

**Hans J. Wulff**

## **Saal- und Studiopublikum: Überlegungen zu einer fernsehspezifischen Funktionsrolle**

Eine erste Fassung dieses Artikels erschien in: *TheaterZeitschrift* 26, 1988, S. 31-36.  
Bibliographische Angabe der Online-Fassung: <http://www.derwulff.de/2-17>

Im Grunde könnten die elektronischen Medien auf die Simultaneität von Bühne und Zuschauerraum verzichten. Eigentlich ist kein Präsenzpublikum nötig - das Publikum am Bildschirm ist ja der Adressat dessen, was da präsentiert wird. Und doch - obwohl das Medium es eigentlich nicht erforderlich macht, Publikum zu zeigen, obwohl das Publikum oft genug nur stört, und obwohl es vom Showmaster eine ständige Doppeladressierung dessen, was er tut, fordert: es ist von dauernder Präsenz, sei es, daß die abgebildete Veranstaltung "im großen Saal" stattfindet, sei es, daß das Geschehen in ein (meist wesentlich kleineres) Fernsehstudio verlegt worden ist.

Warum das so ist, soll hier thematisiert werden. Es gibt verschiedene Funktions-Zuschreibungen, mit denen die Anwesenheit von Präsenzpublikum begründet werden kann (oder soll). Diesen Funktionen wird nachzugehen sein.

### **Die Sicht der Entertainer: Rückkoppelung**

Man sollte vermuten, daß ein Präsenzpublikum für den Showmaster nur eine Komplizierung dessen bedeutet, was er macht: denn nun muß er nicht nur den Zuschauer am Bildschirm ansprechen und das Geschehen für ihn aufbereiten, sondern er muß gleichzeitig das Publikum im Saal im Auge behalten, sich auch an dieses Publikum wenden, auch diese Adressaten im Kopf haben. Kurz, er muß sein Tun doppelt adressieren, und er muß gewärtig sein, daß das, was er tut, von zwei unterschiedlichen Auditorien wahrgenommen und unterschiedlich beurteilt wird.

Trotz dieser unleugbaren Komplizierung haben Showmaster immer wieder beteuert, daß sie ein Präsenzpublikum bräuchten. Gerade der Live-Charakter der Show mache es für sie nötig, eine Instanz zu haben, die sie unmittelbar ansprechen könnten.

Das eigentliche Publikum am Bildschirm ist natürlich abstrakt und entfernt, eine diffuse Vorstellung, im Grunde nur eine strukturelle Position in einer

hochkomplizierten Kommunikationssituation. Mit dem Präsenz-Publikum dagegen kann unmittelbare Interaktion stattfinden, und dieses gegenwärtige Publikum kann ein Feedback geben, ob das, was der Showmaster macht, ankommt oder nicht.

Stellvertretend für andere sei hier Thomas Gottschalk gehört, der - in einem Aufsatz, der den bezeichnenden Titel "Unterhaltung ist das Schwerste" trägt, - schrieb:

Studiopublikum halte ich für notwendig. Nur die spontane Reaktion "macht an" (gemeint ist der Showmaster selbst, HJW). Beifall und Mißfallenskundgebungen zeigen dem Moderator, wie sein Publikum auf sein Angebot eingeht. Wird es angenommen, kommt er noch mehr in Fahrt, wird es abgelehnt, muß er sich eben noch mehr ins Zeug legen (1982, 28).

Das Publikum im Saal macht also kontrollierbar, ob ein Gag sitzt, ob das Tempo stimmt, ob Aufmerksamkeit erregt werden kann etc. In dieser Darstellung ist das Saalpublikum eine aktuelle und präsente Instanz von Rückmeldung an den Bühnen-Akteur.

Man hat es hier mit einer klaren, gut begründeten Funktionszuweisung zu tun. Zwar ist klar, daß das Publikum am Bildschirm der eigentliche Adressat der Inszenierung ist. Wenn Feedback durch ein anwesendes Publikum eine Bedingung dafür ist, daß ein Akteur seine Rolle erfüllen kann, und wenn das eigentliche Publikum nicht anwesend ist: dann kann man sich ein "repräsentatives Publikum" in den Saal setzen, das den eigentlichen Adressaten ersetzen muß. Die Anwesenheit des Saalpublikums wird also dadurch begründet, daß ihm eine situative Funktionsrolle (Stichwort: "Feedback") und eine daraus abgeleitete Stellvertretungsfunktion (Stichwort: "Repräsentativität") zugewiesen wird.

Die Repräsentativität des Studiopublikums ist nicht trivial, sondern ein in der Regel stillschweigend beachteter Grundsatz. (Jede Verletzung dieser Devise

ist darum natürlich signifikant - man stelle sich vor, daß eine Sendung, die an Alte adressiert ist, mit jungendlichem Präsenzpublikum durchgeführt wird, eine Frauensendung vor männlichem Präsenzpublikum spielt, etc.)

### Die Vermutung der Theoretiker: Stellvertretung

Für die Showmaster gibt es also einen guten Grund, warum sie Präsenzpublikum nicht nur dulden, sondern sogar benötigen. In der Literatur wird nun aber dazu übergegangen, diese Stellvertretungs-Funktion perspektivisch umzudrehen und vom Bildschirm-Zuschauer aus anzusetzen: Das Publikum im Saal ist nun nicht nur für den Entertainer, sondern auch für den eigentlichen Adressaten "Stellvertreter". Die Stellvertretung ist so doppelt begründet, und man erhält folgendes Zuordnungsschema von Funktionen:

- (1) Entertainer/Showmaster  
f: Repräsentation ((2 für 3) für 1)  
f: Feedback (2 an 1)
- (2) Saalpublikum/Präsenzpublikum  
f: Repräsentation ((2 für 3) für 3)  
f: Authentizitäts-Garantie (2 für 3)
- (3) Bildschirmpublikum/Zuschauer

Auf den ersten Blick hat man es mit einer symmetrischen Doppelfunktion zu tun, einmal aus der Perspektive des Showmasters, das andere Mal aus der des Bildschirmzuschauers begründet. Tatsächlich liegen hier aber zwei verschiedene Stellvertretungs-Beziehungen vor. Im einen Falle vertritt das Saalpublikum ein "Millionenpublikum", also eine diffuse Vielzahl heterogener Einzelzuschauer (und für den Showmaster meist eine mehr oder weniger unbekannte Größe; vgl. Gottschalk 1982, 28). Im anderen Falle hat man es mit einem "strukturellen Zuschauer" zu tun, einer rein kompositionellen Beteiligungs-Modalität ähnlich dem aus der Rezeptionsästhetik wohlbekannten "impliziten Leser". Die Verschiedenheit der beiden Repräsentationen hinterläßt auch sprachliche Spuren: Spricht man im einen Falle vom "Publikum", so im anderen vom "Zuschauer". Belege folgen.

Zunächst zwei typische Argumentationen. Knut Hickethier schreibt in einem Beitrag zur Geschichte der Fernsehunterhaltung in Deutschland:

Das Publikum im Studio (...) übernimmt Stellvertreter-Funktion: einmal zum Quizmaster, den eingeladenen Unterhaltungskünstlern und den Kandidaten hin stellvertretend für das Millionenpublikum am Bildschirm, um den Auftretenden "Resonanzboden" zu sein und sie zu besseren Leistungen zu animieren - zum anderen mit der Funktion, den Zuschauer zuhause am Bildschirm einzubeziehen, ihm das Gefühl des Dabeiseins und die Atmosphäre zu vermitteln, ihn in das Interaktionsverhältnis, das sich zwischen Entertainer und Studiopublikum aufbaut, einzubringen (1979, 67).

Durch einen konkreten Statthalter, so die implizite Logik dieser Behauptung, wird aus dem abstrakten und abwesenden Zuschauer ein adressierbares "Subjekt", das - in einer Art von "parasozialer Interaktion" - an der Show teilnimmt. Das Studiopublikum ist also eines der wesentlichsten Mittel, mit denen der Bildschirm-Zuschauer in die Textform "Show" einbezogen wird - ist er doch in Form einer Stellvertreter-Position in der Struktur der Sendung schon enthalten.

Natürlich - dies ist ein argumentativer Taschenspieler-Trick. Denn die Tatsache der Stellvertretung müßte ja begründet werden. Das geschieht nicht, darauf wird zurückzukommen sein.

Weiterhin Hickethier folgend steht der - von der Zuschauerseite aus begründeten - Stellvertretungsfunktion des Saalpublikums noch eine zweite Funktion zur Seite: es markiert die Authentizität von "Unterhaltung". Dazu Hickethier:

Das Publikum im Studio, das entsprechend den Gesetzen der Publikumsdramaturgie (sic!) funktioniert, schneidet auf Kommando als "Mitmacher" Grimassen, bewegt sich nach den Anweisungen des "Masters" (sic!) und agiert als Geräuschkulisse - dem Fernsehzuschauer erscheint es als Garant für die Echtheit der Unterhaltung, für das Zustandekommen der Stimmung und die richtige Atmosphäre (1979, 71).

Mit dieser zweiten Funktionszuweisung entsteht in Hickethiers Darstellung eigentlich ein Problem: denn wenn das Saalpublikum zugleich Repräsentant

und Garant ist, ist das Verhältnis der beiden Funktionen durchaus nicht klar.

Auch Willi Teichert geht von der globalen Annahme aus, das Saalpublikum vertrete den Zuschauer. Noch stärker als Hickethier aber nimmt er an, daß die Inszenierung des Saalpublikums ein Instrument der verborgenen Manipulation des Zuschauers ist. Die Funktionen des Saalpublikums gehen so erst in einem "hidden curriculum" auf, dem auch das Fernsehen dient. Willi Teichert:

Eines dieser strategischen Mittel (zur Einübung einer bestimmten Publikumshaltung, HJW) ist (...) die Präsenz des Studiopublikums, das stellvertretend für den Zuschauer vor dem Bildschirm die direkte Beziehung zur "Fernsehpersönlichkeit" herstellen kann, und - unter dessen Regie - die korrekte, situationsadäquate Reaktion von Begeisterung, Heiterkeit, Mitleid oder Betroffenheit demonstrieren darf. Die dramaturgisch kontrollierten Reaktionen im Studio zeigen denen da draußen, was dem Star entgegengebracht werden sollte, was die Sendung wert ist (1979, 82).

Das Zitat dürfte deutlich machen, daß Teichert dem Saalpublikum ähnliche Funktionen zuweist, wie sie im Theater (nicht nur des 19. Jahrhunderts) die "Claque" gehabt hat: man konditioniert dem eigentlichen Publikum eine Meinung oder eine Haltung an, indem man eine kleine Gruppe von Multiplikatoren einsetzt, die die erwünschte Verhaltensweise vormachen.

Es ist offensichtlich, daß die Vorstellung eines Publikums, das willenlos dem Tun der Fernsehmacher ausgeliefert ist und das schließlich als hypnotisierte und entmündigte "Masse" einer totalitären Mediengesellschaft funktioniert, im Hintergrund dieser Beschreibungen gilt. Wenn in der Art und Weise, wie in der Fernseh-Show ein abgebildetes Publikum als dressierte und manipulierte Zuschauerschaft vorgeführt wird, sich wie in einem Mikrokosmos die manipulative Energie des Fernsehens manifestiert, dann ist es im Grunde nicht überraschend, daß die tagtraumatische Vorstellung eines Saalpublikums, das sich dem Akt der Dressur widersetzt, den "Macht" und "Autorität" repräsentierenden Showmaster entthront und so etwas wie eine miniaturisierte Revolution im Fernsehstudio vollzieht, in diesen Texten umgeht (vgl. z.B. Hickethier 1979, 71).

## Der Zuschauerraum als Teil der Bühne

Neben dieser eher medienkritischen Vorannahme steckt in der Behauptung, das Saalpublikum repräsentiere den Zuschauer, noch eine strukturelle Voraus-Hypothese: Daß nämlich die Grundstruktur einer Fernseh- und einer Live-Show gleich seien. Hier wie dort ist der Show-Master der relevante Kommunikator, alle anderen Rollen sind funktionell von ihm abhängig; als Komplement ihm zugeordnet ist das Publikum. Im Falle der Fernsehdarbietung fällt zwar die Publikums-Aktivität aus, doch ist mit der Abbildung von Präsenzpublikum sozusagen ein Surrogat des eigentlichen Publikums gegeben.

Nun kann allerdings die Argumentation auch verkehrt werden in der Annahme, daß man es mit einem ganz eigenen Typ von Kommunikations-Situation zu tun hat, in die abgebildetes Publikum nicht als Surrogat eingebunden ist, sondern als eine Rolle, die genretypisch ist. Das Präsenzpublikum gehört zur Show genauso wie der Showmaster und die Kandidaten. Der Zuschauer am Bildschirm wird nicht stellvertreten, sondern ihm wird ein Zuschauer gezeigt.

Und dieser abgebildete Zuschauer ist sich der Rolle, die er in dem Spiel spielt, an dem er teilnimmt, durchaus bewußt. Man sieht bei Einstellungen, die Saalpublikum oder einzelne aus dem Publikum zeigen, immer wieder Szenen, in denen sich abgebildete Personen darüber verständigen, daß die Kamera auf sie gerichtet ist; man sieht andere, die in Pose gehen; und wieder andere grüßen in die Kamera hinein. Die Präsenz des Mediums wird also nicht verheimlicht, und die Mitglieder des Publikums beteiligen sich auch nicht an der Hervorbringung der Bühnen-Illusion (in der der Darsteller bekanntlich den Applaus nicht hören darf). Ganz im Gegenteil: Die Präsenz des Mediums ist immer gegeben und wird insbesondere durch die offensichtlich auf die Tatsache der Abbildung bezogenen Aktivitäten aus dem Publikum immer aufs Neue gekennzeichnet.

Und auch für den Bildschirmzuschauer ist in Rechnung zu stellen, daß inzwischen wohl allgemein bekannt sein dürfte, daß ein Publikum, das an einer Veranstaltung teilnimmt, die vom Fernsehen aufgezeichnet wird, vorher instruiert wird, wie es sich zu verhalten hat; daß es ein "rotes Licht" gibt, das einen Applaus fordert; etc. Auch dieses Wissen spricht da-

für, daß das Saalpublikum als ein inszeniertes Publikum - als "Rollen-Publikum" eben - wahrgenommen wird.

Tatsächlich ist die Rollendefinition für ein Mitglied des abgebildeten Präsenzpublikums kompliziert: Er nimmt nicht nur in der Doppelfunktion als "Theaterbesucher", der auch im Theater als Mitglied einer sozialen Gruppe Selbstdarstellung betreiben muß, und als "Zuschauer" des Bühnengeschehens am Geschehen teil, sondern auch noch als einer, der sowohl den Theaterbesucher wie den Zuschauer "spielt". Er muß also vermitteln zwischen drei ineinander verschachtelten Rollendefinitionen. Viele der abgebildeten Reaktionen im Angesicht der Kamera lassen sich denn auch als Bekundungen von "Rollendistanz" verstehen - als Aktivitäten, die sowohl zur Erfüllung einer Rolle dienen wie aber auch dazu, den anderen zu signalisieren, daß das Bündel von Rollen, das gleichzeitig gespielt werden soll, nicht fraglos übernommen und ausagiert werden kann.

Hinweise darauf, daß man es bei Saalpublikum nicht einfach mit Stellvertretern zu tun hat, sondern mit Personen, die eine Rolle spielen, können wiederum Bemerkungen von Machern entnommen werden. Thomas Gottschalk hatte oben schon festgestellt, daß ein repräsentatives, "natürliches" Publikum für die Arbeit des Showmasters unerlässlich sei. Er gibt aber auch zu bedenken:

ein solches "Test"-Publikum ist kaum ins Studio zu bekommen. Abgesehen davon, daß die meisten Eintrittskarten in den dunklen Kanälen der eigenen Sendeanstalt versickern und dann in Form von Mitarbeiter-Verwandten wieder auftauchen, reagiert das Fernsehen nicht normal. Scheinwerfer und Kameras bewirken eine eher hysterische Reaktion. Wo Studiobesucher sich bereits in einer Statistenrolle sehen und in hektisches Gelächter ausbrechen und unmotivierten Beifall spenden, greift der Zuschauer zu Hause erst gelangweilt nach den Erdnüssen (1982, 28).

"Statistenrolle", das ist das Stichwort, um das es hier geht. Das Saalpublikum ist nicht einfach nur "da", nicht einfach nur "natürliches Publikum", sondern es ist inszeniertes Publikum. Ein Publikum, das für ein anderes Publikum "Publikum" spielt.

Und in diese Tatsache des Rollenspiels sind alle Beteiligten, auch die Bildschirm-Zuschauer, eingeweiht.

### **Der Theoretiker als Zuschauer**

Nicht eingeweiht sind da nur manche Fernseh-Theoretiker und Kritiker. In der Literatur gibt es eine Fülle von grotesk anmutenden Beschreibungen dieser Situation, die nur dadurch zustande kommen, daß nicht gesehen wird, daß man es beim Saalpublikum mit (Laien-)Darstellern zu tun hat, die "Publikum" spielen.

Dazu gehört z.B. die folgende Einlassung Rupert Neudecks:

In "Auf los gehts los" (moderiert von Joachim Fuchsberger, HJW) wird das Publikum dazu benutzt (sic!), Begriffe oder Sendenzen (sic!), die an der Stirnwand der Empore über eine Leuchtschrift laufen, zu spielen. Die Folge: aus dem Saal wird eine Horde Affen. Von einer Dressur-Sendung (sic!), die den Exhibitionismus einzelner dick gewordener Omas (sic!) vor der Kamera ins Unerträgliche treibt, ist es dann nur noch ein kleiner Schritt zu der parahypnotischen Behandlung der Zuschauer und ihrer Verhöhnepipelung (sic!) durch den Martin St. James (1979, 170).

Niemand käme auf die Idee, einem Ballett-Ensemble vorzuwerfen, daß es auf der Bühne eigenartige Bewegungen macht; niemand käme darauf, sich über die (medien-)ethischen Aspekte eines derartigen pantomimischen Spiels Gedanken zu machen, das von Kandidaten vergeführt werden muß; und niemand würde Kulenkampff als "Affen" titulieren, nur weil er in einem Zuspield-Film einen ganz und gar ungenügenden Ballett-Eleven spielte. Wenn aber abgebildetes Publikum derartige Aktivitäten zeigt: dann darf es der kritischen Aufmerksamkeit des Fernseh-Wissenschaftlers gewiß sein.

Was in Neudecks wie in anderen Beschreibungen auffällt, ist die betuliche Unverfrorenheit, mit der Vorannahmen, implizite Hypothesen und andere hermeneutische Fallgruben unthematisiert bleiben. So zirkuliert die Argumentation eigentlich immer nur um emme unausgesprochene Annahme über die Struktur der Fernseh-Rezeption: Nimmt man den

Saalzuschauer als "natürlichen" Zuschauer, nimmt man sein Spiel als ein ferngelenktes Tun, spricht man ihm letzten Endes die Verantwortlichkeit ab: dann ist auch das Theorem des "hypnotisierten Zuschauers" nicht mehr fern - weil es von vornherein die "Analyse" leitete.

Und in diesem Zirkelschluß bildet sich der Reflektionsstand der deutschen Fernsehtheorie sehr ungebrochen ab: mit kritischem Grundimpetus, an unüberprüften Hypothesen ansetzend, sind die Modelle, nach denen operiert und geurteilt wird, im Grunde naiv; und im fernen Horizont jeder Beschäftigung mit "Fernsehen" ist die "Big-Brother"-Phantasmagorie immer mitnotiert.

Würde man dagegen das Gefüge von Rollen, Situationen und Adressierungen, das in einer Kommunikationssituation, die durch eine Fernseh-Show eröffnet wird, einmal genauer untersuchen, könnte man sehen, daß die Abbildung von Saalpublikum als einer genretypischen Rolle zu den vielen Momenten zählt, in denen das Fernsehen sich als ein Medium präsentiert, das in hohem Maße distanziert und reflexiv ist. Es ist ein Medium, dessen illusionsbildenden Möglichkeiten immer wieder solche die Tatsache der Darstellung thematisierende Momente gegenüberstehen.

Dies wäre die These, in die eine Analyse der Funktionen des Saalpublikums einmünden könnte: Saalpublikum ist ein Moment von Reflexivität des Fern-

sehens. Die Rollenkonstellation der Bühnen-Situation wird nicht einfach nur wiederholt, sondern in eine neue Konstellation transformiert, in der "Saalpublikum" als ein fernsehspezifisches Charakteristikum einbezogen ist. Abgebildetes Publikum ist so kein Element einer reportierten Situation, eigentlich also gar kein abgebildetes Publikum, sondern eine der Rollen der stereotypen Rollenkonstellation "Fernsehshow".

Diese paradox erscheinende These liegt im Grunde auf der Hand. Denn welcher Theoretiker, der auch Zuschauer ist, fühlt sich durch Saalpublikum eigentlich stellvertreten?

### Literatur

Thomas Gottschalk 1982: Unterhaltung ist das Schwerste überhaupt. In: Spaß für Millionen. Wie unterhält das Fernsehen? Hrsg. v. Sabine Jörg. Berlin, S. 27-32.

Knut Hickethier 1979: Fernsehunterhaltung und Unterhaltungsformen anderer Medien. In: Rüdén 1979, S. 40-72.

Rupert Neudeck 1979: Die gefesselte Phantasie - Marginalien zu einer Geschichte der TV-Unterhaltung in der Bundesrepublik. In: Rüdén 1979, S. 164-186.

Peter von Rüdén 1979 (Hrsg.): Unterhaltungsmedium Fernsehen. München.

Willi Teichert 1979: Die Sehgewohnheiten der Zuschauer oder Was erwartet das Publikum von den Unterhaltungsangeboten des Fernsehens? In: Rüdén 1979, S. 73-84.