



Bettina Fromm:
Privatgespräche vor Millionen. Fernsehauftritte aus psychologischer und soziologischer Perspektive. (Reihe Wissenschaftsforum 6.) Konstanz: UVK Medien, 1999.
 58,00 DM, 426 Seiten.

Fernsehauftritte in Daily-Talks

Was treibt Menschen dazu, in den täglichen Talkshows aufzutreten? Dieser Frage ging die Kölner Medienpsychologin Bettina Fromm nach. In ihrer Untersuchung, die sich auf Material stützt, das im Rahmen der LfR-Studie „Affektfernsehen“ erhoben wurde, hat sie Gäste von vier Talksendungen – *Hans Meiser*, *Ilona Christen*, *Fliege und Arabella* –, der Sendung *Nur die Liebe zählt* sowie dem Format *Schreinemakers live* befragt. Diese „intimen Formate“ sind dadurch gekennzeichnet, dass es in ihnen zugeht „wie im richtigen Leben“ (S. 19). Vier Merkmale machen diese Formate aus: Personalisierung, private und intime Themen, Live-Charakter, alltagsnaher/persönlicher Kommunikationsstil. Leider werden die Begriffe ‚intim‘ und ‚privat‘ nicht voneinander abgegrenzt, sondern lediglich als Gegenpol zu ‚öffentlich‘ verstanden. Dadurch wird eine möglicherweise sinnvolle Differenzierung für das Verständnis öffentlicher Auftritte verschenkt. Das ist aber lediglich ein kleiner Mangel der Studie, die sich ansonsten durch theoretische und empirische Sorgfalt auszeichnet. So ordnet Fromm die Fernsehauftritte in den gesellschaftlichen Wandel ein, der unter anderem mit dem Stichwort Individualisierung bezeichnet wird. Die „intimen Formate“ erscheinen so in ihrer Sicht als „Spiegel des Individualisierungszeitalters“, in dem das Fernsehen zum „Bekennnisforum“ wird. Anschließend stellt die Autorin dreißig Fallbeispiele von Gästen, die einen Auftritt in einer der genannten Sendungen hatten, kurz vor. Die Aussagen der Befragten wurden dabei nach folgenden Gesichtspunkten ge-

gliedert: Persönliche Situation, Bedürfnis- bzw. Problemlage, die Idee zum Auftritt, Beweggründe, der Auftritt und Folgen des Auftritts. Auch wenn die Darstellungen der Einzelfälle mehr beschreibend denn analysierend sind, werden doch die Motive der Gäste für den öffentlichen Auftritt im Fernsehen erhellt. Das vermag auch den Leser zu manch unerwarteter Erkenntnis führen. Die einzelnen Befragten werden den bereits aus der „Affektfernsehstudie“ bekannten Motivtypen zugeordnet: der Fernseh-Star, der Patient, der Kontaktabwender bzw. Verehrer, der Rächer, der Anwalt in eigener Sache, der Ideologe, der Propagandist und der Zaungast. In den Einzelfallstudien zeigt sich, dass ein und dieselbe Person durchaus mehrere Motive für den Auftritt in einer Sendung haben kann. Generell ist außerdem zu fragen, wie sinnvoll die Bildung von acht Typen aus lediglich dreißig Einzelfällen ist. Jenseits dieser methodologischen Fragen bietet die Studie von Bettina Fromm Einblicke in die Welt von Talkgästen und Showteilnehmern. So wird deutlich, dass „die meisten Teilnehmer die Veröffentlichung ihrer persönlichen Geschichte – entgegen der Darstellung in der öffentlichen Kritik [...] – als eine überwiegend positive Erfahrung“ beschreiben (S. 377). Die „intimen Formate“ stellen nach Ansicht der Autorin eine zwar inszenierte, aber eigene Kommunikationsform dar, die über die individuellen Belange der Gäste hinaus Bedeutung erlangt. Abschließend stellt Fromm fest: „Möglicherweise wirkt die kommunikative Handlung, die im Auftritt getätigt wird, damit trotz ihrer spezifischen Charakteristika letztlich nicht gänzlich verschieden von

der vergleichbaren alltäglichen Handlung: Nur selten werden dauerhafte und bahnbrechende Veränderungen eingeleitet. Die Veröffentlichung der privaten Geschichte ist somit als ein Schritt in der subjektiven Wirklichkeitsbehandlung zu verstehen – nicht mehr und nicht weniger“ (S. 379). Die Studie zeigt, wie unspektakulär Fernsehauftritte häufig sind, für die Gäste ebenso wie für die Zuschauer. Talkshows sind ein Stück Alltag geworden.

Lothar Mikos