

Joan Kristin Bleicher

Katrin Döveling, Lothar Mikos, Jörg Uwe-Nieland (Hg.): Im Namen des Fernsehvolkes. Neue Formate für Orientierung und Bewertung

2008

<https://doi.org/10.17192/ep2008.3.799>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bleicher, Joan Kristin: Katrin Döveling, Lothar Mikos, Jörg Uwe-Nieland (Hg.): Im Namen des Fernsehvolkes. Neue Formate für Orientierung und Bewertung. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 25 (2008), Nr. 3, S. 334–336. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2008.3.799>.

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.

Hörfunk und Fernsehen

Katrin Döveling, Lothar Mikos, Jörg Uwe-Nieland (Hg.): Im Namen des Fernsehvolkes. Neue Formate für Orientierung und Bewertung

Konstanz: UVK 2007, 318 S., ISBN 978-3-86764-023-7, € 29,-

Beim Zappen durch die aktuellen Fernsehprogramme intensiviert sich der Eindruck, das ‚Fenster zur Welt‘ zeige immer mehr das private Lebensumfeld der Menschen. Mit den medialen Verschiebungen von Öffentlichkeit und Privatheit befasste sich 2002 eine umfangreiche Studie der Landesanstalt für Rundfunk. Seit der Ausstrahlung der ersten *Big Brother* Staffel im Jahr 2000 vermehrte sich die Zahl der Realityformate in den deutschen Fernsehprogrammen inflationär. Das „Factual Entertainment“ (vgl. Charlotte Brunson [2001]) hat sich als fester Bestandteil des Vor- und Hauptabendprogramms etabliert. Der Begriff erfasst „Sendungen, in denen Privatpersonen in unterschiedlichen Rollen und Funktionen vorkommen. [...] In der weiteren Definition sind Formate des ‚Factual Entertainment‘ solche, die mit unterschiedlichen inszenatorischen Mitteln eine Dramatisierung alltäglicher Ereignisse oder Themen sowohl mit wirklichen (sic!) als auch mit Schauspielern verfolgen.“ (Brunson 2001, S.9) „Im Namen des Fernsehvolkes“ enthält leider nur wenige Hinweise darauf, dass Grenzgänge zwischen Fakten und Fiktion auch in anderen Medien, wie etwa im Journalismus oder im Dokumentarfilm, an Bedeutung gewinnen.

Seit der Jahrtausendwende führte die ‚Me-Too‘-Programmplanungs-Strategie der kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten zu einer Flut vergleichbarer Sendereihen: ‚Making-Over‘-Formate bieten eine Komplettrenovierung des Wohnumfeldes, Schönheits- und Ernährungssendungen hingegen beginnen die Renovierung beim Körper der Kandidaten. Sollten die Kosten für diese und andere Konsumformen die Möglichkeiten der Menschen übersteigen, so stehen Schuldnerberater wie Herr Zwegat hilfreich bereit. Offensichtlich scheinen diese Formen der Veränderung nicht hinreichend zu sein, denn in immer mehr Auswandererformaten wird senderübergreifend von den Hoffnungen eines Neubeginns im Ausland erzählt und seit 2008 auch von der Rückkehr der dort Gescheiterten. Es scheint, als wollten die Fernsehmacher die durch das Internet bedrohte Position des Fernsehens im Mediensystem durch verstärkte Orientierungsangebote ausgleichen.

Doch die Ursachensuche von Katrin Döveling, Lothar Mikos und Jörg Uwe-Nieland führt zunächst in eine andere Richtung. Sie verweisen auf die Konsolidierung und Positionierung des deutschen Fernsehmarkts, die u.a. zu einer Spezialisierung großer Produktionsfirmen führen. In Castingshows wie *Deutschland sucht den Superstar* (seit 2002) komme es darüber hinaus zur intensiven Verknüpfung zwischen Fernsehproduktion und Popmusikbranche, die in einer „Kommerzialisi-

sierung der Produktion von Medienpersönlichkeiten“ resultiere (Christoph Jacke [2005]: „Keiner darf gewinnen – Potenziale einer effektiven Medienkritik neuer TV-Castingshows.“ In: Dietrich Helms; Thomas Phleps (Hrsg.): *Keiner wird gewinnen. Populäre Musik im Wettbewerb*, S.114). (vgl. S.9)

Im Trend des „performativen Realitätsfernsehens“ (Angela Keppler [1994]: *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung*, S.7) vermische sich „die Wirklichkeit des Fernsehens – und das ist die Wirklichkeit der televisionären Inszenierungsregeln – mit der Wirklichkeit seiner Zuschauer, die die Möglichkeit haben, sich auf der Bühne des Fernsehens zu präsentieren.“ (S.7) Die Herausgeber verweisen darauf, dass mittlerweile sowohl die Zuschauer als auch die Medien Teil der Handlung etwa von *Big Brother* sind. Die Art und Funktion der medialen Berichterstattung verdeutlicht Kerstin Fröhlich in ihrem Beitrag über die mediale Selbstthematization und des Framing von *Ich bin ein Star, holt mich hier raus* (seit 2004).

Trotz seines vielversprechenden Titels richtet sich der Fokus des Sammelbandes nur auf wenige und zum Teil nicht mehr aktuelle Reality-Formate wie etwa die Entwicklung von Talkshows zu Gerichtssendungen im Nachmittagsprogramm (Mikos), Dramaturgie, Rezeption und Wirkung des Court TV (Brauer, Machura) sowie Castingshows (Döveling, Kurotschka, Nieland, Schwarz). Angesichts des Quotenerfolgs der jüngst ausgestrahlten dritten Staffel gewinnt Lothar Mikos und Kerstin Fröhlichs Beitrag zu *Ich bin ein Star, holt mich hier raus* (2004) an Aktualität. Zwar ist *The Swan – Endlich schön* (2004) inzwischen abgesetzt, doch die Frage nach der Wirkung televisionärer Schönheitsideale auf Jugendliche, die Anna Tasja Flügel auf Basis einer Diplomarbeit behandelt, hat nichts an Brisanz eingebüßt.

Im Fokus der Beiträge stehen vor allem die Inszenierung und die Wirkung ausgewählter Sendungen des deutschen Fernsehens. ein Vergleich mit internationalen Entwicklungen findet eher selten statt. Folgende übergreifende Fragen kennzeichnen die Beiträge: „Wie hat sich Fernsehunterhaltung in den letzten Jahren entwickelt? Wie lassen sich die Subgenres der Fernsehunterhaltung klassifizieren? Welche Motiv- und Beweggründe liegen der Rezeption zugrunde? Und wie lassen diese sich erfassen, um dem komplexen Phänomen der medialen Unterhaltung gerecht zu werden? Wie werden Unterhaltungsangebote des performativen Realitätsfernsehens und des ‚Factual Entertainment‘ zur Orientierung in einer für die Individuen immer unübersichtlicher werdenden Welt genutzt?“ (S.12f.) Diese Fragestellungen verdeutlichen den Brückenschlag zwischen Format- und Rezeptionsforschung. Die Analyse von Hybridbildungen im Formatbereich wird ergänzt durch die Reflexion ihrer Rezeptionspotenziale. (vgl. S.13)

Einige Interpretationen und Thesen in den Beiträgen sind problematisch. So bleibt etwa zu fragen, ob die von Mikos beschriebene Konvergenz zwischen öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Anbietern tatsächlich bereits in den achtziger Jahren diagnostizierbar ist. (vgl. S.19) *Im Namen des Fernsehvolkes* leidet an einer

offensichtlich chronischen Krankheit der Publikationsform Sammelband: den Wiederholungen. Es häufen sich vergleichbare Thesen und Begriffsdefinitionen.

Der Brückenschlag zwischen Angebotsentwicklung und Rezeptionsforschung birgt vielfältige Erklärungspotenziale für die Fernschwissenschaft. Jedoch bleiben aktuelle Ausdifferenzierungen der Reality TV Landschaft, wie etwa die unterschiedlichen Casting Formate oder die diversen Auswandererformate, ebenso unberücksichtigt wie ein Ausblick in künftige Veränderungen des Fernsehens, etwa im Verhältnis zum Internet. So bietet der Band eher eine informative Zwischenbilanz der Programmentwicklung des deutschen Fernsehens der ersten Jahre nach der Jahrtausendwende.

Joan Kristin Bleicher (Hamburg)