

Strukturelle Aspekte der Inszenierung von KandidatInnen als Stars und „ordinary persons“ in der Castingshow *Starmania*

Birgit Leidenfrost und Dagmar Schadler

Wiener Linguistische Gazette
Institut für Sprachwissenschaft
Universität Wien
72-A (2005): 17-50

Abstract

The casting show *Starmania*, produced and broadcast by the Austrian national television network ORF in 2003/04, was enormously popular with a young audience, spawning a plethora of fan articles. This paper is part of a series of three articles investigating various aspects of the staging of its competitors. It outlines in some detail the show's structural organization and its many permutations throughout the show's second season. In doing so, it moreover investigates the functional aspect of specific structural elements or stages in the construction of the show's candidates as 'stars' and 'ordinary persons'. Their 'doing being ordinary', understood as a discursive construction mediated in part by the show's structural layout, is shown to be a vital element in the narrative enacted by the show: that of 'becoming a star'.

Einleitung

„Die Leute sind neugierig auf neue, unverbrauchte Gesichter. Menschen wie du und ich, die einem sympathisch sind oder auch zum Widerspruch auffordern, die einen in jedem Fall aber emotional bewegen.“ (Brunst, 2000)

In dem von Brunst eindringlich beschriebenen Trend zu „unverbrauchten Gesichtern“ findet sich auch das Sendeformat *Starmania* wieder. Diese Castingshow möchte aus einem bisher unentdeckten gesanglichen Talent den „Star des Jahres“ machen. *Starmania* bewegt sich damit im Mediengenre Affektfernsehen, das nach Bente & Fromm (1997: 19) allgemein betrachtet all jene Fernsehsendungen umfasst, „in denen einzelne Menschen bzw. Einzelschicksale im Mittelpunkt stehen und in denen häufig zum Zwecke von unterhaltungs- bzw. sensationsorientierten Effekten geltende Tabus in Frage gestellt, ignoriert oder einfach gebrochen werden.“ Dies lässt sich zwar nicht eins zu eins auf *Starmania* übertragen, jedoch beinhaltet die Castingshow Elemente von einigen Affekt-TV-Formaten wie z.B. Talkshows, Beziehungsshow oder Spielsehows, wie später erläutert wird.

Nach Gleich (2001) sucht man insbesondere im Unterhaltungsbereich nach innovativen Konzepten, die das Publikum an den jeweiligen Sender binden können. Festzustellen ist hierbei eine immer stärkere Orientierung an der Realität und Alltagsthemen. Da nach Mikos (1989: 57) „das Fernsehen selbst inzwischen keinen Ereignischarakter mehr besitzt, da es alltäglich geworden ist, neigt es dazu, Ereignisse zu inszenieren.“ Seit Anfang der neunziger Jahre werden immer mehr Programmformate produziert, bei denen „echte Menschen“ in verschiedenen Shows und Lebenssituationen zu sehen sind. Das ursprüngliche Publikum schlüpft in die Rolle der Akteure. Dies wird nach Keppler (1994: 8) als performatives Realitätsfernsehen bezeichnet. Dabei handelt es sich „um Unterhaltungssendungen, die sich zur Bühne herausgehobener Aktionen machen, mit denen gleichwohl direkt oder konkret in die Alltagswirklichkeit der Menschen eingegriffen wird“. Nach Bohrmann (2000) tritt bei Sendungen des Realitätsfernsehens das Private immer mehr aus der intimen Lebenswelt heraus und präsentiert sich im öffentlichen Raum. Äquivalent zur Reality-Show „Big Brother“ bietet das Sendeformat der Castingshow den TeilnehmerInnen die Möglichkeit zur Inszenierung im öffentlichen Raum.

In diesem Beitrag wird das Sendeformat von „Starmania New Generation (NG)“ zunächst im Allgemeinen beschrieben. Im Speziellen wird im Anschluss an diese erste Beschreibung auf die Funktionalität einiger Subgenres in Hinblick auf die Inszenierung der KandidatInnen als Stars vs. „ordinary person“ eingegangen. Unter dem Begriff Subgenre werden hier einzelne Abschnitte einer Sendung von *Starmania* verstanden, die unterschiedliche Funktionen ausüben und sich verschiedener Darstellungsformen bedienen, wie z.B. des Interviews oder der Reportage.

Nach einer kurzen Erläuterung zum Konzept und Aufbau von *Starmania* folgt eine Beschreibung inklusive schematischer Darstellungen des Ablaufs anhand der Qualifikationsrunden als repräsentativem Beispiel. Anschließend werden einige Subgenres dahingehend untersucht, ob die TeilnehmerInnen als Stars oder „ordinary persons“ inszeniert werden. Man könnte die Analyse auch anhand linguistischer Kategorien verdeutlichen und zeigen wie Stars bzw. „ordinary persons“ sprachlich dargestellt werden. Die folgende Analyse konzentriert sich aber darauf, welche Subgenres sich unterscheiden lassen und welchen Funktionen sie dienen. Im Anschluss daran wird auf die Abweichungen der

Finalrunden in Hinblick auf ihre Struktur und Funktionalität eingegangen. Die schematischen Darstellungen für die Finalrunden sind in Anhang B zu finden.

Mediale Grundlage der Analyse bilden drei ausgewählte Sendungen, anhand derer der Ablauf der unterschiedlichen Sendungstypen innerhalb von *Starmania* generalisiert wird. Es handelt sich dabei um:

- Qualifikationsrunde Nr. 4 vom 24. Oktober 2003
- Finalrunde Nr. 5 vom 12. Dezember 2003
- Finalrunde Nr. 8 vom 9. Jänner 2004

„Starmania New Generation“

Simon Fuller, ein britischer Musikproduzent, Manager und Unternehmer hat 2001 die Fernsehshow „Pop Idol“ ins Leben gerufen. Diese Show ist eine Mischung aus Reality-TV und Talentshow und soll die Popstars von morgen entdecken. Den Fernsehsendungen vorausgehend wurden in mehreren „Auditions“ Talente aus ganz Großbritannien „gecastet“, von denen 500 in eine weitere Runde kamen. In einem zweiten Durchgang wurden diese auf 100 und in einem dritten Casting schließlich auf 50 TeilnehmerInnen reduziert. Ab diesem Zeitpunkt entschied dann das Publikum per „Televoting“, wer in die nächste Runde weiterkam. In fünf Shows mit je zehn TeilnehmerInnen wurden die jeweils besten zwei ausgewählt, die im Finale einen Platz bekommen sollten. Danach traten die auf diese Weise ermittelten zehn KandidatInnen jede Woche gegeneinander an, wobei in jeder Show eine Person rausgewählt wurde, bis nur noch das „Pop Idol“ (der Gewinner bzw. die Gewinnerin der Show) übrig blieb. Diese Show wurde international kopiert und sehr erfolgreich in den USA („American Idol“), Australien („Australian Idol“), Deutschland („Deutschland sucht den Superstar“), Frankreich („Nouvelle Star“) und vielen anderen europäischen und außereuropäischen Ländern produziert.

Im Dezember 2003 fand eine internationale Show genannt „World Idol“ statt, bei der elf Länder mit den jeweiligen GewinnerInnen aus den nationalen „Pop Idol“-Shows teilnahmen. Der norwegische Teilnehmer gewann vor der Teilnehmerin aus den USA und dem Teilnehmer aus Belgien.

Der Österreichische Rundfunk hat für die Castingshow *Starmania* das von Simon Fuller entworfene Sendekonzept übernommen und teilweise modifiziert, wie im folgenden Abschnitt genauer erläutert wird. Bereits 2002 gab es die erste Staffel

von *Starmania*, die mit großem Erfolg lief. Daher entschied sich der ORF, eine zweite Staffel zu produzieren und nannte diese „Starmania New Generation“.

Castingshows lassen sich als eine Form des Affektfernsehens interpretieren. Dieses zeichnet sich nach Bente & Fromm (1997: 20) durch folgende Charakteristika aus:

- Personalisierung (Zentrierung auf Einzelschicksale bzw. die unmittelbar betroffene Einzelperson)
- Authentizität¹ (wahre Geschichten von unprominenten Personen werden erzählt oder inszeniert)
- Intimisierung (persönliche Themen und Aspekte zwischenmenschlicher Beziehungen werden zum öffentlichen Thema)
- Emotionalisierung (Betonung des emotionalen Aspektes der Geschichten und des persönlichen Erlebens und Empfindens)

Starmania vereinigt Elemente einer Talkshow, die durch die langjährige Talkshow-Moderatorin Araballa Kiesbauer in Form von Gesprächen mit den TeilnehmerInnen eingebracht werden. Teilweise finden sich auch Aspekte einer Beziehungsshow wieder, wenn etwa in authentische Schicksale eingegriffen wird. Generell lässt sich *Starmania* aber auch als Wettbewerb betrachten. Da im Finale der „Star des Jahres“ gekürt wird, könnte die ganze Show auch in die Kategorie Spiel (Spieleshow) fallen. *Starmania* kann somit als Mischung verschiedener, bereits etablierter Showformate gesehen werden. Nach Jenkins (1992: 125) dienen solche Hybridgenres folgendem Zweck: „to combine the security that comes from building on past success with the novelty that attracts new audience enthusiasm.“

Bei *Starmania* bieten die Einzelschicksale der TeilnehmerInnen die Möglichkeit zur Identifikation. Dies soll für die emotionale Involviertheit des Publikums sorgen und den Erfolg des Sendeformats garantieren. Interaktiv einbezogen wird das Fernsehpublikum vor allem durch die Möglichkeit über das Schicksal der KandidatInnen abzustimmen und zu entscheiden, wer im Spiel bleibt und wer ausscheidet. Authentisch ist *Starmania* insofern, als die Stargeschichte die Geschichte eines echten Menschen ist und vom Beginn bis zum krönenden Abschluss live mitverfolgt werden kann. Durch talkshowartige Interviews, Reportagen und der Symbolisierung der Freundschaft durch das Friendship-

¹ Analog zu den anderen Kategorien müsste man hier im Grunde von dem Prozess der „Authentifizierung“ sprechen.

Ticket werden die zwischenmenschlichen Beziehungen der „Starmaniacs“, ihr Empfinden und ihre Gefühle zum öffentlichen Thema gemacht und emotionalisiert dargestellt. *Starmania* weist somit die Charakteristika des Affektfernsehens auf und kann als solches gesehen werden.

Sendekonzept und Fakten rund um *Starmania*

Die *Starmania* NG-Staffel begann mit einem Casting, bei dem mehr als 11.000 BewerberInnen aus allen Bundesländern und aus Südtirol sich einer Jury, bestehend aus Alamande Belfor, Marika Lichter, Christoph Rücker, Daniela Zeller und Thomas Frank stellen und um das Weiterkommen „kämpfen“ mussten. Nach mehreren solcher Castingrunden, in denen die Zahl der BewerberInnen von Casting zu Casting reduziert wurde, schafften 40 von ihnen den Sprung in die Qualifikationsrunden, die am 3. Oktober 2003 begannen. In den folgenden sechs Wochen fanden fünf Qualifikationssendungen und eine „Lucky-Loser-Runde“ statt, die im Fernsehen übertragen wurden. Das Publikum konnte per Televoting entscheiden. Danach waren nur mehr 12 KandidatInnen, sechs Frauen und sechs Männer, übrig, welche in die Finalrunden aufsteigen durften. In den ersten sechs der zehn Finalrunden konnte das Publikum per Telefonvoting zwei KandidatInnen „rauswählen“, wovon jedoch einer von den verbliebenen „Starmaniacs“² durch das sogenannte Friendship-Ticket zurückgeholt werden konnte. In den letzten vier Finalsendungen, inklusive der Finalshow um den Sieg, entschied nur noch allein das Fernsehpublikum, wer weiterhin teilnehmen durfte. In der Finalshow kämpften die letzten drei KandidatInnen, d. h. Verena Pötzl, Armin Beyer und Marcel Plieschnegger, um den Sieg. Das Publikum kühlte schließlich im Finale am 23. Jänner 2004 Verena zum „Star des Jahres“. Sie durfte in dem berühmten Metropolis- Studio bei Matt Howe in London eine Single einspielen.

Die Shows der zweiten Staffel wurden bis zur vorletzten Finalrunde von durchschnittlich 770.000 Zuschauern verfolgt. Über eine Million ZuseherInnen saßen bei der Entscheidungssendung „Starmania. Die letzten zwei“ vor dem Fernseher. Bei der zweiten Abstimmung, die Verena Pötzl zur Siegerin machte, wurden 1.645.052 Stimmen oder auch „Votes“ abgegeben.

² Als „Starmaniacs“ werden die TeilnehmerInnen der Castingshow *Starmania* verstanden. Der Begriff ist eine Wortneubildung des ORF und wird in der Show vor allem von der Moderatorin Arabella Kiesbauer verwendet.

Im Anschluss an die Finalsendungen fand jeden Freitag in der Wiener Diskothek „Nachtschicht“ der „Starmania-Club“ statt, der insgesamt von ca. 20.000 Fans besucht wurde.

Die Internet-RedakteurInnen produzierten während der Laufzeit der Staffel rund 750 Stories und über 200 Videos für die offizielle Homepage. Dort gaben auch die UserInnen in 150.000 Kommentaren ihre Meinung kund.

Im Österreichischen Rundfunk wurde Simon Fullers Sendeformat modifiziert. Bei der wesentlichsten Veränderung handelt es sich um die Erweiterung durch das sogenannte Friendship-Ticket. In der ersten Hälfte der Finalsendungen dürfen die weitergekommenen KandidatInnen entscheiden, welcher der beiden Letztplatzierten ins Team zurückgeholt wird und noch eine Chance erhält. Im Gegensatz zu einer mehrköpfigen Jury bei Simon Fullers Version bewertet bei *Starmania* nur ein einzelner Juror die Leistungen der „Starmaniacs“. Die TeilnehmerInnen können bei der Wahl des zu interpretierenden Songs aus folgenden Kategorien wählen: Pop, Rock, Austro, Deutsch, 80er, Feelings, Nostalgia und Voice. Den konkreten Titel erfahren sie allerdings erst nach der Wahl der übergeordneten Kategorie.

Eine Sendung des Formats *Starmania* setzt sich grob aus sechs Teilen zusammen: Vorspiel, Wettbewerb, Voting (Vorgriff), Werbung, Voting (Vorspiel) und Entscheidung. Im folgenden Abschnitt werden die Qualifikationsrunden anhand dieser Teile in schematischen Darstellungen abgebildet und hinsichtlich der Funktionalität einiger Subgenres näher bestimmt. Vollständige schematische Darstellungen der Finalrunden (mit und ohne Friendship-Ticket) finden sich aus Gründen der Übersichtlichkeit im Anhang.

Die Inszenierung der KandidatInnen als Stars bzw. „ordinary persons“ am Beispiel der Qualifikationsrunden

Die Ermittlung der Funktionalität einzelner Subgenres orientiert sich an der Unterscheidung zwischen der medialen Inszenierung von „Star“ und „ordinary person“. Diese Einteilung beruht vor allem auf der Dichotomie von „frontstage“ vs. „backstage“ und „öffentlich“ vs. „privat“. Als „ordinary person“ kann jemand gesehen werden, der sein Innerstes für die Öffentlichkeit einsehbar macht und die ZuseherInnen in sein reales Leben eindringen lässt. Tolson (2001: 448) meint hierzu: „... to take us ‘behind the scenes’ of the public appearance“. Durch den Blick hinter die Kulissen enthüllen Stars also ihr wahres Leben. Tolson ist allerdings auch der Meinung, dass „being yourself“ ebenfalls nur eine Aufführung

ist, die aber nicht als solche vom Publikum wahrgenommen wird. Nach Sacks (1984, zitiert nach Silverman 1998: 39) müssen sich „ordinary persons“ das „being yourself“ selbst erarbeiten. „It's not just that somebody is ordinary, it's perhaps that that's what their business is. And it takes work, as any other business does“ schreibt er in seinem Artikel zum Thema „doing being ordinary“. „Being ordinary“, als Aspekt des medialen Diskurses, kann nur durch Inszenierung entstehen und wird unter anderem durch die Art des Sprechens erzeugt. Es muss nur genug Schauspiel von „being ordinary“ geben, um eine Präsentation als authentisch wirken zu lassen. Im Folgenden soll nun darauf eingegangen werden, ob und wann die „Starmaniacs“ als Stars dargestellt oder als individuelle Wesen mit eigener Persönlichkeit inszeniert werden. Wenn sie als „ordinary persons“ inszeniert werden sollen alle Seiten der KandidatInnen gezeigt werden. So können sich die ZuseherInnen verbunden fühlen und eine Beziehung aufbauen. Die Möglichkeit zur Identifikation mit den „ordinary persons“ wird geboten, wohingegen nach McDonald (1998) bei Stars ein Image nach dem Motto „it is all play and no work“ vorliegt, das keine reale Identifikation ermöglicht.

Von Bedeutung ist weiters, dass sich Star-Sein und „being ordinary person“ laut Dyer (1979) „Stars are also real people“ nicht gegenseitig ausschließen. Diese werden in vorliegender Arbeit jedoch als Kontrastpaar behandelt, um die Analyse der ausgewählten Subgenres prägnanter gestalten zu können. In den hierzu gerangezogenen Qualifikationsrunden treten jeweils acht KandidatInnen (vier weibliche und vier männliche) gegeneinander an.

Die Inszenierung über das Vorspiel

Vor Beginn der Sendung werden die „presented by One“ und „presented by DM Drogeriemarkt“ – Werbungen eingespielt. Die eigentliche Sendung beginnt mit dem Vorspann, der aus der *Starmania NG* Signation und einem Bild mit ständig tanzenden, verdunkelten, nicht erkennbaren Jugendlichen auf gelbem Hintergrund besteht. Nach dem Gruppensong und dem Auftritt von Arabella Kiesbauer geht es gleich zur Vorstellung der TeilnehmerInnen: Ein Off-Kommentator sagt den Namen und die TeilnehmerInnen jeweils an und die „Starmaniacs“ in einem Zusammenschnitt zwei sehr charakterisierende Sätze über sich selbst. Weiters werden Ausschnitte von den Proben gezeigt. Danach

folgt noch die Vorstellung der ExpertInnenrunde, die jedes Mal aus drei unterschiedlichen Personen aus der Musikbranche besteht.

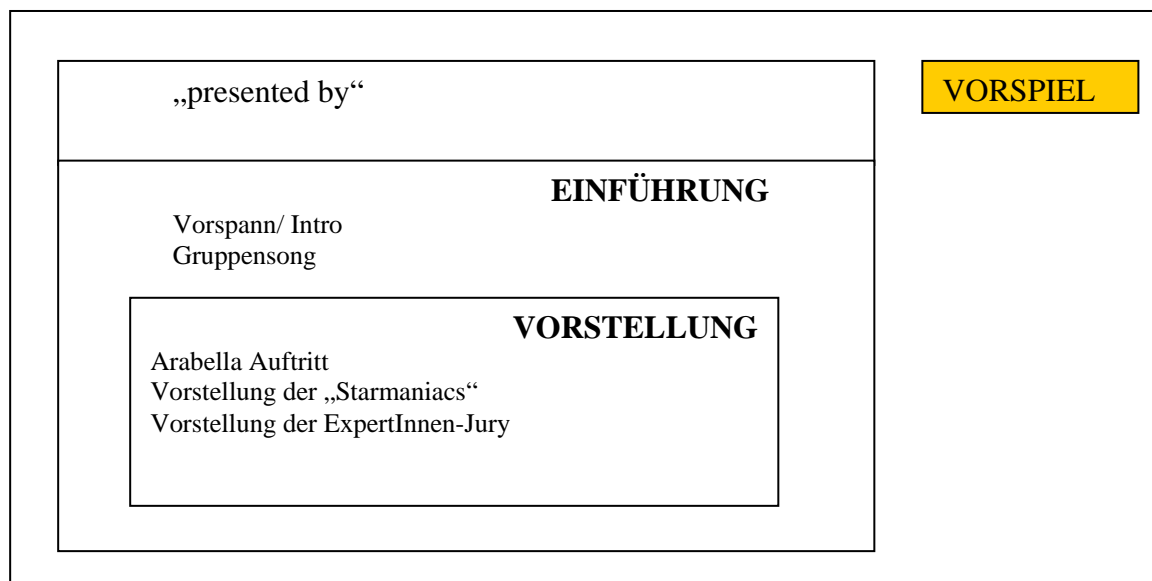


Abb. 1: Qualifikationsrunde – Vorspiel

Das Vorspiel ist bei allen Sendungen ungefähr gleich lang und dauert in etwa acht Minuten, wobei beim Medley die Auftrittsdauer bei ca. zwei Minuten liegt. Der gesamten Vorstellung werden drei Minuten eingeräumt.

Die Vorstellung der „Starmaniacs“ ist ein sehr kurzes, jedoch sehr wichtiges Subgenre zu Beginn der einzelnen Sendungen, genauer gesagt nach dem gemeinsamen Medley der „Starmaniacs“.

Das Genre zeigt die TeilnehmerInnen als Teil eines Wettbewerbs. Sie wählen Lieder aus und haben (noch) keine eigenen Songs wie sie Stars in der Regel haben. Attribute wie Spitznamen oder das Nennen der Herkunft unterstreichen die „Normalität“ der KandidatInnen als „ordinary persons“. Jedoch dient die Vorstellung gleichzeitig auch der Untermauerung des Star-Seins in Sinne Dyers (1979), da nur jemand, der eine gewisse Bedeutung hat, öffentlich angekündigt wird, in diesem Fall durch die Moderatorin Arabella Kiesbauer.

Die Inszenierung über den Wettbewerb

Der Wettbewerb beginnt mit dem ersten Auftritt einer Kandidatin bzw. eines Kandidaten. Nach der Ankündigung durch Arabella wird eine Reportage über die Kandidatin bzw. den Kandidaten eingespielt. Hier erfolgt eine nähere Vorstellung der KandidatInnen (Name, Alter und Wohnort), Angaben zum Beruf und Rückblicke auf das Casting und die Choreographieprobe. Nach etwa der Hälfte

der Reportage wird in einem Kästchen in der linken unteren Ecke des Bildes zeitgleich der Gang vom Backstageraum auf die Bühne eingeblendet. Der Auftritt wird anfangs von einer Einblende mit Name, Alter und Wohnort begleitet, anschließend werden diese von Angaben zum Liedtitel und der zugehörigen Kategorie abgelöst. Zur Beurteilung wird dann die ExpertInnen-Jury herangezogen, wobei die ExpertInnen immer abwechselnd mit dem Kommentar beginnen. Alle drei geben ihre Punkte ab, danach wird das Saalvoting abgerufen. Im anschließenden Interview mit Arabella sollen die KandidatInnen von der persönlichen Seite gezeigt werden.

Nach dem dritten „Starmaniac“ ist ein Rückblick auf die Vorwoche und die damaligen GewinnerInnen eingeschoben, in dem diese ihre Erwartungen und Gefühle preisgeben. Arabella führt im Backstage-Raum zusätzlich ein Interview mit den bisherigen FinalistInnen.

In der nächsten Unterbrechung der Auftrittserie, die nach dem sechsten „Starmaniac“ folgt, ist ein Beitrag zum Thema „Leider nein“ eingeschoben. Dabei handelt es sich um einen Zusammenschnitt der „kultigsten“ Starmania-BewerberInnen handelt, die nicht in den Wettbewerb aufgenommen wurden.

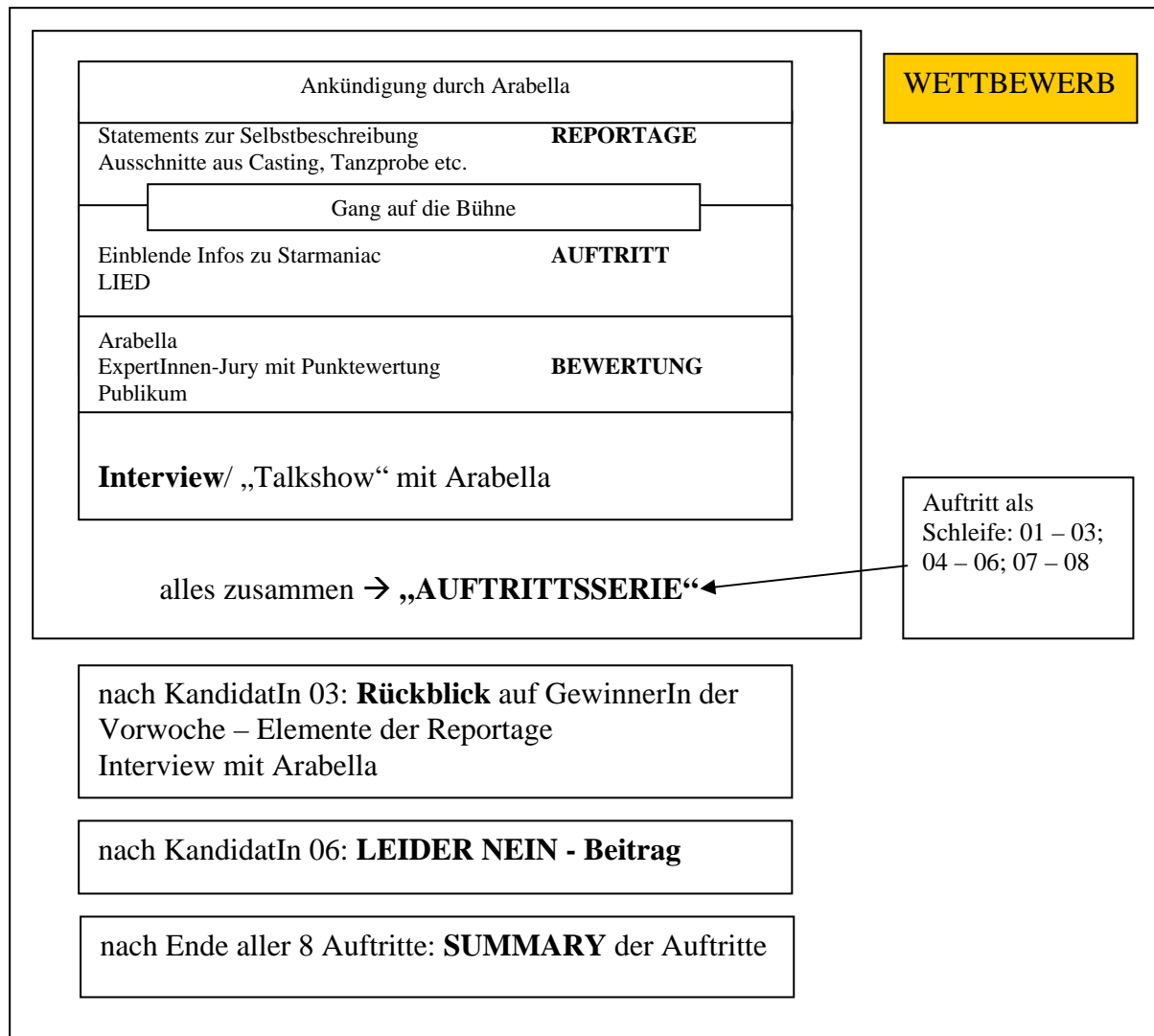


Abb. 2: Qualifikationsrunde - Wettbewerb

Im Wettbewerb werden jedem Auftritt ungefähr sieben Minuten gewidmet. Die Reportage dauert in den Qualifikationsrunden etwa eine Minute, wobei nach der Hälfte der Zeit der/die jeweilige TeilnehmerIn im Backstageraum einblendet wird und parallel zur Reportage auf den Weg zur Bühne begleitet wird. Zehn Sekunden brauchen die KandidatInnen um auf der Bühne in ihre Startposition zu gehen. Das Lied selbst dauert maximal zwei Minuten. Danach „darf“ das Publikum etwa 15 Sekunden klatschen. Der gesamte Auftritt nimmt somit zwei Minuten 30 Sekunden in Anspruch. Für das Interview nimmt sich Arabella Kiesbauer pro KandidatIn ca. zwei bis drei Minuten Zeit.

Beim längeren Summary direkt nach den Auftritten wird pro KandidatIn ein Auftrittsabschnitt mit der Länge von zwölf Sekunden eingespielt. Beim kürzeren Summary sind es vier Sekunden. Die Votingerinnerungen, die in den Werbeblock eingebettet sind, dauern 15 Sekunden. Die Rückblick-Reportagen dauern im Durchschnitt zwischen zwei und drei Minuten.

Die Reportage, die direkt vor dem Auftritt gezeigt wird, enthält Statements die sich als Selbstbeschreibung verstehen lassen. Auch Ausschnitte aus den Proben, den Aufnahmen im Tonstudio, usw. werden hier eingeblendet. Außerdem geben die KandidatInnen oft noch ein Kommentar zur getroffenen Liedauswahl ab.

In diesem Subgenre werden die KandidatInnen durch das Ansprechen von Hobbies, Charaktereigenschaften, persönlichen Stärken und Schwächen klar als „ordinary persons“ dargestellt. Allerdings gibt es auch Elemente, die nicht klar zuzuordnen sind. Die Bilder von den Proben deuten einerseits darauf hin, dass die KandidatInnen als „ordinary persons“ inszeniert werden, da gezeigt wird, dass auch die KandidatInnen üben müssen um einen guten Auftritt zu liefern. Dazu benötigen sie außerdem auch Unterstützung von speziellen Trainern. Das Genre Reportage gewährt sozusagen einen Blick hinter die Kulissen und gibt damit vor, den Alltag eines Stars zu zeigen. Hier ist ganz klar „being ordinary“ im Dienste der Konstruktion von Stars, wie z.B. in den intimen Dokumentationen über Madonna (*In Bed with Madonna*). Auf der anderen Seite dienen die Ausschnitte über die Probensituationen dem Zweck der Inszenierung, da sie eigens für den Auftritt auf der Bühne vor einem riesenpublikum produziert werden. Daher sind sie in jedem Fall als „Startext“ im Sinne Dyers (1979) zu lesen, denn sie zeigen eine Person als Star bzw. angehenden Star mit all seinen Schwächen und Mühen.

Die häufig gezeigten Kommentare zur Liedauswahl dienen ebenso einerseits dazu, die KandidatInnen als Stars und andererseits als „ordinary persons“, die ständigen Unsicherheiten, ob der Titel zu einem passt und ob er nicht zu schwierig ist, ausgeliefert sind, zu inszenieren. Nur „ordinary persons“ sind einer öffentlichen Bewertung einer Jury ausgesetzt, während Stars lediglich eine indirekte Bewertung durch ihr Publikum erfahren. Im Gegenteil zur ordinary person-Funktion steht aber wieder die eigentliche Präsentation später auf der Bühne. Nur ein Star muss einen perfekten Auftritt liefern. Aus dieser Ambiguität kann darauf geschlossen werden, dass diese Art der Reportagen grundsätzlich dazu dienen, die „Starmaniacs“ als „ordinary stars“ zu inszenieren und damit auch dazu, den ZuseherInnen das Gefühl zu vermitteln, dass es im Grunde alle schaffen können, „Star des Jahres“ zu werden.

Auftritt

Der „Auftritt“ ist ein zentraler struktureller Aspekt der Inszenierung von KandidatInnen als Stars bzw. „ordinary persons“. *Starmania* beschränkt sich allerdings nicht nur auf eine Form des Auftritts. Zum einen tritt zu Beginn einer Sendung die „Starmania-Familie“ als Ganzes auf, wenn alle KandidatInnen gemeinsam ein Medley singt. Bei den Finalrunden ohne Friendship-Ticket sind es die bereits Ausgeschiedenen, die dieses Medley singen. Zum anderen gibt es die Einzelauftritte und die Duettauftritte. Am Ende der Sendungen kommt es noch mal zu einem gemeinsamen Auftritt, bei dem der Rest der Starmania-Familie der jeweiligen Sendung zusammen singt. Sobald sich die KandidatInnen auf der Bühne befinden, kann man in gewisser Weise von einem Auftritt sprechen, wobei bereits der Gang auf die Bühne ebenfalls als Auftritt gesehen werden kann. In unserem Beitrag beschränkt sich die Definition des Auftritts auf das Präsentieren eines Songs auf der sternförmigen Bühne. Gemeint ist also der Gesangsauftritt, der durch den „Starmania-Wischer“³ vom vorangehenden Gang auf die Bühne auch formal klar getrennt wird. Der Gang auf die Bühne symbolisiert in dieser Sicht das Starwerden einer „ordinary person“.

Der Gesangsauftritt dient einzig und allein der Inszenierung als Star. Dieser steht im Rampenlicht und singt vor dem bzw. für das Publikum im Saal und gleichzeitig auch für das Publikum vor dem Fernseher (ein für das Sendeformat typischer Fall von Mehrfachadressierung). Ein Star wird angekündigt und beklatscht. Das Starsein im Auftritt wird durch Lichteinstellungen verstärkt, indem ein Highlighting gesetzt ist, das die Haare der „Starmaniacs“ strahlen lässt. Weiters treten sie auf einer sternförmigen Bühne auf, die Symbolcharakter für die Starwerdung hat. Beim Auftritt geht es darum, sich zu präsentieren und eine Show und Performance fürs Publikum zu liefern, sich also als Star zu bewähren. Nach dem Auftritt werden die Stars lautstark beklatscht. Im Publikum werden speziell die Fans der jeweiligen KandidatIn eingeblendet, denn diese gibt es nur von Stars. Sie schreien fanatisch, halten Plakate hoch und heben ihren Star zum Himmel.

³ Mit dem „Starmania-Wischer“ ist die kurze Einspielung des Starmania-Logos, das über den Bildschirm fliegt, gemeint.

Bewertung

Im Abschnitt „Bewertung“ werden die KandidatInnen in den Qualifikationsrunden von ExpertInnen aus der Musikbranche bewertet und bekommen Tipps, wie sie ihre Auftritte verbessern können und an welchen Parts sie noch arbeiten sollten. Zusätzlich gibt das Saalpublikum seine Wertung ab.

Dieses Subgenre dient eindeutig der Inszenierung als „ordinary person“. Kein Star muss sich der öffentlichen Bewertung einer Jury in Hinblick auf die Qualität des Auftrittes stellen. Außerdem bedürfen Stars keiner Verbesserungsvorschläge mehr, sondern sitzen dann häufig bereits selbst als ExpertInnen in der Jury. Als „ordinary person“ müssen die KandidatInnen auch negative Kommentare einstecken und der Zuseher kann die emotionale Reaktion darauf live mitverfolgen. Eine Darstellung wirklicher Gefühle wird angestrebt, da sie meist spontan geschehen. Dass das Publikum Punkte an die KandidatInnen vergeben darf, wirkt auch als Klassifizierung von „ordinary persons“. Im normalen Leben ist man ständig der Wertung anderer, eventuell nicht qualifizierter Personen unterworfen bzw. ausgeliefert. Die Bewertung erinnert außerdem an eine schulische Notenvergabe, sodass vor allem das junge Publikum sich in die „Starmaniacs“ hineinversetzen kann. Hier ist zu bedenken, dass auch Stars durch die Verkaufszahlen einer gewissen Publikumsbewertung ausgesetzt sind. Die KandidatInnen müssen sich bemühen eine gute Live-Performance zu liefern, wodurch sie unter großem Druck stehen können.

Interview

Das „Interview“ generell weist Elemente einer Talkshow auf, da unprominente Personen durch die Moderatorin, die in diesem Fall sogar jahrelange Erfahrung als Talkshowmasterin hat, über das persönliche Einzelschicksal befragt werden. Die KandidatInnen werden hier durch das Ansprechen von Beziehungsgeschichten, Kindheitserlebnissen, Eigenheiten, Familie und Freundschaften als „ordinary persons“ inszeniert. Es geht darum, die „Starmaniacs“ kennen zu lernen, um sich mit ihnen als reale Personen identifizieren zu können. Das Publikum verehrt die Stars, die stärkere Identifikation findet jedoch mit den „ordinary persons“ in den Medien statt. Weiters werden im Interview aktuelle Ereignisse angesprochen, die sich auf Erlebnisse beim Fortgehen in dem Wiener Lokal "Nachtschicht", die Begegnung mit Fans sowie auf aktuelle Beziehungs- und Freundschaftsfragen inner- und außerhalb der Starmania-Familie beziehen.

Damit wird das Bild der KandidatInnen ständig aktualisiert. Eine mögliche Entwicklung (von der „ordinary person“ zum Star) kann damit nachgezeichnet werden. Wichtig bei den Interviews ist, dass die „Starmaniacs“ authentisch wirken, indem sie in ihrem Dialekt sprechen – auch wenn Arabella Kiesbauer in diesem Fall manchmal nachfragt, was gemeint war und Korrekturen in der Aussprache vornimmt – und die KandidatInnen anscheinend unvorbereitet auf die Fragen treffen. So werden die natürlichen Reaktionen und Emotionen der TeilnehmerInnen live auf die Fernsehschirme übertragen.

Ein Konflikt bezüglich Star vs. „ordinary person“ besteht im Interview dann, wenn die KandidatInnen über ihr Star-Sein befragt werden. Da dies in den meisten aller Fälle als harte Arbeit dargestellt wird, wird ein Konflikt ausgelöst. In den Interviews geht es einerseits vor allem um Beziehungsgeschichten, die die „Starmaniacs“ als Menschen wie du und ich darstellen. Andererseits geht es aber auch oft um die Erfahrung, von Fans verehrt zu werden, was wiederum das Star-Sein in den Vordergrund stellt - denn „ordinary persons“ haben im Normalfall keine kreischenden Fans.

Rückblick

Im „Rückblick“ werden am Anfang der *Starmania NG* Staffel GewinnerInnen der Vorwoche gezeigt. Die KandidatInnen wirken hier auf das Publikum großteils als „ordinary persons“, da man ihre Gefühlsregungen, d. h. Freude oder Enttäuschung, über die Entscheidung miterleben kann. Die gezeigten Gefühle werden als authentisch inszeniert, wodurch betont wird, dass man es hier mit echten Menschen zu tun hat.

Die Inszenierung über das Voting

Wie in Abbildung 3 ersichtlich ruft Arabella im Anschluss an die letzten zwei Auftritte die ZuseherInnen daheim zum „Voten“, d.h. zur Abgabe ihre Stimme für die KandidatInnen ihrer Wahl auf. Die Entscheidung soll durch ein „Summary“, d. h. einen Überblick über alle KandidatInnen in Reihenfolge der Auftritte, erleichtert werden. Während einer kurzen Einspielung des Auftrittes werden der Name, die Telefonnummer und die jeweilige Startnummer der Kandidatin bzw. des Kandidaten eingeblendet. Danach gibt Arabella den Startschuss für das Voting.

Ein Experte bzw. eine Expertin, in dieser Staffel die Sängerin Marika Lichter, wendet sich in einer Einspielung an die votenden ZuseherInnen und spricht zur „Lage der (Star-)Nation“. Weiters möchte sie den KandidatInnen ins Gewissen reden und ihnen vermitteln, was zum Sieg nötig wäre.

Ein neuerlicher Votingaufruf kommt aus dem Backstage-Raum: Arabella nennt die Namen der KandidatInnen und die dazugehörige Telefonnummer der Reihe nach, damit die ZuseherInnen ihre Lieblingskandidatin bzw. ihren Lieblingskandidaten durch ihren Telefonanruf oder per SMS unterstützen können. Das Ganze ist verbunden mit einem „Winke-Winke“⁴ der KandidatInnen in die Kamera, das der direkten Adressierung der einzelnen KandidatInnen an das Fernsehpublikum dient.

Der Abspann besteht aus der Auflistung der Firmen, denen für die „freundliche Unterstützung“ der Sendung gedankt wird. Die anfangs bereits gezeigte „presented by“-Werbungen finden hier nochmals ihren Platz. Außerdem werden noch Werbetrailer für verschiedene *Starmania*-Produkte angehängt, wie z.B.:

- *Starmania*-Stickerworld („powered by Bank Austria Creditanstalt“)
- Schlüsselanhänger, Freundschaftsbänder, Kondome im *Starmania*-Design
- Kelly's: Man kann einen Abend mit einem „Starmaniac“ gewinnen.
- CD: Weihnachtshits der *Starmania*-Finalisten
- *Starmania* NG 3: die Hits der letzten zwei Wochen

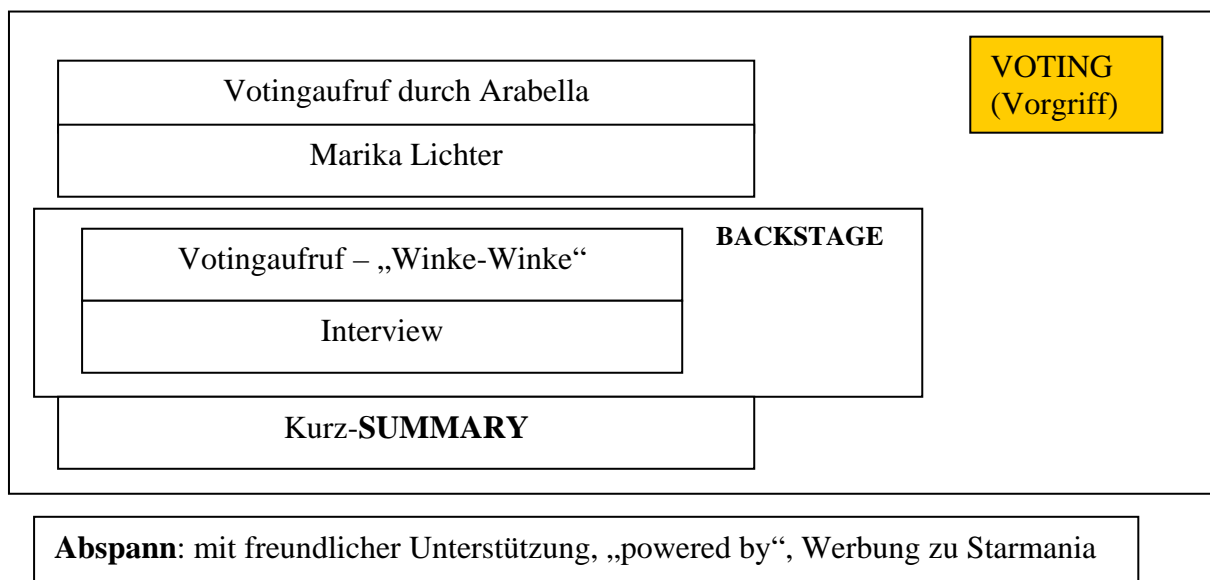


Abb. 3: Qualifikationsrunde – Vorgriff auf das Voting

⁴ Damit wird das freundliche Winken, Lachen und Grüßen der „Starmaniacs“ in die Kamera bezeichnet.

Die Inszenierung über Werbung

Durch das Jugendnachrichtenmagazin NEWSFLASH wird der erste Teil „Starmania– Die Qualifikation“ vom zweiten Teil „Starmania– Das Voting“ getrennt. Nach den Nachrichten folgt eine Votingerinnerung mit Einblendung des Fotos, Names, Songtitels und Startnummer der KandidatInnen.

Der Werbeblock enthält wieder verschiedene Werbetrailer zum Thema *Starmania*, z.B.:

- 25 Das Magazin
- *Starmania*-Outfit von S. Oliver („neuer Look der NG“)
- *Starmania*– Der Kalender 2004 inkl. Space Pen, mit dem man „auf Autogramm jagd gehen kann“.
- *Starmania*-Swatch (VIP-Package für *Starmania* Clubbings)
- „Best of Qualifikation“ auf CD

Die eingeschobene „normale“ Werbung beginnt und endet mit einer ONE-Werbung. Nach einer nochmaligen Votingerinnerung kann der zweite Teil der Sendung „*Starmania* – Das Voting“ beginnen.

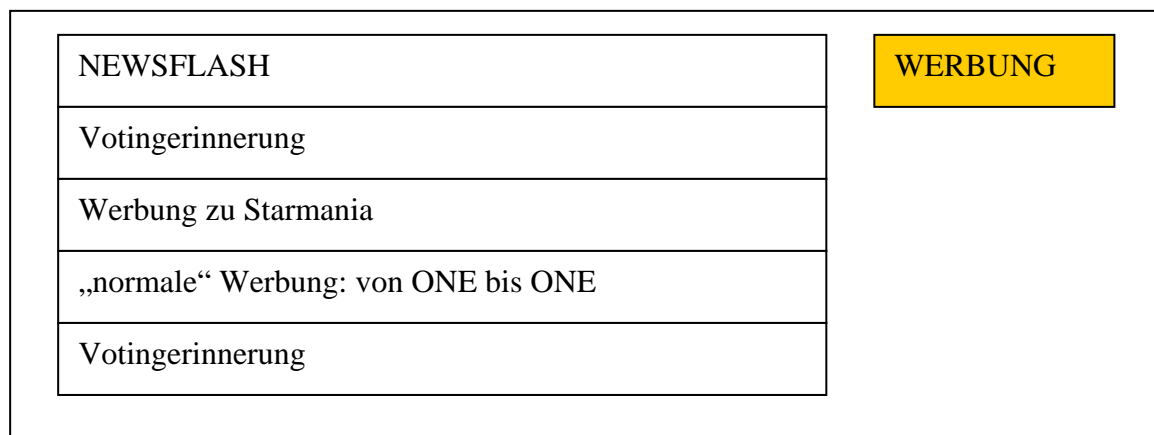


Abb. 4: Qualifikationsrunde - Werbung

Die Inszenierung über das Voting (Vorspiel)

Nach dem üblichen Vorspann gibt es eine weitere Votingaufruf-Runde im Backstageraum. An dieser Stelle folgt der sogenannte Starcam-Beitrag, den die KandidatInnen selbst mit der Kamera drehen durften. Danach geht es für alle wieder auf die Bühne, gemeinsam gesungen wird das *Starmania*-Lied „Alles und Mehr“.

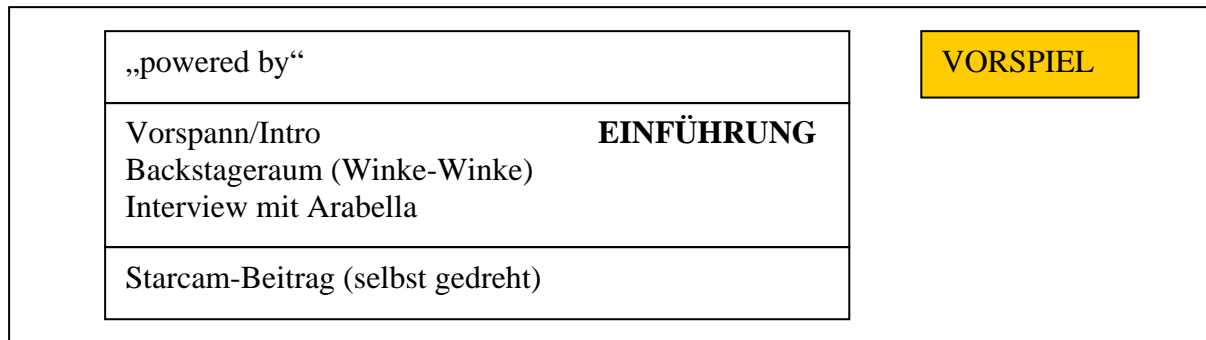


Abb. 5: Qualifikationsrunde - Voting – Vorspiel

Nach einer etwa 15-minütigen Unterbrechung, in der die ZuschauerInnen zuhause aufgefordert sind, per SMS oder Telefon abzustimmen, folgt „*Starmania* – Das Voting“, welches bei den Qualifikationsrunden in etwa zehn Minuten dauert. Die Entscheidung auf der Bühne wird anschließend in etwa fünf Minuten abgehandelt.

Entscheidung

Die Entscheidung wird nach Geschlechtern getrennt verkündet. Diejenigen, die ausscheiden müssen, werden hierbei von Arabella vorgelesen. Nachdem die GewinnerInnen endgültig feststehen, kommen die bisher gewählten FinalistInnen auf die Bühne. Arabellas Verabschiedung, die sie mit den Worten „Greifen Sie nach den Sternen“ beendet, folgt eine Vorschau anhand von Szenen aus den Castings auf die KandidatInnen der nächsten Woche.

Den Abspann gestalten folgende Werbeelemente:

- „Mit freundlicher Unterstützung von“-Auflistung
- powered by S. Oliver
- *Starmania*-Club – live in der Nachtschicht
- presented by DM, presented by ONE

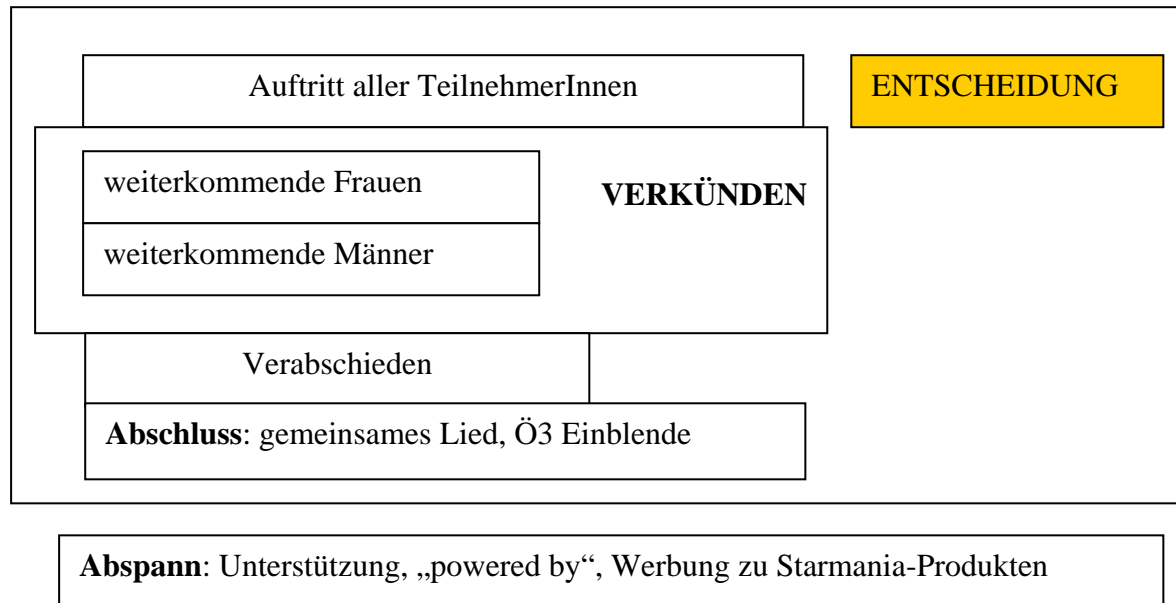


Abb. 6: Qualifikationsrunde – Voting – Entscheidung

Der Abschluss der Sendung ist sehr straff organisiert. Dem Verkünden und Verabschieden wird nur je eine Minute eingeräumt, auch das gemeinsame Abschlusslied ist mit einer Dauer von ca. einer Minute kürzer als die anderen Auftritte.

Zusammenfassend lässt sich zum Zeitablauf einer *Starmania*-Sendung sagen, dass die einzelnen „Häppchen“ im Normalfall nicht länger als drei Minuten dauern. So wird garantiert, dass Abwechslung besteht und die TeilnehmerInnen dem Publikum auf vielfältige Art und Weise präsentiert werden können.

Verkünden

Im Abschnitt „Verkünden“ wird die Entscheidung des Publikums bekannt gegeben. Die KandidatInnen und das Publikum erfahren, wer an der nächsten Sendung teilnehmen darf.

Hier können die KandidatInnen in einer besonders angespannten Situation gezeigt werden, wodurch sie klar als „ordinary persons“ inszeniert werden können. Die kurz bevorstehende Entscheidungsverkündung weckt unkontrollierbare Gefühle in den TeilnehmerInnen. Die Emotionen, die nach dem Verkünden aus den KandidatInnen herausbrechen, werden als authentisch wahrgenommen. Von dem/der Ausgeschiedenen wird emotionsreich Abschied genommen, da sozusagen ein Mitglied der Familie verloren geht. Der Rauschmiss beruht darauf, dass die KandidatInnen „nicht gut genug“ waren um ein Star zu werden

und wecken damit das Gleichheitsgefühl anderer Gescheiteter, die Ähnliches durchlebt haben. Dass es sich hierbei um eine Betonung der „ordinariness“ der KandidatInnen handelt, wird deutlich, wenn man sich vor Augen führt, dass kein Star nach einem Auftritt weden bängen muss, ob er noch einmal auftreten darf, noch sich darum kümmern, ob den ZuseherInnen der Auftritt gefallen hat. Außerdem werden Auftritte von bereits etablierten Stars meist nicht eingehend bewertet. Die Fans setzen eine gute Performance voraus und erleben diese auch so. Etwas anderes würde nicht im Einklang mit ihrem Bild des Stars stehen. Den „Starmaniacs“ werden hingegen als „ordinary persons“ Fehler verziehen, da sie sich noch im Lernprozess befinden. Dadurch könnte eine „zweite Chance“, also ein Weiterkommen trotz einmaligen schlechten Auftritts erklärt werden.

Abweichungen der Finalrunden in der Inszenierung der KandidatInnen als Stars bzw. „ordinary persons“

Bei den Qualifikationssendungen ist mit einer Dauer von eineinhalb Stunden zu rechnen. Bei einer durchschnittlichen *Starmania*-Finalsendung ergibt sich eine Sendezeit von ca. zwei Stunden. Diese schwankt je nach Anzahl der KandidatInnen, da die Auftritte dieser den längsten Teil der Show ausmachen.

Abweichungen in der Inszenierung über das Vorspiel

Im Gegensatz zu den Qualifikationsrunden geben die KandidatInnen in den Finalrunden mit Friendship-Ticket statt des Gruppensongs ein Medley zu einem berühmten Musikstar bzw. –gruppe zum Besten. In den Finalrunden ohne Friendship-Ticket werden diese Medleys von den bereits Ausgeschiedenen „performed“. Bei der Vorstellung der „Starmaniacs“ werden die TeilnehmerInnen bereits ab und zu als Typ wie z.B. „Rockgott“ oder „Rockröhre“ charakterisiert. Als nächstes tritt Hannes Eder in Erscheinung, der in den Finalrunden die Rolle des Experten übernimmt. In den Finalrunden mit Friendship-Ticket wird mit einem Beitrag zu der Entscheidung der Vorwoche fortgesetzt. Neben Statements über die gefühlsmäßige Aufnahme der Entscheidung werden Abschiedsszenen aus früheren Folgen gezeigt.

Bei der Vorstellung der KandidatInnen ändert sich im Laufe der Staffel nichts, außer dass Spitznamen, die entstanden sind, als Attribute und Erinnerungshilfe für den jeweiligen „Starmaniac“ genannt werden. Durch die immer wieder

kehrende Vorstellung wird neuen ZuschauerInnen der Einstieg in die Sendereihe *Starmania* erleichtert.

Abweichungen in der Inszenierung über den Wettbewerb

Im Großen und Ganzen unterscheidet sich der Teil „Wettbewerb“ strukturell nur in der Reportage, die in den Finalrunden zusätzlich Kommentare zur Liedauswahl enthält. Außerdem wird im Unterschied zu den Qualifikationsrunden in den Finalrunden kein „Leider Nein“-Beitrag mehr eingeschoben.

In der Mitte der Sendung und nach ca. der Hälfte der Auftrittsserie wird ein Rückblick auf die Vorwoche eingebaut. Dieser ist auf Statements der in der Vorwoche ausgeschiedenen TeilnehmerInnen aufgebaut, die über ihre Gefühle und ihre Zukunft sprechen. Untermalt wird der Beitrag von Bildern aus den Castings und den bisherigen Auftritten. Im Unterschied zu den Finalrunden mit Friendship-Ticket wird der ausgeschiedene Starmaniac noch mal auf der Bühne empfangen und von Arabella kurz interviewt.

Der Ablauf eines Auftritts bei den Finalsendungen ohne Friendship-Ticket unterscheidet sich lediglich bei der zugehörigen Reportage, die die KandidatInnen vor allem mit Freunden und Familien in den eigenen vier Wänden bzw. der Heimat darstellt. Die Reportagen dauern außerdem länger als die 1minütige Reportage in den Finalrunden mit Friendship-Ticket.

In den Finalrunden ohne Friendship-Ticket werden von je zwei KandidatInnen gemeinsam gesungene Duette in den Wettbewerb eingebettet. Vom Ablauf her sind sie je nach Anzahl der noch verbleibenden KandidatInnen verschieden eingebaut (z.B. zu Beginn, in der Mitte und am Ende der Auftritte). Jedoch wird darauf geachtet, dass jeder „Starmaniac“ genügend Pause zwischen ihren/seinen Auftritten hat. Außerdem werden die DuettpartnerInnen so variiert, dass über die Finalsendungen hinweg möglichst unterschiedliche Duett-Paare auftreten. Der Duett-Auftritt an sich ist gleich aufgebaut wie der Auftritt der KandidatInnen alleine, bloß dient die Reportage dazu, Statements zum/r jeweiligen DuettpartnerIn abgeben zu können und die KandidatInnen aus der Sicht der anderen TeilnehmerInnen charakterisieren zu können.

Sind, bezogen auf alle Finalrunden noch mehr KandidatInnen vorhanden, wird das Interview nach dem Auftritt kürzer gehalten und dauert etwa zwei Minuten. Bei einer geringeren Anzahl an KandidatInnen wird gerne eine Minute länger geplaudert. Die Bewertung dauert summa summarum etwa eine Minute 15,

wobei Hannes Eder seine Redezeit (durchschnittlich 30 Sekunden) selbst bestimmt. Da die Dauer des Wettbewerbs mit sinkender Anzahl der TeilnehmerInnen abnimmt, werden ab Finalrunde sieben, in der nur noch sechs KandidatInnen im Spiel sind, zusätzliche Auftritte in Form von Duetten eingeführt. Marika Lichters Rückblick auf die Entscheidung der letzten Woche beschränkt sich auf maximal zwei Minuten.

Zwischen den Reportagen in den Qualifikationsrunden und den Finalrunden gibt es, vergleicht man die frühen mit den späteren Sendungen, einige beachtenswerte Unterschiede. In den Qualifikationsrunden werden noch größtenteils Bilder aus den Castings eingeblendet. Hier müssen sich die BewerberInnen als Stars bzw. als Personen, die das Zeug zum Star haben, bewähren. In den letzten Finalshows ohne Friendship-Ticket werden die KandidatInnen durch den Einsatz von Bildern in deren gewohnter Umgebung und in deren Zuhause im Grunde nur mehr als „ordinary persons“ dargestellt. Familie und Freunde werden gezeigt, die die Qualität des „ordinary person“-Sein durch ihre Aussagen noch untermauern. Alle bekräftigen, dass die Kandidatin bzw. der Kandidat sich selbst treu geblieben ist. So vergleicht sich z.B. Marcel Plieschnegger in der Sendung vom 12. Dezember 2003 nicht mit einem Star. Für ihn sei es wichtig, den eigenen Weg zu gehen und eine eigene Richtung zu finden.

In den ersten Sendungen der *Starmania NG* Staffel werden die KandidatInnen bewusst als Stars inszeniert, was dann gegen Ende immer mehr abnimmt. Sie sind, zumindest dem Sendeformat nach, schon Stars und deswegen müssen auch andere Seiten gezeigt werden. Damit wird den Fans der Bezug nicht genommen und auch die Hoffnung auf den eigenen großen Durchbruch als Star kann bestehen bleiben.

In den „Bewertungen“ der ersten Sendungen bekommen die TeilnehmerInnen vermehrt Ratschläge zur Verbesserung des eigenen Auftritts. So wird aufgezeigt, dass sie, wie wir alle, noch nicht alles können, was für das Star-Sein notwendig ist. Sobald Hannes Eder die Rolle des bewertenden Experten übernimmt, wird das Genre ein bisschen mehr der Funktion Star angenähert dadurch, dass er zum Beispiel bereits Typbezeichnungen vergibt und anscheinend seine Lieblinge hat. Außerdem gehen bei ihm im Laufe der Finalsendungen die Verbesserungsvorschläge verloren und er kritisiert nicht mehr überwiegend, sondern gibt auch positive Kommentare ab. Alles in allem dient das Genre der Bewertung aber

hauptsächlich der Inszenierung der „Starmaniacs“ als „ordinary persons“, die Stars werden wollen.

Das Interview wird an mehreren Stellen im Sendeformat von *Starmania* eingesetzt. Unterschieden werden das Einzelinterview nach den Einzelauftritten, das Doppelinterview nach den Duetten und das Gruppeninterview im Backstage-Raum, das eher einem ungezwungenen Gespräch oder Geplauder gleicht.

Im Vergleich der Sendungen können in der Wahl der Interviewthemen lediglich Unterschiede festgestellt werden, die sich durch die zeitlich bedingte Veränderung der Tages- und Wochenereignisse ergeben. Im Gegensatz zur Reportage findet sich hier keine verstärkte Bezugnahme auf Star-Themen zu Beginn der Sendereihe bzw. auf „ordinary person“-Themen am Ende der Sendereihe.

Über die Portraits der ausgeschiedenen KandidatInnen und deren Rückschläge wird eine durchwegs emotional gehaltene Identifikation mit den Ausgeschiedenen angetrebt. Es werden zu diesem Zweck auch Bilder davon gezeigt, wie die Entscheidung hinter den Kulissen aufgenommen wurde. In dieser Art von Beitrag wird auch darauf hingewiesen, dass von den KandidatInnen das Weiterkommen nicht als selbstverständlich hingenommen wird. Bei *Starmania* wird Wert auf Freundschaft und Mitgefühl gelegt, was im Rückblick hervorgehoben wird. Stars gelten üblicherweise als unterkühlt und wollen ihr Privatleben vor der Außenwelt schützen. Die Darstellung der „Starmaniacs“ läuft hingegen darauf hinaus, dass *Starmania* ihr einziges Privatleben und dieses daher vollständig öffentlich sei. Somit bekommt das Publikum den Eindruck alles über sie zu wissen und direkt an ihrem „realen“ Leben – sprich, ihrem vermeintlich unabhängig von *Starmania* ablaufenden Leben – teilhaben zu können.

Abweichungen in der Inszenierung über das Voting

Im Rahmen des „Vorgriffs“ auf das Voting unterscheiden sich die Finalrunden nicht von den Qualifikationsrunden, außer dass andere *Starmania*-Produkte beworben werden und Marika Lichter erst am Beginn von „*Starmania* – Das Voting“ zu Wort kommt.

Beim „Vorspiel“ des Votings erhalten die „Starmaniacs“ in den Finalrunden ohne Friendship-Ticket mehr Bühnenpräsenz. Das Vorspiel des Votings läuft ähnlich wie in den Finalrunden mit Friendship-Ticket ab, allerdings haben alle KandidatInnen (auch die bereits ausgeschiedenen) einen zusätzlichen

gemeinsamen Auftritt, der an die Stelle des Geplauders im Backstage-Raum tritt. Der Voting-Aufruf samt „Winke-Winke“ findet ebenfalls auf der Bühne statt.

Im Gegensatz zu den Qualifikationsrunden spricht in den Finalrunden Marika Lichter hier zur „Lage der (Star-)Nation“ und gibt ihre Meinung zu der Entscheidung der Vorwoche kund, wobei sie auch versucht dem Publikum ins Gewissen zu reden und einen gewissen Einfluss auszuüben.

Abweichungen in der Inszenierung über die Entscheidung

In den Finalrunden mit Friendship-Ticket verkündet Arabella die Namen jener KandidatInnen, die weiterkommen. Bei noch drei verbleibenden, macht Arabella es besonders spannend, indem sie sich zu den KandidatInnen stellt. Die letzten zwei KandidatInnen müssen ins Publikum zu Familie und Freunden, wodurch auch räumlich die Trennung von „Startum“ und „ordinariness“ markiert wird. Die übrigen KandidatInnen entscheiden, wer von den beiden das Friendship-Ticket bekommt, mit dem diejenige Person im Wettbewerb bleiben kann.

Die Starmanias ziehen sich zur Beratung und Abstimmung in den Backstage-Raum zurück. Auf die Diskussion folgt die Stimmabgabe und einE FreiwilligeR meldet sich für die Verkündung der Entscheidung.

Dem Gang auf die Bühne ist die Verkündung durch einen der „Starmaniacs“ nachgestellt. Alle verabschieden sich von der bzw. dem Rausgeworfenen. Den Abschluss bildet ein gemeinsames Lied, inklusive einer Einblendung, dass der/die Rausgeworfene am folgenden Tag ab 22 Uhr im Hitradio Ö3 zu Gast sein wird.

In den Finalrunden ohne Friendship-Ticket befinden sich die KandidatInnen bei der Entscheidung von Anfang an auf der Bühne. Arabella Kiesbauer verkündet wie bereits in den Finalrunden mit Friendship-Ticket diejenigen, die weiterkommen und fährt solange fort, bis nur noch zwei KandidatInnen übrig sind. Diese zwei werden in einem Rückblick näher skizziert. Der Name wird genannt, Ausschnitte aus allen bisherigen Shows werden gezeigt, ein Statement zum Weg ins Finale wird abgegeben. Erst danach findet die Verkündung der Person statt, die in die nächste Sendung weiterkommt. Arabella macht dies jedoch nicht selbst, sondern lässt es die bereits weitergekommenen KandidatInnen bekannt geben

Außerdem ergeben sich im Vergleich der Qualifikationsrunden mit den Finalrunden auch Unterschiede im Zeitablauf. In den Finalrunden kann es sich, bedingt durch die variable Länge der Friendship-Ticket-Diskussion, das in den

Finalrunden 1 bis 6 als Subgenre in Erscheinung tritt, bis zu 25 Minuten hinziehen. In den Finalrunden ohne Friendship-Ticket dauert das Voting ungefähr 15 Minuten. Der Teil, in dem (in den späteren Finalrunden) nur noch drei bzw. zwei KandidatInnen auf der Bühne stehen durch ein ungezwungenes Gespräch oder einen Rückblick auf die KandidatInnen zeitlich stark ausgeweitet werden.

Der Backstageraum dient generell der Inszenierung des Privaten für die Öffentlichkeit. Hier warten die „Starmaniacs“ gemeinsam auf den Auftritt, werden dort in Gruppengesprächen vor dem Voting interviewt und diskutieren gemeinsam über die Vergabe des Friendship-Tickets.

Das Friendship-Ticket hat den alleinigen Zweck, die diskutierenden „Starmaniacs“ als „ordinary persons“ darzustellen. Sie sitzen backstage und diskutieren über das Schicksal zweier Talente, die den Wettbewerb möglicherweise verlassen müssen. Es geht um Freundschaft und Sympathie und um die Darstellung und Inszenierung von zwischenmenschlichen Beziehungen. Als Stars werden die im Publikum sitzenden, denen der Ausschluss droht, lediglich dann gesehen, wenn in der Diskussion die Qualitäten bzw. das Talent des Künstlers oder der Künstlerin hervorgehoben werden. In diesem Falle werden die „Starmaniacs“ als Star sprachlich gelabelt. Im Allgemeinen sind die KandidatInnen in dieser Situation jedoch „ordinary persons“, auch deshalb, weil natürliche authentische Gefühle und Emotionen, aber auch Überlegungen der Fairness (die „zweite Chance“) über das Schicksal eines der ihren entscheiden.

Der Backstageraum ist wohnzimmerähnlich eingerichtet und vermittelt die Atmosphäre des Privaten, der Heimeligkeit und der Normalität. Dadurch wird dem Publikum vor den Fernsehschirmen allem Anschein nach Einblick hinter die Kulissen und auch in das psychische Innenleben der Stars gewährt. Im Kontrast dazu dient die „frontstage“ – also die Bühne – der Inszenierung der KandidatInnen als Stars, weil sie dort im Rampenlicht stehen.

Wenn die „Starmaniacs“ wieder alle gemeinsam auf der Bühne stehen und die Person verkündet wird, die das Friendship-Ticket bekommt, wird implizit auf die Spielregeln hingewiesen und darauf aufmerksam gemacht, dass nur eine Person „Star des Jahres“ werden kann. Das Verkünden und Verabschieden stellt die TeilnehmerInnen als „ordinary persons“ dar, weil es sich im Grunde um eine einzige große Familie im Wettbewerb handelt. Im Hinterkopf bleibt jedoch das Gefühl, dass alle „Star des Jahres“ werden wollen, dieses Ziel aber nur eine Person erreichen kann.

Zusammenfassung

In diesem Beitrag wurde anhand von ausgewählten Sendungen aus das Sendeformat der Castingshow *Starmania* beschrieben. Weiters wurde einige Subgenres hinsichtlich ihrer Funktionalität in Bezug auf die Konstruktion der KandidatInnen als Star vs. „ordinary person“ analysiert.

Der Ablauf der Sendeserie *Starmania NG* kann in drei Etappen unterteilt werden. Diese weisen einige Gemeinsamkeiten auf, gleichzeitig unterscheiden sie sich, wie in dieser Arbeit gezeigt wurde, in wesentlichen Punkten, die durch die Reduktion der TeilnehmerInnenanzahl erklärbar ist.

Aus der Analyse der Subgenres geht eine Fokussierung auf die Inszenierung von „ordinary persons“ hervor. Hier wird der Zusammenhang mit dem Affektfernsehen in einer ganzen Reihe von Charakteristika (Personalisierung, Authentizität, Intimisierung, Emotionalisierung) deutlich. Dadurch ist es dem jungen Publikum leicht möglich sich mit den „Starmaniacs“ auf dem Weg zum Ruhm zu identifizieren.

Literatur

- Bente, Gary & Fromm, Bettina (1997): *Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen*. Opladen: Leske & Budrich.
- Bohrmann, Thomas (2000): „Big Brother im Kontext des Realitäts-fernsehens“. Online verfügbar unter:
http://www.teachsam.de/pro/pro_medien/Fernsehen/formate/reality-tv/reality_soap/bigbroth/bigbroth_txt_23.htm [Mai 2004]
- Brunst, Klaudia (2000). „Niemand sagt: jetzt weinen!“ In Berliner Zeitung, 8.2.2000. Online verfügbar unter:
<http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2000/0208/medien/0002/> [Mai 2004]
- Dyer, Richard (1979): *Stars*. London: British Film Institute.
- Gleich, Uli (2001): „Populäre Unterhaltungsformate im Fernsehen und ihre Bedeutung für die Zuschauer“. In *Media Perspektiven*, 10, 524-532. Online verfügbar unter:
http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/2001_10_04.pdf?foid=140 [Mai 2004]
- Jenkins, Henry (1992): *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Keppler, Angela (1994): *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung*. Frankfurt/Main: Fischer.
- McDonald, Paul (1998). „Reconceptualising Stardom (Supplementary Chapter)“. In: Dyer, Richard. *Stars*. 2nd Edition. London: British Film Institute.
- Mikos, Lothar (1989): „Kitzel des Unvorhergesehenen. Zum Live-Charakter des Fernsehens“. In *Zeitschrift für Hörfunk, Fernsehen, Film und Presse*, 4, 54-57.
- ORF. Offizielle Homepage zur Castingshow Starmania. Online verfügbar unter:
<http://starmania.orf.at> [Mai 2004]
- Silverman, David (1998): *Harvey Sacks. Social Science and Conversation Analysis*. New York: Oxford University Press.
- Tolson, Andrew (2001): „„Being yourself‘: the pursuit of authentic celebrity“. In: Van Dijk, Teun (Hrsg.): *Discourse Studies*, 3(4), 443-457.

Anhang A: Chronologie der Sendungen

Die Chronologie der Sendungen entstammt einem Fanheft zu *Starmania*, das als Beilage der Zeitschrift „News“ erhältlich war.

Qualifikationsrunden

Je ein Mann und eine Frau schaffen den Aufstieg in die Finalrunden.

- 3. Oktober 2003 – Patrick Jurdic, Angelika Ring
- 10. Oktober 2003 – Armin Beyer, Luise Gruber
- 17. Oktober 2003 – Verena Pötzl, Daniel Kajmakoski
- 24. Oktober 2003 – Rebecca Freidinger, Christian Sperrer
- 31. Oktober 2003 – Michael Hoffmann, Jasmin Schiller

Lucky-Loser-Runde: Die Zweitplatzierten bekommen noch mal eine Chance.

- 7. November 2003 – Marcel Plieschnegger, Magdalena Rentenberger

Finalrunden mit Friendship-Ticket

- 14. November 2003: Zwölf KandidatInnen geben alles, um ihren Traum zu verwirklichen (aus für Patrick Jurdic, Friendship-Ticket für Luise Gruber)
- 21. November 2003: Von den elf Talenten schaffen zehn den Aufstieg (aus für Rebecca Freidinger, Friendship-Ticket für Daniel Kajmakoski)
- 28. November 2003: Nach dem Voting steht fest, welche neun aufsteigen (aus für Luise Gruber, Friendship-Ticket für Christian Sperrer)
- 5. Dezember 2003: Das Friendship-Ticket zehrt an den Nerven der Neo-Stars (aus für Angelika Ring, Friendship-Ticket für Armin Beyer)
- 12. Dezember 2003: Auch wenn es weh tut, einer der acht fliegt raus (aus für Daniel Kajmakoski, Friendship-Ticket für Verena Pötzl)
- 19. Dezember 2003: Sechs Talente steigen auf (aus für Christian Sperrer, Friendship-Ticket für Jasmin Schiller)

Finalrunden ohne Friendship-Ticket

- 2. Jänner 2004: Ab dieser Sendung ist das Friendship-Ticket Geschichte (aus für Magdalena Rentenberger)
- 9. Jänner 2004: Die Starkkarriere ist für die letzten fünf zum Greifen nah (aus für Jasmin Schiller)

- 16. Jänner 2004: Wer bekommt die undankbare „blecherne“ Medaille? (aus für Michael Hoffmann)

Finale

- 23. Jänner 2004: Die Entscheidung fällt – wer wird der neue Star Österreichs? (3. Platz Marcel Plieschnegger, 2. Platz Armin Beyer, Star des Jahres: Verena Pötzl)

Anhang B: Schematische Darstellungen der Finalrunden

Finalrunde mit Friendship-Ticket

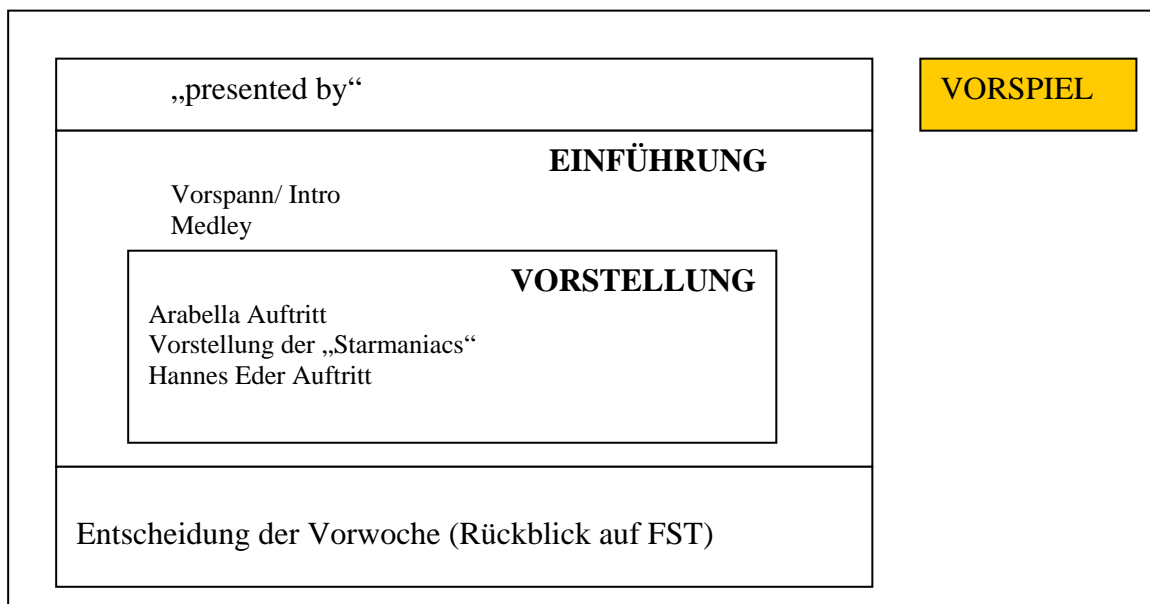


Abb. 7: Finalrunde mit Friendship-Ticket - Vorspiel

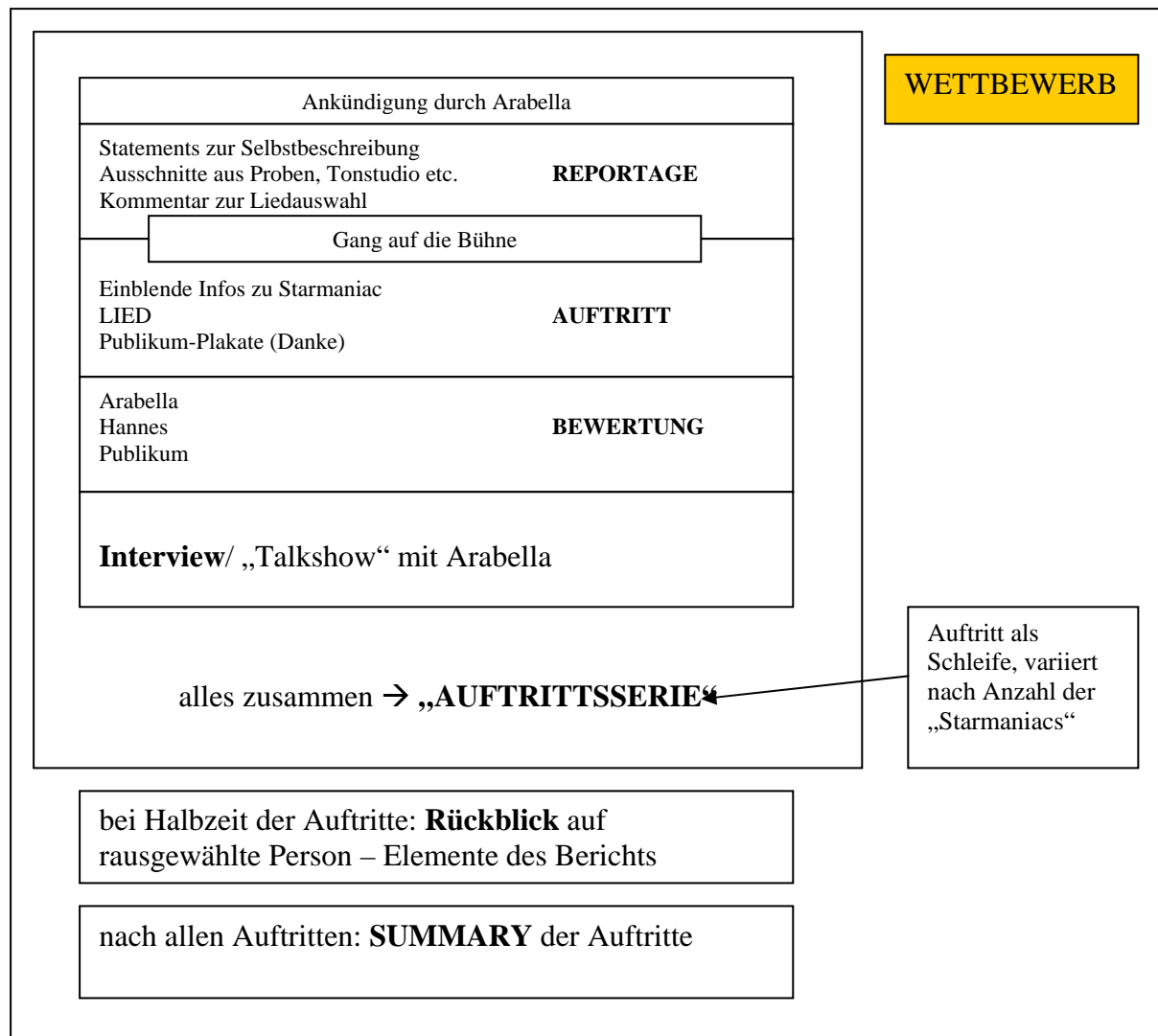


Abb. 8: Finalrunde mit Friendship-Ticket – Wettbewerb

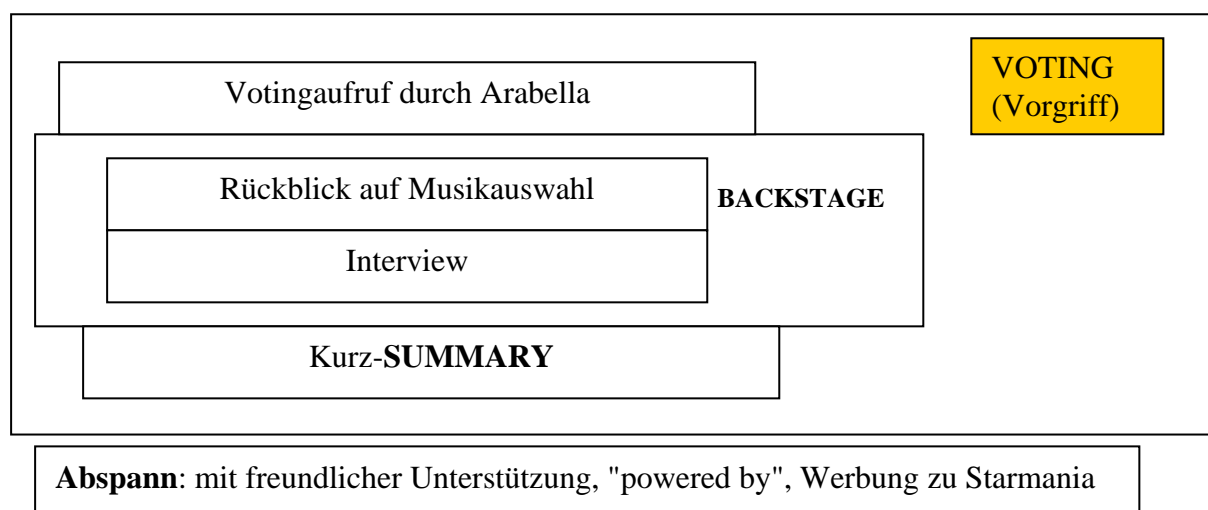


Abb. 9: Finalrunde mit Friendship-Ticket – Vorgriff auf Voting

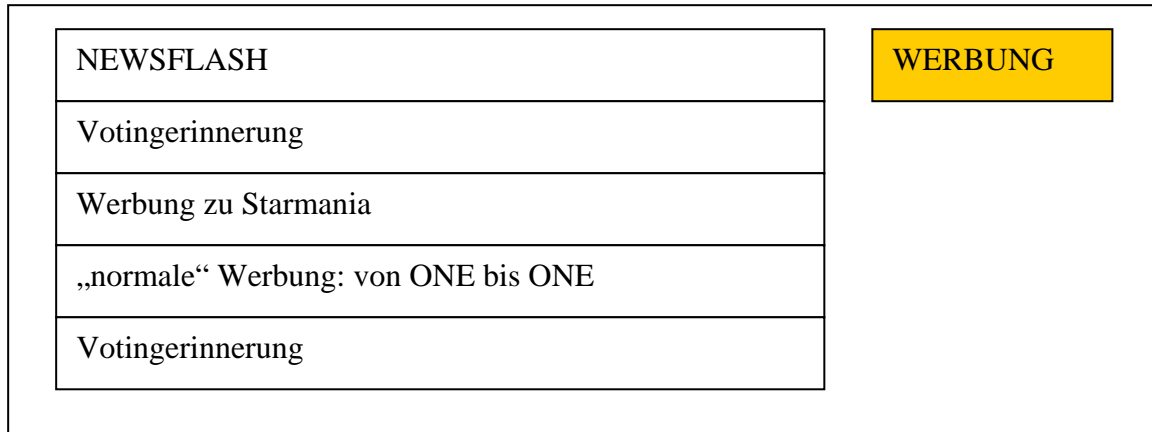


Abb. 10: Finalrunde mit Friendship-Ticket - Werbung

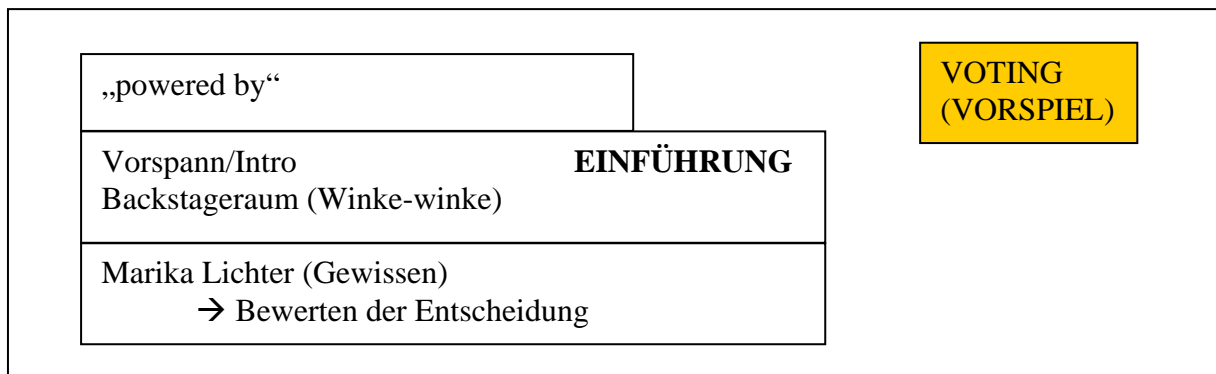


Abb. 11: Finalrunde mit Friendship-Ticket – Voting - Vorspiel

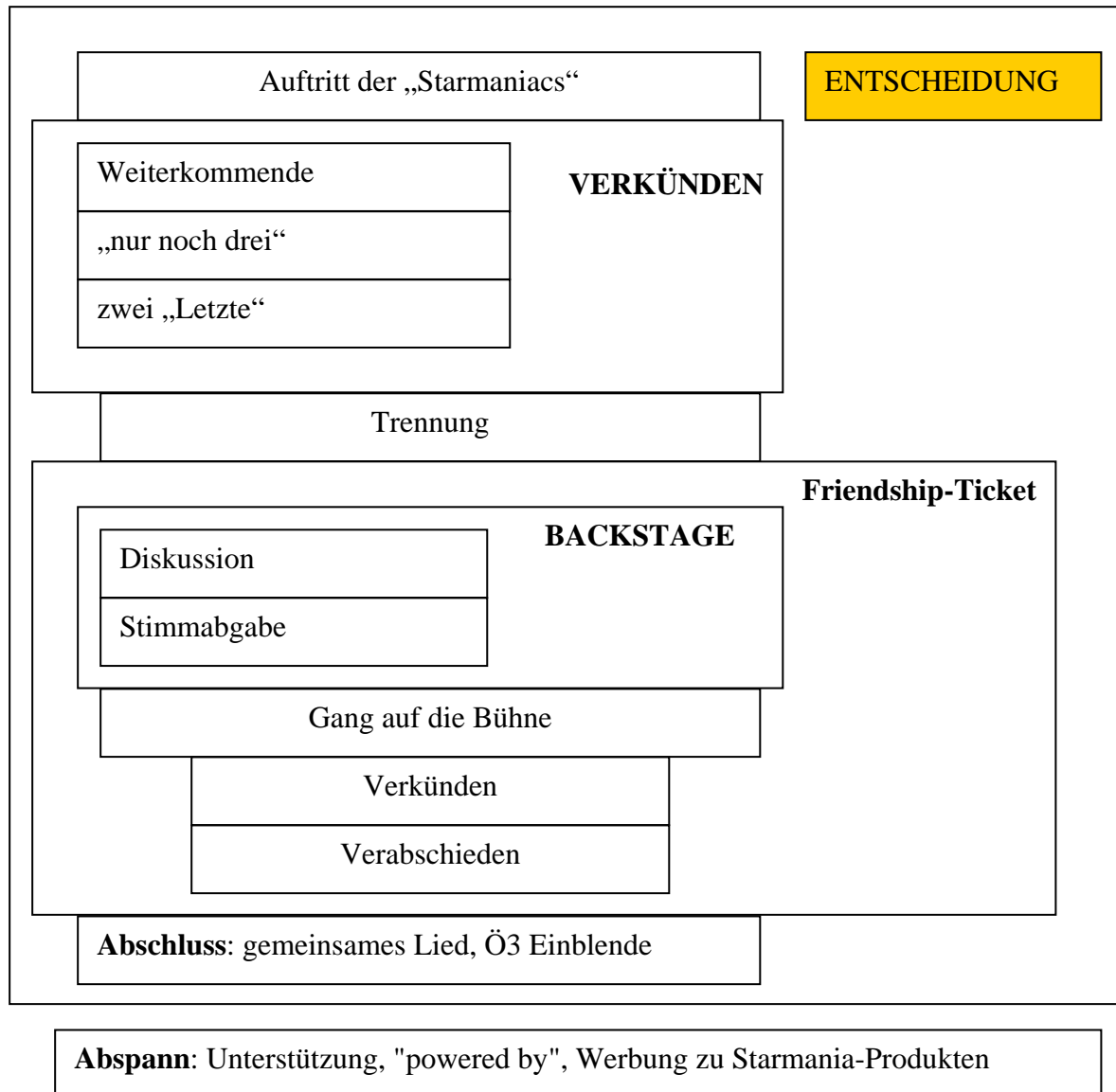


Abb. 12: Finalrunde mit Friendship-Ticket – Voting – Entscheidung

Finalrunde ohne Friendship-Ticket

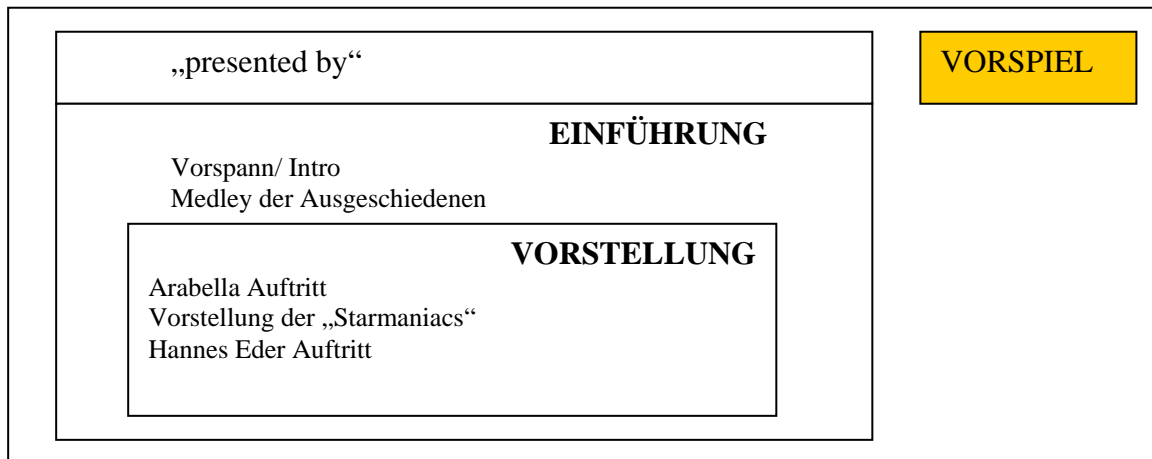


Abb. 13: Finalrunde ohne Friendship-Ticket - Vorspiel

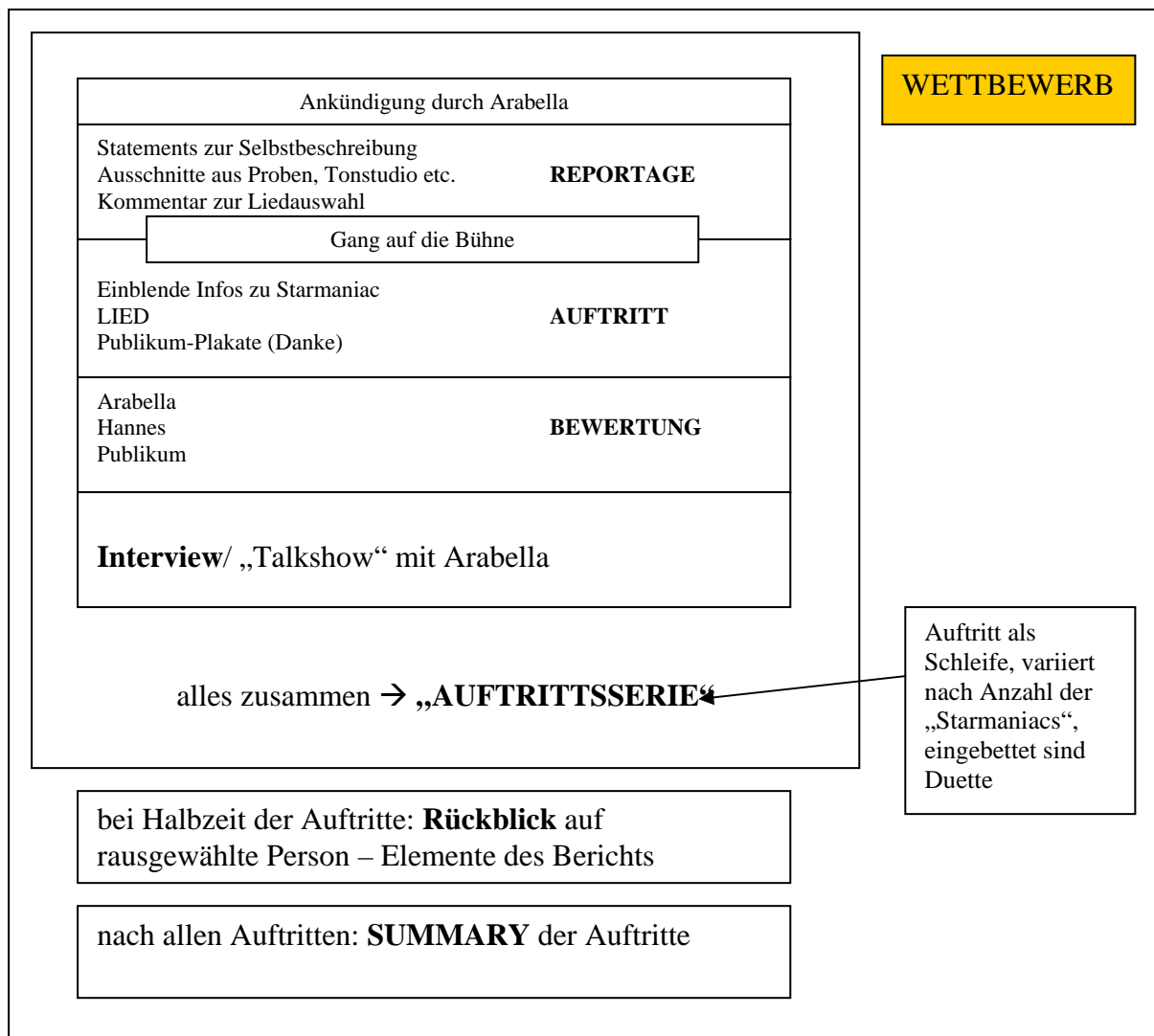
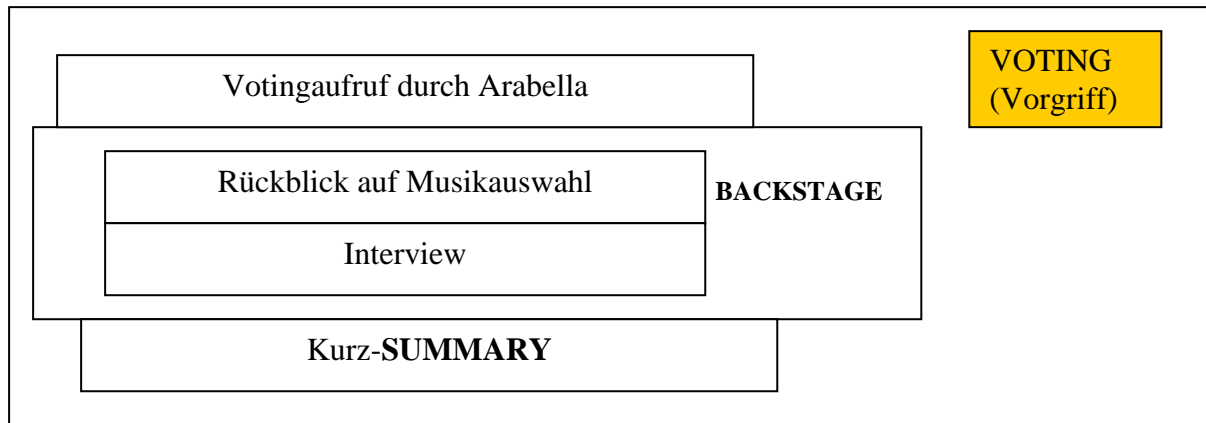


Abb. 14: Finalrunde ohne Friendship-Ticket – Wettbewerb



Abspann: mit freundlicher Unterstützung, „powered by“, Werbung zu Starmania

Abb. 15: Finalrunde ohne Friendship-Ticket – Vorgriff auf Voting

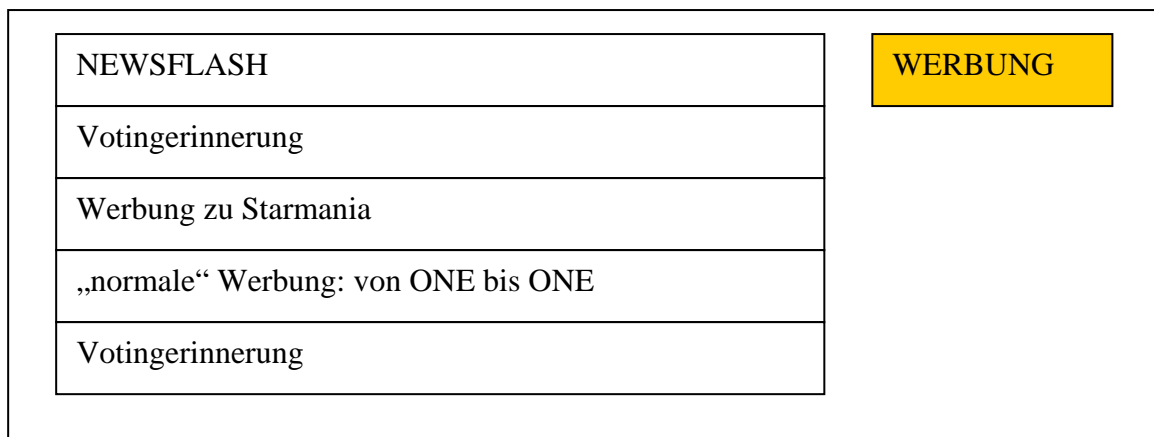


Abb. 16: Finalrunde ohne Friendship-Ticket - Werbung

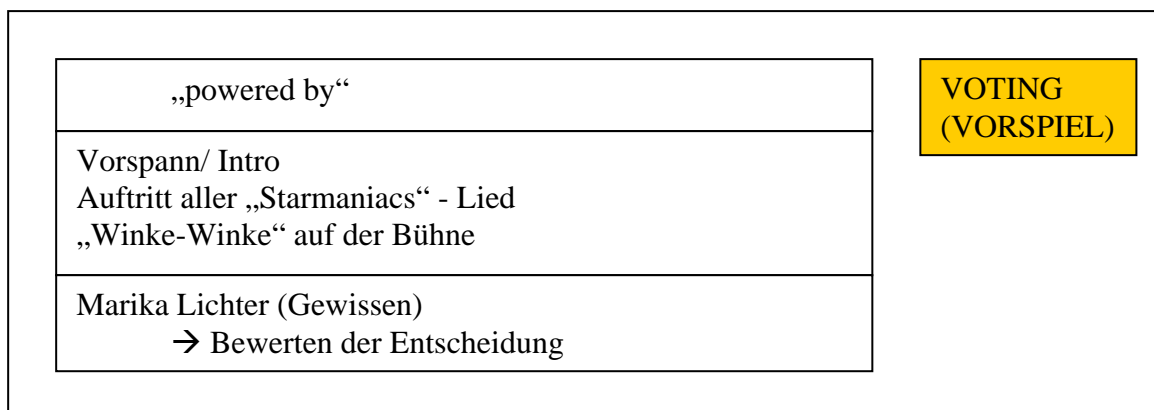


Abb. 17: Finalrunde ohne Friendship-Ticket – Voting – Vorspiel

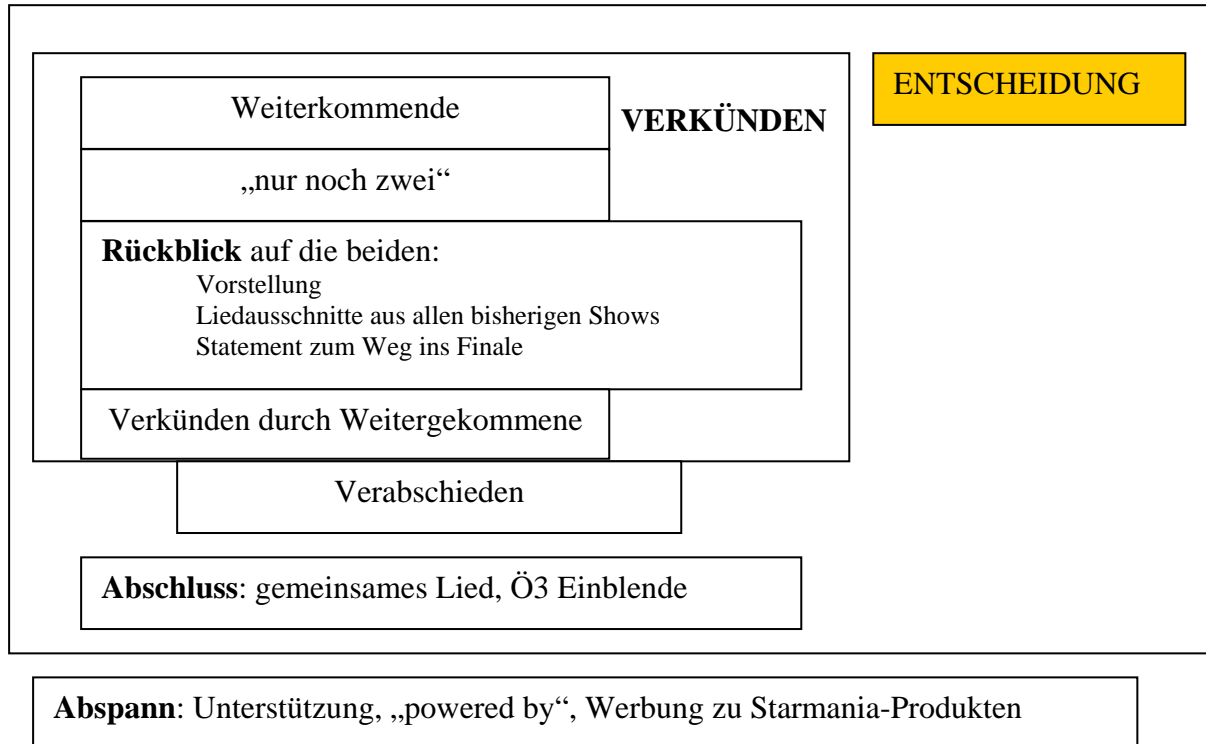


Abb. 18: Finalrunde ohne Friendship-Ticket – Voting – Entscheidung