

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abbildungsverzeichnis.....	5
Tabellenverzeichnis.....	6
Vorwort.....	7
Einleitung.....	9
A. <u>Theoretischer Teil</u>.....	13
I. Entwicklung der Fragestellung.....	13
1. Globalisierung.....	13
2. Globalisierung der Medienwelt.....	15
3. Globalisierung von Fernsehformaten.....	16
4. Globalisierung des Fernsehformats Spielshow.....	18
5. Globalisierung und nationale/kulturelle Identität.....	20
a) Vorstellung der Theorien.....	20
aa) Der Kulturimperialismus.....	20
bb) Semiotische Theorie.....	21
b) Nationale und kulturelle Identität.....	22
c) Einfluss der Medien auf die nationale/kulturelle Identität.....	23
6. Zusammenfassung.....	25
II. Die deutsche, englische und irische Fernsehlandschaft im Vergleich.....	26
1. Deutschland.....	26
a) Kurzprofil der Bundesrepublik Deutschland.....	26
b) Die deutsche Fernsehlandschaft.....	26
c) Fernsehen und nationale Identität in Deutschland.....	28
2. England.....	29
a) Kurzprofil des Vereinten Königreichs von Großbritannien.....	29
b) Die britische Fernsehlandschaft.....	29
c) Fernsehen und nationale Identität in Großbritannien.....	32
3. Irland.....	32
a) Kurzprofil der Republik von Irland.....	32
b) Die irische Fernsehlandschaft.....	33
c) Fernsehen und nationale Identität in Irland.....	36

	Seite
4. Zusammenfassung.....	37
III. Historische Betrachtung der Spielshows.....	39
1. Direkte Vorläufer der Spielshow.....	39
2. Die Entwicklung der Spielshows im amerikanischen Rundfunk.....	39
a) Die Anfänge der Spielshows.....	39
b) Der Quiz-Skandal.....	42
c) Die weitere Entwicklung der Spielshows.....	43
3. Die Spielshows im deutschen Fernsehen.....	44
4. Die Spielshows im englischen Fernsehen.....	51
5. Die Spielshows im irischen Fernsehen.....	57
6. Vergleich der Spielshow-Entwicklungen.....	57
7. Zusammenfassung.....	59
IV. Quiz Shows.....	60
1. Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Spielshows.....	60
a) Merkmale der Spielshows.....	60
b) Typologie der Spielshows.....	61
aa) Das Fernseh-Gesellschaftsspiel.....	62
bb) Die handlungsorientierte Game Show.....	62
cc) Die Game Show für Kinder und Jugendliche.....	63
dd) Die Quiz Show.....	63
2. Definition der Quiz Show.....	63
a) Das Spiel.....	64
b) Das Wissen.....	65
c) Das Glück.....	67
d) Die Moderierenden.....	67
e) Die Kandidierenden.....	68
f) Das Studio.....	69
g) Das Publikum.....	70
aa) Das Präsenzpublikum.....	70
bb) Das Fernsehpublikum.....	71
h) Die Gewinne.....	73

	Seite
B. Empirischer Teil.....	75
I. „Who Wants To Be A Millionaire?": Vorstellung und Einordnung.....	76
1. Vorstellung.....	76
2. Einordnung.....	77
II. Entstehungsgeschichte.....	78
III. Produktionsfirmen.....	80
1. Endemol.....	80
2. Celador.....	81
3. Tyrone.....	82
IV. Ausstrahlungsmerkmale.....	83
V. Inhaltsanalyse.....	84
1. Untersuchungsmethode.....	84
2. Untersuchungsablauf.....	85
a) Planungsphase.....	86
b) Entwicklungsphase.....	88
c) Testphase.....	90
d) Anwendungsphase.....	92
e) Auswertungsphase.....	92
VI. Analyse.....	93
1. Das Spiel.....	93
2. Das Wissen.....	96
a) Allgemeine Anmerkungen.....	96
b) Hypothese.....	99
c) Zusatzhypothese.....	106
3. Das Glück.....	112
4. Die Moderierenden.....	113
a) Werdegänge.....	114
aa) Deutschland: Günther Jauch.....	114
bb) England: Chris Tarrant.....	114
cc) Irland: Gay Byrne.....	115

	Seite
b) Analyse.....	116
aa) Deutschland: Günther Jauch.....	116
bb) England: Chris Tarrant.....	120
cc) Irland: Gay Byrne.....	121
dd) Vergleich.....	122
5. Die Kandidierenden.....	124
a) Bewerbung.....	124
b) Analyse.....	126
c) Vorstellung und Gespräche.....	131
aa) Vorstellung.....	131
bb) Gespräche.....	133
6. Das Studio.....	134
7. Das Publikum.....	137
a) Das Präsenzpublikum.....	137
b) Das Fernsehpublikum.....	138
aa) Einschaltquoten.....	138
bb) Umfrage.....	140
8. Die Gewinne.....	142
9. Das Merchandising.....	144
VII. Ergebnis.....	146
Fazit.....	149
Literaturverzeichnis.....	153
Quellenverzeichnis.....	161
Anhang.....	163

Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abb. 1: Weltweite Verbreitung.....	9
Abb. 2: Hierarchie der Wissensarten.....	65
Abb. 3: Unternehmensstruktur Endemol Deutschland.....	80
Abb. 4: Unternehmensstruktur Celador.....	81
Abb. 5: Standardisierter Untersuchungsablauf der Inhaltsanalyse.....	86
Abb. 6: Auswahlfragen nach Kategorien.....	100
Abb. 7: Fragen der Hauptrunden nach Kategorien (in %).....	100
Abb. 8: Fragen nach Kategorien bis 1.000 (in %).....	102
Abb. 9: Fragen nach Kategorien ab 64.000 (in %).....	103
Abb. 10: Fragen nach Kategorien ab 2.000 bis 32.000 (in %).....	104
Abb. 11: Anteile an länderspezifischen und nicht länderspezifischen Fragen (in %).....	107
Abb. 12: Anteile an länderspezifischen und nicht länderspezifischen Fragen bis 1.000 (in %).....	108
Abb. 13: Anteile an länderspezifischen und nicht länderspezifischen Fragen ab 2.000 (in %).....	108
Abb. 14: Kategorien der länderspezifischen Fragen (in %).....	110
Abb. 15: Auftreten der Kandidierenden (in %).....	129
Abb. 16: Gesprächsthemen.....	133

Tabellenverzeichnis

	Seite
Tab. 1: Gewinnstufen-Übersicht.....	76
Tab. 2: Ausstrahlungsmerkmale.....	83
Tab. 3: Fragen nach Fiskes Kategorien (in %).....	104
Tab. 4: Fragen bis 1.000 nach Fiskes Kategorien (in %).....	104
Tab. 5: Fragen ab 64.000 nach Fiskes Kategorien (in %).....	105
Tab. 6: Körperkontakte mit Kandidierenden.....	123
Tab. 7: Äußerlich typische Kandidaten.....	127
Tab. 8: Äußerlich typische Kandidatinnen.....	128
Tab. 9: Rezeptionsgründe.....	140/141
Tab. 10: Art der Rezeption.....	141
Tab. 11: Durchschnittliche Gewinnsummen.....	143
Tab. 12: Durchschnittliche Gewinnsummen (ohne ‚couples‘-Specials).....	143
Tab. 13: Durchschnittliche Gewinnsummen (veröffentlichte Daten).....	144
Tab. 14: Ergebnisse.....	146