

Medienanalyse: Fernsehformate

(Medienwissenschaft und Medienpraxis)

Leitung: Michael Schneider M.A.

Das Fernsehen - Fernsehen, Formate und kulturelle Funktion

1. Fernsehen als kulturelle Form

John Ellis (62) ist ein britischer TV-Produzent und ehemaliger Professor für Medienwissenschaften (Filmwissenschaft) an einer britischen Universität. Er ist momentan Vorsitzender des Film-und Video-Verbandes der britischen Universitäten. Im Jahr 2013 gewährte ihm der Europäische Forschungsrat 1,6 Millionen Euro für eine fünfjährige Studie über die Geschichte der Technologie in der TV-Übertragung, mit Schwerpunkt auf den Standards der Produktion.

John Ellis beschreibt in diesem Buch (Fernsehen als kulturelle Form) die charakteristischen Verfahren des Fernsehens und entwickelt einen medientheoretischen Ansatz. Er ist der Meinung, dass die Zuschauer dazu neigen, ihren eigenen Blick an das Fernsehen abzutreten. (Also so, als würde die Institution Fernsehen (Fernsehsender) zuschauen, während der Zuschauer seinen Blick auf die Dinge, dem Fernsehbild (Kamera) ausliefert.)

These: *Das Fernsehen hat bestimmte, zu den Bedingungen seiner Nutzung passende, ästhetische Formen entwickelt*

- Fernsehen ist eine kontinuierliche Folge von Signalen
- Erzählung findet durch weitgehend getrennte Segmente hindurch statt
- Fernsehbilder sind viel stärker vom Ton abhängig als die Bilder im Kino
- Bild erscheint als unmittelbar und live -> Komplizenschaft
- Trennung von fiktionalem und nicht-fiktionalem Inhalt -> Unterschied hängt von der Herkunft des Materials ab
- Nicht-Fiktion: Welt außerhalb des Wohnzimmers
- Fiktion: Vision bestimmter Personen
- Fernsehen ist ein zutiefst häusliches Phänomen (intim und alltäglich)
- Fernsehapparat als Haushaltsgegenstand
- Sendeanstalten sind der Meinung, dass die klassische Kernfamilie Grundlage und Zentrum seines

Publikums ist (Die Sender haben eine feste Vorstellung von Familie: Mutter zu Hause, Vater arbeitend und 2 Kinder)

- Jedoch lebt nur eine Minderheit der Bevölkerung heute so zusammen
- Auswirkungen: „Spezialinteressen“ werden vermieden, wie etwa Unterschiede zwischen den Generationen, gleichgeschlechtliche Liebe, usw.; Themen für Jugendliche oder über 60-jährige werden gänzlich ignoriert
- Programmplanung: Das Tagesprogramm wird so organisiert, dass es mit bestimmten angenommenen Ereignissen im Leben einer Familie übereinstimmt
- Ellis widerspricht Williams Modell vom flow: „flow versammelt disparate Elemente, platziert sie innerhalb ein und derselben Erfahrung, aber organisiert sie nicht, um einen übergeordneten Sinn zu produzieren.“
- Problem: Die Definition von Elementen; denn Elemente sind immer noch separate Texte, selbständige Werke wie Kinofilme
- Segmentalisierung: „Fernsehen lässt sich kennzeichnen als Abfolge von Segmenten, von intern kohärenten Stücken aus dramatischem, belehrendem, ermahnendem, fiktionalem oder dokumentarischem Material“ -> die Segmentform bringt Wiederholungen mit sich (typische Formen: Mehrteiler und Endlosserien)
- Werbung als höchste Entwicklung der segmentierten Ware des Fernsehens

Fazit 1:

"Die normale Fernseherfahrung ist die des häuslichen Konsums einer Folge von Segmenten, die entsprechend der Serienlogik organisiert sind. Dies führt u.a. dazu, dass im gemeinsamen Bereich erzählter Fiktionen Kino und Fernsehen dazu tendieren, unterschiedliche Formen und Ansätze zu entwickeln. Daher neigt jedes Medium dazu, sich auf unterschiedliche Verfahren der Signifikation von Ereignissen zu konzentrieren."

Fernsehen als Ton und Bild

- Fernsehen präsentiert anderes Bild, sowie andere Bild – Ton – Beziehung als Kino
- Auflösung in Zeilen, geringere Qualität, Gegenstände im Filmbild kleiner als in Realität, Zuschauer betrachtet das Bild von oben
- Fernsehen findet in häuslicher Umgebung statt, meist unter normalen Lichtbedingungen
- "Regime des Sehens": keine Anonymität, keine Dunkelheit, kleines Bild, keine Unbeweglichkeit, keine Aufmerksamkeit, häufige und lange Phasen der Nutzung, beiläufiger und flüchtiger Blick
- Ton hat extrem wichtige Rolle im Fernsehen
- wird in alle Richtungen ausgestrahlt, Lautsprecher jedoch meist schlechte Qualität

- Ton als Mittel für Aufmerksamkeit, soll Blicke wieder auf Fernsehbild lenken
- Ton sorgt für Kontinuität und hat die Tendenz zur Detailvermittlung
- entleertes Bild
- Fernsehbild eher andeutend als detailliert
- Großaufnahmen im Fernsehbild nach Typen
- Fernsehbild: Effekt der Unmittelbarkeit durch Direktheit des Fernsehers
- scheint „Live“-Bild zu sein, Serialität, Segmentierung
- Direktheit des Fernsehers → Formen der direkten Adressierung (Imitationen des Augenkontakts)
- Fernsehübertragung ist vorhanden, egal ob Rezipienten vorhanden oder nicht
- Fernsehen schafft Verbindung zum Zuschauer (ich + du -> er/sie)(Komplizenschaft)
- Fernsehen: Kennzeichnung von Rassen → beiläufiger Rassismus
- Bsp: Großbritannien: Immigranten nur als Problemfälle dargestellt, Darstellung von „Hausfrauen“
- fetischistisches Regime (Zuschaustellung des weiblichen Körpers) wird unterstützt durch direkte Adressierung eines Nachrichtensprechers, u.a. da Bild des Sprechers für gewisse Dauer ohne Veränderung zu sehen ist (Großaufnahmen vom Gesicht -> Trennung zw. Bild und Zuschauers)
- Programmplanung des Fernsehens: Bereitstellung von Vielfalt
- eigene Erzählform durch die Regime von Bild und Ton sowie Segment und Serienform
- häusliche Umfeld des Fernsehers = Norm: Jenseits des Fernsehens und des Zuhauses wird die überwiegend feindliche und bizarre Außenwelt dargestellt
- Die Zuschauer neigen dazu, ihren Blick an den Fernseher abzugeben

Fazit 2:

"Bild und Ton erzeugen gewöhnlich beide einen Eindruck von Unmittelbarkeit, der eine Art Komplizenschaft zwischen dem Zuschauer und der Institution Fernsehen schafft. Diese Regime von Bild und Ton hat gemeinsam mit Segment und Serienform im Fernsehen eine eigene Form des Erzählens geschaffen."

3. Fernsehen als Mythos - Poetik eines narrativen Erkenntnissystems (im Referat nicht bearbeitet)

Joan Kristin Bleicher (54) ist Professorin für Medienwissenschaft am Institut für Medien und Kommunikation an der Universität Hamburg. Bevor sie den vorliegenden Text (Fernsehen als Mythos; 1999) verfasste, arbeitete sie in einem Sonderforschungsbereich mit dem Schwerpunkt "Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland".

Die Autorin beschreibt in dem behandelten Kapitel die spezifische ästhetische Erscheinungsform des Fernsehens, die Vermittlungsstruktur seiner Inhalte, narrative Formen und seine mediale Wirkung.

These: *Im Rahmen der zunehmenden Angebotserweiterung des Fernsehens haben sich einige Strukturierungsmodelle des Programms herausgebildet.*

Das Programm als Narrationsstruktur des Mythos Fernsehen

3.1 Standardisierung und Wiederholung als Strukturprinzipien des Großerzählers Fernsehen:

Zusammenspiel von Wiederholungen und formalen, sowie inhaltlichen Innovationen konstruiert Erinnerungen und führt zu der Erwartung von neuen Ereignissen ("Mosaik aus Fragmenten in sich geschlossener Sinnangebote")

3.2 Modelle der zeitlichen Strukturierung des Programms: Das lineare Programmmodul:

additive Reihung einzelner Sendungen (feste Zeitraster); kein Raum für Innovation; keine Charakterbildung; v.a. ökonomische Interessen; kein Bezug auf Inhalte

3.2.1 Die spezifisch lineare Programmstruktur von Spartenprogrammen:

durchlässige Grenzen, da thematisch gleichartige Sendungen (z.B. MTV)

3.2.2 Modelle der Platzierung von Sendungsangeboten innerhalb des linearen Programmmoduls:

Ziel: Audience Flow; Zuschauerbindung

3.2.3 Zyklusbildung in der linearen Programmstruktur: Stripping: tägliche Sendungen (Serien und Nachrichten); Nischen schaffen Orientierung und Zuschauerbindung

3.2.4 Zyklusbildung und Fernsehrituale: z.B. Die Simpsons (19.45 Uhr), Tagesschau (20.00 Uhr)

3.2.5 Die Integration der Programmstruktur in die Sendungsstruktur: "Eindruck der Zeitlosigkeit":

Ritualcharakter durch Standardisierung als Erfolgsrezept der Zuschauerbindung (Prägung der Erwartungshaltung des Zuschauers und Beeinflussung der Rezeption)

3.2.6 Programmverbindungen als interne Orientierungshilfen im linearen Programmangebot:

Hinweise auf die zeitliche und inhaltliche Struktur der Sendungsangebote im Programmangebot zwischen den Sendungen oder als Abschluss von Werbeblöcken; strategische Zielsetzungen:

Organisation/Vermittlung der Abfolge, Abgrenzung von der Konkurrenz

3.3 Das konzentrische Programmmodell:

zeitlich eng begrenzter Rahmen (z.B. ARTE); inhaltliche Verweise auf nächste Sendung

3.4 Strategien der Standardisierung in der Textstruktur des Fernsehprogramms:

Funktionsbestimmung einer Sendung beeinflusst ihre Textgestaltung; Fernsehen als audiovisueller Text; Programm als Interaktionsraum zwischen Produzent, Produktion und Schauspielern

3.4.1 Formen der Intertextualität im Programm: Integration von Sendeformen anderer Medien; Vermischung von Bedeutungsfeldern oder zwischen Fernsehsendungen (Querverweise)

3.5 Weiter Funktionen des Programms:

Modell "Programmatik": Welche Zielgruppe? Wann? Welches Ziel?

Modell "Forum": Grundlagen für gemeinsame kulturelle Vorstellungen

3.6 Die Segmentstruktur des Programms und ihre Parallelen in den Programmformen:

additive Strukturierung von Segmenten als Charakteristikum der Fernsehkommunikation

(Segmentierung als grundlegende Narrationsstruktur des Fernsehens) (vgl. Fernsehserie, Magazin und Nachrichten als Programmformen)

Fazit:

"Der Mythos Fernsehen ist der Metatext, der sich aus allem zusammensetzt 'that has appeared on television'. Diese Metatextstrukturen lassen sich mit dem Programmbegriff erfassen. Das Programm bildet den Rahmen für unterschiedliche Narrationsformen des mythischen Erkenntnisystems."

"Die auf der visuellen Darstellung basierende Symbolebene des Mythos durchzieht den Metatext des Fernsehers und trägt zur Identifizierbarkeit der jew. Narrationsform bei."