisen Berghaus/Staab einerseits darauf, daß die Zuschauer eine „weitgefaßte Vorstellung von Shows als einem wesentlichen Bestandteil der Fernsehunterhaltung“ (S.21) hätten, diskutieren aber nicht die dadurch aufgeworfene Frage, inwieweit es aus Zuschauerperspektive überhaupt Sinn macht, „Shows“ als einheitlichen Gegenstand zu interpretieren: Entspricht es der Zuschauerperspektive, so unterschiedliche Sendungsformen wie (die Werbesendung!) *Glücksrad*, *Nur die Liebe zählt* und *Boulevard Bio* in einen Topf zu werfen, um dann zu allgemeinen Aussagen über die Shows zu kommen, von denen aus zum Teil dann auch noch auf die vermeintliche Politik der Sender geschlossen wird? Argumentiert man aus Zuschauerperspektive, wenn man die Werbung zu den „Bausteinen“ zählt, aus denen sich Shows zusammensetzen, und Werbung damit unter die „konventionalisierten Sinneinheiten von Fernseh-Shows“ (S.25) subsumiert? Daß Zuschauer die Werbung als sinntragendes Element der Show verstehen, ist schwer nachvollziehbar. Wenn schließlich die Auffassung vertreten wird, *Herzblatt* sei eine der Shows, in denen der „zentrale Zweck“ der Sendung nicht in der „Inszenierung und Präsentation von Wettkämpfen zwischen den Kandidaten“ zu liegen scheine (S.140), weil Spielrunden hier eine „geringe Rolle“ (ebd.) spielten, dann wird die Zuschauerperspektive endgültig aufgegeben: Hier wird lediglich der (relativ geringe) zeitliche Anteil der Spielrunden zum Maßstab der Interpretation, nicht die Bedeutung der Spielrunden für die Show und ihre Zuschauer. Es ist schade, daß das einleuchtende und vielversprechende Projekt, Fernsehtexte aus der Perspektive ihrer Zuschauer zu untersuchen, eine so wenig überzeugende Realisierung gefunden hat.

Klemens Hippel (Berlin)