

2. Fernsehperformer in einer Texttheorie des Fernsehens¹

Zentrale Bedeutung bei der Frage nach der Einordnung des Gegenstandes in das Feld zwischen textueller und sozialer Interaktion kommt den *performern* zu, die im Fernsehen auftreten. Folgt man der üblichen Unterscheidung der Person des Schauspielers von den Charakteren oder Figuren, die er spielt, so ist klar, dass eine Auffassung des *Performerverhaltens* als soziale Interaktion eine Interpretation der *performer* als Personen impliziert, während eine Einordnung in textuelle Formen die *performer* als Figuren verstehen müsste.² Beide Alternativen sind gleichermaßen schwierig.

Bei den vielen fiktionalen Figuren, die die Bildschirme bevölkern, ist offenkundig, dass es sich nicht um Personen handelt, wenn auch überhaupt nicht klar ist, in welcher Weise Zuschauer³ sich zu solchen fiktiven Figuren verhalten, und wie das Verhältnis von (Star-) Schauspieler und seinen Rollen ist. Allen (1985, S. 39) hat

¹Die folgenden Überlegungen zur *persona* beruhen teilweise auf einer früheren Arbeit, vgl. Hippel (1996).

²Goffman (1989, S. 148f) hat dieselbe Trennung zwischen ‚Person‘ als „Subjekt eines Lebenslaufs“ und ‚Figuren‘ bzw. ‚Theaterrollen‘ vorgenommen, und beides wiederum abgegrenzt von ‚Rollen‘ als „spezialisierte Funktion“, die sowohl von Personen als auch von Figuren übernommen werden können. Diese Terminologie hat den Vorzug, dass sie Missverständnissen mit soziologischen Rollentheorien entgeht, die ‚Rolle‘ eines Arztes z.B. könnte ja sowohl eine Theaterrolle als auch eine soziale Rolle darstellen. Wulff (1996) schlägt stattdessen eine Dreiteilung von „Schauspieler“, „Rolle“ und „Figur“ vor. Dabei entspricht der „Schauspieler“ ungefähr der Person in Goffmans Terminologie und „Rolle“ der ‚Theaterrolle‘ (oder ‚Figur‘ im Sinne Goffmans), „Figur“ bei Wulff meint „jene, fast zur Eindeutigkeit des Symbols verfestigten Typen“ (Wulff 1996, S. 46), von der „Femme Fatale“ bis zum „Bettler“. Wulffs „Figur“ lässt sich demnach als Spezialfall einer „spezialisierten Funktion“ in Goffmans Sinne verstehen. Als „Figuren“ in Wulffs Sinne können sowohl „Personen“ als auch „Rollen“ in Goffmans Terminologie aufgefasst werden. Die Differenz begründet sich darin, dass Wulff als Ausgangspunkt die „abgebildete Person“ (Wulff 1996, S. 33) nimmt und versucht, das „Kräftefeld“ zu beschreiben, das „die abgebildete Person zwischen der besonderen Rolle, die sie spielt, der Typenhaftigkeit dieser Rolle und dem Wissen über den Schauspieler [...] ausrichtet“ (ebd., S. 31). Wulff will also gerade den sozialen Aspekt der ‚Rolle‘ in das Modell integrieren, es geht um die Synthese von Charakteren innerhalb von audiovisuellen Texten. Ich werde stattdessen an einer Zweiteilung von ‚Person‘ und ‚Figur‘ festhalten und den Begriff der ‚Rolle‘ im Sinne von ‚Theaterrolle‘ verwenden, da ‚Rollen‘ im soziologischen Sinne hier nicht von Bedeutung sind.

³Keppler (1994a, 1995, 1996) hat gezeigt, dass das Verhalten der Zuschauer relativ zu Personen und Figuren erhebliche Differenzen aufweist. Sie beschränkt ihre Untersuchung zwar auf fiktionale Texte, ihre prinzipielle Überlegung hängt davon jedoch nicht ab, vgl. Keppler (1995, S. 94).

zu recht kritisiert, dass in Studien zur Rezeption von *soap operas* immer wieder fiktive Figuren als Personen interpretiert würden. In der Tat gehen empirische Arbeiten regelmäßig davon aus, man könne fiktionale Figuren und *performer* wie Nachrichtensprecher oder Moderatoren ohne weiteres vermischen, insbesondere in Erhebungen zur ‚parasozialen‘ Interaktion werden fiktionale Charaktere und *performer* zusammengefasst, vgl. Jenzowsky (1996).

Auch bei (nicht-fiktionalen) *performern* wie Harald Schmidt oder Dieter Hallervorden ist der personale Status jedoch alles andere als selbstverständlich. Das wird schon dadurch ersichtlich, dass der Kontrast zwischen der ‚privaten‘ Person und ihrem Auftreten als Showmaster innerhalb des Mediums immer wieder thematisiert wird. Manchmal wird auch im Gegenteil hervorgehoben, ein solcher Konflikt bestehe nicht. So gehört es zum Image des Medienstars Helge Schneider, dass er in seinem Auftreten ‚echt‘ ist, und kein Schauspieler. Ein bemerkenswertes Beispiel geben auch die ZDF-Journalisten Bodo H. Hauser und Ulrich Kienzle ab. Ihr in *FRONTAL* zur Schau gestelltes politisches Gegeneinander wurde bei einem gemeinsamen Auftritt in *DIE HARALD SCHMIDT SHOW* (09.04.97) aufrechterhalten, ein kurzzeitiges Ausbrechen aus der Rolle (Kienzle sprach aus Versehen Hauser mit ‚Du‘ und ‚Bodo‘ an) wurde umgehend korrigiert. Vergleichbare Kollisionen zwischen fiktionalen und echten Charakteren kann man aber auch bei nicht-professionellen Kommunikationsteilnehmern studieren, zum Beispiel, wenn Talkshowkandidaten sich als Betrüger (und damit als Figuren) outen, die in mehreren Shows mit den verschiedensten angeblichen Eigenschaften aufgetreten sind, einige Beispiele gab Krautscheid (1997).

Schließlich wird das Fernsehen insgesamt von einer großen Menge von Personal bevölkert, von den Opfern versteckter Kamera über Studiozuschauer, Kandidaten, Politiker, Sportler, Moderatoren bis zu fiktionalen Figuren (um zu schweigen von Kameraleuten, die ‚zufällig‘ im Bild sind, die Regie aus dem Off, Helfer, die Geschenke ins Bild reichen usw.), ohne dass deren Status klar wäre. Wie kompliziert die Frage nach dem Status der *performer* ist, zeigt sich nicht zuletzt auch darin, dass die textinternen Beziehungen der *performer* zu ihren Mitspielern oder Mitarbeitern wiederum entweder (medial abgebildete) soziale oder (medial erst konstruierte) fiktionale Beziehungen sein können. Die Beziehungen können dabei einen mehrdeutigen Charakter haben, hat doch das Handeln der *performer* im (nicht fiktionalen) Text zum Teil auch soziale Bedeutungen, die für die Kommunikation wichtig sind. Wenn John Wayne im Western *Dean Martin K.O.* schlägt, so hat das

(vermutlich) keine Konsequenzen für die Beziehung der Personen John Wayne und Dean Martin, was aber der Showmaster Harald Schmidt mit einem Gast anstellt, kann durchaus Konsequenzen für ihr Verhältnis haben. Das Verhalten der *performer* ist immer auch soziales Verhalten relativ zu den Mitspielern. Ich betone das nicht wegen der Konsequenzen für die *performer* und ihr Verhalten, sondern weil beachtet werden muss, dass die Zuschauer über diesen Sachverhalt informiert sind: Sie können und müssen das Handeln der *performer* immer auch auf seine soziale Angemessenheit innerhalb der medial repräsentierten Situation beurteilen bzw. verstehen und nicht nur in bezug auf sich. Ich werde allerdings davon abstrahieren, und nur von solchen *performer*-Aktionen sprechen, die sich auf den Zuschauer beziehen.

Wenn man nach den Beziehungen von Zuschauern zu *performern* fragt, wird deren schwieriger Status besonders deutlich. Interpretiert man die Performance der Fernsehpersonen in Analogie zu sozialer Interaktion und versteht demnach ‚Beziehung‘ in einem sozialpsychologischen Sinne, wie in der Definition von Hinde (1979), so gewinnt man den Eindruck, es könne relativ zu Fernsehpersonen überhaupt nicht von personalen Beziehungen gesprochen werden, da der Begriff der ‚Beziehung‘ dort eine gewisse Gegenseitigkeit impliziert:

„A relationship implies first some sort of intermittent interaction between two people, involving interchanges over an extended period of time. The interchanges have some degree of mutuality, in the sense that the behaviour of each takes some account of the behaviour of the other“ (Hinde, 1979, S. 14, vgl. auch den Eintrag ‚relationships‘ in Harré & Lamb 1983).

Zahlreiche empirische Befunde belegen aber, dass Zuschauer normalerweise eine Form von personalen Beziehungen zu Fernsehpersonen entwickeln, seien diese rein fiktive Figuren, abgebildete Personen oder Stars, vgl. Caughey (1978, 1984), Alperstein (1991). Diesen Schluss lassen auch Studien zur Rezeption von Serien zu, so z.B. Ang (1986), Livingstone (1990).

Gleichzeitig ist auch offensichtlich, dass den Rezipienten der spezifisch andere Charakter solcher Beziehungen zu Fernsehpersonen bekannt ist, und dass sie aktiv mit ihrem Wissen umgehen. So ist es zwar üblich, dass sich Teenager in ihre Lieblingssänger „verlieben“, die damit verbundenen Handlungsoptionen sind aber ungleich beschränkter als die gegenüber Personen, die man „richtig“ kennt. Außer-

dem bieten derartige Beziehungen Handlungsoptionen, die sozialen Beziehungen fehlen. Wenn „Take That“¹ bei WETTEN DASS...? (30.03.96) auftritt, gehört das Happening der (weiblichen) Fans vor dem und im Studio zum angemessenen Verhalten der Fans, die sich als Masse erleben können, die für denselben Star schwärmt. Ein Beispiel für die mediale Inszenierung solcher Beziehungen ist die Fanpost an „Ollie auf der Leiter“ in der Show GELD ODER LIEBE: Der ursprünglich als Bühnenarbeiter eingeführte ‚Ollie‘ (der die anfangs immer wieder streikende Mechanik des Kioskspiels zu reparieren hatte) wurde im Laufe der Zeit zum festen Bestandteil des Kioskspiels (vgl. z.B. 13.11.93). Auch nachdem die Mechanik längst einwandfrei funktionierte, saß er weiterhin auf seiner Leiter und wurde Ziel von Fanpost, die zum Teil in der Show verlesen wurde.² Die Möglichkeit der Zitation aus Fanpost ist den Urhebern der Briefe bekannt, und damit ist die Fiktion eines „privaten“ Briefs an Ollie ausgeschlossen.

Die genaue Aufklärung der spezifischen Eigenschaften von Beziehungen der Zuschauer zu Medienperformern ist eine Aufgabe der Sozialpsychologie, hier sollte nur auf die prinzipielle Schwierigkeit einer personalen Deutung von Fernsehperformern hingewiesen werden. Man kann die Beziehungen von Zuschauern zu performern nicht einfach in Analogie zu sozialen Beziehungen interpretieren. Die Frage, wie solche „Beziehungen“ im Verhältnis zu sozialen Beziehungen verstanden werden können, ist meines Wissens ungelöst - vielfach werden sie als „Ersatz“ für andere, soziale interpretiert. Damit werden die medial vermittelten Beziehungen ohne weiteres als fehlerhafte oder unvollständige Form sozialer Beziehungen aufgefasst.

2.1 *personae*

Man könnte angesichts der Einschränkung des personalen Charakters von performern versucht sein, Fernsehperformer insgesamt als Figuren zu interpretieren, wie Wulff (1992a, S. 566, 1996, S. 41) vorgeschlagen hat, und die performer damit aus

¹Gerade die Hysterie um die Auflösung von „Take That“ hat gezeigt, dass hier eine „personale“ Beziehung transzendiert wird - die Auflösung der Gruppe, die angeblich zu Selbstmorddrohungen der Fans führte, wurde offenbar als eine Art Tod empfunden.

²Inzwischen ist ‚Ollie‘ aus der Show verschwunden, aber auffälligerweise wird seine Rolle als jemand, der ohne echte Funktion auf einer Leiter sitzt und die inzwischen meist fehlerfrei funktionierende Mechanik überwacht, in jeder Sendung wieder neu besetzt, am 14.12.97 z.B. mit einem 82jährigen, kurz vor der Verlobung stehenden Mann.

dem Rahmen des Personalen ausschließen. Und das ist eine Auffassung, die einem texttheoretischen Diskurs sehr entgegen käme. Wie in allen Texten würden uns auch in Fernsehtexten nur Figuren begegnen. Dagegen spricht wiederum die Tatsache, dass manche *performer* die besondere Eigenschaft haben, mit den Fernsehzuschauern in eine „direkte“ kommunikative Beziehung treten zu können. Vor allem in Shows, Magazinen aller Art, Sportsendungen usw. ist dieses Phänomen feststellbar, dass die *performer* im Stile einer *face-to-face* Kommunikation mit den Zuschauern Kontakt aufnehmen, eine Strategie, die Figuren normalerweise nicht verfolgen.

Insgesamt scheint es also so, als seien Fernseh*performer* wie Showmaster oder Moderatoren eine Mischung aus ‚Person‘ und ‚Figur‘. Einen ersten (und den bisher einzigen) Ansatz zu einer Theorie der *performer* in einem Feld zwischen ‚Person‘ und ‚Figur‘ haben die amerikanischen Sozialwissenschaftler Donald Horton und Richard Wohl formuliert; sie unternahmen mit ihrer interaktionistischen Theorie der „parasozialen Interaktion“ (Horton & Wohl 1956)¹ einen Versuch, Zuschauer-*performer*-Beziehungen zu beschreiben, und haben mit ihrem Konzept der *persona* einen Entwurf zu einer Theorie der *performer* in der Massenkommunikation vorgelegt.² Zwar gingen auch Horton & Wohl von einer sozialwissenschaftlichen (und nicht textorientierten) Perspektive aus - ihre implizite These könnte man wie folgt beschreiben: Da *face-to-face* Interaktionen zur Herstellung von Beziehungen zwischen den Interaktanten führen, ist anzunehmen, dass der Imitation von *face-to-face* Verhalten in medial vermittelten Situationen die Absicht zugrunde liege, etwas den in *face-to-face* Situationen entstehenden Beziehungen Analoges zustande zu bringen. Horton & Wohls Modell beschränkt sich aber nicht auf die Annahme der bloßen Simulation von *face-to-face* Kommunikation. Indem die Autoren ihr Augenmerk auf die Interaktionen zwischen *performern* und Zuschauern und die dabei entstehenden Beziehungen richteten, verstanden sie die *performer* als Funktion des Textes (bzw. Mediums). Die *performer* werden als die Bestandteile des Mediums interpretiert, die für die Beziehungen zum Zuschauer zuständig sind. Horton & Wohl haben dann die *performer* zwar als personales Gegenüber der Zuschauer

¹Als parasoziale Interaktion bezeichnen die Autoren „[the] simulacrum of conversational give and take“ (Horton & Wohl 1956, S. 215) zwischen dem *performer* und dem Zuschauer, zu einer ausführlichen Beschreibung vgl. Hippel (1992, 1993a).

²Dem folgte noch die Arbeit von Horton & Strauss (1957), der frühe Tod von Richard Wohl verhinderte dessen geplante Ausführung der Theorie.

interpretiert, ihr Ansatz ist aber durch den funktionalistischen Ausgangspunkt offen für andere Interpretationen. Um eine solche Umdeutung geht es im folgenden. Kernstück der (wenn auch implizit bleibenden) *Performertheorie* bei Horton & Wohl ist ein bestimmter Typ von *performern*, der von ihnen als *persona* bezeichnet wird. *Personae* sind spezielle Darsteller, die nicht lediglich im Fernsehen abgebildete, reale Persönlichkeiten wie Politiker etc. sind, und auch nicht *fictional characters*, gegeben von Schauspielern, wie im Kino oder Theater.¹ Sie sind Personen, „whose existence is a function of the media themselves“ (Horton & Wohl 1956, S. 216). Sie haben keine von der Sphäre der Medien unabhängige Bedeutung, sondern existieren für ihr Publikum nur innerhalb der medial vermittelten Beziehung, in der sie stehen. Quizmaster, Ansager und Interviewer sind häufig solche Personen. Sie unterscheiden sich sowohl von den im Fernsehen auftretenden politischen oder sonstigen Persönlichkeiten, die auch in der sozialen Sphäre außerhalb der Medien Bedeutung haben, als auch von den Schauspielern, die jeweils nur für kurze Zeitspannen Rollen übernehmen.²

Die *personae* sind, so Horton & Wohl, die wichtigsten Akteure innerhalb der parasozialen Interaktion. Sie stellen eine, wenn auch imitierte, Intimität mit dem Publikum her, sofern dieses sich darauf einlässt. Der Zuschauer „kennt“ die *persona*, so wie er einen Freund kennt, nämlich „through direct observation and interpretation of his appearance, his gestures and voice, his conversation and conduct in a variety of situations“ (Horton & Wohl 1956, S. 216). Die Beziehung ist nicht beschränkt auf eine kurze Zeitspanne, sondern beständig durch die regelmäßige Wiederkehr der *persona*. Die *persona* ist in das Leben des Zuschauers integriert, und mit der Zeit entsteht aus der Perspektive der Zuschauer so etwas wie eine „gemeinsame“ Geschichte. Gegenüber realen Personen hat die *persona* noch eine Beson-

¹Während von Horton & Wohls (1956) Perspektive aus Schauspieler in Film und Theater zusammenfallen, wird vielfach davon ausgegangen, dass ein prinzipieller Gegensatz zwischen Film- und Theaterschauspielern bestehe. Kattenbelt (1995, S. 152-158) hat zahlreiche Belege für die Verbreitung der These versammelt, dass es, anders als für das Theaterpublikum, für das Filmpublikum keinen Grund gebe, „die Person des Darstellers von der Rolle der Filmfigur zu trennen. Auf der Fläche der Leinwand sind sie beide identisch“ (Piotrovskij 1974, S. 104). Solche Hypothesen zeigen die Notwendigkeit einer Theorie der *performer* auch für die Filmtheorie, zum schwierigen Verhältnis von Darsteller und Filmfigur vgl. Thompson (1978), Butler (1995).

²Das bedeutet aber nicht, dass *personae*, wie Meyrowitz (1987, S. 95) meint, „keine traditionelle schauspielerische Fähigkeit besitzen“ - entscheidend für die *persona* ist ihre Funktion als Interaktionspartner für die Zuschauer. Schauspielerische oder sonstige Fähigkeiten können insofern relevant sein, als sie diese Funktion unterstützen können.

derheit, die sie auszeichnet: Sie verändert sich normalerweise nicht gegenüber dem Standard des einmal eingeführten Charakters. Ihr Verhalten ist voraussagbar, es gibt keine Überraschungen in der Beziehung zum Zuschauer.

Die Eigenschaften, die *personae* haben müssen, sind nicht festgelegt - auf der einen Seite sollen sie besonders sympathische, mit vielen guten Eigenschaften ausgestattete Figuren sein, auf der anderen Seite kann es sein, dass sie, um der Imagination des Zuschauers Platz zu lassen, mehr oder weniger unbestimmt bleiben. Als ein Beispiel für derartige *personae* dient Horton & Wohl die Radio-*persona* des „Lonesome Gal“, das in einem Monolog den „parasozialen Liebhaber“ ansprechen sollte. Das Programm bestand aus einem andauernden Monolog des Lonesome Gal, in dem beständig der einzelne Zuschauer adressiert wurde. Es gab keine Rahmenhandlung, und kein bestimmtes Thema über die parasoziale Beziehung hinaus, um das es gegangen wäre. Wichtig ist dabei, dass die *persona* „Lonesome Gal“ sozusagen ein unbeschriebenes Blatt blieb und keinerlei persönliche Informationen über sie gegeben wurden. Horton & Wohl sprechen in diesem Zusammenhang von der reziproken Rolle zur parasozialen Rolle des Zuschauers: Wie das Verhalten des Zuschauers in der parasozialen Beziehung nur unterstellt werden kann, so bleibt das Lonesome Gal die freie Variable für die Imagination des Zuschauers.

Definiert ist die *persona* also nicht durch ihre Eigenschaften oder Fähigkeiten, sondern dadurch, dass sie innerhalb der Interaktion eine bestimmte Position einnimmt. Sie macht das Angebot an den Zuschauer, in eine Beziehung zu ihr einzutreten. Damit sind auch *personae* möglich, die bei Horton & Wohl (noch) keine Erwähnung fanden: Negative Charaktere wie JR Ewing oder Morton Downey jun., in Deutschland wohl am ehesten Hugo Egon Balder, vielleicht auch Harald Schmidt.

Der Entwurf der *persona* bei Horton & Wohl ist in der Sekundärliteratur sehr wenig zur Kenntnis genommen worden.¹ Meyrowitz' (1987) schon zitierte irrtümliche Auffassung über bestimmte mangelnde Eigenschaften von *personae* bildet da eine Ausnahme. Die einzigen längeren Ausführungen über das Modell bietet Wulff (1992a), der die *persona* sehr treffend als Personalisierung „einer spezifischen kommunikativen Medienfunktion“ (Wulff 1992a, S. 283) bezeichnet, aber auch auf

¹King (1992), der auf Horton & Wohls Arbeit hinweist, verwendet zwar den Begriff der *persona*, aber nicht in ihrem Sinne; Livingstone (1990) untersucht die Wahrnehmung fiktiver Charaktere und verweist mehrfach auf Horton & Wohl, das Konzept der *persona* taucht aber nicht auf.

einige Schwierigkeiten bei der genauen Bestimmung dieser Vorstellung verweist, insbesondere in bezug auf die Überlegungen Langers (1981) zu Stars und Personalities. Die verschiedenen internen Schwierigkeiten des Konzepts und einen Lösungsvorschlag habe ich an anderer Stelle diskutiert (vgl. Hippel 1993a).¹

Hier soll lediglich der Ansatzpunkt der Theorie bei Horton & Wohl genutzt werden, der den Schlüssel zum Verständnis des schwierigen Status der *performer* bildet. Horton & Wohl waren die ersten (und weitgehend einzigen), die bei einem deskriptiven Zugriff auf Fernsehtexte die besonderen Eigenschaften solcher Fernsehperformer bemerkten, die sie selbst als *personae* bezeichnet haben: *Performer*, die in dem Feld zwischen (abgebildeter) Person und fiktionaler Figur eine Zwischenposition einnehmen. Indem Horton & Wohl die *persona* sowohl von der Theaterrolle als auch von der Person des Schauspielers abgrenzen (Horton & Wohl 1956, S. 216), weisen sie der *persona* eine Position zwischen einer Person und der Rolle eines *performers*, also einer Figur, zu. Die *persona* ist „nur“ eine der Rollen eines *performers*, soll aber auch als „reale“ Person gelten. Für die Annahme, dass die *persona* so etwas wie eine Instanz zwischen einer Person und einer Figur darstellt, spricht nicht nur die Ausgangsdefinition, nach der das Fernsehen die fiktionale Figurenwelt und die reale Welt von Personen in „continuous interplay“ (ebd.) verbindet, wodurch der neue *Performertyp* entsteht. Auch manche Stellen in Horton & Strauss (1957) legen es nahe, von dieser Vorstellung auszugehen. So heißt es, dass „parasocial personalities switched back and forth [...] between their two selves“ (Horton & Strauss 1957, S. 582). Das muss wohl so verstanden werden, dass die *persona* - und nicht der *performer* - gleichzeitig in zwei Rollen auftritt. Noch deutlicher spricht dafür folgende Stelle bei Horton & Strauss (1957):

„Dramatic performances are built into many shows with or without the central persona as participant. Of course when he does participate, the drama is much more parasocial: he is still his parasocial self“ (ebd., S. 582).

¹Alternative Lösungsansätze bieten Lasarow (1995), die vorschlägt, das Konzept der *persona* ganz abstrakt zu fassen, und für den Fall filmischer Kommunikation den Film selbst bzw. seine strukturellen Eigenschaften als textuelles Gegenüber des Zuschauers zu interpretieren, und Wulff (1996) mit dem Konzept der „Para-Person“, das darauf hinausläuft, eine allgemeine Theorie medialer „Personalität“ zu entwickeln.

Geht man davon aus, dass *personae* janusköpfige¹ Gestalten mit personalen und figuralen Charakteristika darstellen, dann hat man einen Begriff, der geeignet ist, Fernsehperformer im oben beschriebenen Spannungsfeld zwischen textueller und sozialer Interaktion zu beschreiben. Horton & Wohl ging es vor allem darum, die Beziehungen von Zuschauern zu *performern* zu verstehen, ihr Augenmerk richtete sich daher auf die personale Seite der *personae*.² Hier geht es dagegen eher um den figurenhafte Anteil der *personae*, der ihre Interpretation als textuelle Elemente erlaubt, als textuelle Elemente, die durch ihre spezifische Funktion gekennzeichnet sind.

Der Ausgangspunkt einer solchen Interpretation der *persona* ist die primäre Definition als „special category of personalities, whose existence is a function of the media themselves“ (Horton & Wohl 1956, S. 216). Wichtigste Eigenschaft der *personae* ist, „that they can claim and achieve an intimacy with what are literally crowds of strangers“ (ebd.), und sie erreichen das durch eine Performance, in die „the viewer is implicated imaginatively, but which he does not imagine“ (ebd.). Entscheidend für die Definition der *persona* ist also die Bestimmung der *personae* als funktionale Elemente des Mediums. Wenn man von dieser Definition der *persona* ausgeht, stellt sich die Frage, welche Aufgabe sie denn hat. Zentral ist die Funktion als Bezugspunkt des Zuschauers im Text - die *persona* ist so etwas wie ein Vermittler zwischen der Sphäre des Programms (des Mediums) bzw. des Textes und der Sphäre des Zuschauers (vgl. Horton & Wohl 1956, S. 216). Horton & Wohl selbst haben diesen Bezugspunkt dann personal gedeutet, da sie daran interessiert waren zu analysieren, wie die Beziehungen von Zuschauern zu Medienpersonen hergestellt werden können. Mir geht es eher um den umgekehrten Prozess: *personae* sind wichtige Bezugspunkte, die es erlauben, Zuschauer in textuelle Beziehungen zu verwickeln. Es geht nicht nur darum, Zuschauern Beziehungen zu den *personae* selbst zu ermöglichen, die *persona* hat vielmehr auch die Aufgabe, dem Zuschauer den Zugang zum Text zu ermöglichen bzw. zu garantieren.

¹Horton & Wohl selbst haben die janusköpfige Erscheinungsform der *personae* als inneren Widerspruch des Phänomens aufgefasst. Sie weisen darauf hin, dass „an appreciation of him [the persona, K.H.] as a ‘real’ person is in contradiction to the fact that the image he presents is to some extent a construct - a facade - which bears little resemblance to his private character“ [meine Hervorhebung. K.H.] (1956, S. 226).

²Ebenso waren die empirischen Arbeiten zur parasozialen Interaktion überwiegend mit den personalen Eigenschaften der *performer* beschäftigt, vgl. Wulff (1996).

Die personale Seite der *persona*, wie sie Horton & Wohl diskutiert haben, hat den Vorzug, auf den ersten Blick relativ einfach zu sein; als medial abgebildetes Individuum kann sie, so die These von Horton & Wohl, vom Zuschauer analog zu den Individuen des Alltags behandelt werden. Eine texttheoretische Interpretation ist dagegen nicht so einfach, denn die *persona* kann nicht analog zu anderen textuellen Figuren behandelt werden.

1. *Personae* haben die Fähigkeit, Beziehungen zu Zuschauern herzustellen, die weit über den einzelnen Text hinausgehen - schon allein deswegen, weil solche Beziehungen über Textgrenzen hinweg Bestand haben.

2. *Personae* haben die Option, „ihre“ Texte zu verlassen und in anderen aufzutreten.

3. Die Stellung der *persona* zwischen einer Rolle eines *performers* und einer Person liegt zumindest zum Teil an ihrem komplizierten Verhältnis zu ihrem eigenen Text - einerseits bringt sie ihn hervor, andererseits ist sie Teil davon. Sie produziert ihn nicht in dem trivialen Sinne, in dem alle am Text Beteiligten den Gegenstand erst herstellen, sondern in einer privilegierten Weise: Die *persona* hat die Verfügungsgewalt über das Geschehen. Einen Extremfall von textueller Macht bot immer wieder Hans-Joachim Kulenkampff in seinen Shows, Sternstunden des deutschen Fernsehens sind in dieser Hinsicht seine sechs Folgen von DER GROSSE PREIS aus dem Jahre 1993.¹ Diese Verfügungsgewalt ist in den letzten Jahren immer häufiger selbst zum Inhalt von Unterhaltungssendungen geworden, z.B. bei der Thematisierung von Zeitüberschreitungen. Zum einen besteht eine von außen gesetzte Verpflichtung der *persona* gegenüber dem Zeitlimit, zum anderen zeigt sich ihr medialer Status gerade in der ritualisierten Überschreitung jenes Limits (in der 100. Folge von WETTEN DASS...? (30.03.96) kündigte der Moderator schon zu Beginn eine Zeitüberschreitung an, die am Ende 45 Minuten betrug). Wirksam ist das Phänomen auch in Talkshows, wenn mehrere *personae* aufeinander treffen - hier kann man die Auseinandersetzungen um die Gunst des Publikums unschwer in der Weise interpretieren, dass die Stamm-*persona* ihre textuellen Rechte verteidigt, Burger (1991, S. 276ff) analysiert einige Beispiele dafür.

¹S.u. Kapitel 6.12.

4. Wulff (1992a, S. 284) hat darauf hingewiesen, dass unklar sei, „ob die Persona eine spezifische *mediale oder textuelle* Funktion ist“. Er macht seine Unterscheidung daran fest, ob „die Persona als Element eines Textes bzw. einer Textsorte wahrgenommen“ wird oder „als Element des Mediums selbst“ (ebd., S. 285). Wulff selbst differenziert dann zwischen der (textuellen) Funktion der Erzähler-Rolle und des Conférenciers sowie der medialen Aufgabe „die spezifische Konstelliertheit der medialen Kommunikation zu signalisieren“ (ebd.). Diese von Wulff konstatierte Differenz verweist auf zwei texttheoretisch zu differenzierende Erscheinungsformen von ‚*persona*‘: Während der Erzähler einen Bestandteil des Textes darstellt, und der Conférencier je nach der zugrundegelegten Definition des Textes entweder selbst zum Text gehört oder aber die Texte von außen präsentiert, ist die *persona* als mediale Funktion kein Bestandteil des (einzelnen) Textes. Sie kann nicht nur unabhängig von ihren „eigenen“ Texten in anderen auftreten, sie kann vielmehr mit dem Zuschauer in einen Diskurs treten, der den präsentierten Text, aber auch andere Texte des Mediums oder das Medium selbst zum Thema hat. Beispiele dafür konnte man anlässlich des *media-events* ‚Boxkampf‘ am 09.12.95 studieren. Der Moderator von WETTEN DASS...? wiederholte mehrfach, die Zuschauer müssten jetzt noch nicht umschalten, „auf RTL läuft Werbung“ und sogar Dieter Hildebrandt, der sonst nie in die Kamera spricht, sondern immer primär mit dem Studio publikum interagiert, begrüßte in SCHEIBENWISCHER an die Kamera gewendet seine „beiden Zuschauer Ulrike und Rolf“. Oder, um ein anderes Beispiel zu wählen: Thomas Gottschalk verwies in der Premiere seiner Show GOTTSCHALKS HAUSPARTY (16.12.95) darauf, dass der Schauspieler Günther Strack schon sein zweiter Gast sei, der in Verbindung mit dem Film DER SCHATTENMANN stehe - eine auf den ersten Blick verwirrende Behauptung in einer neuen Show. Der andere Schauspieler, Mario Adorf, war nämlich bei WETTEN DASS...? aufgetreten.

Solche Beispiele machen die Unabhängigkeit ersichtlich, die die *personae* relativ zu ihren Texten genießen - sie muss in einer texttheoretischen Interpretation berücksichtigt werden. Die Unabhängigkeit der *persona* von ihrem Text geht dabei einher mit der Abhängigkeit der Texte von der *persona*, so sind viele aktuelle Talkshows nach ihren Moderatoren benannt.¹

¹Berghaus, Hocker & Staab (1994, S. 27) verweisen darauf, dass Shows über ihre Moderatoren rezipiert werden. Auch für die Rezeption fiktionaler Texte wie Serien spielen aber die Charaktere eine zentrale Rolle, zu einer kritischen Diskussion vgl. Ang (1986, S. 38ff).

In Fernsichttexten wird zuweilen direkt auf diese Abhängigkeit verwiesen. Einen interessanten Fall stellt die Jubiläumssendung von HERZBLATT (16.02.96) dar, in der neben dem aktuellen auch der ehemalige Moderator auftrat und gewisse Entzugerscheinungen zugab. Wesentlich ist dabei nicht die bloße Tatsache, dass Zuschauer Texte vermittelt über Personen interpretieren (das mag über alle Textsorten hinweg gelten), sondern die Interpretation der *performer* als für den Text verantwortlichen „Urheber“.

Die relative Textunabhängigkeit der *persona* und die Abhängigkeit des Textes von der *persona* umfassen zwei zentrale Aspekte: Zum einen die Verfügungsgewalt der *persona* über „ihre“ Texte und ihre Verantwortung für sie, zum anderen eine Eigenständigkeit der *persona* gegenüber ihren Texten.

Der logische Ort der *persona* innerhalb einer Texttheorie muss angesichts der Verfügungsgewalt über den Text auf einer auktorialen Ebene angenommen werden - in der neueren Erzähltheorie gibt es eine ganze Reihe solcher Instanzen eines „author in the text“, Vilarnovo (1992) hat sogar angenommen, dass schon in der Rhetorik bei Aristoteles ein „author in the text“ anzunehmen sei. Ihren Ursprung haben derartige Modelle in der allgemeinen kommunikationstheoretischen Annahme, eine Bedingung der Möglichkeit eines Textes sei ein irgendwie gearteter Autor - er ist notwendig, um die Intentionalität des Textes zu garantieren.¹

Innerhalb der Literaturtheorie sind dazu zahlreiche Überlegungen angestellt worden, die ich nicht reflektieren kann - wichtig ist, dass der empirische oder historische Autor eines Textes von erzähltheoretischen Instanzen wie dem impliziten Autor oder dem (textimmanenten) Erzähler unterschieden werden muss. Für die Analyse literarischer Texte spielen solche Instanzen vor allem deswegen eine wichtige Rolle, weil der (historische) Autor seine Geschichte von verschiedenen Perspektiven aus konzipieren kann. Für Texte in Film und Fernsehen kommt hinzu, dass ein einzelner historischer Autor überhaupt nicht auszumachen ist und demzufolge eine abstrakte auktoriale Funktion angenommen werden muss. Auch Film-

¹Ich beschränke mich auf das Konzept von Urheberschaft - innerhalb der erwähnten erzähltheoretischen Modelle steht der Gesichtspunkt von Auktorialität oder Intentionalität zum Teil in einem engen Zusammenhang mit der Theorie der Enunziation, die auf Benveniste (1966) zurückgeht. Sie grenzt (sprachliche) Äußerungen von dem Akt ihrer Äußerung ab und vermittelt, im Rekurs auf die de Saussure'sche Sprachtheorie, zwischen der Ebene des abstrakten Sprachsystems (*langue*) und dem konkreten Sprechen (*parole*).

und Fernsichtexte benötigen eine vom Zuschauer anzunehmende Instanz, welche die Intentionalität garantiert (während für den Film, jedenfalls in der Ideologie des Autorenfilms, der Regisseur in diese Rolle immerhin projiziert werden kann, ist beim Fernsehen nicht einmal ein solcher Dummy sichtbar, es sei denn, man nimmt so etwas wie das „System“ als Urheber). Insofern ist Burger (1990, S. 30) zu widersprechen, der meint, dass „die Frage nach etwaigen ‚Intentionen‘ ‚des‘ Kommunikators hinfällig [ist]. Der sprechakttheoretische Begriff der Intention ist für die Beschreibung massenmedialer Kommunikation nicht brauchbar, weil er ein ‚Subjekt‘ voraussetzt, das Intentionen haben und realisieren kann“. Burger selbst spricht allerdings schon auf S. 32 wieder vom „intendierten Rezipienten“, weil man eben die Unterstellung textseitiger Intentionen nicht wirklich vermeiden kann - die Intentionalität des Gegenstandes muss garantiert sein, auch wenn kein einzelner „Kommunikator“ auszumachen ist.

Versteht man die *personae* als Träger einer solchen auktorialen kommunikativen Funktion, so lässt sich der Status der *persona* zwischen Person und Rolle klären: Es handelt sich um eine abstrakte textuelle Funktion, die von einer medial repräsentierten Person realisiert wird. Damit erhält die *persona* eine besondere Rolle unter den Instanzen von Auktorialität. Die in der Erzähltheorie entwickelten abstrakten Entitäten wie der implizite Autor haben ja den Nachteil, dass man immer Gefahr läuft, ihn unbemerkt doch wieder mit dem historischen Autor zu verwechseln. In seinem letzten Werk hat Metz (1997) die in der Filmtheorie übliche anthropomorphisierende Interpretation von Auktorialität scharf kritisiert. Metz beklagt, dass in der Analyse zu voreilig mit personalen Attributen wie ‚Autor‘ umgegangen werde, ohne die Annahme einer abstrakten Quelle für ‚Enunziation‘ in Betracht zu ziehen, die den Text selbst als Quelle nimmt. Mit der *persona* hat man einen komplementären Faktor zu dem Modell von Metz. Es gibt innerhalb des Textes die Chance, Auktorialität in der Weise zu realisieren, dass sie dem Zuschauer in im Text auftretenden *personae* direkt gegenübertritt.

2.2 Kommunikative Kontrakte

Ich habe bisher versucht, mit dem Konzept der *persona* die Stellung vieler Fernsehperformer zwischen Figuren und Personen zu verdeutlichen. Das Augenmerk richtete sich, wie im Ausgangstext von Horton & Wohl (1956), auf die Frage nach der Funktion von *performern* im Text. Wie sich gezeigt hat, ist eine der interessantesten Optionen, die sich aus der Stellung zwischen Person und Figur ergibt,

eine auktoriale Funktion, die solche *personae* übernehmen können. Folgt man diesem Gedanken, so gelangt man zu einer erheblichen Konsequenz für die Analyse der Rezeption von Fernsehtexten.

In seinem Aufsatz „Logic and Conversation“ hat Paul Grice allgemeine Bedingungen, die Konversation überhaupt zugrunde liegen, definiert.¹ Nach seiner Hypothese liegen solche allgemeinen Grundlagen nicht bloß empirisch vor, sie sind vielmehr notwendige Bedingungen von Kommunikation überhaupt. Zwar verweist Grice selbst darauf, dass seine Theorie zunächst auf Konversationen beschränkt ist, die auf eine möglichst erfolgreiche Informationsübermittlung abzielen (Grice 1979c, S. 250) - eine Prämisse, die für Fernsehkommunikation kaum Anwendung finden kann. Trotzdem ist der Gedanke, dass Kommunikation jeweils Bedingungen zugrunde liegen, die nicht selbst mitgeteilt werden, weithin anerkannt worden.

Einige Autoren haben mit Bezug auf audiovisuelle Massenkommunikationsformen in den vergangenen Jahren den Begriff des Kontrakts oder Vertrages eingeführt, um der Frage nach den zugrundegelegten Vorbedingungen von Kommunikation nachzugehen (Mancini 1988, Bettetini 1989, Wulff 1993a, Casetti 1994a, Mikos 1996).² Sie beziehen sich teilweise auf die Überlegungen bei Grice, teilweise auf die Arbeiten von Greimas und Courtès (Greimas & Courtès 1982, 1989, Greimas 1987, 1988, 1989).³

¹Seine Analyse wird zuweilen in der Weise missverstanden, dass die Konversationsmaximen so etwas wie moralisch oder gesellschaftlich bedingte Konventionen seien. Tatsächlich ist der Ausgangspunkt bei Grice ein anderer - versucht er doch, Annahmen der sprachanalytischen Philosophie bzw. Logik kritisch zu hinterfragen bzw. zu widerlegen: Die These, es gebe entscheidende Bedeutungsunterschiede zwischen formalen Mitteln der Logik und ihren entsprechenden Ausdrücken in der Alltagssprache (Ausdrücke wie ‚nicht‘, ‚und‘, ‚oder‘ etc.). Nach Grice's Auffassung beruht diese Annahme auf einer Nichtberücksichtigung allgemeiner Bedingungen, die Konversation insgesamt zugrunde liegen, vgl. Grice (1979c, S. 245).

²In der germanistischen Literatur wurde das Konzept eines Vertrages zwischen Autor und Leser schon vorher vertreten, vgl. z.B. Kanzogs Modell des „Erzählvertrages“ (Kanzog 1976, S. 20ff).

³Dayan & Katz (1988) verwenden ebenfalls die Metapher des Kontraktes, sie rekurren aber auf soziologische bzw. anthropologische Überlegungen, insbesondere auf den von Turner (1977) analysierten „liminal character“ von Ritualen.

Greimas diskutiert die Idee eines „Kontrakts“¹ besonders in der Analyse narrativer Texte (Greimas 1988), aber auch bezogen auf Diskurse und Texte im allgemeinen (Greimas 1989). Sein Hauptaugenmerk gilt dem „veridiction contract“:

„Discourse is a fragile locus where truth and falsity, lies and secrets, are inscribed and read. These modes of veridiction result from the twofold contribution of the sender and receiver. The different positions are established only in form of a more or less stable equilibrium arising from an implicit agreement between these two actants of the communication schema. It is this tacit agreement that we chose to designate with the term *veridiction contract*“ (Greimas 1989, S. 653).

Wenn auch Greimas selbst an erzähltheoretischen bzw. diskursanalytischen Fragen gelegen war, sein Modell des Kontraktes spielt für unseren Zusammenhang insofern eine Rolle, als Greimas nicht nur, wie Grice, allgemein auf die Bedingungen der Möglichkeit von Kommunikation verweist, sondern dargelegt hat, dass ganz verschiedene Kontrakte zwischen Text- und Rezipientenseite bestehen können. Dabei ist es der Text, der Markierungen des jeweiligen Modus anbietet: „the text itself [...] has its own *veridiction marks*“ (Greimas 1989, S. 654).²

An die Vorstellung mehrerer voneinander abweichender Kontrakte zwischen Text und Rezipient hat sich Casetti (1994a) angeschlossen. Er orientiert sich sowohl an Grices Konzept, indem er den allgemein verbindlichen Charakter von Kontrakten

¹Der explizit nicht metaphorisch, sondern wörtlich zu nehmen ist: „If we use the term *contract* when we speak of veridiction, it is not in some kind of metaphorical way. It is because the communication of truth is founded upon an underlying exchange structure“ (Greimas 1989, S. 659). Das ist um so mehr zu betonen, als Greimas an anderer Stelle und bezogen auf einen anderen Gegenstand den Ausdruck ‘Kontrakt’ durchaus metaphorisch verwendet: „We cannot speak here of a true contract (which, as we know, engages both ‘contracting’ parties) but rather of a contract of confidence, or a pseudocontract. We could perhaps consider it an *imaginary contract*“ (1987, S. 152).

²Insofern entspricht das Modell nicht Odins (1991) Konzept von „Lektüren“ von Texten, denn bei Odin ist die Lektüre mehr im einzelnen Rezipienten bzw. dem sozialen Kontext begründet: „Die Opposition fiktivisierende versus dokumentarisierende Lektüre [...] [ist] das Resultat einer dem Film externen Operation“ (1991, S. 128). Aus demselben Grund weicht diese Auffassung auch von verbreiteten texttheoretischen Modellen ab. Es handelt sich nicht um strukturelle Gegebenheiten, denen die Textseite entweder eher unfreiwillig unterworfen ist, wie im Polysemiekonzept John Fiskes (1986, 1990) - „the structure of the text typically tries to limit its meanings to ones that promote the dominant ideology, but the polysemy sets up forces that oppose this control“ (Fiske 1990, S. 93), oder die eine allgemeine Eigenschaft von Texten überhaupt sind, wie im ursprünglichen Konzept bei Hall (1980), sondern um textuelle Strategien.

hervorhebt, als auch an Greimas, indem er den Begriff ebenfalls nicht metaphorisch verwendet: Kontrakte werden tatsächlich ausgehandelt, damit ist also eine Verpflichtung auch des Rezipienten impliziert.¹ „Ich weiß nicht, wo haben sie ‚Zuschauer‘ gelernt?“ (SCHEIBENWISCHER, 19.11.94) - der Satz des Kabarettisten Dieter Hildebrandt reflektiert ebenso treffend wie ironisch diesen vertraglichen Rahmen zwischen *performer* und seinen Rezipienten: Nicht nur für den *performer* besteht ein Anspruch auf die Qualität seines Auftrittes, auch die Zuschauer haben ihren Teil beizutragen.

Folgt man der Auffassung Greimas', dass es ganz verschiedene Kontrakte zwischen Texten und Rezipienten gibt, und Casettis Hinweis, dass die Kontrakte ausgehandelt werden können, dass es also spezifische „Abmachungen“ zwischen einzelnen Texten und Rezipienten geben kann - „most of the time, the pact is defined or is transformed during communication“ (Casetti 1994, S. 24) - stellt sich die Frage nach der Interpretation des vorliegenden Falls. Hier steht dem Zuschauer nicht nur ein Textangebot gegenüber, sondern außerdem eine teilweise von ihrem Text unabhängige *persona*. Dass die *persona* relativ unabhängig von ihrem Text mit den Zuschauern interagieren kann, bringt für sie offensichtlich die Verpflichtung mit sich, einen eigenen kommunikativen Kontrakt mit den Zuschauern zu schließen, und wenn die Analyse Horton & Wohls zutrifft, dass das einmal gewählte Format der *persona* gleich bleiben muss, damit es dem Zuschauer als verlässlicher Orientierungspunkt dienen kann, dann muss sich der Kontrakt über alle Textgrenzen hinweg auf alle öffentlichen Auftritte der *persona* erstrecken.

Diese These, dass die *persona* einen eigenen kommunikativen Kontrakt mit dem Zuschauer hat, erlaubt dann auch eine Beschreibung von *personae* in narrativen Texten: Sie bietet ein Unterscheidungskriterium der *persona* von ihrem Pendant, dem Schauspieler, der für eine begrenzte Zeit eine Rolle übernimmt.

Kepler (1995, S. 97, 1996, S. 19) hat in bezug auf Manfred Krug und Humphrey Bogart von einem „Typus“ gesprochen, der jenseits der einzelnen gespielten „Figur“ durchgängig über viele Filmtexte hinweg verwendet wird. Gemäß der hier vorgeschlagenen Interpretation ist Manfred Krug dagegen ein Standardbeispiel für eine Film-*persona*. Im Kontrast zum Schauspieler im eigentlichen Sinne steht der

¹Die übrigen genannten Autoren verzichten auf eine ausführliche Diskussion des verwendeten Kontraktbegriffes und verwenden ihn eher als Metapher.

von ihm verkörperte „Typus“ dem fiktiven Geschehen des Films als eigene kommunikative Instanz gegenüber. Das filmische Geschehen richtet sich nach ihm in dem Sinne, dass alle Handlungen relativ zu diesem Typus gestaltet sind, von der SPUR DER STEINE über LIEBLING KREUZBERG bis zum TATORT.¹ Das betrifft nicht die Produktionsseite - jeder Schauspiel-Star kann sich seine Rollen aussuchen und gegebenenfalls Korrekturen verlangen. Bei einer *persona* liegt vielmehr unabhängig von den spezifischen Intentionen der an der Textproduktion Beteiligten ein bereits festgelegtes Format vor, hinsichtlich dessen neue Texte gestaltet werden müssen. Dass die *persona* Manfred Krug einen eigenen kommunikativen Kontrakt zum Zuschauer hat, setzt voraus, dass eine identische *persona* Manfred Krug über die einzelnen Texte hinweg gewahrt bleibt. Diese Tatsache ist auch den Schauspielern selbst bewusst - so bemerkte Krug in einem Spiegel-Interview: „Ich bin immer *mehr* als der Darsteller in einer Szene“ (DER SPIEGEL 34/1997, S. 189).² Dasselbe gilt, wie gesagt, auch für den Bereich nicht-fiktionaler Texte. Eine *persona* wie Thomas Gottschalk unterliegt denselben Bedingungen. Dass sich das so verhält, kann man an einer Show wie WETTEN DASS...? studieren - die eigenständigen kommunikativen Kontrakte der *personae*, die nacheinander WETTEN DASS...? moderierten, beeinflussten nachhaltig das Format des Textes selbst, man vergleiche nur die auf die Zuschauer zentrierte Performance eines Frank Elstner mit dem Star-orientierten Auftreten Gottschalks.

2.3 Die *persona* Harald Schmidt

Worin die speziellen kommunikativen Kontrakte der Film- und Fernsehpersonae im einzelnen bestehen, müsste am Beispiel untersucht werden - die umfangreichen Diskussionen (Vgl. DER SPIEGEL 47/1995, S.124, Die Zeit 47/1995, S.1) um einen Werbeauftritt von „Mr. Tagesthemen“ Ulrich Wickert zum Beispiel spiegeln

¹Komplett „neben“ seinem Image, zumindest für westdeutsche Rezipienten, schienen im Gegensatz dazu Krugs Auftritte in DDR-Tagen als Sänger, vgl. z.B. in EIN KESSEL BUNTES (27.07.96). Inzwischen wurde auffälligerweise das ostdeutsche Sängerimage Krugs in seine TATORT-Auftritte integriert - er agiert jetzt regelmäßig als Hobbysänger.

²In diesem Punkt vermischen sich die Konturen der *persona* mit denen von Stars und deren festliegendem Format oder ‚Image‘, ohne deckungsgleich zu sein. Zum einen gibt es zahlreiche Stars, bei denen man sicherlich nicht von einem kommunikativen Verhältnis zu ihren Fans sprechen kann (gerade bei Sportlern ist das immer wieder zu sehen), zum anderen gibt es *personae* ohne eigentliches Star-Image wie unter den Nachrichtensprechern. Eine teilweise Vermischung der Konzepte ist ohnehin insofern unproblematisch, als der ‚Star‘ eine soziologische Kategorie darstellt, während die *persona* eine textuelle Größe ist.

eine Verletzung des kommunikativen Kontrakts mit den Zuschauern (bzw. das Verständnis der Kritiker von diesem Kontrakt): Die „Objektivität“ des Nachrichtensprechers wird als inkompatibel mit einem Werbeauftritt verstanden. Hier ging es lediglich darum, für die im Text auftretenden *performer* eine Interpretation vorzuschlagen, die ihr anscheinend personales Verhalten (als abgebildete Personen) innerhalb einer textorientierten Theorie interpretierbar macht, eine umfangreiche Analyse einzelner kommunikativer Kontrakte kann an dieser Stelle nicht versucht werden. Trotzdem soll wenigstens an einem Beispiel gezeigt werden, dass das Konzept der *persona* und ihres Kontraktes mit den Zuschauern für die Analyse von Fernsehtexten nützlich ist.

Betrachtet man die Beispiele, die Horton & Wohls selbst für *personae* gegeben haben, so gibt es im Bereich des deutschen Fernsehens wohl keine Person, die so dicht an diesen amerikanischen Vorbildern ist wie Harald Schmidt. Das ist nicht verwunderlich, ist seine Late Night Show doch die Kopie eines amerikanischen Showformats. Schon die früheren Sendungen Schmidts gerieten regelmäßig zu Personalityshows. Wenn es also überhaupt *performer* im deutschen Fernsehen gibt, die das Format einer *persona* ausbilden, so sollte sich das an Harald Schmidt exemplarisch darlegen lassen. Gemäß der oben ausgeführten Überlegungen über das Format einer *persona* folgen für einen speziellen Fall wie den Schmidts dann zwei Aspekte:

1. Es muss sich ein mehr oder weniger konstantes Schema über seine einzelnen Shows hinweg nachweisen lassen, das als kommunikativer Kontrakt mit seinen Zuschauern beschreibbar ist, ein Kontrakt, der über die einzelnen Sendungen hinausreicht.
2. Es muss gezeigt werden, dass die TV-Personality Harald Schmidt zwischen einer Figur und einer (abgebildeten) Person anzusiedeln ist - eine Position, die ich mit dem Konzept der ‚*persona*‘ beschrieben habe. Die TV-Figur muss also Züge einer Person aufweisen.

Zu 1. Eine ausführliche Interpretation aller oder wenigstens der meisten Auftritte Schmidts über seine Fernsehkarriere hinweg kann hier nicht geleistet werden. Ich will nur auf einen Sachverhalt hinweisen, der einen entscheidenden Aspekt von Schmidts Kontrakt mit dem Zuschauer darstellt. Dass sich Fernseh*performer* von „ihrem“ Sender oder dem Format „ihres“ Textes bzw. dessen Regeln während ihres

Auftritts distanzieren oder sich gar darüber lustig machen, ist ein seltenes Phänomen. Um so bemerkenswerter ist, dass Harald Schmidt diese Strategie über verschiedene Shows hinweg beibehalten hat. Sogar in seinen Moderationen von VERSTEHEN SIE SPASS, einer Sendung, die nicht auf ihn hin konzipiert war, sondern die er nur übernommen hatte, finden sich bereits solche Markierungen der Distanzierung vom eigenen Text. Schon in der Anmoderation seiner ersten Sendung vom 17.10.92 meinte er: „Das Schöne bei VERSTEHEN SIE SPASS ist ja, ich brauch’ ihnen nichts zu erklären, sie alle wissen, wie die Sendung geht, ich etwa weiß mittlerweile auch in etwa, worum es geht“.¹ Damit wird dem Zuschauer eine Beziehung über die Textgrenzen hinweg, sogar gegen den Text, angeboten. Das geht inzwischen so weit, dass der „Heimatsender“ von Schmidt, SAT.1, mit der Distanz wiederum werben kann; in der Eigenwerbung begegnet Schmidt seinen Zuschauern weniger als ein Repräsentant des Senders (im Gegensatz z.B. zum Personal von RAN), sondern als ein eigenständiger Star, dem vom Sender ein Forum geboten wird.

Zu 2. Der Nachweis einer Instanz zwischen ‚Person‘ und ‚Figur‘ lässt sich in der Regel nur indirekt erbringen, indem man die TV-Figur über mehrere Auftritte außerhalb „ihres“ Kontextes verfolgt. Ein bezeichnendes Beispiel war Jürgen von der Lippe Performance in SPIELE OHNE GRENZEN (01.07.89), in dem er sich nicht auf seine Rolle als Stargast festlegen ließ, sondern seinen Status als *persona* ausspielte und damit die Autorität des Showmasters beschädigte.² Im Falle von Schmidt liegt die Sache anders, gibt es doch einen Auftritt Schmidts in BOULEVARD BIO³, in dem das Thema von ‚Person‘ und ‚Figur‘ selbst ausführlich diskutiert wird (wenn auch nicht mit dieser Terminologie). Der Talkmaster Alfred Biolek spricht Schmidt direkt auf sein Image an: „Du hast auch einen bestimmten Ruf [...] der ist ja auch problematisch [...] hast du da Probleme“. Schmidt ist zunächst bemüht, eine Distanz zwischen seinem „wahren“ Selbst und seiner Fernsehrolle hervorzuheben: „Nein, weil der Ruf ja eigentlich für mich -äh- ein

¹Nur noch Hans-Joachim Kulenkampff hat diese Strategie der Distanzierung exzessiv genutzt, eine weitere wichtige *persona* des deutschen Fernsehens.

²Das funktionierte offenbar aufgrund des speziellen kommunikativen Kontraktes, den Lippe mit seinen Fans unterhält - von ihm kann erwartet werden, dass er aus dem Spiel ausbricht und dessen Regeln diskutiert. Solche rituelle Regelverstöße könnte man, in unterschiedlicher Ausprägung, über die verschiedenen *personae* des deutschen Fernsehens verfolgen.

³Mit dem Titel „Leiden und Leiden lassen“, 15.02.97.

Markenzeichen ist, also das heißt, äh, das ist nicht so, wie ich mich wirklich sehe, sondern, das ist eben mein Image“. Und auf Bioleks Frage, ob es zwei Harald Schmidts gebe, stimmt er zu und führt aus: „Das Fernsehschandmaul ist sozusagen auf Knopfdruck“. Soweit sieht es also so aus, als sei der „TV-Schmidt“ eine typische Figur, die Harald Schmidt im Fernsehen darstellt. Doch kaum hat sich Schmidt von seinem Image distanziert, da kommt die *persona* Schmidt aus DIE HARALD SCHMIDT SHOW wieder zum Vorschein. Man kommt auf das Sendungsthema ‚Leiden‘ zu sprechen, und Schmidt berichtet, dass er andere nicht mit seinen Leiden behellige und dasselbe auch von diesen erwarte. Und dann spricht er Biolek an wie sonst sein Publikum in der Show: „Das heißt nicht, dass ich da nicht hilfsbereit bin, oder sage, hier ist ‚ne Nummer, ruf‘ den Arzt an“. Auch vorher schon deutet sich diese Instanz immer wieder an - Biolek fragt ihn nach gemeinsamen Aktivitäten mit Showgästen nach der Sendung, Schmidt antwortet: „Wenn ich dann diese wahnsinnig schönen Frauen einsam in einem sehr schönen Auto, das wir ihnen zur Verfügung stellen, wegfahren sehe, da bleibt mir nicht mehr als ein saloppes ‚Tschüs‘!“.

Noch deutlicher sind die indirekten Bezüge - Schmidts halbernsteste Auskunft über Anflüge von „Klaustrophobie“¹ „Wenn ich irgendwo auf dem Bahnhof oder auf dem Flughafen sitze [...] dann erlebe ich so die Situation, wo ich sage, äh, au das wird schwierig, also von hier die 10 m dahin zu gehen [...] dann steh‘ ich auf und geh‘ dahin, und dann schaff‘ ich das natürlich auch [...] und das ist ‚ne schöne Leistung, für die ich mich auch gleich belohne“ entsprechen seinem immer wieder exponierten angeblichen Waschzwang in DIE HARALD SCHMIDT SHOW. Auch das Wort ‚Höhepunkt‘ wird selbstverständlich als Anlass für einen Exkurs erotischer Natur genommen. Als es dann um den Zyniker Harald Schmidt geht, wird auch im Gespräch selbst der quasi-personale Status der TV-Figur ersichtlich: „Hältst du dich für einen Zyniker“, fragt Biolek, und nach Schmidts bestätigender Antwort, und Begründung, inwiefern Schmidt ein Zyniker sei, spricht Biolek plötzlich wieder vom Image: „Und besonders der TV-Harald Schmidt lässt nichts an sich ‚ran“. Es geht in diesem Zusammenhang natürlich nicht um die Frage, wie Harald Schmidt „wirklich“ ist, sondern nur darum darzulegen, dass die öffentlich exponierte *persona* sogar dann stabil bleibt, wenn Schmidt selbst sich gerade davon distanziert. Sein in den Jahren ausgebildetes Erscheinungsbild ist eben nicht eine Rolle, die man an- und ablegt wie eine Theaterrolle, „auf Knopf-

¹Ein derartiger Fehler wäre in seiner Show nicht passiert - Schmidt hätte korrekt von ‚Agrophobie‘ gesprochen und das als Anlass für einen seiner intellektuellen Exkurse genommen.

druck“, sondern ein Format, auf das sich der Zuschauer verlassen darf, auch dann, wenn ein „ernsthaftes“ Gespräch in einer fremden Talkshow geführt wird.

2.4 Resümee

Das Konzept der *persona*, wie es hier vorgeschlagen wurde, stellt den Versuch dar, das Problem des Status von Fernsehperformern im Feld zwischen Textfiguren und medial repräsentierten Personen zunächst aufzuzeigen und sodann zu seiner Aufklärung beizutragen. Ausgangspunkt war die Überlegung, dass eine Fokussierung auf die Funktionen von *performern* in Fernsehtexten für diesen Zweck notwendig ist. *Personae* sind solche textuelle Elemente, die personale Funktionen übernehmen können und sich insofern von den üblichen Figuren fiktionaler Formen unterscheiden. Mit dem Modell der *persona* kann man dann die Fernsehperformer in einer Texttheorie des Fernsehens beschreiben. Entweder, sie sind ohnehin fiktive Figuren wie in anderen narrativen Texten, oder sie können als *personae* beschrieben werden, wenn sie personale Funktionen übernehmen, wie die Interaktion mit Zuschauern oder eine textübergreifende „Identität“ ausbilden.