

Der private Fernsehauftritt als Selbstverwirklichung

Du hörst mir nie zu!, Du nervst, krieg endlich Deinen Hintern hoch, Meine Mutter hat mich weggegeben: Seit über zehn Jahren erhalten wir als Fernsehzuschauer an jedem Werktag zur festen Sendezeit ungeahnte Einblicke in fremde Biographien. Pro Jahr wandern seitdem ca. 20.000 Menschen in „Daily Talks“ über den Bildschirm, um ihr Innerstes einem Millionenpublikum zu offenbaren.

Nicht zuletzt aufgrund der gesellschaftlichen Diskussionen entstand seit spätestens Mitte der 90er Jahre eine umfangreiche medienwissenschaftliche Erforschung des Formats. Noch im vergangenen April wurden in dieser Zeitschrift drei neue Veröffentlichungen zum Thema „Daily Talk“ vorgestellt, und bereits damals stellte der Rezensent die Frage, was es zu dem „Saurierformat“ (Semeria 2002, S. 97) von medientheoretischer Seite noch zu sagen gibt.

Die ebenfalls im Jahre 2002 veröffentlichte Dissertationsschrift der Medienforscherin Sabine Trepte (abgegeben am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover) kann diese Frage beantworten. In ihrem Buch *Der private Fernsehauftritt als Selbstverwirklichung* schafft es Trepte – aufbauend auf dem gegenwärtigen Forschungsstand durch die Zusammenführung ganz verschiedener Theoriemodelle – dem Thema „Daily Talk“ neue Seiten abzugewinnen, die man sich bereits Jahre vorher für die Diskussion um die intimen Formate gewünscht hätte. Trepte kann

hier vor allem die Frage, was Privatpersonen zu dieser Form der scheinbaren „Selbstentblößung“ bewegt, neu wissenschaftlich verhandelbar machen.

Ihre Ausgangsfrage lautet: Welche Bedeutung hat der eigene (imaginierte) Fernsehauftritt bzw. das Interesse an einem Auftritt für die Rezeption der intimen Formate? Eine derartige Verbindung der Erforschung von Rezeptions- und Auftrittsmotiven wurde in der bisherigen Forschung noch nie geleistet. Daran schließt Sabine Trepte die Frage an, inwieweit ein Talkshow-Auftritt von der betreffenden Person zur symbolischen Konstruktion des Selbst genutzt wird.

Zu ihrem Untersuchungsgegenstand der „intimen Formate“ zählt sie hierbei tägliche Talkshows ebenso wie Beziehungsshow. Allerdings wird die Untersuchung den Spezifika der Beziehungsshow nicht gerecht, schlägt auch keinen Gewinn aus der Einbeziehung dieses Formats und lässt die Auswertbarkeit der Daten für die Nutzungsmotive von Zuschauern und Gästen nur schwieriger werden. Für das Format des „Daily Talk“ sind die Ergebnisse jedoch umso erheller.

Sabine Trepte kombiniert theoriegeleitete, qualitative und quantitative Forschung und bezieht die Ergebnisse jeweils aufeinander.

In einem ersten Schritt wertet sie die große Anzahl vorhandener Studien aus und gewinnt daraus übergeordnete Kategorien für die Motive von Talkshow-Rezeption und -Auftritt, statt der Vielzahl der bisherigen Studien eine weitere Erhebung mit begrenztem Aussagewert hinzuzufügen.

So stellt sie u. a. fünf Grundformen von Auftrittsmotivation vor:

- 1.) „Zutritt zur Öffentlichkeit“ (wie ihn z. B. so genannte „Prediger“ suchen, die auf ein gesellschaftliches Thema aufmerksam machen möchten),
- 2.) „Teilnahme am Fernsehgeschehen“ (die Neugier, einmal hinter die Kulissen zu schauen und Teil der Fernsehwelt zu sein),
- 3.) „Beichte/Therapie“,
- 4.) „Beziehungsarbeit“ und
- 5.) „Konstruktion des Selbst“ (der Fernsehauftritt als „Selbstbeweis“).

Um anschließend zu untersuchen, ob der eigene Fernsehauftritt als eine Konstruktion des Selbst – d. h. als eine symbolische Arbeit an der eigenen Selbstdefinition – beschrieben werden kann, modelliert Trepte zwei sozialpsychologische Ansätze, die bisher noch nicht in angemessener Weise Eingang in die medienwissenschaftliche Forschung gefunden haben: einmal die Theorie der symbolischen Selbstergänzung nach Wicklund und Gollwitzer (1982) und zweitens ein Theoriemodell der Selbstdarstellung nach Leary (1993).

Symbolische Selbstergänzung als eine eher innengerichtete Konstruktion des Selbst wird für das Individuum vor allem dann nötig, wenn es in den zentralen Eigenschaften, über die es sich als Person definiert, nicht bestätigt wird. Fehlen gesellschaftlich anerkannte Statussymbole, so kann z. B. der Fernsehauftritt eine Möglichkeit bieten, wieder Vollständigkeit bezüglich der Selbstdefinition zu erreichen. Symbolische Selbstergänzung ist auf ein zahlenmäßig möglichst großes Publikum angelegt, benötigt kein Feedback und lässt die



Sabine Trepte:

Der private Fernsehauftritt als Selbstverwirklichung. Die Option des Auftritts als Rezeptionsphänomen und zur Konstruktion des Selbst (Reihe medien SKRIPTEN, Band 39). München 2002: Verlag Reinhard Fischer. 20,00 Euro, 239 Seiten.

Bedürfnisse anderer vollkommen außer Acht.

Selbstdarstellung ist im Gegensatz dazu eine eher nach außen gerichtete Konstruktion des Selbst, die auf konkrete Adressaten ausgerichtet ist; hier ist das Ziel vor allem, soziale Belohnung und Verstärkung zu erhalten, das Erreichen eines relevanten Ziels steht im Vordergrund.

Sabine Trepte bindet die fünf Grundmuster der Auftrittsmotivation an diese Theorien zurück und macht den Talkshow-Auftritt auf diese Weise neu beschreibbar. Die Nutzbarmachung dieser sozialpsychologischen Modelle für die Medientheorie stellt die wohl größte Leistung der Veröffentlichung dar.

In Leitfadeninterviews mit 66 Personen untersucht Trepte dann noch einmal, in welchem Verhältnis Rezeptionshaltung und Auftrittswunsch stehen und ob ein Auftrittswunsch durch symbolische Selbstergänzung oder Selbstdarstellung motiviert ist. Sabine Trepte kann hier sieben Nutzungstypen entwickeln, in denen Rezeptionshaltung (distanziert oder involviert) und Bedingungen für einen eigenen Auftritt in Zusammenhang gebracht werden („Skeptiker“, „Intellektuelle“, „Oppositionelle“, „Unentschlossene“, „Goldsucher“, „Beziehungsorientierte“, „Involvierte“). Trepte kann so die Art, wie ein möglicher Auftritt im Rahmen einer jeweiligen Rezeptionshaltung antizipiert wird, recht umfassend beschreiben. Das Hauptergebnis dieser Studie, dass eine positive Haltung zum Auftritt mit einer positiven Bewertung des Formats einhergeht, ist hingegen wenig aufregend.

In einer experimentellen Vertiefungsstudie anhand einer Fragebogenerhebung und anschließenden Telefonbefragungen zu einer fingierten Auftrittsmöglichkeit mit 33 Probanden wird dann der Frage nachgegangen, ob symbolische Selbstergänzung ein Hauptmotiv des Fernsehauftritts ist. Tatsächlich kann diese zweite Untersuchung immerhin zeigen, dass die Probanden die Möglichkeit eines Talkshow-Auftritts zu Themen, die der symbolischen Selbstergänzung dienen, wesentlich positiver bewerten, wenn sie vorher in ihrer Selbstdefinition „erschüttert“ wurden. Dass das Interesse am Fernsehauftritt in diesem Fall bei Rezipienten mit einer involvierten Haltung größer ist als bei Rezipienten mit einer distanzierten Einstellung, konnte jedoch nicht nachgewiesen werden. Es ist als besonderer Pluspunkt der Arbeit zu nennen, dass Vorgehensweise und Implikationen an jedem Punkt der Untersuchung zur Diskussion gestellt werden. Die Veröffentlichung liefert so auch einen wichtigen Beitrag für die Diskussion über Kriterienbildung, Methodenauswahl oder Repräsentativität von Ergebnissen in der Medienwissenschaft.

Umso mehr verwundert dann, dass die beiden Erhebungen recht weit hinter der überzeugenden Theoriegrundlage zurückbleiben. Eine ausschließliche Betrachtung von Talkshow-Fans hätte in diesen beiden Anschlussuntersuchungen eine größere Stichprobe und vielleicht zusätzliche Erkenntnisse über den Zusammenhang zwischen Talkshow-Rezeption und Auftrittswunsch erbracht. Insgesamt kann immerhin bewiesen werden, dass dem eigenen Fernsehauftritt im Rahmen

der Rezeption von allen Rezipienten ein erheblicher Stellenwert zugemessen wird und sich symbolische Selbstergänzung als ein zentrales Motiv für den Auftritt in einer Talkshow beschreiben lässt. Und einem Nachmittagstalk zum Thema: *Kein Wunder, dass dich keiner will* kann man nach der Lektüre mit größerem Verständnis folgen.

Verena Veihl