Thomas Schröder

Reality-TV und die Wirklichkeit. Überlegungen aus medienwissenschaftlicher Perspektive

1 Vorbemerkung

Das schwierige Verhältnis von Fernsehen und Wirklichkeit wird in der Medienwissenschaft seit langem intensiv diskutiert. Drei unterschiedliche Stränge prägen die Diskussion bis heute: die Objektivitätsdebatte im Bereich der journalistischen Berichterstattung, die Auseinandersetzung um das Spannungsverhältnis von Authentizität und Inszenierung, wie sie etwa im Bereich der Dokumentarfilmtheorie geführt wurde, und schließlich die Diskussion um Wirklichkeit und Medienrealität, in der es um die durch Medienlogiken bedingte Konstruktion von Wirklichkeit und ihre Auswirkungen auf das Weltbild der Zuschauer*innen geht.¹

Zielscheibe der kritischen Betrachtung war dabei lange vor allem der Bereich des dokumentarischen Fernsehens. Hintergrund war eine klare Trennung, die das Programmangebot des Fernsehens (im Selbstverständnis der Fernsehmacher*innen wie auch aus analytischer Sicht) bis weit in die 1980er Jahre prägte:² Auf der einen Seite standen die Informationsangebote des Fernsehens, die sich auf die außermediale Wirklichkeit beziehen und diese nach journalistischen Prinzipien aufbereiten; auf der anderen Seite stand der Unterhaltungsbereich, der einerseits performative Unterhaltung in der Form von Shows oder Quizsendungen, andererseits fiktionale Unterhaltung in Form von Spielfilmen und Serien umfasst.

Dass diese Trennung begrifflich unscharf und in der Sache höchst problematisch ist, steht heute außer Frage: Das betrifft zunächst das Verhältnis von Information und Unterhaltung – zwei Kategorien, die ja in Wahrheit keine Gegenbegriffe sind und die in der Wahrnehmung des Publikums auch gar nicht so aufgefasst

¹ Vgl. Keppler, Angela. *Das Fernsehen als Sinnproduzent: Soziologische Fallstudien*. Berlin/München/Boston: De Gruyter 2015, 5–6 und 135.

² Vgl. Klaus, Elisabeth. „Fernsehreifer Alltag: Reality TV als neue, gesellschaftsgebundene Angebotsform des Fernsehens.“ In: *Medienkultur und soziales Handeln*. Hg. Tanja Thomas. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008, 157–174, hier 159.

werden.³ Aber es betrifft auch die simple Gleichsetzung von Information und Faktualität bzw. Unterhaltung und Fiktionalität. Praktisch sichtbar wurde das im Laufe der 1980er Jahre, wesentlich angetrieben durch die Entstehung des privat-kommerziellen Fernsehens. Auf der Informationsseite entwickelten sich neue Formen, die als Infotainment⁴ oder in der Form der boulevardisierten Nachrichten⁵ gezielt den Unterhaltungsaspekt in die Information einführten. Aber auch von der anderen Seite her, also ausgehend vom Unterhaltungsbereich, wurde die alte Grenze angegriffen, nämlich durch die neue Form des Reality-TV, in dem sich dokumentarische Aspekte mit Unterhaltung, aber auch mit fiktionalen Formen mischten.

Was bedeutet diese Vermischung und welche Konsequenzen hat sie? Wie geht Reality-TV mit Wirklichkeit um? Wie ernst zu nehmen ist der Anspruch des Dokumentarischen? Und welche Wirklichkeit zeigen die Sendungen, wie nehmen die Zuschauer*innen sie wahr?

Um diese Fragen zu beantworten, will ich mich dem Thema in drei Schritten nähern: zuerst aus einem historischen Blickwinkel, in dem ich vor allem auf die Anfänge eingehen will, um grundlegende gemeinsame Merkmale herauszuarbeiten, zweitens dann aus einer systematischen Perspektive, in der es um die verschiedenen Spielarten von Reality-TV geht, und schließlich dann im dritten Schritt auf der Grundlage empirischer Untersuchungen, die sich vor allem mit Scripted Reality befassen und in denen nach der dargestellten Wirklichkeit, aber auch nach ihrer Wahrnehmung durch das Publikum gefragt wird.

2 Anfänge und Entwicklung von Reality-TV

Das Ursprungsland von Reality-TV sind die USA. Anknüpfend an die neuen Fernsehnewsformate der „Tabloid TV-News“ entstanden hier seit 1988 Sendungen wie RESCUE 911, in denen zuerst vor allem von Amateurfilmern live gefilmte Verbrechen, Unfälle oder Katastrophen gezeigt wurden.⁶ Die deutsche Version

3 Vgl. z. B. Dehm, Ursula/Storll, Dieter. „TV-Erlebnisfaktoren: Ein ganzheitlicher Forschungsansatz zur Rezeption unterhaltender und informierender Fernsehangebote“. In: *Media Perspektiven* 9 (2003), 425–433.

4 Vgl. Mangold, Roland. „Infotainment und Edutainment“. In: *Lehrbuch der Medienpsychologie*. Hg. Roland Mangold, Peter Vorderer, Gary Bente. Göttingen u. a.: Hogrefe 2004, 528–541.

5 Vgl. Donsbach, Wolfgang/Büttner, Karin. „Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnews: Darstellungsmerkmale der Politikberichterstattung vor den Bundestagswahlen 1983, 1990 und 1998“. In: *Publizistik* 50 (1/2005), 21–38.

6 Vgl. Lücke, Stephanie. *Real life soaps: Ein neues Genre des Reality TV*. Münster/Hamburg/London: Lit 2002, 26–31. Auf die wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kultu-

dieses Formats wurde von RTL seit Februar 1992 unter dem Titel NOTRUF ausgestrahlt. „Hier werden in sich abgeschlossene Unglücksfälle erzählt und mit den Original-Beteiligten nachgestellt [...]“. ⁷ Sie gilt als erstes Reality-TV-Format in Deutschland (wenn man den Vorläufer AKTENZEICHEN XY UNGELÖST nicht mit dazurechnet) und lief bis 2006. Bereits 1992 kamen ähnliche (allerdings wesentlich kurzlebigere) Formate dazu wie etwa AUF LEBEN UND TOD und AUGENZEUGEN-VIDEO bei RTL oder RETTER bei SAT.1, aber auch schon neue Varianten wie BITTE MELDE DICH, VERZEIH MIR oder TRAUMHOCHZEIT. Danach entwickelte sich schnell ein immer breiteres Spektrum an unterschiedlichen Typen.

Was war das Neue an diesen Formaten und worin liegen die Gemeinsamkeiten, die den Kern des sich ausdifferenzierenden Reality-TV ausmachten? In Definitionen aus der Anfangszeit wird vor allem betont, dass Reality-TV das „wahre Leben“ und „echte Menschen“ in den Mittelpunkt stellt. ⁸ Das mag auf den ersten Blick ein wenig naiv klingen, trifft aber tatsächlich einen wesentlichen Aspekt: Neuartig war es nämlich tatsächlich, außerhalb der fiktionalen Unterhaltung nicht etwa Prominente oder Politiker*innen, sondern „normale“ Menschen in den Mittelpunkt zu stellen und Geschichten aus ihrem Leben zu erzählen.

Wenn von „echten Menschen“ die Rede ist, hat das also eine doppelte Dimension: Es sind keine erfundenen Figuren und es sind Personen, die aus der Lebenswelt des Publikums stammen oder stammen könnten. ⁹ Ähnlich war das ja auch in den Daily Talks, die ebenfalls 1992 ihre Premiere im deutschen Fernsehen hatten (HANS MEISER) und sich rasant ausbreiteten. Dabei wurde schnell deutlich, dass das Freigeben der Bühne für „normale Menschen“ auch soziale Öffnung bedeutete und dass „mit dem Reality TV erstmals die Mittelklassendominanz der Fernsehproduktion durchbrochen worden ist“. ¹⁰ Jeder Zuschauer könnte selber in diesen Sendungen auftreten; gleichzeitig wird das Publikum auch direkt angesprochen

rellen Hintergründe der Entstehung von Reality TV in den USA verweisen Murray, Susan/Ouellette, Laurie (Hg.). *Reality TV: Remaking Television Culture*. New York/London: New York University Press 2004, 7–9.

⁷ Lücke: *Real life soaps*, 27.

⁸ Vgl. Gölz, Hanna. *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung: Eine Untersuchung zum Einfluss von Scripted-Reality-Sendungen*. Zugl. erschienen als Diss. Universität Hohenheim. Baden-Baden: Nomos 2018, 29 (mit Belegstellen).

⁹ Reichertz spricht von „Nahwelt-TV“ (Reichertz, Jo. „Reality-TV – ein Versuch, das Muster zu finden.“ In: *Securitarianment: Medien als Akteure der Inneren Sicherheit*. Hg. Oliver Bidlo, Carina Jasmin Englert, Jo Reichertz. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2011, 219–236, hier 234).

¹⁰ Klaus: „Fernsehreifer Alltag“, 168; vgl. auch Holmes, Su/Jermyn, Deborah. „Introduction: Understanding Reality TV.“ In: *Understanding Reality Television*. Hg. Su Holmes, Deborah Jermyn. London/New York: Routledge 2005, 1–32, hier 8–10.

und beteiligt – von der Mitwirkung als Studiopublikum bis hin zum direkten Eingriff in der Form von Abstimmungen. „Damit verwischen die einst starren Grenzen zwischen SchauspielerIn/ProduzentIn und ZuschauerIn/KonsumentIn. Die Möglichkeit des Rollenwechsels [...] macht vermutlich einen zentralen Reiz der Sendungen aus.“¹¹

Auch der Begriff des „wahren Lebens“ hat diese doppelte Dimension. Gemeint ist nicht nur, dass die Geschichten nicht fiktional waren, sondern auch, dass es gleichzeitig Alltagsgeschichten waren – also keine gesellschaftlich relevanten Themen verhandelt wurden, sondern Geschichten, die auch außerhalb solcher Legitimierung als erzählenswert galten. Ein Merkmal, das dabei am Anfang klar im Vordergrund stand (und anfänglich deshalb zur Definition zählte) war, dass es sich meist um dramatische Ereignisse handelte, also um Verbrechen oder Unfälle.

So nannte auch Wegener 1994 diese Merkmale:

- Realereignisse werden entweder wirklichkeitsgetreu nachgestellt oder durch originales Filmmaterial dokumentiert.
- Die Ereignisse haben in erster Linie keinen (oder nur selten) unmittelbaren Bezug zu aktuellen, gesellschaftlich-relevanten Themen.
- Die Ereignisse zeigen im Wesentlichen Personen, die entweder psychische und/oder physische Gewalt ausüben und/oder erleiden.
- Die einzelnen Beiträge thematisieren verschiedene Ereignisse, die in keinem unmittelbaren Zusammenhang miteinander stehen.¹²

Die letzten beiden Punkte, also die Gewaltorientierung und die besondere Bauform, haben sich dann mit der Weiterentwicklung schon im Lauf der 1990er Jahre schnell als nicht konstitutiv erwiesen. Was trotz der Ausdifferenzierung und Erweiterung als Gemeinsamkeit des Genres erhalten bleibt, sind aber die Merkmale der thematischen Aufbereitung, die auch Wegener schon beobachtete und die ähnlich dann auch Bente und Fromm 1997 in ihrem Buch über das Affektfernsehen herausstellten.¹³

¹¹ Klaus: „Fernsehreifer Alltag“, 163.

¹² Wegener, Claudia. *Reality-TV: Fernsehen zwischen Emotion und Information*. Opladen: Leske und Budrich 1994, 17.

¹³ Bente, Gary/Fromm, Bettina. *Affektfernsehen: Motive, Angebotsweisen und Wirkungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 1997.

Lücke hat diese Merkmale 2002 noch einmal zusammengefasst.¹⁴ Ein durchgängiges Element in allen Spielarten von Reality-TV ist demnach die Personalisierung der in der Regel nicht-prominenten Teilnehmer*innen, die „als Persönlichkeiten inszeniert werden und deshalb potenziell Identifikationsfiguren für ihr Publikum darstellen können.“¹⁵ Eng damit verbunden sind die Emotionalisierung, also sowohl das Zeigen als auch das Wecken von Gefühlen beim Publikum, und die Intimisierung, also das Offenlegen der Privat- und Intimsphäre der Protagonist*innen.¹⁶ Weitere Merkmale, die man durchgängig beobachten kann, sind die Dramatisierung des Gezeigten und die stark stereotypisierte Darstellung von Personen und Handlungen. Für komplexe Zusammenhänge oder die differenzierte Darstellung von Charakteren ist weder Zeit noch Interesse vorhanden. „Gerade die Überzeichnung der Charaktere und die oberflächliche Darstellung von Problemen ermöglicht es den verschiedenen Gruppen von Zuschauenden, diese Vorlagen mit eigenen Bedeutungen zu füllen.“¹⁷

Mit den immer neuen Formaten, die in der Folge (etwa seit 2000) dazukamen und sowohl beim Publikum als auch bei der Medienkritik große Resonanz fanden, also beispielsweise BIG BROTHER, das Dschungelcamp (ICH BIN EIN STAR – HOLT MICH HIER RAUS!), die SUPER NANNY, der BACHELOR oder BAUER SUCHT FRAU, wurden zwei weitere Merkmale deutlich, die die Charakterisierung ergänzen, nämlich die immer größere Bedeutung kalkulierter Tabubrüche¹⁸ und in direktem Zusammenhang damit der Trend zur Skandalisierung. „Schließlich bleibt auf der Ebene der Gesellschaft die große Grenzübertretung zwischen Banalem und Bedeutendem, indem scheinbar Triviales zum öffentlichen Skandal und zum großen gesellschaftlichen Gesprächsthema wird [...].“¹⁹

Nur scheinbar im Widerspruch dazu steht der durchweg sehr stark moralisierende Charakter von Reality-TV. So haben die gezeigten Geschichten immer auch eine Moral; ob offen oder eher versteckt, sind es immer auch „Lehrstücke“.²⁰

¹⁴ Vgl. Lücke: *Real life soaps*, 52–61. Die Parallelität zum Boulevardjournalismus ist unübersehbar; vgl. auch Bleicher, Joan Kristin. *Reality TV in Deutschland: Geschichte – Themen – Formate*. Hamburg: AVINUS Verlag Sieber & Dr. Weber 2018, 13.

¹⁵ Klaus, Elisabeth/Lücke, Stephanie. „Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap“. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 51 (2/2003), 195–212, hier 208.

¹⁶ Vgl. Schweer, Martin K. W. (Hg.). *Das Private in der öffentlichen Kommunikation: „Big Brother“ und die Folgen*. Köln: von Halem 2002.

¹⁷ Klaus/Lücke: „Reality TV“, 209.

¹⁸ Vgl. Lünenborg, Margreth (Hg.). *Skandalisierung im Fernsehen: Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption von Reality-TV-Formaten*. Berlin: VISTAS Verlag 2011.

¹⁹ Klaus: „Fernsehreifer Alltag“, 164.

²⁰ Vgl. Gözl: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 32.

Die aufgezeigten Lebensweisen werden so inszeniert, dass sie stets über erkennbare Handlungsschritte in ein nach gängigen Standards sozial verträgliches Verhalten münden oder in eindeutigen Kontrast zu ihm stehen. Damit beansprucht das Reality-TV, Vorbilder zu präsentieren, Ratgeber zu sein, praktische Tipps zu liefern und somit Funktionen der Lebenshilfe zu erfüllen.²¹

Was noch dazukommt und aus heutiger Sicht ebenfalls eine Gemeinsamkeit der vielfältigen Varianten von Reality-TV bildet, ist schließlich der besondere Darstellungsstil, der sich schnell herausbildete.²² So ist Reality-TV – im Gegensatz zur professionellen Filmproduktion – immer Videoproduktion: schnell und kostengünstig bei der Aufnahme wie in der Nachbearbeitung. Damit hängt zusammen, dass die Produktion vergleichsweise fehlerhaft ist; auffällig sind zum Beispiel „wackelnde (Hand-)Kameras, Wiederholungen oder auch Akteure, welche sich versprechen oder nur schwer verständlich sind“²³. Typisch ist ferner, dass die Kamera gerne auch in das Geschehen eingreift – genauso wie das beliebte Stilmittel der Verpixelung ein klarer Hinweis auf die Inszeniertheit der Sendungen ist.²⁴

3 Systematisierung: Genres und Subgenres

Bis heute ist die Entwicklung von Reality-TV dadurch gekennzeichnet, dass nicht nur immer neue Formate entstehen, sondern auch neue Genres und Subgenres.²⁵ So verwendet man den Begriff Reality-TV heute als Sammelbegriff für eine Genrefamilie.²⁶

Einen guten Überblick gibt der Systematisierungsversuch, der zuerst von Stephanie Lücke²⁷ erarbeitet wurde und in der Überarbeitung von 2003 unter dem

21 Keppler: *Das Fernsehen als Sinnproduzent*, 144.

22 Vgl. Reichertz: „Reality-TV“, 227–235.

23 Reichertz: „Reality-TV“, 229; vgl. auch Gözl: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 109.

24 Vgl. Gözl: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 109–112.

25 Während sich der Begriff des Formats auf einzelne, meist durch entsprechende Rechte geschützte und international verwendete kommerzielle Produkte bezieht, ist Genre der umfassendere Begriff, mit dem Sendungen auch unterschiedlicher Formate zusammengefasst werden. Zur Abgrenzung der durchaus heterogen verwendeten Begriffe vgl. Gözl: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 26–29. Grundsätzlich zum Begriff Fernsehgenre vgl. auch Creeber, Glen (Hg.). *The Television Genre Book*. London u. a.: Palgrave Macmillan 2015.

26 Vgl. Gözl: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 32–33. Keppler spricht von einer „durch Familienähnlichkeiten strukturell, inhaltlich und formal miteinander verwandten und verbundenen Gattungsfamilie des Reality-TV“ (Keppler: *Das Fernsehen als Sinnproduzent*, 143).

27 Vgl. Lücke: *Real life soaps*, 50–52.

Dach des Reality-TV insgesamt elf Genres unterscheidet.²⁸ Diese werden in Anlehnung an den Vorschlag von Keppler in zwei Gruppen eingeteilt, nämlich in narratives und performatives Reality-TV.²⁹

Unter narrativem Reality-TV werden demnach Sendungen verstanden, die „ihre ZuschauerInnen mit der authentischen oder nachgestellten Wiedergabe realer oder realitätsnaher außergewöhnlicher Ereignisse nicht-prominenter Darsteller unterhalten“. ³⁰ Dazu gehören neben dem gewaltzentrierten Reality-TV, das schon die Anfangszeit prägte, die Real Life Comedy wie z. B. JACKASS, Gerichtsshow's wie RICHTERIN BARBARA SALESCH und die Personal Help Show wie ZWEI BEI KALLWASS.

Das performative Realitätsfernsehen beschreiben Klaus und Lücke als „Bühne für nicht-alltägliche Inszenierungen“. ³¹ Auch die Genres dieser Gruppe operieren mit narrativen Elementen, dabei greifen sie aber mehr oder weniger direkt in die Alltagswirklichkeit der teilnehmenden Personen ein, wenn in ihrem Rahmen soziale Handlungen ausgeführt werden, die „als solche bereits – zumindest dem Anspruch nach – das soziale Leben der Akteure verändern sollten“. ³² Hierzu zählen Beziehungs- oder Beziehungs-Game-Shows wie NUR DIE LIEBE ZÄHLT oder HERZBLATT, die Daily Talks, aber auch Problemlösesendungen wie BITTE MELDE DICH!, Reality Soaps wie BIG BROTHER, Doku-Soaps wie ABNEHMEN IN ESSEN und schließlich die Castingshows wie DSDS oder GERMANY'S NEXT TOPMODEL.

Die Trennschärfe solcher Klassifikationen ist ja immer dadurch in Frage gestellt, dass es in der Praxis des Alltags auch Ausnahmen gibt – Beispiele, die nicht vollständig in das Schema passen, unscharfe Grenzen, die sich möglicherweise in der historischen Entwicklung verschieben oder gar auflösen. Für die Genrefamilie des Reality-TV gilt das in ganz besonderer Weise, denn Hybridität ist hier – über den allgemeinen Trend zur Hybridisierung hinaus – zu einem Merkmal geworden, das als Teil ihrer Definition gesehen werden kann. Der Marktlogik des kommerziellen Fernsehens entsprechend werden immer neue Formate generiert, damit immer wieder aufs Neue Aufmerksamkeit erzeugt wird, und als äußerst produk-

²⁸ Vgl. Klaus/Lücke: „Reality TV“, 198–200.

²⁹ Vgl. Keppler, Angela. *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung*. Frankfurt a. M.: Fischer-Taschenbuch-Verlag, 1994, 8–9.

³⁰ Klaus/Lücke: „Reality TV“, 199.

³¹ Klaus/Lücke: „Reality TV“, 199.

³² Keppler: *Das Fernsehen als Sinnproduzent*, 142.

tiv hat es sich dabei erwiesen, nicht nur Merkmale aus existierenden Formaten, sondern auch aus unterschiedlichen Genres neu zu kombinieren.³³

Ganz besonders gilt das für das Genre der Scripted Reality, das in der beschriebenen Auflistung noch gar nicht vorkommt, in den letzten zehn Jahren aber immer mehr an Bedeutung gewonnen hat. Scripted-Reality-Sendungen „verbinden Elemente von Doku-Soaps mit [weiteren, Anm. von Gözl] Elementen des Reality-TV“³⁴ und steigern die Hybridisierung damit noch einmal, indem sie Merkmale aus Genres und Untergenres übernehmen, die selber schon Hybride sind.³⁵

Genauso wie die eng verwandte Form der Doku-Soap³⁶ ist auch Scripted Reality eine Mischung aus Fiktion und Dokumentation. Auf der einen Seite stehen Merkmale, die für fiktionale Serien typisch sind, insbesondere die aus der Soap Opera bekannte Dramaturgie und Themensetzung; auf der anderen Seite ist ein gezielter Einsatz von dokumentarischen Stilmitteln kennzeichnend, etwa natürliches Licht, Handkameras, Einblendungen von Orts- und Zeitangaben sowie Interviewszenen.³⁷

Der wichtigste Unterschied liegt im Authentizitätsanspruch. So gilt für die Doku-Soap, dass die Akteure „nicht als fiktive *Figuren*, sondern als reale *Personen* vorgestellt [werden]; die inszenierten Ereignisse werden als Vorkommnisse aus dem tatsächlichen Leben der vorgeführten Menschen präsentiert“.³⁸ Anders bei Scripted-Reality-Formaten: Auch diese geben vor, „das Alltagsleben und die Probleme ‚normaler‘ Menschen zu zeigen“,³⁹ dabei handelt es sich aber um frei erfundene Geschichten, die auf einem Drehbuch beruhen und von Schauspielern realisiert werden. Einblendungen wie „Alle handelnden Personen sind frei erfunden“ bzw. „Alle Fälle sind frei erfunden“, meist am Ende einer Folge platziert,

33 Vgl. Klaus/Lücke: „Reality TV“, 196; Thomas, Tanja. „Wissensordnungen im Alltag: Offerten eines populären Genres“. In: *Alltag in den Medien – Medien im Alltag*. Hg. Jutta Röser, Tanja Thomas, Corinna Peil. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, 25–47, hier 25.

34 Mikos, Lothar. „Die Inszenierung von Authentizität in Scripted-Reality- und Castingshow-Formaten“. In: *Fernsehen in Deutschland: Programmbericht 2012. Programmforschung und Programmdiskurs*. Hg. Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin: VISTAS Verlag 2013, 127–137, hier 130. Zit. nach Gözl: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 36.

35 Vgl. Gözl: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 36.

36 Vgl. Eggert, Jeannette. „Es ist angerichtet!: Die Entwicklung der Doku-Soap im deutschen Fernsehen“. In: *Spiel der Wirklichkeit: Zur Entwicklung doku-fiktionaler Formate in Film und Fernsehen*. Hg. Kay Hoffmann. Konstanz: UVK 2012, 133–152.

37 Vgl. dazu ausführlicher Gözl: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 107–115.

38 Keppler: *Das Fernsehen als Sinnproduzent*, 145.

39 Mikos: „Die Inszenierung von Authentizität in Scripted-Reality- und Castingshow-Formaten“, 131. Zit. nach Gözl: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 34.

geben denen, die sie lesen, klaren Aufschluss über den fiktionalen Charakter der Sendungen.⁴⁰

Die Akteure werden von Laiendarsteller*innen verkörpert, die in Castings durch Produktionsfirmen oder Casting-Agenturen gesucht werden. Dabei achten die Produzent*innen darauf, dass die Darsteller*innen in der Summe unterschiedliche Typen verkörpern und im Einzelnen möglichst große Ähnlichkeit mit den Rollen aufweisen, sodass sie immer auch sich selber spielen.⁴¹ Für die Zuschauer*innen wird die Unterscheidung zwischen echten und gespielten Personen damit schwierig, und tatsächlich sind die Übergänge fließend. So ging man bei der Gerichtsshow RICHTERIN BARBARA SALESCH, die als Vorläufer von Scripted Reality gilt, schon bald dazu über, immer mehr Rollen (letztlich alle außer der Richterin, dem Staatsanwalt und der Verteidigung) mit Laienschauspieler*innen zu besetzen und die Fälle in Form von Drehbüchern vorzugeben, wodurch es möglich wurde, nicht nur zivilrechtliche Fälle zu behandeln wie am Anfang, sondern auch (für die Zuschauer*innen interessantere) Strafprozesse.⁴²

Nach ihrer Erzählstruktur können zwei Varianten von Scripted Reality unterschieden werden. Soapartige Formate (wie BERLIN – TAG UND NACHT) zeichnen sich „durch einen fortlaufenden Handlungsstrang aus, der sich immer weiter entwickelt und kein (absehbares) Ende findet“⁴³. Die Akteure sind im Wesentlichen gleichbleibend. Demgegenüber sind episodentartige Formate (wie FAMILIEN IM BRENNPUNKT) dadurch gekennzeichnet, dass die einzelnen Folgen in sich abgeschlossen sind und die Akteur*innen (bis auf einzelne feste Expert*innen, die immer wieder auftreten) von Folge zu Folge wechseln. Thematisch sind ebenfalls zwei Gruppen zu unterscheiden: In der einen geht es (wie in ACHTUNG KONTROLLE) um Kriminalfälle oder Ordnungswidrigkeiten, die von privaten oder staatlichen Ermittlern verfolgt werden; in der zweiten geht es (wie in VERDACHTSFÄLLE)

⁴⁰ Vgl. Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 107. Zur kritischen Diskussion darüber vgl. Bergmann, Anke/Gottberg, Joachim von/Schneider, Jenny. *Scripted Reality auf dem Prüfstand: Eine Studie. Teil 1: Scripted Reality im Spiegel einer exemplarischen Inhaltsanalyse*. https://fsf.de/data/user/Dokumente/Downloads/FSF_SR_studie_teil1.pdf (10.07.2020), 11 und (mit eigenen Ergebnissen) 15–16.

⁴¹ Vgl. Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 41; Schwämmle, Ann-Sophie/Gölz, Hanna/Schenk, Michael. „Wer spielt bei Scripted Reality mit – und warum? Qualitative Leitfadenterviews mit LaiendarstellerInnen ausgewählter TV-Sendungen“. In: *Scripted Reality: Perspektiven auf Produkt, Produktion und Rezeption*. Hg. Daniel Klug. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft 2016, 187–208.

⁴² Vgl. Bergmann/Gottberg/Schneider: *Scripted Reality auf dem Prüfstand*, 9. Erwähnt werden muss, dass bei Doku-Soaps offensichtlich auch Skripts und gecastete Schauspieler zum Einsatz kommen, auch wenn das immer wieder bestritten wird.

⁴³ Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 36 (vgl. auch für das Folgende).

um Alltagsprobleme, die um die Themen Familie, Liebe und Partnerschaft kreisen.

Im Fernsehalltag haben sich die Scripted-Reality-Formate seit 2009 sehr schnell ausgebreitet. Im Frühjahr 2011 wurden 11 verschiedene Formate erkannt, im Winter 2012/13 waren es schon 19.⁴⁴ „Zum Jahresstart 2014 wurden insgesamt 21 verschiedene Formate auf den Sendern RTL, RTL II, Sat.1, VOX und Kabel eins ausgestrahlt.“⁴⁵ Insgesamt starteten 2014 59 neue Formate.⁴⁶

Wie die Programmanalyse der ARD/ZDF-Medienforschung zeigt, sind Scripted-Reality-Formate in den letzten Jahren deutlich zurückgefahren worden, bilden aber immer noch einen ansehnlichen Anteil des Programmangebots. Bei SAT.1 entfielen im Jahr 2019 25 % der Gesamtsendezeit (das entspricht 6 Stunden pro Tag) auf den Bereich der gescipteten Reality-TV-Formate, bei RTL waren es 13 %, bei VOX 6 %.⁴⁷

Als Gründe für den hohen Anteil dieser Formate wird einerseits ihre preiswerte Produktion genannt, andererseits wird immer wieder auf die hohen Quoten verwiesen. Eine Untersuchung von 2010 kam beispielsweise bei RTL auf Marktanteile von 25–30 % bei den 14- bis 49-Jährigen.⁴⁸ In der JIM-Studie 2019 nennen 23 % der Mädchen Scripted Reality oder Doku-Soaps als Lieblingssendungen, bei den Jungen sind es 14 %.⁴⁹ Insgesamt zeigt sich, dass die Sendungen sowohl bei Jugendlichen als auch bei jüngeren Erwachsenen beliebt sind, vergleichsweise höhere Werte zeigen sich bei Erwachsenen mit niedrigeren Bildungsabschlüssen.⁵⁰

4 Scripted Reality – Inhalt und Rezeption

Die empirische medienwissenschaftliche Forschung zu Scripted Reality hat sich vor allem in Form von Inhaltsanalysen und Rezeptionsstudien mit diesen Sen-

⁴⁴ Vgl. Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 37.

⁴⁵ Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 39.

⁴⁶ Vgl. Keppler: *Das Fernsehen als Sinnproduzent*, 142.

⁴⁷ Maurer, Torsten/Beier, Anne/Weiß, Hans-Jürgen. „Programmprofile von Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben: Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse 2019 – Teil 1“. In: *Media Perspektiven* 5 (2020), 246–264, hier 259.

⁴⁸ Vgl. Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 38.

⁴⁹ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. *JIM-Studie 2019: Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2019/JIM_2019.pdf (10.07.2020), 36.

⁵⁰ Vgl. Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 230.

dungen befasst. Dabei geht es um die gezeigte Wirklichkeit und um die Frage, wie diese Wirklichkeit wahrgenommen wird.

Was die Geschichten betrifft, haben sich in Scripted Reality – wie schon erwähnt – zwei thematische Schwerpunkte herausgebildet: In Ermittlergeschichten wie *ACHTUNG KONTROLLE* geht es naturgemäß vor allem um Straftaten und Themen im sozialen Umfeld der Akteure, in den Familiengeschichten wie bei *VERDACHTSFÄLLE* steht der familiäre Bereich im Vordergrund, konkret geht es meistens um partnerschaftliche Beziehungen und Liebe bzw. um die Beziehungen zwischen Eltern und Kindern. Fast immer spielen auch soziale Beziehungen mit Freund*innen, Nachbar*innen oder im schulischen Kontext eine Rolle.⁵¹

Doch auch wenn der gezeigte Alltag der Lebenswirklichkeit des Publikums nahesteht, bedeutet die Aufbereitung der Geschichten nach den Prinzipien von Reality-TV doch immer auch eine Umgestaltung, sodass „sie ein anderes Gesicht gewinnen, als es sowohl im Alltag der Protagonisten als auch in demjenigen der Zuschauer der Fall ist“.⁵² Auffällig ist vor allem, dass in den Folgen oder Episoden fast immer ein Konflikt im Zentrum steht. Dieser Konflikt wird in den meisten Fällen vollständig gelöst. Die Wege dahin sind allerdings je nach Serie unterschiedlich. In manchen Formaten muss die Polizei eingreifen oder man trifft sich vor Gericht, andere setzen auf Ausgleich und Vermittlung, wobei auffällt, dass die Lösung hier oft ziemlich „abrupt“ und „überraschend schnell“ gefunden wird.⁵³

In der Summe werden die Geschichten eher stereotyp erzählt; die Charakterisierung der Figuren bleibt einfach und plakativ. Vor allem Minderheiten werden gerne durch entsprechend deutliche und auffällige Abweichungen von der Norm charakterisiert, beispielsweise durch ärmliche oder besonders elegante Kleidung oder indem sie z. B. nur gebrochenes Deutsch sprechen.⁵⁴ Männer- und Frauenbilder sind traditionell geprägt; bei den gezeigten Familien dominiert die Kernfamilie mit verheiratetem Paar und 1–2 Kindern.⁵⁵

Der Vorwurf, dass die gezeigte soziale Realität vor allem in Unterschichten-Milieus spielt, kann empirisch dagegen nicht gestützt werden. In der Diskussion dazu, die jahrelang die deutschen Feuilletons füllte, fielen ja Begriffe wie „Sozial-Pornos“, „Asi-TV“, „Hartz-IV-TV“ oder „Proll-Fernsehen“.⁵⁶ Im *Stern* formulierte beispielsweise Hans-Ulrich Jörges 2004:

⁵¹ Vgl. Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 116.

⁵² Keppeler: *Das Fernsehen als Sinnproduzent*, 141.

⁵³ Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 120.

⁵⁴ Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 138.

⁵⁵ Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 143.

⁵⁶ Vgl. Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 25, mit Belegstellen.

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 egopols-ternden Brustvergrößerung – das einstmals innovative Reality-TV treibt ab in die Gosse.⁵⁷

In den inhaltsanalytischen Untersuchungen ergibt sich ein anderes Bild. In der Mehrzahl der untersuchten Scripted-Reality-Sendungen spielen die Geschichten weder in einer Glamourwelt noch im Hartz-IV-Milieu. Stattdessen sind die Handlungsorte wie auch die Akteure im Gros der Sendungen der Mittelschicht zuzuordnen. Nur in einzelnen Formaten findet sich ein überdurchschnittlich hoher Anteil an Arbeitslosen oder Menschen in Führungspositionen.⁵⁸ Auch andere Merkmale der Akteure, die untersucht wurden (wie etwa Kleidung, Aussehen und Gewicht, Beziehungsstatus oder auch Sprache), weisen darauf hin, dass „verstärkt Alltagsmenschen aus der sozialen Mittelschicht gezeigt [werden], die sich äußerlich kaum von der breiten Masse unterscheiden“⁵⁹ und dadurch (so wird es jedenfalls interpretiert) „sehr gut durch die Rezipienten zum Vergleich herangezogen werden“⁶⁰ können.

Auch im Hinblick auf die vermittelten Werte und die sog. „Metabotschaften“ gilt, dass in der Summe ein sehr gleichförmiges Bild erzeugt wird. Es ist dadurch gekennzeichnet, dass durchgängig ein soziales und aufrichtiges Verhalten propagiert wird mit Werten wie Fairness, Gerechtigkeit, Ehrlichkeit und Verantwortungsbewusstsein. Explizit deutlich wird das vor allem, wenn in den Sendungen die Expert*innen zu Wort kommen, die es überall gibt: entweder in Form von festen Expert*innen oder in der Gestalt von Alltagsmenschen, denen eine Expertenrolle zugewiesen wird.⁶¹

57 Jörges, Hans-Ulrich. „Morgenthau im TV“. In: *stern* 42 (2004). <https://www.stern.de/politik/deutschland/aus-stern-nr--42-2004-morgenthau-im-tv-3548470.html> (13.10.2020). Zit. nach Klaus: „Fernsehreifer Alltag“, 167. Interessant ist dabei, dass die Kritik sich weniger dagegen richtete, dass Reality-TV mit den entsprechenden Sendungen möglicherweise ein Zerrbild der prekären Lebensverhältnisse zeichnet, sondern vielmehr dagegen, dass „sie die Welt der Unterschicht eins zu eins spiegelten und deshalb kein Entrinnen erlaubten“ (Klaus: „Fernsehreifer Alltag“, 167).

58 Vgl. Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 126. Ähnlich Bergmann/Gottberg/Schneider: *Scripted Reality auf dem Prüfstand*, 20.

59 Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 135.

60 Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 169.

61 Vgl. Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 148–150.

In der Summe wird ein Heile-Welt-Bild vermittelt. Es ist zwar eine Welt voller Probleme, die vorgeführt wird, aber es ist auch eine Welt, in der diese Konflikte gelöst werden, und zwar häufig mit stark vereinfachten Problemlösungsstrategien.⁶²

Zusammenfassend ist die dort gezeigte Medienrealität als eine Welt zu beschreiben, in der sich alles um alltagsnahe Konflikte im Familien- und Freundeskreis dreht, die am Ende in einem Happy End für eine Mehrheit der Beteiligten enden. Der Sieg des Guten über das Böse sowie die Kernaussagen, dass am Ende immer alles gut wird und sich falsche Taten rächen, stehen im Einklang mit dem Fokus auf Werte wie Ehrlichkeit, Aufrichtigkeit, Gerechtigkeit, Verantwortung, Freundschaft und Familienleben.⁶³

Interessant ist nun natürlich die Frage, wie Rezipient*innen die in solchen Serien gezeigte Realität wahrnehmen. In neueren Rezeptionsstudien wird diese Frage – basierend auf den Überlegungen von Hall⁶⁴ – in unterschiedliche Dimensionen aufgeschlüsselt. Daran anknüpfend fragt Gözl in ihrer Rezeptionsstudie, die sich auf ausgewählte Scripted-Reality-Sendungen bezieht und deren Ergebnisse im Folgenden zusammengefasst werden sollen, unter anderem nach der Einschätzung der „Plausibilität“ und „Typikalität“ des Gezeigten sowie nach der Wahrnehmung des Inszenierungscharakters.⁶⁵

Um die Wahrnehmung der Realitätsnähe zu messen, wurde zunächst nach der „Plausibilität“ des Gezeigten gefragt. Dieses Kriterium bezieht sich auf die Wahrscheinlichkeit, dass das Gezeigte auch im wahren Leben passieren könnte. Dabei zeigte sich, dass etwa die Hälfte der Zuschauer*innen der Aussage zustimmten, dass das mit einer relativ hohen Wahrscheinlichkeit der Fall sei. Knapp 30 % sind unentschieden, nur etwa 15 % sind der Meinung, dass die gezeigten Inhalte nicht plausibel sind.⁶⁶

⁶² Vgl. Bergmann/Gottberg/Schneider: *Scripted Reality auf dem Prüfstand*, 17–19.

⁶³ Gözl: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 169–170. Dass solche Werte propagiert werden, bedeutet nicht, dass die Sendungen selbst ihnen gerecht werden. So konstatiert Klaus nach der Analyse einer Folge von *FRAUMENTAUSCH* in Bezug auf eine der Protagonistinnen: „Den Respekt, den diese in der Sendung von ihren Angehörigen einfordert, gewährt die Sendung ihr keineswegs.“ (Klaus: „Fernsehreifer Alltag“, 157.)

⁶⁴ Hall, Alice. „Reading Realism: Audiences’ Evaluations of the Reality of Media Texts“. In: *Journal of Communication* 53 (4/2003), 624–641; vgl. auch Cho, Hyunyi/Wilson, Kari/Choi, Jounghwa. „Perceived Realism of Television Medical Dramas and Perceptions About Physicians“. In: *Journal of Media Psychology* 23 (3/2011), 141–148.

⁶⁵ Vgl. Gözl: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 171–234. In der standardisierten Online-Befragung wurden „insgesamt 804 Seher und Nicht-Seher episodischer Scripted Reality-Sendungen unter anderem zu ihrer allgemeinen, aber auch genrespezifischen Fernsehnutzung befragt“ (Gözl: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 171).

⁶⁶ Vgl. Gözl: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 187.

Ähnlich sind die Befunde bei der zweiten Dimension, der „Typikalität“. Unter diesem Begriff geht es um die Ähnlichkeit des Gezeigten zu Personen und Ereignissen, die den Rezipient*innen selbst bekannt sind, und damit um die Frage, inwieweit es typisch oder repräsentativ für die Wirklichkeit ist. 40 % der Befragten sind der Meinung, dass in den Serien Dinge gezeigt werden, die viele Menschen so erleben. Knapp 25 % sind skeptischer, 36 % sind unentschlossen.⁶⁷

Zusammenfassend kann man also konstatieren, dass die Inhalte von den Befragten mehrheitlich als realitätsnah aufgefasst werden. „Weniger als 20 Prozent sprechen den Inhalten keine Realitätsnähe zu.“⁶⁸ Dabei ist die Zustimmung umso höher, je häufiger die Zuschauer*innen solche Sendungen ansehen. Mit höherem Bildungsabschluss dagegen sinkt die Zustimmung, wenn auch nur leicht.⁶⁹

Um zu ermitteln, inwieweit die Rezipient*innen den Inszenierungscharakter der Sendungen durchschauen, wurde ihnen die Aussage „Die Geschichten sind frei erfunden“ vorgelegt. Mehr als die Hälfte der Befragten stimmte dieser Aussage ganz oder teilweise zu, 28 % waren sich unsicher, nur 15 % waren eher der Meinung, dass die Geschichten nicht frei erfunden sind.⁷⁰ Diese Werte sind übrigens unabhängig davon, wie häufig die Befragten solche Sendungen rezipieren, es scheinen also Voreinstellungen zu sein, die durch die Rezeption nicht wesentlich modifiziert werden.⁷¹ Auffällig ist aber, dass ältere Zuseher*innen eher dazu neigen, das Gezeigte als wahr (also nicht erfunden) aufzufassen, und offenbar größere Schwierigkeiten haben, den Inszenierungscharakter der Sendungen zu durchschauen.⁷²

Die wahrgenommene Realitätsnähe und die Einschätzung des fiktionalen Charakters der Sendungen erweisen sich in der Auswertung als unabhängige Variablen. Zuschauer*innen, die die Fiktionalität erkennen (und übrigens auch Zuschauer*innen, die narrative Schwächen in den Sendungen erkennen), können die gezeigten Inhalte trotzdem für plausibel oder sogar wirklichkeitstypisch halten. Aber auch die untersuchten Kultivierungseffekte, also die Auswirkungen auf die Weltsicht der Zuschauer*innen, sind nach den Ergebnissen der Studie weitgehend unabhängig davon, wie die Fiktionalität der Sendungen eingeschätzt

67 Vgl. Götz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 188–189.

68 Götz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 208.

69 Vgl. Götz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 211–212.

70 Vgl. Götz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 211.

71 Vgl. Götz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 212.

72 Vgl. Götz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 213. Als Erklärung wird vorgeschlagen, dass ältere Zuschauer*innen aufgrund ihrer Fernsehsozialisation stärker von den dokumentarischen Stilmitteln beeinflusst werden.

wird.⁷³ Bei allen Befragten schlagen dafür aber die Metabotschaften durch: Je häufiger diese Sendungen rezipiert werden, desto eher stimmen die Befragten zu, dass die Welt eine schlechte Welt ist, eine Welt voller Probleme, in der man vorsichtig sein muss. Gleichzeitig und noch stärker sogar stimmen sie zu, dass es trotzdem eine heile Welt ist, in der das Gute siegt und letztlich alles gut endet.⁷⁴

5 Fazit

Reality-Formate im Bereich Doku-Soap oder Scripted Reality sehen aus wie dokumentarisches Fernsehen. Sie verwenden die Stilmittel von Dokumentationen, sie lassen (angeblich) echte Protagonist*innen auftreten oder sie verwenden Laienschauspieler*innen, sie behaupten, dass sie Alltagsgeschichten erzählen und – sei es real oder nachgespielt – soziale Wirklichkeit zeigen.

Dabei haben sie gleichzeitig auch immer einen hohen Grad an filmischer Inszeniertheit mit vielen Elementen dramaturgischer Gestaltung, die eher in fiktionalen Spielfilmen oder Serien beheimatet sind. So wird Spannung erzeugt, Konflikte werden inszeniert und wieder aufgelöst, Emotionen werden vorgeführt und ausgelöst, es gibt erzählerische Vor- und Rückgriffe, Musik wird zur Untermalung oder Kommentierung eingesetzt.⁷⁵ Auffällig sind die verschiedenen Verfahren der Zuspitzung, Dramatisierung und Kommentierung des jeweiligen Geschehens, die erkennbar den „natürlichen“ Gang der Dinge beeinflussen.

Reality-TV ist aber mehr als nur eine Mischung aus Stilmitteln und Bausteinen aus unterschiedlichen Gattungen. Denn obwohl es primär Unterhaltungsfernsehen ist und auch wenn es in Drehbüchern vorgefertigte erfundene Geschichten erzählt, beharrt es doch immer darauf, dass nicht einfach nur erfundene Geschichten und mögliche Wirklichkeiten gezeigt werden. Reality-TV sieht nicht nur aus wie dokumentarisch, sondern zu ihm gehört immer auch der Anspruch, mindestens indirekt auch Wirklichkeit zu zeigen, also tatsächliches Geschehen, das auch außerhalb der filmischen Inszenierung existiert.

Ob das stimmt, wieviel erfunden ist und wie authentisch das Gezeigte ist, ist dabei immer wieder kaum zu entscheiden. Reality-TV lässt es offen und verwischt die Grenzen. „Mehr oder weniger stark und mehr oder weniger deutlich *gestaltete* Wirklichkeit wird als *gestaltete Wirklichkeit* ausgegeben [...]“⁷⁶ Und das ist

⁷³ Vgl. Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 227.

⁷⁴ Vgl. Gölz: *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*, 233.

⁷⁵ Vgl. Keppler: *Das Fernsehen als Sinnproduzent*, 143.

⁷⁶ Keppler: *Das Fernsehen als Sinnproduzent*, 141.

kein Zufall: Typisch für Reality-TV ist eben genau, dass Art und Grad des Bezugs auf Wirklichkeit nachhaltig unterbestimmt und offen bleiben.⁷⁷ „Die [...] Unentscheidbarkeit dessen, in welchem Grad das jeweils Dargebotene sich tatsächlich so wie gezeigt abgespielt hat, ist so gesehen kein Mangel oder Makel dieser Sendungen, sondern ihr ostentatives Vorgehen.“⁷⁸

Dieser strukturell gegebenen Unterbestimmtheit des Wirklichkeitsbezugs entspricht der Befund der Rezeptionsstudien, dass eine beachtliche Gruppe des Publikums in der Frage, wie realitätsnah und authentisch das Gezeigte ist, unentschieden bleibt. Deutlich ist im Nebeneinander so unterschiedlicher Einschätzungen aber auch, dass es unterschiedliche Rezeptionsformen ermöglicht. Das Spektrum reicht vom naiven Zuschauer, der sich ahnungslos hinters Licht führen lässt, bis hin zum Intellektuellen, der die gezeigten Absurditäten bemerkt und kopfschüttelnd genießt. Ob man den fiktionalen Charakter erkennt oder nicht, ist nicht entscheidend für das Unterhaltungsvergnügen. Es ist aber auch nicht entscheidend für die Frage, für wie realitätsnah das Gezeigte gehalten wird, und damit auch für die Frage nach den möglichen Wirkungen auf das Weltbild der Zuschauer*innen.

Damit bleibt die Frage, was für eine Welt das ist, die uns da tatsächlich oder scheinbar gezeigt wird, und wie wir damit umgehen. Auch wenn die Schreckensszenarien des Asi-TV zumindest für einen großen Teil von Reality-TV offensichtlich nicht zutreffen, bleibt doch jedenfalls klar, dass eine sehr stereotype Welt gezeigt wird, dass eine voyeuristische Sichtweise jedenfalls ermöglicht wird und dass die vorgeblichen Angebote zur Lebensbewältigung in Wahrheit den Mechanismen der Unterhaltungsindustrie untergeordnet sind. Dabei spielt die Mischung aus fiktionalen und dokumentarischen Elementen eine wichtige Rolle: „Sie gewährt ein voyeuristisches Vergnügen besonderer Art: anderen Menschen in sicherer Distanz bei ihren oft unbeholfenen, peinlichen, verqueren oder bizarren Bemühungen um Lebensbewältigung zuzuschauen, wie es im Alltag so nicht möglich und schon gar nicht erlaubt wäre.“⁷⁹

Optimistisch könnte man mit Elisabeth Klaus davon sprechen, dass Reality-TV eine Lücke in unserem Erfahrungsleben füllt und dazu anregt, über Normen und Werte des Zusammenlebens nachzudenken.⁸⁰ Realistischer ist vielleicht das Fazit von Angela Keppler:

77 Vgl. Keppler: *Das Fernsehen als Sinnproduzent*, 158.

78 Keppler: *Das Fernsehen als Sinnproduzent*, 159.

79 Keppler: *Das Fernsehen als Sinnproduzent*, 160.

80 Klaus: „Fernsehreifer Alltag“, 158.

In den Angeboten des Reality-TV gehen nicht allein – in der Form ihrer Darbietungen – Dokumentation und Fiktion, sondern – in der Perspektive auf das Dargebotene – zugleich Nähe und Distanz eine eigene Verbindung ein. Sie eröffnen die Möglichkeit einer Haltung zynischer Empathie, in der der Spaß an den Sorgen und Nöten anderer für eine Weile das Bewusstsein ihrer Nähe zu den eigenen bei Weitem überwiegt.⁸¹

Literatur

- Bente, Gary/Fromm, Bettina. *Affektfernsehen: Motive, Angebotsweisen und Wirkungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 1997.
- Bergmann, Anke/Gottberg, Joachim von/Schneider, Jenny. *Scripted Reality auf dem Prüfstand: Eine Studie. Teil 1: Scripted Reality im Spiegel einer exemplarischen Inhaltsanalyse*. https://fsf.de/data/user/Dokumente/Downloads/FSF_SR_studie_teil1.pdf (10.07.2020).
- Bleicher, Joan Kristin. *Reality TV in Deutschland: Geschichte – Themen – Formate*. Hamburg: AVINUS Verlag Sieber & Dr. Weber 2018.
- Cho, Hyunyi/Wilson, Kari/Choi, Jounghwa. „Perceived Realism of Television Medical Dramas and Perceptions About Physicians“. In: *Journal of Media Psychology* 23 (3/2011), 141–148.
- Creeber, Glen (Hg.). *The Television Genre Book*. London u. a.: Palgrave Macmillan 2015.
- Dehm, Ursula/Storll, Dieter. „TV-Erlebnisfaktoren: Ein ganzheitlicher Forschungsansatz zur Rezeption unterhaltender und informierender Fernsehangebote“. In: *Media Perspektiven* 9 (2003), 425–433.
- Donsbach, Wolfgang/Büttner, Karin. „Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnachrichten: Darstellungsmerkmale der Politikberichterstattung vor den Bundestagswahlen 1983, 1990 und 1998“. In: *Publizistik* 50 (1/2005), 21–38.
- Eggert, Jeannette. „Es ist angerichtet!: Die Entwicklung der Doku-Soap im deutschen Fernsehen“. In: *Spiel mit der Wirklichkeit: Zur Entwicklung doku-fiktionaler Formate in Film und Fernsehen*. Hg. Kay Hoffmann. Konstanz: UVK 2012, 133–152.
- Gölz, Hanna. *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung: Eine Untersuchung zum Einfluss von Scripted-Reality-Sendungen*. Zugl. erschienen als Diss. Universität Hohenheim. Baden-Baden: Nomos 2018.
- Hall, Alice. „Reading Realism: Audiences’ Evaluations of the Reality of Media Texts“. In: *Journal of Communication* 53 (4/2003), 624–641.
- Holmes, Su/Jermyn, Deborah. „Introduction: Understanding Reality TV“. In: *Understanding Reality Television*. Hg. Su Holmes, Deborah Jermyn. London/New York: Routledge 2005, 1–32.
- Jörges, Hans-Ulrich. „Morgenthau im TV“. In: *stern* 42 (2004). <https://www.stern.de/politik/deutschland/aus-stern-nr--42-2004-morgenthau-im-tv-3548470.html> (13.10.2020).
- Keppler, Angela. *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung*. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag 1994.
- Keppler, Angela. *Das Fernsehen als Sinnproduzent: Soziologische Fallstudien*. Berlin/München/Boston: De Gruyter 2015.

⁸¹ Keppler: *Das Fernsehen als Sinnproduzent*, 160.

- Klaus, Elisabeth/Lücke, Stephanie. „Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap“. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 51 (2/2003), 195–212.
- Klaus, Elisabeth. „Fernsehreifer Alltag: Reality TV als neue, gesellschaftsgebundene Angebotsform des Fernsehens.“ In: *Medienkultur und soziales Handeln*. Hg. Tanja Thomas. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008, 157–174.
- Lücke, Stephanie. *Real life soaps: Ein neues Genre des Reality TV*. Münster/Hamburg/London: Lit 2002, 26–31.
- Lünenborg, Margreth (Hg.). *Skandalisierung im Fernsehen: Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption von Reality-TV-Formaten*. Berlin: VISTAS Verlag 2011.
- Mangold, Roland. „Infotainment und Edutainment“. In: *Lehrbuch der Medienpsychologie*. Hg. Roland Mangold, Peter Vorderer, Gary Bente. Göttingen u. a.: Hogrefe 2004, 528–541.
- Maurer, Torsten/Beier, Anne/Weiß, Hans-Jürgen. „Programmprofile von Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben: Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse 2019 – Teil 1“. In: *Media Perspektiven* 5 (2020), 246–264.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. *JIM-Studie 2019: Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2019/JIM_2019.pdf (10.07.2020).
- Mikos, Lothar. „Die Inszenierung von Authentizität in Scripted-Reality- und Castingshow-Formaten“. In: *Fernsehen in Deutschland: Programmbericht 2012. Programmforschung und Programmdiskurs*. Hg. Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin: VISTAS Verlag 2013, 127–137.
- Murray, Susan/Ouellette, Laurie (Hg.). *Reality TV: Remaking Television Culture*. New York/London: New York University Press 2004.
- Reichert, Jo. „Reality-TV – ein Versuch, das Muster zu finden.“ In: *Securitainment: Medien als Akteure der Inneren Sicherheit*. Hg. Oliver Bidlo, Carina Jasmin Englert, Jo Reichert. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2011, 219–236.
- Schwämmle, Ann-Sophie/Gölz, Hanna/Schenk, Michael. „Wer spielt bei Scripted Reality mit – und warum? Qualitative Leitfadeninterviews mit LaiendarstellerInnen ausgewählter TV-Sendungen“. In: *Scripted Reality: Perspektiven auf Produkt, Produktion und Rezeption*. Hg. Daniel Klug. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft 2016, 187–208.
- Schweer, Martin K. W. (Hg.). *Das Private in der öffentlichen Kommunikation: „Big Brother“ und die Folgen*. Köln: von Halem 2002.
- Thomas, Tanja. „Wissensordnungen im Alltag: Offerten eines populären Genres“. In: *Alltag in den Medien – Medien im Alltag*. Hg. Jutta Röser, Tanja Thomas, Corinna Peil. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, 25–47.
- Wegener, Claudia. *Reality-TV: Fernsehen zwischen Emotion und Information*. Opladen: Leske und Budrich 1994.