

Hans J. Wulff

Rez. zu: Garaventa, Andreas: *Showmaster, Gäste und Publikum. Über das Dialogische in Unterhaltungsshows*. Bern [...]: Lang 1993, xi, 262 S. (Zürcher germanistische Studien. 35.).

Eine erste Fassung dieser Rezension erschien in: *Medienwissenschaft: Rezensionen* 11,2, 1994, S. 214-215.
URL der Online-Fassung: <http://www.derwulff.de/8-49>.

Im Zentrum der vorliegenden Züricher Dissertation steht die Frage, mit welchen Mitteln und unter welchen Bedingungen des Gelingens in der Fernseh-Unterhaltung ein kommunikativ-dialogisches Verhältnis zwischen Fernsehen und Zuschauern aufgebaut wird. Garaventa ist mit dieser Frage in bester Gesellschaft: Schon Woisin hatte in seiner Dissertation *Das Fernsehen unterhält sich: die Spiel-Show als Kommunikationsereignis* (Frankfurt [usw.]: Lang 1989) die Verminderung der Distanz zum Zuschauer als primäres kommunikatives Ziel von Formen der Show zu bestimmen versucht, und neuerdings hat die "parasoziale Interaktion" des Zuschauers mit Medienpersonen viel Aufmerksamkeit gefunden (vgl. dazu Klemens Hippels Literaturbericht in der *Montage/AV* 1,1, 1992). Nach einer umständlichen Einführung, in der u.a. die Frage diskutiert wird, daß bei Fernsehaufzeichnungen das Beobachterparadoxon nicht auftreten könne, weil alle Beteiligten ja sowieso für die Kameras agierten (!), versucht der Autor, mit Edda Weigands "dialogischem Grundprinzip" eine Fundierung für die Dialogizität von Shows zu liefern - ein allerdings höchst problematischer Versuch, weil Weigand Dialogizität als transzendente und intentionale Charakteristik allen Sprechens behauptet: Durch ein Grundverhältnis von Anrede und Erwiderung wird danach ein minimales Handlungsfeld zwischen den Kommunizierenden konstituiert - auch dann, wenn Sprache wie im Falle des Fernsehens monologisch und vom Adressaten unbeeinflussbar eingesetzt ist. Das würde immerhin bedeuten, daß Fernsehkommunikation immer dialogisch sein müßte! In der Untersuchung einzelner Formate und Genres wäre dann zu fragen nach den jeweils besonderen Bezugnahmen auf das Handlungsfeld, in dem auch die Rolle des Adressierten konstituiert wird. Nun wirft der Wandel von transzendentalen und strukturalen Kategorien in empirische immer Probleme auf - denen auch Garaventa nicht entgeht. Ihn interessieren am Ende nicht so sehr die Bezugnahmen und intentionalen Orientierungen, die das dialogische Handlungsfeld einer Show ausmachen, sondern vielmehr die Techniken der Publikumsaktivierung: "In einer dialogischen

Show werden die Beteiligten im Saal oder Studio mit den Fernsehzuschauern in Beziehung gesetzt und letztere zu einer Reaktion veranlaßt. Es wird vermieden, das passive Verhalten des Fernsehpublikums zu unterstützen und die Zuschauer in den Zustand der Nicht-Interaktion zu drängen" (19). Insofern sind es Zuschriften, Wettvorschläge, Anrufe und dergleichen mehr, die nach Garaventa als Indikatoren dafür genommen werden können, daß die Aktivierung des Publikums gelungen sei, Distanz sich verringert habe und der Dialog aufgenommen worden sei. In dieser Einschränkung hat "Dialogizität" dann aber einen fundamentalen Wandel erfahren - ist eine skalierbare Eigenschaft von Shows und nicht mehr eine Kategorie, die aus der kommunikativen Grundkonstellation deduziert werden kann.

Unmittelbare Handlungsaufforderung ist das eine Mittel, mit dem das Publikum in ein "dialogisches" Verhältnis mit einer Show gebracht werden kann. Eine ganz andere Technik leitet Garaventa aus der Untersuchung der Kommunikationssituation der Show ab: Die Bühne ist ein erster situativ-szenischer Rahmen, in dem Personen miteinander interagieren und kommunizieren; dieses Geschehen findet vor einem Präsenzpublikum statt, ist also eigentlich eine an die Praxis des Theaters gemahnende Aufführung; und schließlich wird diese Situation in medialer Form an ein abwesendes Fernsehpublikum ausgestrahlt. (Dieckmann hatte seinerzeit das in dieser Konstellation von Rollen immer mitpräsenzte Publikum terminologisch dadurch zu berücksichtigen versucht, daß er von einer "trialogischen" Struktur sprach.) "Dialog" ist nun nach Garaventa in der Show-Konstellation möglich, weil die verschiedenen situationalen Rahmen durch Akte der Identifikation überschritten werden können. Der Fernsehzuschauer versetzt sich also identifizierenderweise in das Innere der Dialogsituation, verringert so Distanz und wird in den Dialog verwoben. Garaventa kombiniert diese Annahme mit einem Modell der Stellvertretung des Heimzuschauers in verschiedenen Rollen der Show, das wohl wie ein perspektivierender Filter im Identifikationsvorgang wirkt (es also

auch verhindert, daß man sich mit dem Prominenten oder gar dem Showmaster identifiziert): Das Präsenzpublikum und die Kandidaten repräsentieren so den Heimzuschauer. Entsprechend repräsentiert der Showmaster den institutionellen Apparat des Fernsehens (was Identifikationen wohl blockiert). Daraus resultiert, daß "der Kontakt zwischen Showmaster und Kandidaten die typischste Form der Begegnung zwischen Fernsehmachern und Rezipienten in einer Unterhaltungsshow" (114) ist!

Die vorliegende Untersuchung enttäuscht sehr, sie fällt deutlich hinter den Reflektionsstand der anderen Arbeiten zum Thema zurück. Sie enthält zahlreiche wertvolle Einzelbeobachtungen, kann in der Grundlegung der Arbeit und in der Kombination von Repräsentation und Identifikation als Teilhabe- und Teilnahmemodalitäten aber nicht zu überzeugen. Garaventas Darstellung bleibt ganz einer oft flach erscheinenden Kommunikationssoziologie verhaftet, für die manchmal sehr komplizierten konversationellen Voraussetzungen der Fernsehunterhaltung ist er gelegentlich blind. Er erwähnt den bekannten Fall, daß ein "Titanic"-Redakteur bei "Wetten daß...?" eine Wette zum Platzen brachte - der Kandidat hatte gewettet, Buntstifte am Geschmack unterscheiden zu können, hatte aber unter der Augenbinde die Stifte sehen können; noch in der laufenden Show hatte er zu erkennen gegeben und seinen Betrug eingestanden -, was zu heftiger Ablehnung durch Saal- und Heimpublikum geführt hatte: Warum kam es zu dieser Reaktion? Den Zuschauern sei das Vergnügen genommen worden, weil der Kandidat sich über alle lustig gemacht habe, und er habe "Hohn" über die Geprellten ausgeschüttet (123), schreibt Garaventa. Kein Wort vom kommunikativen Handlungsspiel des Wettens; kein Wort über die darin enthaltenen Bedingungen und die sozialen Obligationen, auf die die Akteure sich verpflichten; kein Wort über den kommunikativen Kontrakt, den die Beteiligten miteinander eingehen. Garaventa bezieht sich eingangs auf Weigands Vorstellung eines dialogischen Handlungsfeldes, dessen kommunikationsethische und konversationelle Komponenten sich an einem Beispiel wie dem genannten auf's Glänzendste untersuchen ließen: Und er verschenkt die Gelegenheit der Analyse, gibt eine "Beschreibung", deren Flachheit überrascht.

Höchst problematisch ist zudem, daß Garaventa die Beschreibung gelegentlich mit kleinen medienethi-

schen Bemerkungen würzt und am Ende gar auf eine Verbindung zu schließen versucht, die den Grad an Dialogizität einer Show mit ihrem Erfolg verkuppelt - je dialoghaltiger eine Show ist, desto erfolgreicher sei sie! Ein dem Rezensenten absurd erscheinender Kurzschluß, der ganze Felder von Auseinandersetzung, Reibung und Bezugnahme aus dem Kreis der Beziehungen ausgrenzt, in denen Zuschauer sich in die Kommunikationsangebote des Fernsehens einfädeln.

Die Probleme, die die vorliegende Dissertation verursacht, sind aber natürlich höchst aufschlußreich, weil sie auf Probleme der wissenschaftlichen Untersuchung von Shows und anderen Unterhaltungsprogrammen des Fernsehens in einem viel weiteren Sinne verweisen. Gerade weil Garaventa am Beginn seiner Untersuchung den Horizont aufbricht und eine Fundierung der Show-Kommunikation in einem allgemeineren Modell von Austausch und Sinnvermittlung sucht - was richtig und richtungweisend ist -, lassen sich die Einwände, die seine Untersuchung provoziert, produktiv wenden. Am Beispiel: Die Tatsache, daß das Bühnengeschehen nicht nur als "Interaktionsaufführung" und nicht als authentische vis-à-vis-Interaktion gelesen werden muß (was schon aus der dialogischen Struktur des Geschehens folgt), sondern daß mit der Ausstrahlung ein eigenes mediales Repräsentationssystem aktiviert wird, das selbst wieder formgebend und interpretierend in das Geschehen hineinwirkt, bleibt in Garaventas Buch so gut wie unbedacht. Immerhin umfaßt die Tätigkeit des Inszenierens für die Fernsehkamera die "Szenenauflösung", den analytischen Umgang mit der sozialen Situation vor der Kamera - so daß Handlungsorientierungen der Akteure (oft "Handlungsachsen" genannt), Adressierungen, Umgehensweisen mit Distanzen und anderen topographischen Gegebenheiten usw. nicht einfach nur protokolliert, sondern vielmehr modelliert werden. Obwohl Garaventa eine allgemeine kommunikationstheoretische Fundierung der Showanalyse vorgibt, bleibt sein Interesse deutlich beschränkt auf die sprachlichen Aktivitäten der Beteiligten. Die mediale Darstellung und ihre Leistung für die Vermittlung des Geschehens zwischen Bühnenaufführung und Heimzuschauern genauer zu untersuchen, bleibt Aufgabe für die Zukunft - hier hat die vorliegende Show-Literatur ihren größten blinden Fleck.