

Prolegomena
zu einer
pragmatischen Fernsehtheorie

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung des Doktorgrades
am Fachbereich Philosophie und Sozialwissenschaften I
der Freien Universität Berlin

vorgelegt von

Klemens Hippel
aus Goslar

Tag der Disputation: 24.06.1998

1. Gutachter: Prof. Dr. Hans Jürgen Wulff

2. Gutachter: Prof. Dr. Klaus Kanzog

Die vorliegende Arbeit wurde durch ein Promotionsstipendium des Landes Berlin gefördert. Für zahlreiche Hinweise danke ich Diane Groß, Dr. Frank Kessler, Dr. Christiane Krautscheid, Sylke Lasarow, Dr. Eggo Müller und Carsten Schneider sowie den Gutachtern der Arbeit, Prof. Dr. Klaus Kanzog und Prof. Dr. Hans J. Wulff. Vor allem aber danke ich meinen Eltern für ihre Unterstützung - ohne sie wäre diese Arbeit nicht entstanden.

Inhaltsverzeichnis

0. Vorbemerkung	6
1. Zum Konzept einer pragmatischen Fernsehtheorie	13
1.1 Begriffliche Voraussetzungen	18
1.2 Zur Einordnung in die aktuelle Fernsehforschung	23
1.3 Zum Begriff des Textes	35
1.4 Resümee und Konsequenzen des Ansatzes.....	41
2. Fernsehperformer in einer Texttheorie des Fernsehens	42
2.1 <i>personae</i>	45
2.2 Kommunikative Kontrakte	54
2.3 Die <i>persona</i> Harald Schmidt.....	58
2.4 Resümee	62
3. Ausrichtung	63
4. Der Zuschauer „im“ Text	66
4.1 Zum impliziten Zuschauer	66
4.2 Zur Integration des Zuschauers in den Text	71
4.2.1 Positionszuweisung	72
4.2.2 Live	72
4.2.3 Stellvertretung	74
4.2.4 Perspektive	75
4.2.5 Spectator in the text	79
4.2.6 Identifikation.....	79
4.2.7 Die Stimme des Zuschauers.....	81
4.2.8 Koalitionen	83
4.3 Der Zuschauer als Autor	84
5. Adressierung.....	87
5.1 Zum Begriff der Adressierung	87
5.2 Zuschauertypen.....	88
5.3 Intentionalität	96
5.4 Zum Konzept des Adressaten	99
5.5 Statuszuweisungen.....	105
5.6 Indirekte Adressierung	110
5.6.1 Interviewstil	112
5.6.2 Indirekte Adressierung durch Kandidaten	114

5.7 Zur Kameraadressierung.....	116
5.8 Zur Funktion von Adressierungen.....	117
6. Situationalität.....	122
6.1 Zur Situation im Fernsehen.....	122
6.2 Zur doppelten Situationalität des Fernsehens	126
6.3 Entwürfe einer Situationstheorie des Fernsehens.....	128
6.4 Profilmische und afilmische Situationen	130
6.5 Zur Repräsentation von Situationen.....	135
6.6 Rahmen.....	136
6.7 Repräsentationsrahmen.....	138
6.8 Simulation einer <i>face-to-face</i> Situation	141
6.9 Repräsentation einer Situation für den Zuschauer	142
6.9.1 Situationsdefinitionen.....	142
6.9.2 Audiovisuelle Abbildungen der Studiosituation.....	144
6.10 Zur Kamera.....	149
6.11 Zur Aufrechterhaltung der Situation	151
6.12 Störungen	153
7. Zusammenfassung.....	158
8. Bibliographie.....	162
9. Filmographie.....	193
9.1 Fiction.....	193
9.1.1 Serien.....	193
9.1.2 Filme.....	193
9.2 Non-Fiction.....	193