



Karl Nikolaus Renner:
Fernsehen. Konstanz/München 2012.
 UVK/UTB. 130 Seiten, 9,99 Euro

Fernsehen

Der schmale Band beginnt mit dem bedeutenden Satz: „Das Fernsehen ist ein vielgestaltiges Medium, das unterschiedlichste Funktionen erfüllt und aus den unterschiedlichsten Perspektiven betrachtet werden kann“ (S. 7). Der Autor, Professor für Fernsehjournalismus in Mainz, erhebt den Anspruch, der Vielgestaltigkeit des Mediums gerecht zu werden, indem er einen Überblick „über die Vielzahl von Gegenständen, Fragestellungen und Herangehensweisen geben [will], die alle mit dem Medium Fernsehen zu tun haben“ (S. 13). Den Ausgangspunkt stellt dabei das Konzept des kommunikativen Handelns dar. In sechs Kapiteln werden die kommunikativen- und medientheoretischen Grundlagen erörtert, die technische Seite des Mediums dargestellt, die rechtlichen und wirtschaftlichen Aspekte des Fernsehens sowie die Organisation der Fernsehsender vorgestellt, die Zuschauerseite beleuchtet, das Fernsehprogramm selbst behandelt sowie ein kurzer Ausblick auf die Zukunft des Fernsehens gewagt.

In der Darstellung des Konzepts des kommunikativen Handelns geht der Autor auf die drei Komponenten ein, die zum Gelingen einer kommunikativen Handlung beitragen: die Zeichen, die elementaren Handlungen von Sprecher und Hörer sowie die Kooperation von Sprecher und Hörer. Kommunikation wird als komplexes System begriffen und findet in situativen Kontexten statt. Warum in diesem Abschnitt nicht auf die „Theorie des kommunikativen Handelns“ von Jürgen Habermas Bezug genommen wird, bleibt das Geheimnis des Autors. Diskussionswürdig ist auch die Feststellung, dass es sich bei „Live und Film“

um „Submedien des Fernsehens“ handelt (vgl. S. 27). Im Technik-Kapitel geht der Autor zunächst auf die technischen Grundlagen des Fernsehens ein, bevor er etwas ausführlicher die Aufnahme- und Produktionstechnik sowie die Übertragungs- und Empfangstechnik behandelt. Im Kapitel „Die Sprecherseite“ geht es um die Geschichte und Organisation des Mediums mit den rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die kurz angerissen werden. Etwas ausführlicher werden die öffentlich-rechtlichen Sender und die privaten Fernsehsender sowie die Landesmedienanstalten dargestellt. Im Abschnitt über die Fernsehschaffenden geht es im Wesentlichen um Autoren und Journalisten. Auf Produktionsfirmen wird lediglich in einem Nebensatz eingegangen (vgl. S. 57). Im Zuschauer-Kapitel werden zunächst die Konzepte und Methoden der Zuschauerforschung vorgestellt. Dabei geht der Autor dankenswerterweise kritisch mit dem Publikumsbegriff um: „Wie dieser Begriff genau verstanden wird, richtet sich nach dem jeweiligen Erkenntnisinteresse“ (S. 61). Anschließend werden die Motive der Fernsehnutzung ebenso dargestellt wie Zuschauermilieus und eine Mediennutzertypologie, bevor etwas ausführlicher auf Rezeption und Wirkungen eingegangen wird. Abschließend wird in diesem Kapitel der Einfluss des Fernsehens auf Politik, Gesellschaft und Kultur behandelt. Im Kapitel über das Fernsehprogramm geht es um Programminhalte, Sendungsformen, Genres und Formate. Ausführlicher wird auf journalistische und fiktionale Programminhalte sowie nicht fiktionales Unterhaltungsfernsehen eingegangen. Die Beschreibungen einzelner

Genres und Formate fallen dagegen recht knapp und manchmal verkürzend aus. Warum z. B. das Reality-TV unter den fiktionalen Programmformen aufgelistet ist – auch wenn in einem Nebensatz auf Scripted Reality eingegangen wird –, ist nicht ganz nachvollziehbar. Im Zukunftskapitel geht es dann um die „Konvergenz der Medienkommunikation“ (vgl. S. 114 ff.). Der Sinnspruch „In der Kürze liegt die Würze“ trifft leider nicht auf diesen Band zu. Die Knappheit der Darstellung führt doch zu manchen Verkürzungen. Insgesamt ist der Band eher aus der Perspektive des Fernsehjournalismus geschrieben, sodass die Dynamik des Fernsehens, die aus dem Unterhaltungsbereich kommt, eher etwas zu kurz kommt ist. Zudem wird hier ausschließlich auf Deutschland eingegangen und auf deutschsprachige Literatur Bezug genommen. Dadurch gerät die wirtschaftliche Entwicklung des Fernsehens, die sich in einem globalen Markt mit internationalem Formathandel zeigt, leider nicht in den Blick. Dennoch bietet das kleine Bändchen für Einsteiger in die Thematik des Fernsehens einen grundlegenden Überblick, der allerdings nicht in die Tiefe geht – aber das haben Überblicke oft an sich.

Prof. Dr. Lothar Mikos