



Elizabeth Prommer:
Fernsehgeschmack, Lebensstil und Comedy. Eine handlungstheoretische Analyse. Konstanz 2012: UVK. 298 Seiten, 29,00 Euro

Fernsehgeschmack, Lebensstil und Comedy

Aufwendigen empirischen Untersuchungen in Medien- und Kommunikationswissenschaften wird oft vorgeworfen, dass die dabei erzielten Ergebnisse in keinem Verhältnis zum betriebenen Aufwand stünden. Es spricht sehr für die Verfasserin dieser Monografie (und ihren Humor), dass sie mit diesem Vorwurf ganz offensiv umgeht. So beschreibt sie eine private Gesprächssituation (S. 253), in der ihr Gegenüber nach einer äußerst knappen Zusammenfassung zentraler Untersuchungsergebnisse entgegnet: „Das hätte ich dir auch so sagen können. War denn dafür der ganze Aufwand notwendig?“

Der Aufwand, der hier betrieben wird, ist tatsächlich beeindruckend. Dafür ist die zentrale These des Buches auch äußerst komplex: Fernsehgeschmack als soziales Handeln wird durch Lebenswelt, soziale Lage und Lebensstil der Mediennutzer beeinflusst, woraus sich im bourdieuschen Sinne ihr Habitus ergibt, der (u. a.) im Fernsehgeschmack sichtbar wird (vgl. S. 173). In anderen Worten: Fernsehgeschmack ist keine unveränderliche Größe, sondern resultiert aus dem Zusammenspiel externer und persönlicher interner Faktoren, er wird bei jeder Fernsehnutzung eingesetzt und gleichzeitig überprüft und kann sich im Laufe der Zeit wandeln. Diese These wird exemplarisch anhand der Comedy-Sendungen *Die Harald Schmidt Show* und *TV total* u. a. mithilfe einer Sekundäranalyse von Datensätzen aus dem Jahr 2003 überprüft. Die Wahl der Sendungen begründet sich aus der empirisch bestätigten Annahme, dass es sich um Produktionen

mit nicht nur deutlich anderem Publikum, sondern auch jeweils anderem Humorverständnis, anderen Lebenswelten und anderen Lebensstilen handelt. Die Wahl des Genres beruht darauf, dass sich gerade bei intentional „komischen“ Sendungen besonders deutliche Geschmackspräferenzen zeigen (vgl. S. 11). Wenn dabei in der eingangs erwähnten 1-Satz-Zusammenfassung herauskommt, dass „[...] das Publikum von Harald Schmidt älter, besser gebildet und liberaler ist und die *TV total*-Zuschauer jünger, schlechter gebildet und politisch rechter gesinnt sind“ (S. 253), dann haben – auf den ersten Blick – die Skeptiker offenbar tatsächlich recht. Aber: Der Eindruck täuscht und die Skeptiker liegen falsch.

Nicht ohne Grund beginnt der als „empirisch“ etikettierte Teil des Buches erst auf Seite 171 von 264 Seiten (Literaturverzeichnis und Anhänge nicht mitgerechnet). Die zentrale Leistung der Verfasserin besteht darin, dass sie auf äußerst intelligente Weise und in vorbildlicher Präzision Bausteine zu einer Theorie des Fernsehgeschmacks zusammenbringt, u. a. unter Verwendung von Ergebnissen von Lebensstil- und Unterhaltungsforschung, Aneignungs- und Humortheorien, Cultural Studies und Programmanalyse. Damit leistet sie einen wesentlichen Forschungsbeitrag zu je einer wichtigen Baustelle der Medien- und Kommunikationswissenschaften: Wo die Medienwissenschaft Probleme hat, den Schritt von der ästhetischen Angebotsanalyse hin zur empirisch fundierten Nutzungsanalyse zu leisten, fällt es der Kommunikationswissenschaft traditionell schwer, über die inhaltliche Seite von Medienangeboten

anders denn als „Stimuli“ nachzudenken.

Im empirischen Teil ist vor allem der Befund bemerkenswert, dass trotz aller Individualisierung von Lebensstilen und der Etablierung der Multioptionsgesellschaft ein altmodischer Faktor wie die soziale Lage der Mediennutzer immer noch eine Schlüsselrolle bei der Geschmacksbildung spielt (vgl. S. 254 f.), einfach dadurch, weil die soziale Lage erstens Ausdruck von Handlungsbedingungen ist und zweitens zukünftige Handlungsbedingungen wesentlich beeinflusst.

Natürlich mag man gegen dieses Buch einwenden, dass zum Zeitpunkt des Erscheinens die ausgewerteten Datensätze schon fast zehn Jahre alt sind und eine der beiden analysierten Sendungen schon gar nicht mehr ausgestrahlt wird. Außerdem erweckt es den Eindruck, als wolle es alle Vorurteile gegen wissenschaftliche Publizistik bestätigen: acht Seiten für Laien kaum verständliche Regressionsanalysen im Anhang, ein in weiten Teilen recht redundanter Schreibstil, der auf jeden einzelnen Denkschritt hinweist. Aber derartige Kritik ist völlig unangebracht: Das Alter der Datensätze spielt nur eine geringe Rolle, da es gelungen ist, daraus weiterhin wichtige Befunde zu extrahieren; der Schreibstil mag zwar anstrengend sein, macht aber alle Arbeitsschritte auf vorbildliche Weise nachvollziehbar. Mit anderen Worten: Berücksichtigt man die theoretischen wie empirischen Resultate des Forschungsprojekts, zeigt die Verfasserin, dass die Lektüre wissenschaftlicher Publizistik zwar anstrengend sein kann – aber auch lohnend.

Dr. Gerd Hallenberger