media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

Joan Kristin Bleicher

Symbolsysteme des Fernsehens am Beispiel BINGO-LOTTO

2000

https://doi.org/10.25969/mediarep/14167

Veröffentlichungsversion / published version
Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Bleicher, Joan Kristin: Symbolsysteme des Fernsehens am Beispiel BINGO-LOTTO. In: Ulrike Bergermann, Hartmut Winkler (Hg.): *TV-Trash. The TV-show I love to hate.* Schüren 2000 (Schriftenreihe der Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft (GFF) 9), S. 39–46. DOI: https://doi.org/10.25969/mediarep/14167.

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.
Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:
This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.
By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

Joan Kristin Bleicher

Symbolsysteme des Fernsehens am Beispiel Bingo-Lotto

Krisen, in denen ein kultureller Verfall innerhalb der Kultur beklagt wird, erscheinen im Rückblick als Ausgangspunkt innovativer Entwicklungen. Die Auseinandersetzung mit den Erscheinungsformen der Vergangenheit ist unerlässliche Voraussetzung für formale und inhaltliche Innovationen. In der Regeneration des Tradierten liegt die Möglichkeit der Entwicklung neuer Vermittlungsformen begründet. Befreit man sich von den normativen Aspekten des häufig verwendeten Begriffs „Trash", so lässt er sich als Klassifizierungskategorie für Produkte verwenden, die kulturelle Erscheinungsformen – oft mit einer ironischen Brechung – wiederaufbereiten.[1]

Hässlichkeit als Abkehr von dominanten und damit Entwicklungsmöglichkeiten reduzierenden Bewertungskriterien ist das grundlegende ästhetische Prinzip dieser ironischen Brechung. Dabei sind auch Einflüsse aus dem Bereich der Populärkultur erkennbar. So bedienen sich die Besucher des jährlichen Schlagermoves in Hamburg der Requisiten und Kleidung der siebziger Jahre. Hässlichkeit ist Ergebnis der Übertreibung formaler Charakteristiken bis hinein ins Groteske.

Trashprodukte der Kultur zertrümmern formal und inhaltlich geschlossene Vermittlungsformen in Fragmente, die die Grundlage für Variationen einer neuen Produktästhetik bilden. Vergleichbar dem Recycling der Müllindustrie werden insbesondere Verpackungsreste und noch verbliebene Inhaltsreste wiederaufbereitet. Formale und inhaltliche Stereotypen, die sich auf die Wiederholung von Textfragmenten reduzieren, werden zu neuen Angeboten verknüpft. In der Trashkultur der Medien kommt es innerhalb der Fragmentvariationen auch zur Verknüpfung etablierter kultureller Symbolbereiche.

Kultur fungiert als Symbolset, das unsere individuelle Wahrnehmung prästrukturiert und damit kollektiviert. Kultur bildet Darstellungsmuster, die unsere sinnliche Wahrnehmung und die Bedeutung, die wir ihr zuweisen, bestimmen. Alle Erfahrungsbereiche, so scheint es, sind kulturell codiert. Das kulturelle Symbolset bestimmt das individuelle Verhalten ebenso wie das Verhalten des ge-

1 Die bloße Wiederaufbereitung wird mit dem Begriff der Repro- oder Copykultur erfaßt.

sellschaftlichen Kollektivs. Elektronische Massenmedien bestimmen das kulturelle Symbolset, das in ihrer Verbreitung in die Lebenswelt der Menschen integriert ist. Die Vermittlungsstruktur der Massenmedien kennzeichnet das Nebeneinander von Handlungs- und übergeordneter Bedeutungsebene. Symbole sind als darstellerische Basiseinheiten immer in größere mediale Vermittlungsstrukturen eingebunden. Symbole verstehe ich in Anlehnung an Ernst Cassirer als Sinnbilder, als Zeichen, die auf eine übergeordnete Bedeutung verweisen. Diese Bedeutungsebene von Symbolen wird durch Vereinbarungen innerhalb einer Gruppe von Menschen festgelegt und ist daher variabel.[2]

Im System der Massenmedien fungiert das Fernsehen als Symbolspeicher der Kultur.[3] Der synkretistischen Struktur des Programmangebots entsprechend treffen in Fernsehsendungen unterschiedliche Traditionslinien kultureller Vermittlung zusammen. Das Fernsehen integriert nicht nur tradierte Darstellungsprinzipien, sondern auch etablierte symbolische Bedeutungen. Als derzeitiges Leitmedium stellt es kontinuerlich sich variierende Symbolsysteme für die individuelle und kollektive Selbstwahrnehmung bereit. Bei den Veränderungen der Symbole und ihrer Bedeutungen nehmen Sendungen des Trashfernsehen eine Schlüsselposition ein.[4] In Sendungen des Trash-Fernsehens werden Reste der Programmgeschichte wiederaufbereitet und in neuen Kombinationen zusammengefügt. Damit ergeben sich auch neue Bedeutungskonstellationen. Sendungen mit einem niedrigen Anspruchsniveau sind nahe an den Grundelementen der Fernsehvermittlung. Als Teil der Reprokultur reproduzieren sie vorhandene Darstellungsmittel und Inhalte. Sie sind daher symptomatisch für die Fernsehästhetik ihrer Ausstrahlungszeit.

Die Bedeutung von BINGO-LOTTO in der Fernsehentwicklung

BINGO-LOTTO[5] markiert die Zäsur des Fernsehens zur Digitalisierung am Ende der neunziger Jahre. Es integriert in einer Symbiose nicht nur verschiedene Symbolwelten des Fernsehens, sondern bricht auch die Grenzen zu anderen Facetten der Massenkultur auf und führt ihre formalen und inhaltlichen Stereotypen in einer Sendung zusammen. So sind Formen populärer Musik, sei es der volkstümliche Schlager oder seien es Musicals, Höhepunkt der Sendung. Durch diese Integration von Produkten anderer Kulturbereiche erschließt sich das Fernsehen für seinen steigenden Programmbedarf neue Inhalte und Formen. Das Prin-

2 Zur detaillierten Analyse der Bedeutung und Funktion von Symbolen verweise ich auf Cassirer, Ernst: Philosophie der symbolischen Formen. Darmstadt 1925. Goodman, Nelson: Sprachen der Kunst. Entwurf einer Symboltheorie. Frankfurt a. M. 1997.

3 Vgl. hierzu das Kapitel 2 in: Bleicher, Joan Kristin: Fernsehen als Mythos. Poetik eines narrativen Erkenntnissystems. Opladen 1999.

4 Vgl. das Trash-Kapitel in: Caldwell, John Thornton: Televisuality. Style Crisis and Authority in Television. Brunswick 1999.

5 Ich befasse mich mit dem Erscheinungsbild der Sendung vor dem Redesign im Jahr 2000.

zip der stets variierten Kombination des Bestehenden sichert die Reproduktion von Sendungen und liefert so laufend Inhalte für die Programmangebote.

Diese televisionäre Symbiose nutzt die Vergangenheit des eigenen Mediums als Quelle für konservative Harmonieideale und Glücksvorstellungen. Dabei integriert BINGO-LOTTO in seine Vermittlungsebene auch formale Darstellungskonventionen der Fernsehgeschichte, die sonst aus dem aktuellen Programmangebot verschwunden sind, wie etwa das winkende Saalpublikum, das noch die Gameshows der fünfziger und sechziger Jahre prägte. So fordert Moderator Thürnau[6] in einer direkten Handlungsanweisung sein Saalpublikum auf: „Jetzt winken wir mal nach Hause. Hallo Wendland. Jetzt kommt einer von euch und wird sich jetzt vielleicht Bargeld abholen." „Jetzt" wird zum verbalen Signal des Live-Anspruchs der Sendung. Das unmittelbare Dabeisein der Zuschauer ist unerlässliches Wirkungselement der Bingo-Welt.

In Abgrenzung von der Vielzahl zeitbezogener offener Erzählformen des Fernsehens der neunziger Jahre präsentiert sich BINGO-LOTTO als gleichbleibendes geschlossenes Sendungsangebot. Nichts ist den schnellen Veränderungen des Programmflusses unterworfen, es ist eine geschlossene Welt der Sicherheit. BINGO-LOTTO bietet die gleichbleibende Erlebniswelt von Glück und Harmonie. So lautet die Begrüßungsformel der Moderatoren: „Willkommen zur Bingowelt." Der Sendungsaufbau ist durch eine standardisierte additive Abfolge von Spiel/Preisverleihung und der filmischen Thematisierung von Wohltätigkeit zum Wohle regionaler Naturidyllen gekennzeichnet. Eine Gesangsnummer aus Musicals (die auch in einer Vielzahl der präsentierten Preise omnipräsent sind) oder Volksmusik teilt die Sendung in zwei Teile und bildet eine Pause zwischen den Spieleinheiten.

Mitglied der televisonären Gemeinschaft ist nur der, der sich dem Gruppenhandeln unterwirft, also mitspielt und sich dabei an die Regeln hält. In den Regeln ist auch ein gleichbleibendes ethisches System manifestiert. Die Sendung verknüpft menschliche Wohltätigkeit mit menschlichem Glück: „Wenn man sich ein Los kauft, kann man Gutes tun für die Umwelt, aber auch für sich selbst." Immer wieder wird in der Moderation neben der Wohltätigkeit auch die Bedeutung der Familie als Garant subjektiven Glücks beschworen.

Der hohe Anteil von Selbstreferenz im Bereich Spiele und Moderation unterstützt den Eindruck eines in sich geschlossenen Angebots. Vergleichbar der Propaganda ist die Wiederholung zentrales Prinzip selbstreferentieller Sinnstiftung. Auf der Sprachebene wird nicht nur die Begrüßung und die Vorstellung des Sendungsablaufs wiederholt, auch die Spielregeln werden in jeder Spieleinheit erneut thematisiert. Nicht nur die sendungsinterne Orientierung wird durch Wiederholung gewährleistet, Wiederholung sichert auch den sendungsübergreifenden Bedeutungsanspruch von BINGO-LOTTO.

6 Sonst als Redakteur und Radiomoderator beim NDR Hannover tätig.

Dieser Bedeutungsanspruch vermittelt eine konservative Weltsicht. In beiden grundlegenden Vermittlungsebenen der visuellen und verbalen Darstellung werden immer wieder Heimat und Natur als Garanten menschlichen Glücks präsentiert. Bildbeiträge als Hintergrund der gerade gezogenen Glückszahlen zeigen regional zuordenbare Landschaften Norddeutschlands. Die Totale idyllischer Naturaufnahmen gerät zur televisionären Wandtapete. Auch die Gewinner werden durch ihre regionale Herkunft charakterisiert. Moderationstexte thematisieren nicht nur die Vorzüge und Bedeutung der Region (wie etwa Usedom), sondern fordern auch in einem Appell zum Applaus für den jeweiligen Wohnort der Anrufer auf: „Sie sind aus Wolfsburg. Das gibt,s ja nicht. Frau Landsmann [eine der Gewinnerinnen, J.B.] ist auch aus Wolfsburg. Applaus für Wolfsburg."

Selbstreferenz konstruiert und unterstützt die angestrebte emotionale Harmonie in der geschlossenen Sendungswelt. "Oh, was für ein temperamentvoller Bingoruf" reißt die Zuschauer sogleich aus der ständig drohenden Lethargie angesichts der Gleichförmigkeit der Spielhandlungen. Der Fernsehkritiker Oliver Kalkofe bemerkt kritisch: „(...) diese Sendung übersteht keiner wach."[7] Die Gleichförmigkeit der Spielhandlung wird nur durch die wechselnden Stimmungswelten Spannung, Freude und Mitleid der Moderation durchbrochen, die je nach Sendungszusammenhang wechselt.

Die Symbolwelten des Fernsehens am Beispiel von BINGO-LOTTO

Genrebezeichnungen erfassen standardisierte Symbolwelten des Fernsehens. Diese Symbolwelten setzen sich in allen Genres aus Personen-, Raum- und Dingsymbolen zusammen, die zueinander im Wechselverhältnis stehen. Der synkretistische Charakter der Sendung entsteht durch die Verwendung etablierter Symbolsysteme der Fernsehunterhaltung.

Im Studio signalisiert ein Halbkreis als klassische Form des Amphitheaters den Handlungsraum des televisionären Glückspiels. Dieser Halbkreis schließt sich durch die Anwesenheit der Zuschauer vor den Empfangsgeräten in ihren Wohnungen. Den Säulen als Begrenzungen des Amphitheaters entsprechen die Skulpturen des Glücksschranks und des Glücksturms. Dieser leere „Bühnen"-Raum mit wenigen symbolträchtigen Requisiten unterscheidet den deutschen Fernsehtrash von seinen amerikanischen Varianten, die ihre Zuschauer mit Requisiten und visuellen Effekten geradezu überfluten.[8] Studiorequisiten als Dingsymbole des BINGO-LOTTO sind dem kulturgeschichtlich tradierten Be-

7 Kalkofe, Oliver: Bingo Lotto (N3). In: Ders.: Das kleine (inoffizielle) Kalkofe Wörterbuch der deutschen Fernsehlandschaft, http://ourworld.compuserve.com/homepages/kalk-b.htm, Stand 10.9.1999.

8 Vgl. hierzu Caldwell, John Thornton: Trash TV: Thrift Shop Video/More is More. In: Ders.: Televisuality. Style, Crisis, and Authority in American Television. New Brunswick 1995, S. 193–222.

deutungsfeld Glück entnommen. Glückszahlen, Glücksrad, Glücksschrank, Glücksturm und Glückskäfer sind unverzichtbare Requisiten der Sendungen.

Der Moderator markiert das von dem Gewinner ausgewählte Fach mit einem Glückskäfer. In seinen mit Glückszahlen versehenen Fächern hält der Glücksschrank Gewinne verborgen, die der Moderator durch das Öffnen der Tür sichtbar macht. Nur schrittweise enthüllt sich die ganze Dimension des Gewinns. In den Fächern sind zunächst Schrifttafeln angebracht, auf denen abstrakte Begriffe wie Reise, Musical, Haushalt zu lesen sind. Es folgen Fotos oder kurze Spots, die in der Ästhetik der Werbung den jeweiligen Preis konkretisieren. In den Beitrag, der den Gewinn vorstellt, werden ökologische Fachbegriffe wie Energiespartechnik eingeblendet, die sich die Zuschauer in Kombination mit der Zahl des Faches für die neue Spielrunde des Bingo-Memory Spiels notieren müssen. „Energiespartechnik" wird *politically correct* zum Losungswort für neue Gewinne. Und es verschafft akustischen Zugang zum Arkanbereich der Bingowelt: dem heiligen Raum Studio: Einmal mit dem dicken Glücksgott persönlich plaudern.

Die Requisiten lassen auch eine Anpassung an die gesellschaftliche Wirklichkeit erkennen. Wie im Alltagsleben der Zuschauer bestimmen in der Bingowelt Elektronik und Zahlen das menschliche Wohlergehen. Der zentrale Einfluss der Zahlen auf das Glück wird nur von der Klimax der Sendung, der SuperGlückszahl übertroffen.

Preise als Requisiten des Glücks repräsentieren und aktualisieren die Bedeutung von Statussymbolen: Der Duft der großen weiten Welt wird mit Objekten kleinbürgerlicher Spießigkeit vermischt. Reisen (insbesondere Kreuzfahrten und Städtereisen), Autos, Fernsehgeräte und Stereoanlagen stehen gegen Ikonen der konservativen Weiblichkeit wie Schmuck, Besteck oder Haushaltsgeräte wie Wasch- und Kaffeemaschinen. Werbewirksam werden nicht allein die Namen der Hersteller und die Markennamen genannt, die Moderatoren, aber auch kurze Spots preisen zusätzlich die besonderen Vorzüge der jeweiligen Preise an, die sich so auch als Produkte des täglichen Konsums profilieren.

Raumsymbole beinhalten Requisiten als Dingsymbole.[9] Die fehlende Gestaltung des Studiohintergrunds der Sendung lässt die wenigen Requisiten noch symbolträchtiger hervortreten. Bedeutungszuweisung wird durch Abwesenheit/Leere erzeugt. BINGO-LOTTO kombiniert zwei etablierte Raumsymbole der Fernsehvermittlung: das Studio und die Natur.

Der Sendungszusammenhang weist dem Studioraum seine symbolische Bedeutung zu. In der Bingo-Welt fungiert das Studio als in sich geschlossener Ort des Glücks und der Harmonie. Hier gibt es nur funktionierende Sozialgemeinschaften. Menschen verschiedener Generationen spielen friedlich gemeinsam,

9 S. dazu auch: Müller-Dohm, Stefan: Medienforschung als Symbolanalyse. In: Charlton, Michael; Bachmair, Ben (Hg.): Medienkommunikation im Alltag. München 1990, S. 76–102.

auch als geschlossene Familien an Tischen sitzend, Paare küssen sich im Glück des Gewinns, selbst Rassenschranken werden überwunden.

Der Raum der Natur ist in Berichten über die „wohltätige" Verwendung der Bingogelder präsent. Filmbeiträge über durch Lottogelder geförderte Umweltinitiativen ziehen Leisten zwischen die additiven Spieleinheiten der Sendung. Die Natur lässt sich als Idylle im Bild erfahren. In den Beiträgen ist Natur der Zuständigkeit menschlicher Helfer unterworfen. Natur wird als ein Raum dargestellt, der auf den Schutz der Menschen angewiesen ist. Das Medium stilisiert sich selbst zum Retter der Wirklichkeit, die es abbildet.

Dem Verwertungsprinzip des Trash angemessen werden Inhaltsreste aus dem Raum der Natur in die geschlossen Fernsehwelt des Studios integriert. Blumentöpfe auf den Tischen des Saalpublikums holen die Natur als Requisite in die Studiowelt. Plastiktischdecken suggerieren eine Gemütlichkeit vergleichbar den Plastikdecken der heimischen Gartenmöbel. Das Studio präsentiert sich als medialer Spiegel häuslicher Privatheit. Dazu zählt auch der nette Onkel, der uns als Gastgeber mit seinen Scherzen unterhält. damit steht Thurnau in einer langen Tradition. Nettigkeit ist seit den fünfziger Jahren eine kontinuierliche Bedrohung intelligenter Fernsehunterhaltung und häufig genug schlichter Ersatz für Handlungsvielfalt.

Besonders augenfällig ist der Einsatz von tradierten Personenstereotypen der Fernsehunterhaltung innerhalb des Recyclings. Moderatoren übernehmen in dieser Sendung zunächst die klassischen Funktionen Spielleiter/Assistentin. Autoritär führen sie nicht nur das Saalpublikum, sondern auch die Zuschauer zu Hause durch die Spielabläufe der Sendung. Die Moderationstexte enthalten eine Vielzahl direkter Appelle und Handlungsanweisungen. Beide Moderatoren fungieren auch als mediale Glücksboten und sind dabei das menschliche Äquivalent zum elektronischen Glücksbringer Computer, dessen Zahlen – wie auch im Alltagsleben – über menschliches Wohlergehen entscheiden. Der dicke Glücksgott beschwört die elektronische Schicksalhaftigkeit: „Computer, lass das Glück jetzt mal zu seinem Recht kommen."

Die Doppelmoderation Mann/Frau setzt die konservative Genderkonstruktion des Fernsehens der fünfziger und sechziger Jahre fort. Die Genderkonstruktion beginnt bereits bei dem Charakterisierungselement Kleidung. Während der Mann sich selbst zunächst in der Strickjacke als gemütlich, später im Anzug als seriös und nett präsentiert, trägt die Frau im körperbetonten Kostüm gleichbleibend das erotische Farbsignal rot. Die Frau moderiert die Filmbeiträge an, der Mann leitet allein die Spieleinheiten und erklärt die jeweiligen Regeln. Auch in der Sprachebene der Moderation wird ständig die Bedeutung klassischer Familienkonstellationen beschworen. „Das ist aber schön, so eine Omi zu haben."

In den Beiträgen gibt es das etablierte Personensymbol des Experten, dessen Status der Schriftzug unter dem Namen garantiert. Experten bestimmen als Au-

toritätspersonen über abgrenzte Naturbereiche, denen sie in Statements ihre besondere Bedeutung zuweisen.

Gewinner sind Menschen wie wir, die allein durch die Glückszahl oder die richtige Zahlenkombination auf der Bingokarte in die televisionäre Bingowelt eintreten können und von dort mit einem Gewinn in ihren alltäglichen Lebensraum zurückkehren.

Das Saalpublikum ist der visuell sichtbare Spielpartner des Zuschauers und gleichzeitig Garant für den ordnungsgemäßen Spielablauf. Die Zuschauer zu Hause werden akustisch, durch den Gewinn auserkoren, via Telefon in die Sendung integriert. Sie sind nur als Stimme aus dem Off präsent. Beide Gruppen, das Saalpublikum und die Zuschauer zu Hause, spielen simultan. Beide sind an die gleiche Ziehung der Glückszahlen gebunden. Das Handeln innerhalb der Fernsehwelt ist so Vorbild der eigenen Freizeitgestaltung.

Die Moderatoren fungieren in den Spieleinheiten als Animateure. Im gesamten Sendungsverlauf wirbt Michael Thürnau – Doppelreinkarnation von Wim Thoelke und Lou van Bourg und Personalunion aus Dick und Doof – um das Vertrauen des Saalpublikums und der Zuschauer zu Hause mit verbalen Sympathiesignalen wie: „Ich seh nur gefährlich aus, ich bin ganz harmlos" oder „es ist zwar warm hier, aber ich habe geduscht heute morgen." Bereits sein beeindruckender Körperumfang versieht Thürnau mit dem Prädikat „gemütlich" und somit „vertrauenswürdig". Vertrauen ist, darauf hat Niklas Luhmann hingewiesen, eine Möglichkeit der Reduktion von Komplexität. Die Sendung zielt auf die kontinuierliche Reduktion von Ablehnung durch eine Folge von Sympathiesignalen.

Bingo-Lotto bildet neben Volksmusiksendungen eine geschlossenes Biotop von Heimatideologie im Fernsehsystem. Dabei werden nicht nur die Regionen werbewirksam im Bild präsentiert, sondern auch ihr besonderer Wert durch Äußerungen von Studioanrufern betont.

Bingo-Lotto in der Rezeption

Sendungen des Trashfernsehen besitzen eine ideologische Bedeutungsebene; Bingo-Lotto ist die mediale Ausdrucksform eines Konservatismus, der traditionell auf eine regionale Identität als Grundlage einer geschlossenen individuellen Sinnstiftung orientiert ist.

Da die Codes der Produktion bekanntermaßen nicht unbedingt denen der Rezeption entsprechen müssen, ist aber neben der Sehweise, die eine konservative Erlebniswelt konsumiert, auch eine parodistische Sehweise der Sendung möglich. Diese Sehweise kennzeichnet ja bereits ähnlich konservative Sendungen wie etwa Achims Hitparade des MDR, die ohne Ton rezipiert mit ihren Musikanten durchaus als televisionäre Freakshow tauglich ist. Der Umgang des Zuschauers mit den vielfältigen Kompositionssignalen einer Sendung ist offen. Der ge-

schlossene Sendungszusammenhang läßt eine Vielzahl von Sehweisen zu. An die Seite der Veranstaltungsöffentlichkeit für ein Glücksspiel kann der nostalgische Rückblick in die Fernsehgeschichte treten. So läßt sich die Sendung auch als ironisches Revival der Unterhaltungsshows aus den sechziger und siebziger Jahren rezipieren. Mit verschiedenen Formen der Interaktion (Dialoge per Telefon, Grüße des Moderators an das Publikum oder bestimmte Zuschauer zu Hause, Zeitgleichheit von Spiel und Gewinn, der durch Anrufe von Zuschauern festgelegt wird) werden Zuschauer eng an das Sendungsangebot gebunden. Sie sind integraler Teil der Sendungsdramaturgie.

Fazit

Zum Abschied winken uns Moderatoren und Saalpublikum noch einmal zu: „Soviel Glück, Bingo, Bingo. Das macht Spaß, und am Ende wirst du der Gewinner sein." Doch der eigentliche Gewinner dieses formalen und inhaltlichen Recyclings der eigenen Geschichte ist das Fernsehen. Es bindet Zuschauer an geschlossene Fernsehwelten, deren Konstruktion nur wenig finanziellen und kreativen Aufwand fordert. Die Klassifizierung „Wohltätigkeitssendung" ist darüberhinaus imagefördernd. So markiert BINGO-LOTTO ein gelungenes Unterhaltungsrecycling.