

Erschienen in:

Grenzenlose Erfolge? Entwicklung und Merkmale des Reality-TV. In: Frizzoni, Brigitte/Tomkowiak, Ingrid (Hrsg.): Unterhaltung. Konzepte – Formen – Wirkungen. Zürich: CHRONOS 2006, S. 83-106.

Elisabeth Klaus, Salzburg

Grenzenlose Erfolge?¹ Entwicklung und Merkmale des Reality TV

Der Titel dieses Beitrages ist doppeldeutig. Grenzenlose Erfolge des Reality TV – das spielt zunächst darauf an, dass der Erfolg des Genres – besser der Genrefamilie – grenzenlos zu sein scheint. Formate wie „Big Brother“, „Starmania“ (Österreich) oder die „Super Nanny“ wurden zu internationalen Medienereignissen mit großer Reichweite.² Die großen Mediendebatten und Medienevents der letzten Jahre wurden durch Reality-TV-Sendungen ausgelöst. Immer neue Formate und neue Subgenres erreichen den Markt; mit MTV ist eine ganze Sendeanstalt dabei, sich vom Musiksender zum Reality-TV-Sender zu wandeln. Grenzenlose Erfolge meint aber weiter auch: Der Erfolg des Genres beruht auf dessen zahlreichen und immer neuen Grenzüber tretungen. Damit ist mehr als lediglich der „Tabubruch als Programm“³ angesprochen, der den schlechten Ruf vieler Reality TV-Sendungen begründete. Die Grenzüber tretungen des Reality TV sind weitgehender, gehören die Mitglieder dieser Genrefamilie doch zu den Hybridgenres, die sich nicht an traditionellen Genrekonventionen orientieren, sondern sich freigiebig verschiedener Gattungsmuster bedienen. Damit nicht genug, negiert das Reality TV die bisher gültigen Grenzen der Fernsehproduktion, wie etwa die strikte Trennung zwischen Publikum und MedienakteurInnen. Insofern ist die Genrefamilie mit dem „Remaking [of] Television Culture“⁴ beschäftigt, damit, die Fernsehkultur, so wie wir sie bisher gekannt haben, zu verändern.

¹ Den Titel ist an Kaspar Maases Werk „Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850-1970“ (Frankfurt a. M. 1997, 3. Aufl. 2001) angelehnt.

² <http://bigbrother.rtl2.de/>, <http://starmania.orf.at/main>, http://www.rtl.de/ratgeber/familie_876804.php (21.12.2005).

³ Herrmann/Lünenborg 2001.

⁴ „Reality TV. Remaking Television Culture“ heißt der informative Sammelband von Murray/Ouellette 2004.

Ich habe der Behauptung der Grenzenlosigkeit des Reality TV aber ein Fragezeichen angefügt: Kennt die Genrefamilie wirklich keine Grenzen? Ist alles möglich, wie die Serien suggerieren? Meines Erachtens ist das keineswegs der Fall, wie ein zusammenfassender Überblick über die vorliegenden Studien zum Reality TV bzw. zu einzelnen Formaten zeigt. Der Blick auf das Verhältnis von politökonomischen Bedingungen, gesellschaftlichen Beziehungen und medialen Repräsentationen offenbart einen überwiegend affirmativen Rahmen, innerhalb dessen die Grenzübertretungen des Reality TV stattfinden. Das zeigt sich unter anderem an der Dominanz der im Reality TV präsentierten traditionellen Geschlechterrollen, das zeigt sich am neoliberalen Politikverständnis vieler Serien und das zeigt sich an den wertkonservativen Botschaften gerade auch der neueren Produktionen. Allzu selten wird hier Tele-Visionäres präsentiert, allzu oft werden überkommene Normen und Werte propagiert.

Selbst wenn man den verschiedenen Publika einen eigenständigen und kritischen Umgang mit den angebotenen Texten zugesteht,⁵ so zeigen sich diese Angebote doch weitgehend als Produkt der Deregulierung des Medienmarktes und der Ökonomisierung der Mediensysteme sowie der zunehmenden Dominanz eines neoliberalen Politik- und individualisierten Gesellschaftsverständnisses. Dass diese Texte in der Mediennutzung zugleich zur kommunikativen Verhandlungsbasis werden, um die mit den gegenwärtigen Gesellschafts- und Medienveränderungen verbundenen sozialen und ethischen Probleme kontrovers zu diskutieren, wird hier vorausgesetzt, aber nicht weiter diskutiert. Ebenso wenig gehe ich tiefer auf die vielfältigen Vergnügen der Menschen an diesen Sendungen ein⁶ oder auf die spezifischen politökonomischen Gründe, die zur Einführung und Etablierung des Reality TV geführt haben⁷.

Unter der Überschrift „Reality TV is difficult to define“ werden im Folgenden zunächst die derzeitigen Mitglieder der ständig wachsenden Genrefamilie im Überblick vorgestellt. Auf der Basis dieser Systematisierung des Reality TV begründe ich dann, warum gilt: „Reality TV is here to stay“, also kein flüchtiges Phänomen ist, sondern eine dauerhafte Angebotsform darstellt. Anschließend wird das Ausmaß der

⁵ Vgl. dazu ausführlich Hill 2005.

⁶ Vgl. dazu Hill 2005 und die Beiträge im Teil IV „Reception“ in Murray/Ouellette 2004.

⁷ Vgl. dazu Raphael 2004; Magder 2004; Hill 2004, 14-40.

„Grenzübertretungen“ des Reality TV vorgestellt werden, in dem das Potenzial des Einfachen zum Exotischen, des Alltäglichen zum Außergewöhnlichen ständig ausgereizt wird. Schließlich sollen die „Grenzsetzungen“ des Reality TV diskutiert werden, wie sie gleichermaßen in der Faszination für die Grenzen setzende Super Nanny und der Illusion der alle Grenzen sprengenden Make Over Shows zum Ausdruck kommen.

Systematisierung und Bestandsaufnahme: „Reality TV is difficult to define“

John Hartley beginnt seinen Eintrag zum Reality TV in „Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts“ mit der Feststellung: „A recent generic phenomenon of television broadcasting, reality TV *is difficult to define* owing to the rapid development of programmes of this nature, and also because in both journalistic reviews and academic criticism different types of shows have been bundled together under this banner“.⁸ Reality TV ist kein wohl definierter Begriff, sondern die Bezeichnung für ein Konglomerat verschiedener Formate, die alle mit Realitätsanspruch auftreten, dabei aber die Künstlichkeit und Inszeniertheit ihrer Realitätsdarstellung nicht verleugnen. Annette Hill definiert: „Reality TV is a catch-all category that includes a wide range of entertainment programmes about real people.“⁹ Im englischsprachigen Raum wird Reality TV auch als populäres Informationsfernsehen, als „popular factual television“ bezeichnet.¹⁰ Laurie Ouellette und Susan Murray verweisen in ihrer Definition ebenfalls auf diese beiden Seiten des Reality TV, Realitätsanspruch und populäre Unterhaltung, sprechen dabei allerdings anders als Hill von einem „Genre“: „We define reality TV as an unabashedly commercial *genre* united less by aesthetic rules or certainties than by the fusion of popular entertainment with a self-conscious claim to the discourse of the real.“¹¹

Elisabeth Klaus und Stephanie Lücke haben 2003 eine Art Zwischenbilanz des Reality TV in Deutschland vorgelegt.¹² Darin bezeichnen sie Reality TV als Genrefamilie, als Angebotsform, die offensichtlich aus verschiedenen Genres und

⁸ Hartley 2002, 196-197 (Hervorhebung E.K.).

⁹ Hill 2005, 2.

¹⁰ Hill 2005.

¹¹ Ouellette / Murray 2004, 2 (Hervorhebung E.K.).

¹² Klaus/Lücke 2003; vgl. für eine Bestandsaufnahme der frühen Produktionen Lücke 2002.

Formaten zusammengesetzt ist. Diese Familie hat seitdem unablässig Zuwachs bekommen und ist zur Genregroßfamilie herangereift. Sue Holmes und Deborah Jermyn schreiben in ihrem Sammelband „Understanding Reality TV“ einleitend: „It is certainly the case that the variety of programmes explored in this collection... may well have as many significant differences as they do commonalities, as well as different historical precedents, generic precursors, pleasures, modes of address.“¹³ Klaus und Lücke haben in ihrer Systematisierung auf eine von Angela Keppler eingeführte Unterscheidung zwischen performativem und narrativem Reality TV zurückgegriffen und daran angelehnt definiert: „*Narratives Reality TV* umfasst jene Sendungen, die ihre ZuschauerInnen mit der authentischen oder nachgestellten Wiedergabe realer oder realitätsnaher außergewöhnlicher Ereignisse nicht-prominenter Darsteller unterhalten.“¹⁴ Das *narrative Reality TV* schließt die gewaltzentrierten Sendungen mit ein, die am Beginn der Einführung des Reality TV standen. Heute sind aber andere Formen wie etwa die Gerichtsshow viel bedeutender. Hierbei spielen Laienschauspieler Gerichtsverhandlungen nach, die einen Anspruch auf Authentizität haben, also für sich reklamieren: „So ist es gewesen!“ Und: „So können die Beteiligten agiert haben.“

Dem steht das performative Reality TV gegenüber: „*Performatives Reality TV* umfasst jene Sendungen, die eine Bühne für nicht-alltägliche Inszenierungen liefern, jedoch zugleich direkt in die Alltagswirklichkeit nicht-prominenter Menschen eingreifen.“¹⁵ Der Siegeszug der Reality-Formate wurde vor allem durch das *performative Reality TV* ausgelöst. Die Reality Soaps à la „Big Brother“ und Casting-Shows à la „Deutschland sucht den Superstar“¹⁶ sorgten für große öffentliche Aufmerksamkeit und brachten der RTL-Gruppe entsprechend große Gewinne ein. Bis 2003 dominierte eindeutig dieser Zweig des Reality TV.

Sieht man sich nun neuere Entwicklungen an, so trifft die Einteilung in die beiden Formen des Reality TV und ihre jeweilige Definition nicht mehr uneingeschränkt zu: Zum einen gibt es zahlreiche Sendungen wie etwa „Abschlussklasse 2005“¹⁷ und

¹³ Holmes/Jermyn 2004, 5.

¹⁴ Klaus/Lücke 2003, 199.

¹⁵ Klaus/Lücke 2003, 199.

¹⁶ <http://www.rtl.de/musik/superstar3.php> (21.12.2005).

¹⁷ http://www.prosieben.de/spielfilm_serie/ak2005/ (21.12.2005).

„Freunde – das Leben geht weiter“¹⁸, die sowohl narrative wie performative Elemente aufweisen. Sie werden von der produzierenden Sendeanstalt ProSieben zwar als Real-Life-Soaps bezeichnet, sind aber deutlich als skriptabhängige Produktionen zu erkennen. Auch die Docu Soap „The Osbournes“ (2002-2004)¹⁹, die MTV als ihre erfolgreichste Serie aller Zeiten bezeichnet, weist zugleich Elemente der Reality Sitcom bzw. Real Life Comedy auf.²⁰ Dabei geht es aber nicht um nicht-prominente Personen, sondern um das Alltagsleben von Prominenten, womit die zweite große Veränderung des Reality TV in den letzten Jahren angesprochen wäre: Inzwischen sind mehrere Formate erfolgreich, in denen bekannte Personen agieren. Als Hauptfiguren der umstrittenen Dschungelshow „Ich bin ein Star - Holt mich hier heraus“²¹ (RTL, 2004) agierten ebenfalls Prominente, wenn auch eher der zweiten Liga. In „The Simple Life“²², deren erste Staffel 2003 gesendet wurde, lernen die Hotelierin Paris Hilton und ihre Freundin Nicole Richie die Mühen des Lebens abseits des Millionärsdaseins kennen. Trotz dieser neuen Grenzübertretungen und Unschärfen gilt aber weiterhin, dass zentraler Motor für Weiterentwicklungen und neue Genredifferenzierungen das performative Reality TV geblieben ist.

Abbildung 1 zeigt die Genrefamilie des Reality TV mit seinen Subgenres, wie Klaus und Lücke sie Anfang 2003 charakterisiert haben, um zwei neue Genres erweitert.²³ Damals umfasste das narrative Reality TV die gewaltzentrierten Sendungen, Real Life Comedy, Gerichts-Shows und Personal Help Shows. Das performative Reality TV wies folgende Sub-Genres aus: Beziehungsshows, Beziehungs-Game Shows, Daily Talks, Problemsendungen, Reality Soaps, Docu Soaps und Casting Shows.

HIER Abbildung 1: Subgenres des Reality TV 2005/2006

Seit 2003 haben sich diverse Genres ausdifferenziert. So kann das Reality Soap Genre à la „Big Brother“ und „GirlsCamp“²⁴ in Indoor- und Outdoor-Formate unterschieden werden. Indoor sind es die Container- und Beziehungsshows, outdoor geht es stärker um Exotik und Abenteuer. Prototypisch dafür sind die beiden

¹⁸ http://www.prosieben.de/spielfilm_serie/freunde/ (21.12.2005).

¹⁹ http://www.mtv.com/onair/dyn/osbournes/series.jhtml?_requestid=47472 21.12.2005).

²⁰ Gillan 2004; Kompare 2004.

²¹ <http://www.rtl.de/tv/ichbineinstar/popup.html> (21.12.2005).

²² <http://www.fox.com/simplelife/> (21.12.2005).

²³ Klaus/Lücke 2003, 200 (Abbildung 1).

²⁴ <http://www.girlscamp.de/start.html> (21.12.2005).

erfolgreichen österreichischen öffentlich-rechtlichen Formate „Taxi Orange“ (TXO) und „Expedition Österreich“. Die Mitspieler bei „Taxi Orange“, das aufgrund des großen Erfolges zwei Staffeln erlebte, wohnten auf einem ehemaligen Kutscherhof und führten gemeinsam ein Taxiunternehmen.²⁵ Während die Teilnehmenden mit kurzen Unterbrechungen für die Taxifahrten auf dem Hof zusammen lebten, durchquerten die Teilnehmenden bei „Expedition Österreich“ das Land mit dem Kompass von Westen nach Osten und hielten sich ausschließlich in der Natur auf.²⁶ Offensichtlich unterscheiden sich Indoor- und Outdoor-Formate im Hinblick auf die verlangten und von den ZuschauerInnen belohnten Kompetenzen (s.u.).

Besonders vielfältig stellen sich nach wie vor die beiden Genres der Docu Soap und der Reality Soap dar. In der Docu Soap „Die harte Schule der 50er Jahre“²⁷ des ZDF (2005) lebten Jugendliche vier Wochen lang in einem Internat, das nach den autoritären Erziehungsregeln der 50er Jahre funktionierte – allerdings ohne auf die damals durchaus noch übliche körperliche Züchtigung zurückzugreifen. Der Essensentzug und das öffentliche Bloßstellen für nicht ordentlich gebundene Zöpfe, aus dem Off kommentiert, gehörte jedoch zum Erziehungskonzept. Auch „Windstärke 8 – das Auswandererschiff“²⁸, das 2005 von der ARD ausgestrahlt wurde und eine Überfahrt nach Amerika mit dem Segelschiff im Jahre 1855 inszenierte, gehört zu den historischen Docu Soaps, die vergangene Zeiten für Teilnehmende und Zuschauende nachfühlbar rekonstruieren wollen. „Abschlussklasse 2004, 2005, 2006“²⁹ im dritten Jahr auf ProSieben zu sehen, begleitet tagtäglich per Handkameras, die die SchülerInnen selber bedienen, eine fiktive Klasse in ihrem letzten Schuljahr. Die Kameraführung lässt das Geschehen authentisch erscheinen, auch wenn die Realitätsbezüge und der Umfang der Skriptanweisungen unklar bleiben.

Aus der Fülle der Docu Soaps sind seit 2003 besonders zwei Subgenres mit eigenständigem Profil hervorgegangen, die in die Abbildung entsprechend neu aufgenommen wurden: zum einen die *Make Over Shows*, manchmal auch Deko-Soaps genannt. Nach den Wünschen der AkteurInnen wird darin alles verändert –

²⁵ Flicker 2001; Paus-Hasebrink 2004.

²⁶ Flicker 2005.

²⁷ <http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/7/0,1872,2289575,00.html> (21.12.2005).

²⁸ <http://www.daserste.de/windstaerke8/> (21.12.2005).

²⁹ http://www.prosieben.de/spielfilm_serie/ak_2006/ (21.12.2005).

von den eigenen vier Wänden über den Garten, bis zum Outfit und schließlich dem eigenen Körper. Schönheitschirurgische Serien wie „The Swan – Endlich schön“³⁰ von ProSieben begleiten das Umstylen des Körpers der Teilnehmerinnen per Liveberichterstattung. Neben den Make Over Shows stellen zweitens auch die *Lebenshilfe-Soaps* inzwischen eine eigene Variante der Docu Soaps dar. Bei der „Super Nanny“³¹, die hohe Einschaltquoten verzeichnet, geht es darum, gestressten Eltern Erziehungstipps zu geben und verhaltensauffällige, problematische Kinder zu erziehen. „Das Superfrauchen – Einsatz für vier Pfoten“³² dressiert entsprechend neurotische Vierbeiner. Auch die beliebten Koch-Shows können zu den Lebenshilfe-Soaps gezählt werden. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das performative Reality TV immer neue Formate hervorbringt und sich immer weiter ausdifferenziert.

Dass die spezifische Einteilung der verschiedenen Subgenres dabei ein Stück weit beliebig bleibt, zeigt der Blick in die verschiedenen Monographien und Editionen zum Thema. Ganz grundsätzlich weist Hill darauf hin, dass ProduzentInnen, ZuschauerInnen und FernsehwissenschaftlerInnen Reality TV jeweils unterschiedlich kategorisieren.³³ Sie selber unterscheidet zwischen Infotainment, Docu Soap / Lifestyle und Reality Game Shows,³⁴ und daneben nach dem zentralen Angebotsprinzip zwischen *Informationsprogrammen*, *Beobachtungsprogrammen* und „für das Fernsehen geschaffenen Programmen“ (created-for-TV programmes).³⁵ Ganz ähnlich differenziert Richard Kilborn zwischen *Accident and Emergency (A & E)* Formaten, *docu-soaps* und *reality game-docs*³⁶ und diskutiert als neue Varianten des Reality TV ‚created-for-TV-Formate, zu denen er zentral die Make Over Shows zählt, die *drama documentaries*, bei denen die Teilnehmenden in ein Rollenspiel eingebunden werden, wie etwa die ‚historical reenactments‘, und schließlich die *mockumentaries*, die Dokumentations- und Nachrichtenprogramme parodieren.³⁷ Unabhängig davon, welche Einteilung und Kategorisierung sich längerfristig

³⁰ http://www.prosieben.de/lifestyle_magazine/swan/ (21.12.2005).

³¹ http://www.rtl.de/ratgeber/familie_876804.php (21.12.2005).

³² http://www.rtl2.de/start.html?page=http://www.rtl2.de/7745_8735.php?suche=Superfrauchen&Color=cc0000 (30.12.2005).

³³ Hill 2005, 41-56.

³⁴ Hill 2005, 24-39.

³⁵ Hill 2005, 50-55.

³⁶ Kilborn 2003, 55-60.

³⁷ Kilborn 2003, 152-185.

durchsetzen wird, die Vielfalt und Verschiedenartigkeit der Sendungen des Reality TV zeigen die Genrefamilie als Motor der gegenwärtigen Fernsehentwicklung.

Eine dauerhafte Angebotsform: „Reality TV is here to stay“

Betrachtet man die rasante Entwicklungsdynamik der Genrefamilie wie auch den schier unermesslichen Umfang der Reality-TV-Angebote, berücksichtigt man des Weiteren das Innovationspotenzial der Formate und ihr gesellschaftliches Kommunikations- und Konfliktpotenzial, so wird deutlich, dass es sich beim Reality TV um eine neue Grundform der Fernsehproduktion handelt. Reality TV ist kein flüchtiges Phänomen, auch wenn es viele seiner Formate sind, sondern scheint sich als dauerhafte und langlebige Angebotsform herauszukristallisieren. Hill schreibt in ihrer Zuschauerstudie zum Reality TV einleitend: „(...) reality TV has become the success story of television in the 1990s and 2000s. There are reality TV programmes about everything and anything, from healthcare to hairdressing, from people to pets. There are people who love reality TV and people who love to hate reality TV. Whatever your opinion of *Cops*, *Neighbours from Hell*, *Big Brother*, or *Survivor*, reality TV is here to stay.“³⁸

Ein Blick in die Fernsehzeitung an einem beliebig herausgegriffenen Werktag verdeutlicht, welchen Umfang die Genrefamilie im deutschsprachigen Fernsehprogramm inzwischen einnimmt. Bei den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten hat das Reality TV einen regelmäßigen, aber eher bescheidenen Platz gefunden. Hier sind vor allem die Docu Soaps, die das Programm beleben. Bei ARTE überbrückt das Subgenre neben den klassischen Dokumentationen die Zeitdifferenz zwischen dem Beginn des Abendprogramms in Deutschland um 20:15 Uhr und in Frankreich, wo der Fernsehabend erst um 20:40 Uhr anfängt. RTL und SAT.1 füllen sechs bis acht Stunden ihres Tagesprogramms mit Angeboten aus der Genrefamilie. Alle privaten Sendeanstalten bieten einige Stunden Reality TV Sendungen im Tages- und Abendprogramm an. Für MTV sind Reality-TV-Formate neben der Musikschiene zum zweiten Standbein geworden.

³⁸ Hill 2005, 2 (Hervorhebung E.K.).

Dass Reality TV eine neue und dauerhafte Angebotsform darstellt, zeigen auch die durch das Reality TV bewirkten Veränderungen in den Produktionsabteilungen der Sendeanstalten. War die Programmplanung bis vor wenigen Jahren noch relativ klar in Abteilungen für Information und Bildung auf der einen Seite, für Unterhaltung auf der anderen Seite organisiert, so hat sich Reality TV als neue Mischform zwischen diese klassischen Angebotsformen und Produktionsbereiche gedrängt.

Informationsangebote nehmen als Bezugspunkt die Wirklichkeit und enthalten das Versprechen an ihre Rezipientinnen, dass das (Re-)Präsentierte auch tatsächlich geschehen ist, auf Fakten beruht. Unterhaltungsangebote beruhen demgegenüber auf Fiktionen und haben als Bezugspunkt die Phantasie. Sie versprechen keine Wirklichkeitstreue, sondern eine phantasievolle Bearbeitung und Verfremdung der Realität. Abbildung 2 zeigt, wie sich das Reality TV zwischen diese Angebote geschoben hat. Dabei wurden auch die Produktionsroutinen durcheinander gebracht, so dass manche Reality Formate in den Dokumentationsabteilungen, andere in jenen für Unterhaltung produziert werden. Reality TV basiert auf einem fiktionalen Realismus, wie er etwa durch das künstliche Setting des „Big Brother“-Hauses kreiert wird, oder auch auf einer realistischen Fiktion, wie sie in den Erzählungen der Docu Soap zum Ausdruck kommt. Die Programmangebote zeichnen sich also durch einen Bezugswechsel bzw. eine Bezugsambivalenz aus, sind auf einer Achse zwischen fiktionaler und faktischer/dokumentarischer Darstellung angeordnet.

HIER Abbildung 2: Modi des Weltbezugs im Fernsehen

Der Blick auf die Internetseiten³⁹ der führenden Fernsehsender verdeutlicht, dass die Trennung in Unterhaltung und Information, das einstmals zentrale Organisationsprinzip der Fernsehproduktion, in der Präsentation der Sendeanstalten keine Rolle mehr spielt. Auf der Homepage des ZDF 2001 wird nicht nach den Produktionsbereichen Information, Unterhaltung und Bildung unterschieden, sondern nach Themenbereichen: „heute-Nachrichten“, „Politik & Zeitgeschehen“, „Sport“, „Ratgeber“, „Wissen & Entdecken“, „Unterhaltung & Kultur“, „Spielen & Gewinnen“ sowie „Wetter“. Bei der ARD finden sich Varianten dieser Sparten: „Nachrichten“, „Sport“, „Börse“, „Ratgeber“, „Boulevard“, „Kultur“ und „Kinder“, die sich ebenfalls nicht eindeutig der Unterhaltung/Informations-Trennung zuordnen lassen und

³⁹ Der Download aller Homepages (<http://www.Sendeanstalt.de>) erfolgte am 31.12.2005. Bezug genommen wird jeweils auf die zentrale Navigationsleiste.

größtenteils aus Mischformen bestehen. RTL stellt sich ganz ähnlich dar wie die öffentlich-rechtlichen Sender, ergänzt jedoch die Präsentation des TV-Programmes um zahlreiche Zusatzangebote wie etwa „GZSZ & Unter Uns“ oder „Chat“. Bei den privaten Sendeanstalten SAT.1, ProSieben und VOX wird das Angebot entlang der Präsentationsformen, ergänzt um einzelne Themen oder Sendungen, geordnet. So unterscheidet SAT.1 etwa zwischen „Comedy&Show“, „Filme&Serien“, „Lifestyle&Magazine“. Deutlich wird, dass Information und Unterhaltung keine Grundkategorien mehr darstellen, mit denen die Sendeanstalten ihr jeweiliges Programmangebot für die ZuschauerInnen strukturieren. Das hängt auch damit zusammen, dass Information und Unterhaltung in der Medienproduktion etwas anderes bedeutet als für das Publikum, wie die Kommunikationswissenschaft gezeigt hat. Für den Rezeptionsprozess hat u.a. Ursula Dehm empirisch belegt, dass die in der Medienproduktion lange Zeit gültige Trennung zwischen Information und Unterhaltung nicht haltbar ist.⁴⁰ Die Rezipierenden informieren sich auch aus fiktionalen Unterhaltungsangeboten und sie nutzen Informationsangebote zur Unterhaltung. Aus Sicht des Publikums sind Information und Unterhaltung keine Gegensätze, sondern es gilt: der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile.⁴¹ So gesehen stellt Reality TV kein neues Phänomen dar, sondern verschiebt die Perspektive weg von der Angebotsseite und den Produzierenden hin zur Rezeptionsseite und den Publika bzw. Zielgruppen. Dem entspricht auch, dass Sendungen des Reality TV von den ZuschauerInnen in Hill's Studie konsequent auf einer Achse bewertet werden, deren Pole einerseits vom traditionell „factual television“ auf der anderen Seite vom traditionell „fictional television“ gebildet werden.⁴² Während Angebote auf der faktischen/dokumentarischen Seite mit „lernen“ verbunden und entsprechend nach ihren Lerneffekten beurteilt werden, werden die auf der fiktionalen Seite unter dem Gesichtspunkt der authentischen Darstellung der Protagonisten diskutiert.⁴³ Abbildung 3 zeigt diese für die Bewertung des Reality TV zugrunde gelegte Skala, die nach Hill eine Art Messlatte für die Beurteilung der Qualität des Fernsehprogrammes aus der Sicht des Publikums liefert und zugleich für die Systematisierung des bestehenden Fernsehangebotes hilfreich sein könnte.

⁴⁰ Dehm 1984.

⁴¹ Vgl. Klaus 1996; Bosshart/Macconi 1998.

⁴² Hill 2005, 50-55.

⁴³ Hill 2005, 79-107, 57-78.

HIER Abbildung 3: Reality TV zwischen fakten- und fiktionsbasierten Angeboten

Vieles spricht dafür, Reality TV als bedeutende und dauerhafte Angebotsform des Fernsehens zu sehen. Die Entwicklung und Etablierung des Reality TV ist von den technischen, politischen und ökonomischen Veränderungen der Medien stark beeinflusst worden und treibt die Medienveränderungen nun ihrerseits weiter voran. Dabei verdeutlicht das Reality TV ein Grundmerkmal der Fernsehproduktionen, nämlich das selbst-reflexive und selbst-bewusste Spiel zwischen und mit den verschiedenen Programmformen.⁴⁴ Das erklärt, warum die Genrefamilie so schwer zu greifen ist und scheinbar Widersprüchliches vereint: niveauvolle Produktionen, die den Adolf Grimme Preis⁴⁵ erhalten, stehen neben niveaulosen Sendungen, hochpreisige Sendungen neben Billigproduktionen, einzelne weltweit erfolgreiche Formate neben zahlreichen Flops⁴⁶. Reality TV ist eine Angebotsform, die in besonderem Maße von Grenzüber tretungen lebt.

Grenzüber tretungen: Das Potenzial des Einfachen zum Exotischen, des Alltäglichen zum Außergewöhnlichen

Bill Nichols schrieb bereits 1994: „Any firm sense of boundary which such shows attempt to uphold between fact and fiction, narrative and exposition, storytelling and reporting inevitably blurs... Everything is up for grabs in a gigantic reshuffling of the stuff of everyday life. Everything, that is, is subject to interpretation by television as a story-telling machine.“⁴⁷ Reality TV hat alle Elemente dessen, was fernsehen ausmacht, neu gemischt. Das genau ist sein zentrales Organisationsprinzip. Reality TV heißt Grenzen übertreten, bedeutet die immer neue Mischung aus scheinbar Unvereinbarem. Lothar Mikos nennt in einem Artikel zu „Big Brother“ die folgenden Gegensatzpaare, die das Format zusammenbringe: Information und Unterhaltung,

⁴⁴ Gillan 2004, 62.

⁴⁵ Etwa 2003 „Das Schwarzwaldhaus 1902“ (<http://www.swr.de/schwarzwaldhaus1902/>) und 2000 „Abnehmen in Essen“ (<http://www.wdr.de/tv/abnehmen-in-essen/index2.phtml>); vgl dazu auch Lücke 2003, 70-73).

⁴⁶ Vgl. z.B. die zahlreichen Reality TV Sendungen in der Liste der TV-Flops des Jahres 2004, die Stefan Niggemeier (2004) zusammengestellt hat.

⁴⁷ Nichols, Bill: Blurred Boundaries: Questions of Meaning in Contemporary Culture. Bloomington, Indianapolis 1994, 43 zit. in Holmes/Jermyn 2004, 11.

Öffentlichkeit und Privatheit, Authentizität und Inszenierung, Fiktion und Realität.⁴⁸

Dem ließen sich weitere hinzufügen, so etwa das für das Genre besonders wichtige changieren zwischen Alltag und Exotik, Gewöhnlichem und Ungewöhnlichem.⁴⁹

Grenzübertretungen sind das Erfolgsrezept der Genrefamilie, die zugleich ein Produkt der Kommerzialisierung und der Deregulierung der Mediensysteme ist. Die Angebote des Reality TV wollen/sollen nichts Bestimmtes erreichen, sie wollen nicht überzeugen. Sie wollen keine guten und in sich beschlossenen Geschichten erzählen wie das traditionelle Unterhaltungsprogramm, keine Ansammlung von Fakten und wahren Informationen über die Welt liefern wie das traditionelle Informationsangebot – nein, sie wollen Grenzen übertreten, um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Ein anderes Produktionsprinzip und Erfolgsgeheimnis gibt es nicht. Das erklärt, warum es so schwer ist, eine zumindest kurzzeitig bindende Definition für das Reality TV zu finden. Jede Definition bestimmt einen Rahmen, der vorgibt, was zu einem Genre gehört und was nicht. Ist dieser Rahmen aber erst einmal formuliert, wird er in der Logik des Reality TVs sofort gesprengt, wie es etwa die Einführung von Prominenten in die Formate zeigt.

Wenden wir uns diesen Grenzübertretungen nun systematischer zu, dann können wir diese zuerst in Bezug auf die *Produktionsebene* feststellen. Auf der technischen Seite fließen einerseits Heimtechnik wie Handkameras und Fernsehtechnik zusammen. Mikos hat das als „Amateurisierung“ der Produktion bezeichnet.⁵⁰ Andererseits gibt es eine fortschreitende Konvergenz der Medien Fernsehen, Internet und Mobiltelefon. „If television was once about delivering audiences to advertisers, it may soon be about delivering callers to phone lines“, schreibt Dovey.⁵¹ Damit sind wir bei den ökonomischen Bedingungen der Produktion angelangt. Auch die Finanzierungsmodelle im Reality TV sind Mischformen aus Einnahmen von Kultmarketing, Sponsoring, Product Placement, Telefonanrufaktionen und traditioneller Werbung. Kosten entstehen vor allem durch den Ankauf globaler Formate und ihre lokale Adaption, eine Mischung, die besonders Erfolg versprechend ist. Allerdings keineswegs durchgängig. Das Reality TV ist ein Hybrid aus *Tops* und *Flops*. Den Geldmaschinen wie „Deutschland sucht den Superstar“

⁴⁸ Vgl. Mikos 2000, 166.

⁴⁹ Vgl. Klaus/Lücke 2003, 207-208.

⁵⁰ Mikos 2000, 77.

⁵¹ Dovey 2001a, 136.

oder „Big Brother 1 und 2“ stehen teure Fehlplanungen entgegen wie „Expedition Robinson“ oder „Big Brother 4“, „Die Burg“⁵² oder „Hire or Fire“⁵³. Auch der Erfolg in einem Land garantiert keineswegs den in einem anderen. Während das Publikum durch die Vielfalt an Finanzierungsformen besser berechenbar wird, scheinen die Einschaltquoten zugleich unberechenbarer geworden zu sein.

Die Grenzübertretungen des Reality TVs sind besonders deutlich auf der Ebene der *Medientexte* und hier auch besonders stark diskutiert worden. Ich verweise deshalb nur der Vollständigkeit halber auf die verschiedenen Aspekte. Die Subgenres des Reality TV sind Hybridformen, deren Inhalte informierende und unterhaltende, inszenierende und authentische, alltägliche und außergewöhnliche Bestandteile verschränken.⁵⁴ Ihr Realitätsbezug ist doppeldeutig, gibt Reality TV doch vor, zugleich in der Realität verankert zu sein, aber diese doch auch fiktional zu bearbeiten und umzuformen, wie es etwa für die Gerichts-Shows gilt. Oder andersherum eine Fiktion zu schaffen wie bei „Windstärke 8 – das Auswandererschiff“, die aber dann von wirklichen Menschen in Echtzeit durchlebt wird. Mit dem undeutlichen Realitätsbezug verknüpft sind zwei weitere Ambivalenzen. Zum einen der gleichzeitige Bezug auf journalistische Konventionen der Realitätsbearbeitung und auf den Marketing- und Werbediskurs.⁵⁵ Zum anderen die zwischen der öffentlichen Ansprache des Publikums beispielsweise durch Expertinnen wie die Super Nannies oder durch Psychologinnen, und dem narrativen Stil der Sendungen.⁵⁶ Die Stimmen aus dem Off helfen den Zuschauern dabei, die jeweiligen Situationen einzuordnen und zu interpretieren, und geben damit nicht nur den Ton der Sendung vor, sondern auch die Vorzugslesart.⁵⁷

Damit sind wir bei der Ebene der *Publikumsansprache* angelangt. Das Publikum wird durch die sperrige Mischung aus öffentlicher Ansprache und Tatsachenbehauptungen auf der einen Seite und narrativem Stil und Fiktionen auf der anderen zugleich involviert und distanziert. Es wird gleichermaßen als Bürgerin

⁵² http://www.prosieben.de/show_comedy/die_burg/ (21.12.2005).

⁵³ http://www.prosieben.de/show_comedy/hireorfire/ (1.1.2006).

⁵⁴ Klaus/Lücke 2003, 204-208.

⁵⁵ Holmes / Jermyn 2004, 8.

⁵⁶ Dovey 2001b, 135.

⁵⁷ Kilborn 2003, 117-118.

und Konsument angesprochen.⁵⁸ Durch die Möglichkeiten, den Verlauf der Sendungen durch Telefonabstimmungen und ähnliches zu beeinflussen und sich selber für eine Teilnahme an den Soaps und Shows zu bewerben, verwischen die einst starren Grenzen zwischen Schauspieler/Akteurin und Zuschauerin/Konsument. Letzteres macht vermutlich einen zentralen Reiz der Sendungen aus, da die Teilnehmerinnen stellvertretend für andere Alltagsmenschen hinter die Kulissen der Illusionsmaschine Fernsehen schauen können. Für sie hält das Programm Angebote zwischen Schauspielern, authentischem Agieren und selbstreflexiven Momenten bereit. Als Alltagsmensch zugleich zum Star zu werden und an einem entsprechenden Starkultur zu partizipieren, wenn auch nur kurzfristig und unvollständig, macht die Teilnahme an den Produktionen attraktiv.

„Ein geschlossener Illusionsraum, den es ja auch im Dokumentarfilm gibt, wird permanent gleichzeitig hergestellt und formal wieder unterlaufen“, räsontiert ein Fernsehkritiker über „Windstärke 8 – das Auswandererschiff“, hier finde keine Geschichtskonstruktion statt, sondern ein *Rollenspiel* vor interessanter Kulisse.⁵⁹ Dass das Spiel, verstanden als anthropologische Komponente in der menschlichen Entwicklung, generell für die Fernseh-Unterhaltung konstitutiv ist, hat Louis Bosshart begründet.⁶⁰ „Staging the real“, die Wirklichkeit zu spielen und Aufführungen wirklichkeitsnah zu gestalten, hält Kilborn für das zentrale Merkmal des Reality TV.⁶¹ Auch in den Reaktionen des Publikums findet sich diese Mischung aus Authentizität und Performanz, beurteilen Zuschauer die Sendungen doch danach, ob die Akteure darin glaubwürdig, wirklichkeitsnah, authentisch agieren.⁶² Dem Publikum und den Akteurinnen wird so zugleich ein Panoptikon und ein Synoptikon geboten, zugleich ein Exotenkabinett und ein Heimatmuseum, in dem sie sich selber ausstellen lassen dürfen.⁶³

Schließlich bleibt auf der Ebene der *Gesellschaft* die große Grenzverwischung zwischen Banalem und Bedeutendem, indem scheinbar Triviales zum öffentlichen

⁵⁸ Holmes/Jermey 2004, 11-12.

⁵⁹ Merschmann 2005

⁶⁰ Bosshart 1979.

⁶¹ Kilborn 2003.

⁶² Hill 2005, 57-78.

⁶³ Sauer 2001.

Skandal und zum großen gesellschaftlichen Gesprächsthema wird.⁶⁴ Erklärt worden ist das mit der Übertretung von Tabu- und Schamgrenzen durch das Genre. Demgegenüber zeigt Hill, dass Zuschauerinnen die Sendungen, die angeblich jedwede ethische Dimension vermissen lassen, auf der Basis einer „Ethik der Fürsorge“ besonders intensiv zur Diskussion von moralischen Fragen und angemessenen Verhaltensweisen nutzen.⁶⁵ Das öffentliche Aufsehen, das Reality TV-Formate erzielt haben, umfasst weit mehr als die Diskussion um Ethik und berührt tiefer gehend das Verhältnis von Reality TV und Gesellschaft. Reality TV scheint ein gelungener Ausdruck der gegenwärtigen Gesellschaftsentwicklung mit ihrem Ringen zwischen neoliberalem und sozialem Gesellschaftsmodell, zwischen wertkonservativen und demokratischen Gesellschaftszielen zu sein.

Grenzsetzungen: Die Faszination für die Grenzen setzenden Super Nannies und die Illusion der alle Grenzen sprengenden Make Over-Shows

Wenn der Kern des Reality TV darin besteht, dass die Genrefamilie sich in ständiger Grenzüberletzung und Grenzverwischung übt, dann sind damit wie in der Comedy ganz neue Möglichkeiten verbunden. Die Produktionen könnten Möglichkeiten neuartigen Probehandelns zeigen, den angesprochenen Themen durch Verfremdung neue Perspektiven hinzufügen, Lernen jenseits des erhobenen Zeigefingers spielerisch ermöglichen. Nutzt das Genre dieses tele-visionäre Potenzial? Legt es Angebote vor, die es erleichtern, Probleme des Alltags und Probleme der Gesellschaftsentwicklung neu zu denken? Solche Fragen sollen in diesem Abschnitt anhand eines Überblicks über die vorliegenden Studien zum Thema behandelt werden. Dabei konzentriere ich mich auf Textanalysen und thematisiere nur am Rande die vielfältigen Aneignungsweisen der differenzierten Publika.

Medien liefern Vorlagen für Identitätsräume. Das gilt insbesondere auch für das ja in einzelnen Sub-Genres extrem raum-vorgebende und raum-ausgestaltende Reality TV. Die Kulturwissenschaftlerin Barbara O'Connor hat in einer Fallstudie gezeigt, wie die irische Dance Hall in den Medien der 30er Jahre zum Aushandlungsort für

⁶⁴ Holmes/Jermyn 2004, 8; Goldbeck/Kassel 2000.

⁶⁵ Hill 2005, 108-134.

gender- und klassenspezifische wie auch national verkörperte Identitäten wurde.⁶⁶ Entsprechend möchte ich hier danach fragen welche Identitätsräume Reality TV für Identitätsbildungsprozesse in Bezug auf Geschlecht, Sexualität, Klasse und Schicht, Politik und Herrschaft, Nationalität und Geschichte bereit hält. Dabei verlasse ich mich auf bisherige Studien, die sich zumeist auf einzelne Formate beziehen. Die dabei insgesamt zusammen getragenen Indizien liefern aber ein starkes Argument dafür, dass Reality TV überwiegend traditionelle, neoliberale und wertkonservative Räume für Identitäten anbietet.

Genderkonstruktionen und *sexuelle Orientierung* stehen im Zentrum vieler Reality TV-Formate. Besonders deutlich bei denjenigen, die sich um die Familie oder Familiengründung ranken, wie etwa „Frauentausch“⁶⁷ oder „Bauer sucht Frau“⁶⁸. Je zwei Docu Soaps dieses Typs haben Rebecca Stephens und Jennifer Maher untersucht.⁶⁹ Sie kommen zu dem Schluss, dass es sich bei „A Wedding Story“, das beide untersucht haben, „A Baby Story“ und „Baby Day“ um ausgesprochen konservative Programme handelt, in der traditionelle Geschlechterklischees verbreitet, das Ideal der Zwei-Eltern-Kind-Familie propagiert, die weißen, heterosexuellen, aus der Mittelschicht stammenden Teilnehmerinnen als Norm dargestellt und andere Lebensentwürfe unsichtbar gemacht würden. Stephens stellt eine direkte Verbindung zur konservativen Familienpolitik Bushs her. Auch eine Untersuchung der deutschen Talkshows kommt zu dem Ergebnis, dass Konflikte zwischen den Geschlechtern zwar ein konstituierendes Element der Sendungen sind, dass aber in den Diskussionen nur wenig Spielraum für alternative Lebensentwürfe bleibt.⁷⁰ Das entspricht meiner Beobachtung von den beziehungsorientierten Jugend-Reality-Soaps „Abschlussklasse 2005“, derzeit in der dritten Staffel, und „Freunde – das Leben geht weiter“. Auch hier dreht sich Erwachsenwerden fast ausschließlich darum, die richtigen gegengeschlechtlichen Partnerinnen zu finden. Diese Partnersuche scheint der zentrale Sinn des Erwachsenwerdens zu sein. Allerdings gilt diese ausgesprochene Heteronormativität nicht für alle Reality TV Sendungen, wie die teilweise vielfältige

⁶⁶ O'Connor 2004.

⁶⁷ http://www.rtl2.de/start.html?page=http://www.rtl2.de/209_6601.php&Color=cc0000 (2.1.2006).

⁶⁸ http://atvplus.at/main/programm/sendungen/magazin_dokusoap/bauer_sucht_frau_staffel2.php (2.1.2006).

⁶⁹ Maher 2004; Stephens 2004.

⁷⁰ Hofmann/Karsten/Wiedemann 2001, 136.

Darstellung homosexueller Männer in den erfolgreichen Reality Soaps „Survivor“⁷¹ und „The Real World“⁷² zeigt.⁷³

Zu einer differenzierteren Aussage kommt man auch, wenn man sich die beiden vom ORF produzierten Reality Soaps „Taxi Orange“ und „Expedition Österreich“ hinsichtlich ihrer Geschlechterkonstruktionen ansieht. Eva Flicker hat beide Sendungen untersucht. Während sie im Jahr 2001 bei „Taxi Orange“ eine „gewisse Flexibilität der Rollenbilder“ findet, sieht sie 2005 bei „Expedition Österreich“ eine Verfestigung traditioneller Geschlechterrollen und insbesondere eine Orientierung hin zu einem hegemonialen Männlichkeitsideal.⁷⁴ Sie erklärt das mit dem Unterschied zwischen Indoor- und Outdoor-Format. „Im Gegensatz zu Indoor- oder Container-Shows können Outdoor-Reality Shows wie ‚Expedition Österreich‘ als Männlichkeits-Shows bezeichnet werden. Mit einem Schwerpunkt auf physischen Trainings- und Überlebenskompetenzen wird vorwiegend an Parametern wie Muskelkraft, körperlicher (im Original?) Ausdauer, physischer Geschicklichkeit und jungenhafter Naturerfahrung angesetzt, die zu Leitparametern für das Überleben der einzelnen und der Gruppe in der Natur konstruiert werden.“⁷⁵ Hier verknüpft sich die Genderbotschaft mit Fragen der nationalen Identitätsbildung, wenn ganz Österreich durchquert wird und die Idee einer durch die Natur, insbesondere natürlich die Alpen, geprägten und von Männern errichteten Nation reproduziert wird.

Vor allem die Reality Soaps scheinen Vorlagen für die Bildung *nationaler Identitäten* zu liefern. In den US-Serien „America’s most wanted“⁷⁶ und „Survivor“ wird Gray Cavender zufolge vordergründig eine Gemeinschaft zelebriert, die jedoch durch Konkurrenz, Allianzenbildung und Intrigen ständig unterlaufen wird.⁷⁷ Cavender schlussfolgert, dass die Programme die Vision einer Gemeinschaft förderten, die traditionelle Vorstellungen von Konkurrenz und Individualismus verstärkten und eine Welt zeichneten, wo das „Wir gegen Die“ dominant ist. Unbestritten ist, dass in den Reality Soaps weniger Persönlichkeiten auftreten, sondern vielmehr durch die Selektionsroutinen geschaffene Charaktertypen agieren. Selbst unter dem liberalen

⁷¹ <http://www.cbs.com/primetime/survivor/> (21.12.2005).

⁷² <http://www.mtv.com/onair/realworld/> (2.1.2006).

⁷³ LeBesco 2004; Pullen 2004.

⁷⁴ Flicker 2001; Flicker 2005.

⁷⁵ Flicker 2005, 56.

⁷⁶ <http://www.amw.com/index.cfm?home=1> (21.12.2005).

⁷⁷ Cavender 2004.

Vorzeichen des Antirassismus, wie er in MTVs „The Real World“ gegeben wird, finden dann grobe Stereotypisierungen statt, die das Bestehende beschönigen. Jon Kraszewski zeigt, wie das gesellschaftsweite Problem des Rassismus in den USA in der Reality Soap als individuell lösbares Problem eines ländlichen Konservatismus erscheint.⁷⁸ Besonders hart geht Elayne Rapping mit der Darstellung von Kriminalität und Gewalt in Polizeisendungen ins Gericht. Sie zeigt dabei einige generelle Probleme dieser Dokumentationsform auf, wie etwa ihre Kontextlosigkeit und ihre konsequente Darstellungsperspektive aus Sicht der Ordnungskräfte.⁷⁹ Kriminelle würden dadurch als abweichende, wertlose und fremde Mitglieder der Gesellschaft gezeigt, und es werde nahe gelegt, dass eine möglichst repressive Politik im Umgang mit Straftätern gerechtfertigt sei.

Dass Reality TV auch einer *Klassengesellschaft* Ausdruck verleiht, hat in Deutschland die Diskussion um das sogenannte „Unterschichtenfernsehen“ deutlich gemacht.⁸⁰ Probleme der Gesellschaft werden dabei mit einem spezifischen Fernsehkonsum erklärt. Im Begriff Unterschichtenfernsehen, so Christoph Amend in „Die Zeit“, verdichten sich „Assoziationen wie Arbeitslosigkeit, Hoffnungslosigkeit, Bier am Nachmittag und leere Kassen.“⁸¹ Die Angebote des Reality TV trügen daran zumindest eine Mitschuld, da sie die Welt der Unterschicht eins zu eins spiegelten und deshalb kein Entrinnen erlaubten. Hans-Ulrich Jörges schreibt entsprechend im „stern“: „Der Proleten-Guckkasten scheint zum Leitbild der Privaten geworden zu sein. Ganzkörper tätowierte Kretins und busenfixierte Siliconpuppen, beobachtet beim suppenkochenden Kampf um ihre Frau, beim erektionsfördernden Wannenbad zu zweit oder bei der egopolsternden Brustvergrößerung – das einstmals innovative Reality-TV treibt ab in die Gosse.“⁸² Nicht nur enthalten solche Urteile eine grandiose Verallgemeinerung des Reality TV Angebotes, vor allem verwechseln sie auch die Inszenierung und Darstellung von Unterschichten im Fernsehen mit deren tatsächlichen Lebensweisen. Die „Prolos“ werden so wie die Kriminellen zur negativen Projektionsfläche einer sich davon positiv abhebenden nationalen Identität

⁷⁸ Kraszewski 2004

⁷⁹ Rapping 2004.

⁸⁰ Es handelt sich dabei um eine vor allem im Feuilleton der überregionalen Zeitungen und in den Wochenzeitschriften geführte Debatte. Einen guten Überblick vermittelt die 42seitige Dokumentation „'Unterschichtenfernsehen'. Pressespiegel zu einer aktuellen Debatte“ (Mai 2005), die als pdf-Datei kostenlos bei der „stern“-Anzeigenabteilung bestellt werden kann.

⁸¹ Amend 2005, 16.

⁸² Jörges 2004, 21.

und erhalten ganz en passant auch noch die Schuld für ihre schlechte Lebenssituation.

Ein Hintergrund der Debatte ist, dass mit dem Reality TV erstmals die Mittelklassendominanz der Fernsehproduktion durchbrochen worden ist und verschiedene Bildungs- und Einkommensschichten in den verschiedenen Formaten eine Rolle spielen, teilweise sogar zentral sind. So wurde in der argentinischen Casting-Show „Recursos Humanos“ (Arbeitskräfte), die 2002 im Fernsehen lief, täglich um einen Arbeitsplatz mit halbjährigem Zeitvertrag gespielt.⁸³ Für eine Putzstelle wurde da schon einmal ein Tango getanzt, für die Arbeit auf der Baustelle die Qualitäten als Entertainer gezeigt. Das Publikum wählte den Sieger. Das ist selbst unter neoliberalen Vorzeichen eine erstaunliche Partizipation an der Selbstausbeutung. Ob der an sich schon schlechte Halbjahresvertrag auch eingehalten wurde, prüfte die Sendeanstalt nicht. So mussten zwei Frauen, die eine Putzstelle gewonnen hatten, stattdessen auf einer Baustelle arbeiten. Trotzdem erhielt die Sendung den prestigeträchtigen „Martin-Fierro-Preis“ als beste Servicesendung des Landes, wurde aber mittlerweile mangels Zuschauerbeteiligung eingestellt. Das Sendekonzept wurde von Sony nach Spanien, Deutschland und China verkauft. Jedoch ging die von Neun Live geplante Arbeitslosenshow nach scharfen Protesten nicht auf Sendung. Die Docu Soap „Artern - Stadt der Träume“, die vom 6.2.-25.12. 2003 vom MDR ausgestrahlt wurde und der ostdeutschen Stadt und ihren BewohnerInnen einen Aufschwung bescheren sollte, wurde mangels Zuschauerinteresse wieder eingestellt. Bei „Big Boss“⁸⁴ wie auch „Hire or Fire“ konnten Top-Jobs gewonnen werden. Erstere erlebt keine zweite Staffel, letztere wurde bereits nach der ersten Sendung wieder eingestellt. Die von „Taxi Orange“ in Plot und Bild verbreitete Idee des „mobilen Unternehmens“ macht nach Monika Bernold explizit, „worum es bei Reality TV strukturell ganz wesentlich auch geht, nämlich um die Einübung in die Anforderungen einer neoliberal geprägten Arbeitswelt.“⁸⁵ Sie schreibt der für die Reality TV-Sendungen zentralen Tele-Authentifizierung die Funktion zu, eine prekär erscheinende Wirklichkeit zu

⁸³ Krüger 2002; 2003.

⁸⁴ <http://www.rtl.de/tv/bigboss/> (2.1.2006).

⁸⁵ Bernold 2002, 231.

beglaubigen. Das entspricht Tanja Thomas Analyse, der zufolge Castingshows Identifikationsangebote für das „unternehmerische Selbst“ liefern.⁸⁶

Die Politikwissenschaftlerin Birgit Sauer hat ihre Analyse von „Taxi Orange“ unter die Überschrift gestellt: „Die serielle Zivilgesellschaft. Vom Einbruch der Politik in das Echtmenschenfernsehen“.⁸⁷ Exklusion und Inklusion, Kooperation und Konkurrenz förderten in Verbindung mit der Wahl des Publikums ein autoritäres, *neoliberales Politikverständnis*. Sauer schreibt: „Pop-Politik entwirft einen neuen gesellschaftlichen Handlungsraum jenseits gewohnter staatlicher Sicherheiten, und sie erfordert bzw. konstruiert neue BürgerInnen, die sich selbst entwerfen und selbst ‚regieren‘ müssen. Pop-Politik ist ein Aspekt der ‚Formierung neo-liberalen Gouvernamentalität“.⁸⁸ Ganz ähnlich hat Ouellette die Gerichts-Show „Judge Judy“⁸⁹ bewertet: „*Judge Judy* constitutes the normative citizen – the TV viewer at home – in opposition to both risky deviants and ‚self-made‘ victims.“⁹⁰ Die Sendung repräsentiere ein autoritäres Spektakel, dass genau dem entspreche, was Foucault die Ideologie der bürgerlichen Justiz genannt habe. „We can see variations of neoliberal currents examined here in makeover programs, gamedocs, and other reality formats, that ‚govern at a distance‘ by instilling the importance of self-discipline, the rewards of self-enterprise, and the personal consequences of making the ‚wrong‘ choices. *Judge Judy* represents one of the clearest examples of this trend because it articulates neoliberal templates for citizenship...“⁹¹

Die von Sauer konstatierte Mischung aus Ermächtigung und Unterwerfung – auch eine der Grenzübertretungen des Reality TV – ist zugleich Ursache und Folge der häufig *wertkonservativen Textangebote*. Das gilt insbesondere für die neuen Angebote der Make Over Shows. Daniel Schreiber hält fest: „Die Qualen des Nicht-Dazu-Gehörens, des Dick-Seins und des Sich-Unattraktiv-Fühlens werden vor ein unbarmherziges Ultimatum gestellt: Wenn Du Dich ändern kannst, dann solltest Du es. Wenn Du dich weigerst, dich zu verändern, dann verdienst Du die Konsequenzen

⁸⁶ Thomas 2006.

⁸⁷ Sauer 2001.

⁸⁸ Sauer 2001, 157-158.

⁸⁹ <http://www.judgejudy.com/home/home.asp> (2.1.2006).

⁹⁰ Ouellette 2004, 247.

⁹¹ Ouelette 2004, 247-248.

– das nicht eintretende Glück und das alte, erfolglose Selbst.“⁹² Diese Botschaft ist nicht neu und traditionell mit der Frauenrolle und den Arbeitsbereichen sowie dem Konsumentinnenstatus von Frauen verbunden. Sie wird in den neuen Reality TV-Sendungen aber direkter, dichter und fordernder gestellt und führt zu der „widersprüchlichen Spannung zwischen Selbstermächtigung und Unterwerfung, zwischen Kontrolle und Opfertum“.⁹³ Diese Ambivalenz zeigt sich auch in jenen Sendungen, die wie die „Super Nanny“ hilfreiche Botschaften enthalten und Eltern sinnvolle Erziehungsratschläge geben. Problematisch ist daran nicht nur, dass die Rechte der dort vorgestellten Kinder eingeschränkt und scheinbar schnelle Lösungen für tiefgreifende Probleme angeboten werden.⁹⁴ Die Produktionsregeln dieser Formate – die Stimme aus dem Off, die Erklärungen liefert, und die freiwillige Einwilligung der Familien in die Kameraüberwachung – liefern ebenfalls einer unhinterfragten Anerkennung von Autoritäten Vorschub. Mark Andrejevic hat in seinen Arbeiten darauf hingewiesen, dass das Versprechen der Interaktivität zugleich an zunehmende Überwachungstechniken und -praxen gekoppelt ist, die datenschutzrechtlich ausgesprochen problematisch sind, von den Beteiligten und Zuschauerinnen an den Sendungen aber unhinterfragt akzeptiert werden.⁹⁵ So führt die an sich positiv zu bewertende Präsentation des Alltags in der Öffentlichkeit zugleich zu einer tiefgreifenden Invasion der Öffentlichkeit in die Privatheit. Dass es sich dabei um Ambivalenzen und Widersprüche handelt, bedeutet zugleich, dass es nicht um kausale oder lineare Prozesse geht, wie der spielerisch und teilweise subversive Umgang mancher Publika mit den Reality TV Programmen und den darin verwendeten Techniken zeigt.⁹⁶

Fazit

Reality TV ist fest in der Gesellschaft verankert. Offensichtlich hilft es dabei, Identitätsräume entlang der Achsen Geschlecht, Klasse, Nation zu gestalten. Überwiegend liefert es dabei Diskursmaterial, das einem neoliberalen Politik- und Arbeitsverständnis Vorschub leistet und wertkonservative Lösungen für

⁹² Schreiber 2005, 21.

⁹³ Schreiber 2005, 21.

⁹⁴ Gersterkamp 2005.

⁹⁵ Andrejevic 2004; Andrejevic 2005.

⁹⁶ Vgl. etwa die von Wilson (2004) aufgezeigten Möglichkeiten des „culture jammings“ während der Ausstrahlung von „Big Brother“ in den USA.

gesellschaftliche Probleme anbietet. Gegen eine konservative Schließung der Sendungen revoltieren aber dessen Konstitutionsbedingungen selber. Differenz ist eine dramaturgische Notwendigkeit der Reality TV Formate.⁹⁷ Deshalb kann die stereotype oder konservative Botschaft nie eindeutig sein. Bei „Pimp my ride“⁹⁸ gibt es zwar die als Automechaniker arbeitenden Männer und die geschlechtstypischen begeisterten Reaktionen von Männern und Frauen: „Ah, shit, that’s cool man“ versus „Oh my god, that’s gorgeous“. Trotzdem hat plötzlich eine Generation von jungen Frauen die Begeisterung für Autos, Oldtimers und Autozubehör entdeckt. Das stützt keine Geschlechtsstereotype, auch wenn es das Genderregime nicht untergräbt.

Bereits Janice Radway hat anhand der Romanzen gezeigt, wie Zuschauerinnen konservative Botschaften nutzen, um einer unbefriedigenden Lebenssituation zumindest zeitweise zu entfliehen.⁹⁹ Maher entwickelt eine ähnliche Argumentation für die von ihr untersuchten Hochzeits- und Baby-Shows.¹⁰⁰ Möglicherweise können aus dieser Reibung zwischen unbefriedigter Wirklichkeit und romantischem Ideal sogar utopische Lösungen erwachsen, wie etwa Ien Ang in Bezug auf die Soap Operas und andere melodramatische Medienangebote argumentiert hat.¹⁰¹ Das entbindet Programmierer und Sendeanstalten aber nicht von der Verantwortung, dem Publikum vielfältige und vielseitige Programmangebote zu bieten. Die vorliegende Literatur bescheinigt den Sendungen des Reality TV jedoch bei aller auch gegebenen Ambivalenz mehrheitlich eine konservative Verzerrung der Textbedeutungen.

Vom Reality TV lässt sich viel für das verbindende Thema dieses Sammelbandes lernen, lässt sich viel über Unterhaltung erfahren: Die Entwicklung des Reality TV zeigt nämlich derzeit besonders deutlich, wie stark Unterhaltung und Gesellschaft verknüpft sind. Reality TV gibt in dem Maße den gesellschaftlichen Strömungen Ausdruck, in dem es selber Produkt der Gesellschaft ist. Das ist der Grund dafür, warum es auch zwischen Grenzübertretungen und Grenzziehungen ständig changiert, warum es sich sowohl affirmativ als auch oppositionell gerieren kann, warum sich die Produkte der Genrefamilie letztlich nicht in die Schablone gute

⁹⁷ Pullen 2004.

⁹⁸ http://www.mtv.com/onair/dyn/pimp_my_ride/series.jhtml (21.12.2005).

⁹⁹ Radway 1987.

¹⁰⁰ Maher 2004.

¹⁰¹ Ang 1988.

Information – schlechte Unterhaltung pressen lassen. Welche Grenzüber tretungen und welche Grenzsetzungen die Subgenres des Reality TV vornehmen, entscheidet sich in einem Aushandlungsprozess, an dem politische und wirtschaftliche Institutionen ebenso wie die Medienbetriebe und Medienmacher teilhaben, in den aber auch das Publikum und die verschiedenen Institutionen der Medienbeobachtung einbezogen sind.

Literaturverzeichnis

- Amend, Christoph: Was guckst Du? In: Die Zeit vom 10. März 2005; Nachdruck in: stern Anzeigenmarketing (Hg.): „Unterschichtenfernsehen“. Pressespiegel zu einer aktuellen Debatte. Hamburg (pdf) Mai 2005, 14-19.
- Andrejevic, Mark: The Work of Watching One Another: Lateral Surveillance, Risk, and Governance. In: Surveillance & Society 2/4 (2005), 479-497, [http://www.surveillance-and-society.org/articles2\(4\)/lateral.pdf](http://www.surveillance-and-society.org/articles2(4)/lateral.pdf) (2.1.2006).
- Andrejevic, Mark: Reality TV. The Work of Being Watched. Lanham, Maryland 2004.
- Ang, Ien: Feminist Desire and Female Pleasure. On Janice Radway's Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature. In: Denise Mann und Lynn Spiegel (Hg.): Television and the Female Consumer. Special issue of camera obscura 16 (1988), 179-190.
- Bernold, Monika: Tele-Authentifizierung: Fernseh-Familien, Geschlechterordnung und Reality-TV. In: Johanna Dorer und Brigitte Geiger (Hg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Wiesbaden 2002, 216-234.
- Bosshart, Louis und Ilaria Macconi: Media Entertainment. In: Communication Research Trends 18/3 (1998), 3-8.
- Bosshart, Louis: Dynamik der Fernseh-Unterhaltung. Freiburg i.Ü. 1979.
- Cavender, Gray: In search of community on Reality TV. America's „Most Wanted“ and „Survivor“. In: Su Holmes und Deborah Jermyn (Hg.): Understanding Reality Television. London, New York 2004, 154-172.
- Dehm, Ursula: Fernseh-Unterhaltung. Zeitvertreib, Flucht oder Zwang? Eine sozialpsychologische Studie zum Fernsehen. Mainz 1984.
- Dovey, Jon: Big Brother. In: Glen Creeber (Hg.): The Television Genre Book. London 2001a, 136-137.
- Dovey, Jon: Reality TV. In: Glen Creeber (Hg.): The Television Genre Book. London 2001b, 134-137.
- Flicker, Eva: „Weil er so ein süßer Macho ist!“ Zum Doing und Un-Doing Gender in „Taxi Orange“. In: Dies. (Hg.): Wissenschaft fährt „Taxi Orange“. Befunde zur österreichischen Reality-TV-Show. Wien 2001, 95-112.
- Flicker, Eva: Männlichkeitsformen in Outdoor-Reality-TV-Shows am Beispiel von „Expedition Österreich“. In: MedienJournal, 29/1 (2005), 45-57.
- Gersterkamp, Thomas: Gezähmte Terroristen. Mit Erziehungs-Schnelltherapie machen die Privatsender Quote. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 2005, <http://www.bundestag.de/cgi-bin/druck.pl?N=parlament> (15.5.2005).
- Gillan, Jennifer: From Ozzie Nelson to Ozzy Osbourne: the Genesis and Development of the Reality (Star) Sitcom. In: Su Holmes und Deborah Jermyn (Hg.): Understanding Reality Television. London, New York 2004, 54-70.
- Goldbeck, Kerstin und Susanne Kassel: Die Containergesellschaft – Big Brother im Spiegel des Feuilletons. In: Frank Weber (Redaktion): Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster 2000, 233-252.

- Hartley, John: *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts*. London 2002.
- Herrmann, Friederike und Margret Lünenborg (Hg.): *Tabubruch als Programm. Privates und Intimes in den Medien*. Opladen 2001.
- Hill, Annette: *Reality TV. Audiences and Popular Factual Television*. London, New York 2005.
- Hofmann, Birgit, Nora Karsten und Andreas Wiedemann: *Ein Fenster zur Gesellschaft. Geschlechterkonflikte in Daily Talkshows*. In: Friederike Herrmann und Margret Lünenborg (Hg.): *Tabubruch als Programm. Privates und Intimes in den Medien*. Opladen 2001, 119-139.
- Holmes, Su und Deborah Jermyn: *Introduction. Understanding Reality TV*. In: Dies. (Hg.): *Understanding Reality Television*. London, New York 2004, 1-32.
- Jörges, Hans-Ulrich: *Morgenthau im TV*. In: *stern* 42 (2004); Nachdruck in: *stern Anzeigenmarketing* (Hg.): „Unterschichtenfernsehen“. *Pressespiegel zu einer aktuellen Debatte*. Hamburg (pdf) Mai 2005, 20-21.
- Kilborn, Richard: *Staging the real: Factual TV programming in the age of Big Brother*. Manchester, New York 2003.
- Klaus, Elisabeth und Stephanie Lücke: *Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap*. In: *Medien- und Kommunikationswissenschaft* 51/2 (2003), 195-212.
- Klaus, Elisabeth: *Der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile*. In: *Rundfunk und Fernsehen* 44/3 (1996), 402-417.
- Kraszewski, Jon: *Country Hicks and Urban Cliques: Mediating Race, Reality, and Liberalism on MTV's „The Real World“*. In: Susan Murray und Laurie Ouellette (Hg.): *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York, London 2004, 179-196.
- Krüger, Antje: *Das wars – wie Gewinner zu Verlierern wurden*. In der argentinischen TV-Show „*Recursus Humanos*“ konnte man Arbeitsplätze gewinnen und dabei verlieren. In: *der überblick* 4 (2003), 78-80.
- Krüger, Antje: *Das große Los*. Bei einer neuen Fernsehshow in Argentinien gibt es Arbeitsplätze zu gewinnen. In: *der überblick* 3 (2002), 81-87.
- LeBesco, Kathleen: *Got to be Real: Mediating Gayness on Survivor*. In: Susan Murray und Laurie Ouellette (Hg.): *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York, London 2004, 271-287.
- Lücke, Stephanie: *Real Life Soaps. Ein neues Genre des Reality TV*. Münster, Hamburg, London 2002 (*Medien- und Kommunikationswissenschaft*, 2).
- Maase, Kasper: *Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850-1970*. 3. Auflage. Frankfurt a. M. 2001.
- Magder, Ted: *The End of TV 101: Reality Programs, Formats, and the New Business of Television*. In: Susan Murray und Laurie Ouellette (Hg.): *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York, London 2004, 137-156.
- Maher, Jennifer: *What Do Women Watch? Tuning In to the Compulsory Heterosexuality Channel*. In: Susan Murray und Laurie Ouellette (Hg.): *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York, London 2004, 197-213.
- Merschmann, Helmut: *Vorwärts in die Vergangenheit. Eher Rollenspiel als Dokumentation: Die ARD übt sich weiter im historischen „Als ob“*. In: *Freitag* vom 27. Mai 2005, 21.
- Mikos, Lothar: *Big Brother als performatives Realitätsfernsehen – Ein Fernsehformat im Kontext der Entwicklung des Unterhaltungsfernsehens*. In: Frank Weber (Redaktion): *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time*. Münster 2000, 161-178.
- Niggemeier, Stefan: *Das Üben wir noch mal!* In: *FAZ.Net* am 6. Dezember 2004.
<http://www.faz.net/s/Rub8A25A66CA9514B9892E0074EDE4E5AFA/Doc~E378EE19730BD4E508AB56F4BE42DA1AF~ATpl~Ecommon~Spezial.html> (2.1.2006).
- O'Connor, Barbara: *Nation, Gender und die Dance Hall. Eine irische Fallstudie*. In: Birgitte Hipfl, Elisabeth Klaus und Uta Scheer (Hg.): *Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topographie*. Bielefeld 2004, 133-161.

- Ouellette, Laurie: „Take Responsibility for Yourself“: *Judge Judy* and the Neoliberal Citizen. Susan Murray and Laurie Ouellette (Hg.): *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York, London 2004, 231-250.
- Ouellette, Laurie und Susan Murray: Introduction. In: Susan Murray und Laurie Ouellette (Hg.): *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York, London 2004, 1-15.
- Paus-Hasebrink, Ingrid: *Inszenierter Alltag. Das Phänomen Taxi Orange. Produkt- und Rezeptionsanalysen*. Wien 2004.
- Pullen, Christopher: *The Household, the Basement and The Real World: Gay Identity in the Constructed Reality Environment*. In: Su Holmes und Deborah Jermyn (Hg.): *Understanding Reality Television*. London, New York 2004, 211-232.
- Radway, Janice: *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*. London/ New York 1987 (ursprünglich 1984).
- Raphael, Chad: *The Political Economic Origins of Reali-TV*. In: Susan Murray und Laurie Ouellette (Hg.): *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York, London 2004, 119-136.
- Rapping, Elayne: *Aliens, Nomads, Mad Dogs, and Road Warriors: The Changing Face of Criminal Violence on TV*. In: Susan Murray und Laurie Ouellette (Hg.): *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York, London 2004, 214-230.
- Sauer, Birgit: *Die serielle Zivilgesellschaft. Vom Einbruch der Politik in das Echtmensenfernsehen*. In: Flicker, Eva (Hg.): *Wissenschaft fährt „Taxi Orange“. Befunde zur österreichischen Reality-TV-Show*. Wien 2001, 155-173.
- Schreiber, Daniel: *Arbeit am Selbst. Die Erfolgswelle der Make-Over-Formate hat gerade erst begonnen*. In: *Freitag* vom 27. Mai 2005, 21.
- Stephens, Rebecca L.: *Socially Soothing Stories? Gender, Race, and Class in TLC's "A Wedding Story" and "A Baby Story"*. In: Su Holmes und Deborah Jermyn (Hg.): *Understanding Reality Television*. London, New York 2004, 191-210.
- Thomas, Tanja: *Showtime für das "Unternehmerische Selbst" – Reflektionen über Reality TV als Vergesellschaftungsmodus*. Erscheint in der Publikation zur Tagung „Medien – Identitäten – Identifikationen“, Hochschule für Film und Fernsehen, herausgegeben von Rainer Winter, Dagmar Hoffmann und Lothar Mikos 2006.
- Wilson, Pamela: *Jamming Big Brother: Webcasting, Audience Intervention, and Narrative Activism*. In: Susan Murray und Laurie Ouellette (Hg.): *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York, London 2004, 323-343.

Abbildung 1: Subgenres des Reality TV 2005/2006

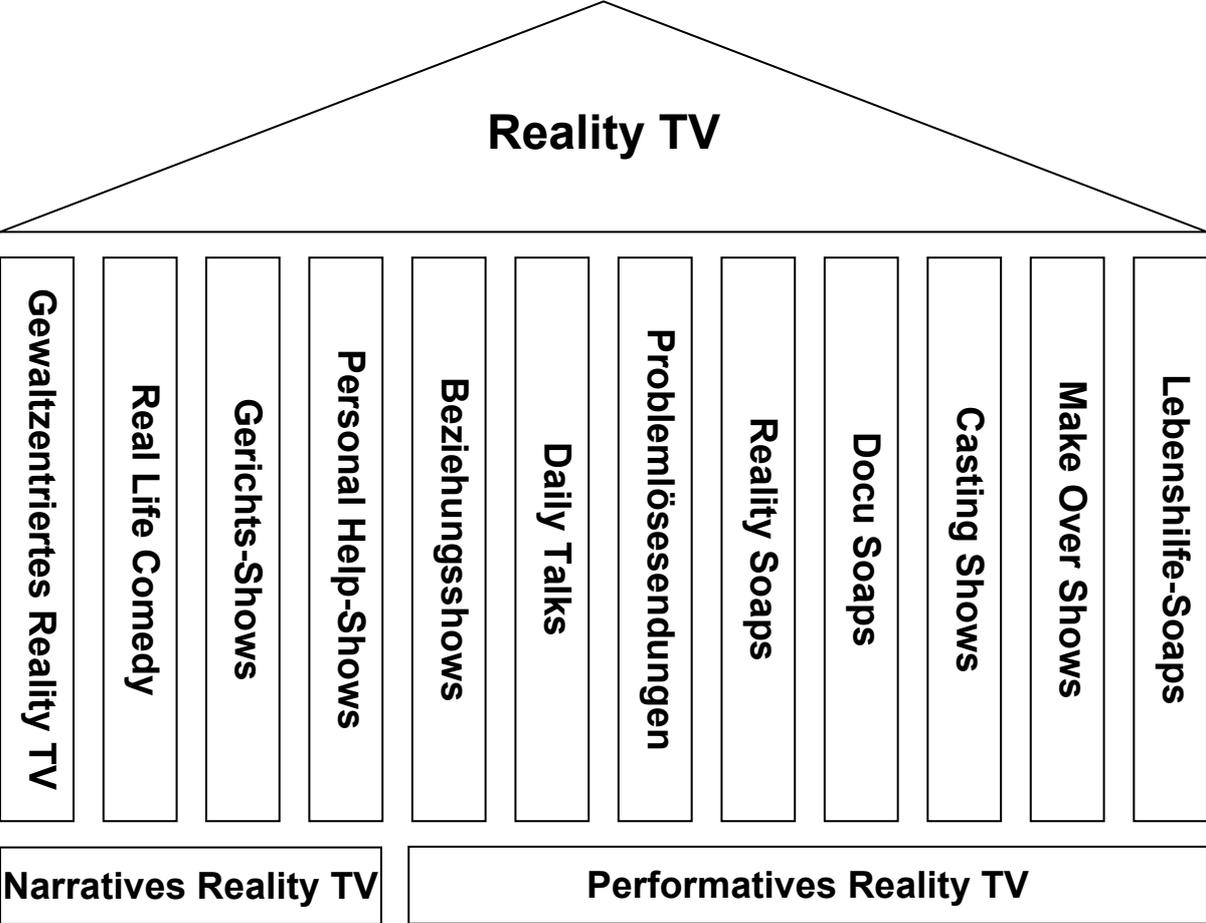


Abbildung 2: Modi des Weltbezugs im Fernsehen

Informations-/Bildungsangebote

- realitätsbasiert
- Bezug: Wirklichkeit / Realität

Reality TV Angebote

- fiktionaler Realismus bzw. realistische Fiktion
- Bezugswechsel bzw. Bezugsambivalenz

Unterhaltungsangebote

- fiktionorientiert
- Bezug: Phantasie

Abbildung 3: Reality TV zwischen fakten- und fiktionsbasierten Angeboten

