

Klemens Hippel

Bärbel Lübbecke: Fernsehen als Massenunterhaltungsmedium

1997

<https://doi.org/10.17192/ep1997.1.3841>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hippel, Klemens: Bärbel Lübbecke: Fernsehen als Massenunterhaltungsmedium. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen / Reviews*, Jg. 14 (1997), Nr. 1. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1997.1.3841>.

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.

**Bärbel Lübbecke: Fernsehen als Massenunterhaltungsmedium.
Die Partizipation von Zuschauern an Fernsehunterhaltungssendungen.
Neue Aspekte in der Rezeptionsforschung**

Neuried: ars una 1996 (Deutsche Hochschuledition, Bd. 41), 505 S.,
ISBN 3-89391-041-7, DM 114,-

In der umfangreichen Arbeit untersucht Lübbecke verschiedene Möglichkeiten der Partizipation von Zuschauern am Fernsehen. Ausgangspunkt ihrer Studie sind die Shows *Der große Preis*, *Hopp oder Top* und *Riskant*. „Die umfassenden Rezeptionsangebote, die das Genre Quiz und Gameshow seinen Zuschauern bietet, enthalten vielfältige Partizipationsmöglichkeiten, die vom Mitraten, Mitspielen vor dem Bildschirm über die Teilnahme als Publikum während einer Sendung bis hin zu einer Form der direkten Teilnahme als Kandidat oder Spielpartner vor der Kamera reichen.“ (S.125) Kern der Arbeit ist die Auswertung zahlreicher Befragungen von Kandidaten, Studiozuschauern, an der Produktion Beteiligten und Zuschauern. Trotz mancher interessanter Befunde dieser Erhebungen vermag Lübbeckes Entwurf insgesamt nicht zu überzeugen.

Vor allem das für die Arbeit zentrale Konzept der Partizipation ist insgesamt unscharf und in sich widersprüchlich. Einerseits verwendet Lübbecke einen schwachen Partizipationsbegriff, der Zuschaueraktivitäten wie das fiktive, gedankliche „Mitspielen beim Anschauen eines Fußballspiels“ (S.54) umfaßt, wobei das Mitmachen der Rezipienten „in der Regel ohne Einfluß auf den Ablauf einer Sendung“ (S.55) bleibt. Andererseits wird das eigentliche Ziel von Partizipation dann doch wieder darin gesehen, „das Produktionsgeschehen mitzugestalten und gegebenenfalls entsprechend den eigenen Vorstellungen zu beeinflussen“ (S.402). Auch die Beziehung zu vorliegenden Entwürfen der Rezeptionsforschung bleibt unklar, so wird Partizipation nicht schlüssig abgegrenzt vom Begriff des „aktiven“ Zuschauers, und es steht in einer unklaren Relation zur (von der Autorin falsch dargestellten) Theorie der „parasozialen Interaktion“ zwischen Medienpersonen und Zuschauern.

Klemens Hippel (Berlin)