

2793-7512

Joan Kristin Bleicher

# Fernsehen als Mythos

*Poetik eines narrativen  
Erkenntnissystems*



Westdeutscher Verlag

# Inhalt

<b>Vorbemerkung</b> .....	<b>13</b>
<b>Einleitung</b> .....	<b>15</b>
Analogien zwischen Mythos und Fernsehen als Gegenstand der Untersuchung .....	19
Zur Methodik dieser Untersuchung.....	22
Zum Aufbau der Untersuchung.....	24
Einordnung der Untersuchung in die bisherige Medienforschung.....	26
<b>1. Mythos Fernsehen. Annäherungen an eine Poetik</b> .....	<b>29</b>
1.1. Die Konstruktionsprinzipien des Narrationssystems Mythos.....	29
1.1.1. Die Vermittlungsstrukturen des Mythos und ihre Verweisfunktionen .....	30
1.1.2. Zur Handlungsstruktur mythischer Narrationen.....	32
1.1.3. Zum Zusammenhang der mythischen Inhalte und der Funktion der Wissensvermittlung .....	34
1.2. Weiterentwicklungen des antiken Mythos in Theater und Literatur .....	35
1.3. Bedeutung und Funktion des Mythosbegriffs .....	36
1.3.1. Übersicht zu bisherigen Analysen und Bewertungen des Mythos .....	37
1.3.2. Modelle der wissenschaftlichen Beschreibung des Mythos .....	39
1.4. Bisherige Bewertungen des mythologischen Erkenntnisystems.....	40
1.5. Zur kollektiven Bedeutung des Mythos als Erkenntnisssystem in der Romantik und der Postmoderne .....	42
1.6. Formen der Integration des Mythos als Stoff in Literatur und Medien .....	45
1.6.1. Zum mythischen Potential der Medien .....	47
1.6.2. Die Übernahme der doppelten Erzählstruktur des Mythos in Film und Fernsehen .....	50

<b>2.</b>	<b>Zur historischen Genese der Medien und ihrer mythischen Funktionen.....</b>	<b>53</b>
2.1.	Phasen des Medienwandels.....	54
2.2.	Medienentwicklung im Spannungsfeld ökonomischen und technischen Wandels.....	57
2.2.1.	Der Einfluß ökonomischen Wandels auf die Kultur- und Medienentwicklung.....	59
2.2.2.	Die historische Entwicklung von Medientechnologien und ihr Einfluß auf die Vermittlung.....	61
2.2.2.1.	Phasen der historischen Genese technisch erzeugter Bilder.....	63
2.3.	Ausdifferenzierung kultureller Vermittlungsformen in den Massenmedien.....	65
2.4.	Die Produkt- und Genregeschichte der Massenmedien.....	66
2.5.	Einflüsse medialer Präsentationscharakteristiken auf mentalitätsgeschichtliche Entwicklungen.....	69
2.6.	Der Einfluß der Medienentwicklung auf die menschliche Wahrnehmung.....	72
2.7.	Medienentwicklungen und ihre gesellschaftlichen Wirkungen.....	75
2.8.	Medienwandel als kultureller Wandel.....	77
2.8.1.	Der Einfluß des Medienwandels auf die Künste.....	78
2.8.2.	Medienwandel als Teil der Entwicklung hin zur Massenkultur.....	83
2.9.	Die Übernahme kollektiver Funktionen des Mythos durch die Massenmedien.....	84
2.9.1.	Differenzierung der Funktionen in der bisherigen Medienentwicklung.....	86
2.10.	Die Mnemosyne Fernsehen als bisheriger Endpunkt der Mediengeschichte.....	89
2.11.	Recht und Ökonomie als Rahmenbedingungen der Fernsehentwicklung.....	90
2.11.1.	Kommerzialisierung als Kulturverlust. Zur Kulturdiskussion vor Einführung des dualen Rundfunksystems.....	94
2.11.2.	Veränderung von Formen und Funktionen des Fernsehens durch die Kommerzialisierung seit 1984.....	96
	Exkurs: Das kommerzielle Fernsehen als postmodernes Erzählsystem.....	98
2.12.	Der Einfluß der Fernsehtechnik auf das Programm.....	101

2.13.	Das Fernsehen aus der Perspektive der Wahrnehmungsgeschichte ....	103
2.14.	Zu den Präsentationscharakteristiken des Fernsehens als narratives Erkenntnissystem .....	105
2.14.1.	Die mythische Zeitstruktur des Fernsehens.....	107
2.14.2.	Die Raumdramaturgie des Fernsehens als Konstruktionsprinzip seiner mythischen Zeitgestaltung .....	110
<b>3.</b>	<b>Das Programm als Narrationsstruktur des Mythos Fernsehen ....</b>	<b>114</b>
3.1.	Standardisierung und Wiederholung als Strukturprinzipien des Großzählers Fernsehen.....	117
3.2.	Modelle der zeitlichen Strukturierung des Programms: Das lineare Programmmodell .....	119
3.2.1.	Die spezifische lineare Programmstruktur von Spartenprogrammen .....	121
3.2.2.	Modelle der Platzierung von Sendungsangeboten innerhalb des linearen Programmmodells.....	122
3.2.3.	Zyklusbildungen in der linearen Programmstruktur .....	123
3.2.4.	Zyklusbildung und Fernsehrituale.....	125
3.2.5.	Die Integration der Programmstruktur in die Sendungsstruktur .....	126
3.2.6.	Programmverbindungen als interne Orientierungshilfen im linearen Programmangebot .....	127
3.3.	Das konzentrische Programmmodell.....	128
3.4.	Strategien der Standardisierung in der Textstruktur des Fernsehprogramms .....	129
3.4.1.	Formen der Intertextualität im Programm.....	131
3.5.	Weitere Funktionen des Programms .....	134
3.6.	Die Segmentstruktur des Programms und ihre Parallelen in den Programmformen .....	137
<b>4.</b>	<b>Das Narrationssystem Fernsehen und seine Konstituenten.....</b>	<b>139</b>
4.1.	Symbiose medialer Vermittlungsformen im Fernsehen .....	140
4.1.1.	Zur Integration von tradierten Formen visueller und szenischer Narration .....	141
4.2.	Programmformen und Genres als Orientierungspunkte im Narrationssystem Fernsehen.....	143

X	4.2.1.	Narrative Grundkonstruktionen in den Fernsehgenres als Teilbereiche des Narrationssystems Fernsehen .....	145
	4.3.	Grundelemente der Fernseh narration .....	148
	4.4.	Formen des Zeigens .....	150
	4.4.1.	Weltvermittlung und Konstruktion kollektiver Emotionen in Live-Übertragungen.....	150
	4.4.1.1.	Die Addition von Sequenzen als Strukturprinzip von Live-Übertragungen.....	153
	4.4.1.2.	Inszenatorische Grundmodelle der Live-Übertragungen .....	154
	4.4.2.	Reportage .....	155
	4.5.	Formen des Berichtens .....	157
X	4.5.1.	Nachrichten .....	157
	4.5.1.1.	Formale und thematische Struktur der Fernsehnachrichten .....	160
	4.5.1.2.	Tendenz zur Zeitverkürzung in den Nachrichten .....	163
	4.5.2.	Magazin.....	166
	4.5.2.1.	Zeitstruktur der Magazine .....	168
X	4.5.3.	Formen des Fernsehdokumentarismus .....	169
	4.5.3.1.	Personengebundene Darstellung des Fernsehdokumentarismus .....	170
	4.5.3.2.	Dokusoaps .....	171
X	4.5.3.3.	Dokumentarfilm .....	171
X	4.5.3.4.	Realerzählungen aus der Vergangenheit: Dokumentarfilm und Geschichte .....	174
	4.5.3.5.	Feature.....	175
	4.6.	Formen des Erzählens .....	176
	4.6.1.	Mythische Grundeinheiten in fiktionalen Sendeformen.....	177
	4.6.1.1.	Die doppelte narrative Struktur des Mythos und ihre Umsetzung in Fernsehnarrationen.....	181
	4.6.2.	Das Fernsehspiel .....	181
	4.6.2.1.	TV-Movies als geschlossene Narrationsform des kommerziellen Fernsehens.....	186
	4.6.3.	Formen der Segmentstruktur von Serien als fortlaufenden Erzählungen .....	189
	4.6.3.1.	Standardisierung und Variation mythischer Kernnarrationen in Serien .....	192
	4.6.3.2.	Zu Aspekten der Zeitstruktur der Serie .....	194

4.6.3.3.	Zur Dramaturgie von Serien mit abgeschlossenen Handlungsfolgen .....	195
4.6.3.3.1.	Vorabendserien .....	196
4.6.3.4.	Zur Dramaturgie von Serien mit offenen Handlungsfolgen.....	197
4.6.3.4.1.	Die Raumdramaturgie der Langzeitserien.....	200
4.6.3.4.2.	Daily Soaps für ein jugendliches Zielpublikum .....	201
4.7.	Talkshows .....	203
4.7.1.	Talkshow-Reihen im Nachmittagsprogramm.....	204
4.7.1.1.	Strukturprinzipien der seriellen Talkshows.....	205
4.7.2.	Prime Time Talkshows.....	208
4.7.3.	Late-Night Shows.....	210
4.7.4.	Mythische Darstellungselemente personengebundener Narration in Talkshows .....	210
4.8.	Formen des Spiels .....	211
4.8.1.	Kollektives Wissen als Themenkomplex von Quizsendungen.....	213
4.8.2.	Schneller, höher, weiter. Die Zeitdramaturgie der Gameshows.....	213
4.8.3.	Bloßstellungsshows .....	214
4.8.4.	Intimisierung in Fernsehshows.....	215
4.8.5.	Beziehungsshows .....	216
4.8.6.	Musikshows.....	217
4.8.7.	Comedyshows .....	219
4.9.	Werbung.....	223
4.9.1.	Genres der Werbespots.....	224
4.9.2.	Der Einfluß des Mediums auf die Gestalt der Werbung .....	226
4.9.3.	Veränderungen der Fernsehwerbung im dualen Rundfunksystem.....	227
4.9.3.1.	Neue Werbeformen seit Einführung des dualen Rundfunksystems ....	228
4.9.3.2.	Werbung als Spartenprogramm.....	229
4.9.4.	Werbung als rituelle Manifestation des gesellschaftlichen Mythos ....	230
4.9.5.	Formen des Glücksversprechens in der Werbung .....	230
4.9.6.	Trailer als Werbespots des Fernsehens für das Fernsehen .....	232
4.10.	Das narrative Erkenntnisssystem Fernsehen als Addition der Genres .....	234
4.10.1.	Die Raumstruktur der Fernsehgenres und ihr Einfluß auf die mythische Zeit des Fernsehens.....	235

<b>5.</b>	<b>Basiselemente der Narrationen des Mythos Fernsehen .....</b>	<b>236</b>
5.1.	Zur Integration von Traditionslinien mythischer Narration in das Fernsehen .....	236
5.1.1.	Modelle der Zeitgestaltung in der szenischen Fernseh narration .....	238
5.1.2.	Erzählsituationen und Erzählhaltungen im Fernsehen .....	240
5.2.	Götter, Helden, Wickert. Die Personengebundenheit der Fernseh narration .....	243
5.2.1.	Götter in der Werbung .....	248
5.2.2.	Heldenstruktur der Informationssendungen .....	249
5.2.3.	"Helden wie wir" .....	250
5.2.4.	Welterzähler in Informationssendungen .....	251
5.3.	Visuelle und sprachliche Zeichenhierarchien der Fernsehvermittlung .....	254
5.3.1.	Sprachliche Zeichensysteme der Fernsehvermittlung: Die Schrift .....	256
5.3.2.	Sprache, Ton .....	257
5.3.2.1.	Der Einsatz der Rhetorik im Fernsehen .....	257
5.3.3.	Die Konstruktion mythischer Räume durch visuelle Zeichensysteme .....	260
5.3.3.1.	Die Visualisierung der Narration durch die Kamera .....	261
5.4.	Die Gestaltung des Fernsehbildes .....	262
5.4.1.	Die Bedeutung des Rahmens in der Bildgestaltung .....	263
5.4.2.	Kameraeinstellung als intraframe narration .....	264
5.5.	Funktionen der Kamerabewegung in der Narration .....	267
5.5.1.	Zur Organisation der Bilder in der Zeit: die Montage.....	268
<b>6.</b>	<b>Mythologische Funktionspotentiale des Fernsehens .....</b>	<b>271</b>
6.1.	Die kollektiven Funktionen des Leitmedium Fernsehen.....	272
6.2.1.	Kollektive und individuelle Sinnstiftung durch das Fernsehen.....	274
6.2.1.1.	Formen individueller Sinnstiftung .....	276
6.2.1.2.	Formen kollektiver Sinnstiftung.....	278
6.3.	Das Fernsehen als Produzent und Vermittler von kollektiven gesellschaftlichen und kulturellen Mythen.....	280

6.3.1.	Fernsehen als Schnittstelle zwischen Individuum und Gesellschaft ...	281
6.4.	Umsetzung der mythischen Weltvermittlung und Reduktion von Komplexität im Fernsehen .....	282
6.4.1.	Welterklärung.....	283
6.5.	Das Fernsehen als Bühne für öffentliche und private Themen .....	285
6.6.	Fernsehen als Vermittler von Wertestrukturen.....	286
6.6.1.	Die normierende Modellbildung des Alltags im Fernsehen.....	286
6.7.	Funktionen des Fernsehens für das Individuum.....	287
6.7.1.	Modelle der Konfliktlösung durch Gewalt.....	288
6.8.	Das Wertepotential des Fernsehens.....	290
6.9.	Wertevermittlung und Sinnstiftung in kirchlich-religiösen Sendungen.....	298
<b>7.</b>	<b>Mythenbildung im Medienensemble am Beispiel Diana .....</b>	<b>300</b>
7.1.	Mediale Konstruktion kollektiver Rituale.....	300
7.1.1.	Dianas Leben als mediale Karriereleiter von der Heiligenlegende bis zur Autobiographie einer Göttin.....	302
7.1.2.	Verstärkung von Massenemotionen durch mediale Massenhypnose ..	306
7.1.3.	Medien kritisieren Medien .....	308
7.2.	Zur Posthistoire der Medien in der Digitalisierung.....	309
7.3.	Bisherige Nutzung digitaler Technologie im Fernsehen .....	311
7.4.	Zur Integration von Formen der Interaktivität in das Fernsehprogramm der neunziger Jahre .....	312
7.5.	Die Integration des Fernsehens in das Internet: Fern-Sehen On-Line.....	313
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>315</b>
	Sonstige Quellen .....	346