

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	10
Lothar Mikos	
<b>Einleitung</b> .....	13
<b>TEIL I: EINE POSITIVE PERSPEKTIVE: CULTURAL STUDIES UND POPULÄRKULTUR</b>	
<b>I. Kurze theoretische Skizzierung der Cultural Studies</b> .....	25
I.1 Schwer zu fassen: das Projekt der Cultural Studies .....	25
I.2 ›Kultur‹ in den Cultural Studies .....	28
I.3 Kulturanalysen in den Cultural Studies .....	32
I.4 Cultural Studies und Populärkultur .....	36
I.4.1 Exkurs: Was ist Unterhaltung? .....	37
I.4.2 Fiske und Populärkultur .....	40
I.4.3 Populäre Hierarchien? .....	44
I.5 Cultural Studies und populärkulturelle Texte: Zentrale Studien .....	46
I.5.1 Janice Radway: »Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature« .....	47
I.5.2 Ien Ang: »Watching Dallas« .....	49
I.5.3 Dorothy Hobson: »Crossroads« .....	51
I.5.4 David Morley/Charlotte Brunson: »Everyday Television: Nationwide« .....	52
I.5.5 Seiter, Kreuzner, Borchers und Warth: »Soap Operas im amerikanischen Fernsehen« .....	56
I.5.6 Mary Ellen Brown: »Soap Operas and Women’s Talk. The Pleasure of Resistance« .....	57
I.6 Zur deutschsprachigen Rezeption der Cultural Studies .....	58

## TEIL 2: FISKE UND »POPULÄRE TEXTE«

<b>1. Die Offenheit populärer Texte</b> .....	65
1.1 Verortung Fiskes in den Cultural Studies .....	65
1.2 Ecos früher Blick auf Populäres .....	69
1.3 Fiskes »populäre Texte« und ihre Eigenheiten .....	73
1.3.1 Undisziplinierte Texte: Populäre Texte und Textoffenheit .....	73
1.3.2 »Inescapable intertextuality« .....	79
1.3.3 Genre als populäre Form horizontaler Intertextualität ...	81
<b>2. Grenzen der Bedeutungsfreiheit: Lesarten</b> .....	85
2.1 Bedeutungsreservoirs: Konnotation und Denotation bei Barthes	86
2.2 Bedeutungsproduktion und Lesarten in Halls Encoding/Decoding-Modell .....	90
2.2.1 »A model which has to be worked with and developed and changed« .....	92
2.2.2 Impulse für die Forschung .....	95
2.2.3 Kritik an Halls Modell .....	96
2.3 Fiskes Lesarten: Bedeutungsfreiraum versus Ideologie .....	100
2.3.1 Kurze Vorbemerkung zu »Ideologie« und »Hegemonie« .	100
2.3.2 Ideologische Fesseln: Codes of Television .....	104
2.3.3 Textuelle Kontrolle: Realismus als ideologisches Konzept .....	107
2.3.4 Vergnügen in den Cultural Studies .....	110
2.3.5 Widerständiges Vergnügen bei Fiske .....	113
2.4 Die Revisionismusdebatte .....	118
2.4.1 Die Cultural Studies und der »neue Revisionismus« in der Populärkulturforshung .....	118
2.4.2 Fiske im Zentrum der Kritik .....	121
<b>3. Anbindung populärer Fernsehtexte an Diskurse</b> .....	129
3.1 Fiskes Diskursbegriff .....	130
3.2 Fiskes Diskursanalyse(n) .....	134
3.2.1 Diskursive Charaktere .....	136
3.2.2 Wissen als diskursives Instrument .....	137
3.2.3 »Media Matters« .....	140
3.2.4 Populäre Texte aus diskursanalytischer Sicht .....	143
3.3 Was charakterisiert Fiskes Blick auf Populäres? .....	144

TEIL 3: »WER WIRD MILLIONÄR?« UND »GZSZ«  
IM DISKURS DER FERNSEHKRITIK

<b>1. Inhaltliche Rahmung: Fernsehkritik, Soaps und Quizshows</b>	151
1.1 Zur Fernsehkritik	152
1.2 Soaps und Quizsendungen in Deutschland	157
1.2.1 Quiz Shows – »Dinosaurier« der deutschen Fernsehunterhaltung	159
1.2.2 »Wer wird Millionär?« (RTL)	163
1.2.3 Daily Soap Operas – ein Neuling im deutschen Fernsehen	167
1.2.4 »Gute Zeiten, schlechte Zeiten« (RTL)	171
<b>2. Methode</b>	176
2.1 Begrifflichkeiten	176
2.2 SZ, FAZ und die diskursive Zirkulation von Bedeutungen	178
2.3 Das ausgewählte Analysematerial	180
2.4 Methodisches Vorgehen	181
<b>3. Der Diskursstrang »GZSZ« in der Fernsehkritik</b>	186
3.1 Inhaltliche Schwerpunkte in der Bewertung von »Gute Zeiten, schlechte Zeiten«	186
3.2 Erster Fokus: Die Produktion	188
3.2.1 Argumentationsstrang: »Gute Zeiten, schlechte Zeiten« als Produkt der Kulturindustrie	188
3.2.2 Argumentationsstrang: Soaps als Indikator für eine Negativentwicklung des deutschen Fernsehens	193
3.3 Zweiter Fokus: Die Darstellerinnen und Darsteller	200
3.3.1 Argumentationsstrang: Keine SchauspielerInnen bei »Gute Zeiten, schlechte Zeiten«	201
3.4 Dritter Fokus: Die Handlung	207
3.4.1 Argumentationsstrang: Handlung nach Plan	208
3.4.2 Argumentationsstrang: Wo ist der Bezug zur Realität?	212
3.5 Vierter Fokus: Die ZuschauerInnen	219
3.5.1 Argumentationsstrang: Passive RezipientInnen	220
3.5.2 Argumentationsstrang: Handelnde Fans	226
3.6 Zusammenfassung des Diskursstrangs zu »Gute Zeiten, schlechte Zeiten«	230
3.7 Cultural Studies oder »Kulturindustrie«? Zwei Blickwinkel auf »GZSZ«	234
3.7.1 Parallelen zum Diskurs der Cultural Studies?	235
3.7.2 »Gute Zeiten, schlechte Zeiten« und die »Kulturindustrie«	241

3.8	»Gute Zeiten, schlechte Zeiten« und Diskurse zum dualen Rundfunk	245
3.8.1	Die Konvergenzhypothese	245
3.8.2	»Private ownership«- versus »public service«-Diskurs	248
<b>4.</b>	<b>Der Diskursstrang »Wer wird Millionär?« in der Fernsehkritik</b>	<b>250</b>
4.1	Zentrale inhaltliche Schwerpunkte	250
4.2	Erster Fokus: Das Konzept von »Wer wird Millionär?«	252
4.2.1	Argumentationsstrang: »Wer wird Millionär?« als perfekte »Quizmaschine«	253
4.2.2	Argumentationsstrang: »Wer wird Millionär?« als Ausdruck des Populären	262
4.3	Zweiter Fokus: Die Produzenten	268
4.3.1	Argumentationsstrang: Kein gutes Haar an den Produzenten	268
4.4	Dritter Fokus: Der Moderator Günther Jauch	273
4.4.1	Argumentationsstrang: Das Phänomen Jauch	273
4.4.2	Argumentationsstrang: Schatten auf der weißen Weste	279
4.4.3	Argumentationsstrang: Jauch zwischen Unterhaltung und Information	284
4.5	Vierter Fokus: Die KandidatInnen	290
4.5.1	Argumentationsstrang: »Ungeniertes Unwissen« – die wahren Motive der KandidatInnen	290
4.6	Fünfter Fokus: Die ZuschauerInnen	299
4.6.1	Argumentationsstrang: »Wer wird Millionär?« als perfekter Publikumsanreiz	300
4.7	Zusammenfassung zum Diskursstrang »Wer wird Millionär?«	304
4.8	Cultural Studies oder Kulturindustrie?	310
4.8.1	Parallelen zum Diskurs der Cultural Studies	310
4.8.2	Der Diskurs der Kulturindustrie bei »Wer wird Millionär?«	314
4.9	Diskurse zur Situation des Rundfunks	317
4.9.1	Der Diskurs um Senderkonkurrenzen als Krise der öffentlich-rechtlichen Fernsehunterhaltung	317
4.9.2	Was ist legitime Fernsehunterhaltung?	319
4.9.3	Der Diskurs um Authentizität in der Mediengesellschaft	321
<b>Resümee</b>		<b>327</b>
<b>Literatur</b>		<b>337</b>