

Einleitung

Schlecht gekleidete, laut schreiende Menschen, die über Beziehungen, Familiengeheimnisse oder Geld streiten. Adoptivkinder, die tränenreich erstmals ihre natürlichen Eltern umarmen. Mütter, die ihre Familien tauschen und die Lebensmodelle der anderen kritisieren. ErziehungsexpertInnen, die hilflosen Eltern Tipps vermitteln. SchuldenberaterInnen, die an einer Tafel Sparmöglichkeiten aufschreiben. TrödelhändlerInnen, die in Müllbergen nach vermarktbareren Gegenständen suchen. Hässliche Menschen oder Bauern bei der PartnerInnensuche. Übergewichtige bei Abnehmversuchen. Designer, die ironisch die Kleidungskäufe und das Make-up von Frauen kommentieren. MaklerInnen, die mit ihren KundInnen Häuser und Wohnungen besichtigen. ModeratorInnen und HandwerkerInnen, die Häuser oder Wohnungen renovieren. Das Luxusleben von Millionärsfamilien oder erfolgreichen AuswanderInnen. Selbsternannte Gesangs- oder Tanztalente, die sich vor Jurys präsentieren und mit ironischen Kommentaren bewerten lassen. Und selbst diese endlos erscheinende Beispielkette ließe sich noch weiter fortführen: Es ist die Wirklichkeit, die das sogenannte Reality-TV jeden Tag den ZuschauerInnen präsentiert.

Die vorliegende Studie bietet einen Überblick zu diesem Programmschwerpunkt des deutschen Fernsehens und knüpft vielfältig an meine bisherigen Forschungsinteressen an. Während ich in meiner Habilitationsschrift (Bleicher 1999a) untersuchte, wie das Fernsehen als narratives Erkenntnisssystem Welt erklärt, soll nun dargestellt werden, auf welche Weise das Fernsehen Realität konstruiert und den Eindruck von Authentizität vermittelt.

Seit den 1990er Jahren zählt die kontinuierliche begleitende Programmbeobachtung des Leitmediums Fernsehen zu meinen zentralen Forschungsinteressen als Medienwissenschaftlerin an der Universität Hamburg. In diesem Kontext entstanden neben Studien zur allgemeinen Sender- und Programmentwicklung oder zu Genres wie dem TV Movie auch Analysen zu Sendungen des Reality-TV wie etwa *Big Brother* (RTL II 2000–2011, Sixx 2015) oder *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus* (RTL seit 2004). Bei diesen Sendungen handelt es sich um sogenannte Formate, also Sendungskonzepte, die Inhalt und Aufbau der einzelnen Sendungen detailliert festschreiben und von Sendern und Produktionsfirmen international weiterverkauft werden. Gerd Hallenberger beschreibt das Format als „Gebrauchsanweisung, nach der aus einer Sendungsidee auf mehreren Fernsehmärkten ein kommerziell Erfolg versprechendes serielles Programmangebot erstellt werden kann. Zentrale

Formatbestandteile können also etwa auch Erscheinungsbild, Dramaturgie, Moderationsstil oder optische (Logo) und akustische Signale sein. Im besten Fall wird so aus einer Programmidee ein global gehandelter Markenartikel wie beispielsweise *Who Wants to Be a Millionaire? (Wer wird Millionär?)*“ (Hallenberger 2012, 70).

Angesichts der steigenden Bedeutung des Formatfernsehens hat sich die Formatforschung über die letzten Jahre als wichtiger Zweig der internationalen Fernseh- und Medienwissenschaft etabliert (vgl. u. a. Murray/Ouellette 2009).

In der gegenwärtigen Medienkultur tragen Reality-TV-Formate maßgeblich zur Konstruktion der medialen Identität des Fernsehens bei, mit der ich mich auch schon in früheren Arbeiten beschäftigt habe (Bleicher 1999a). Ein weiteres, wesentliches Teilelement dieser Identität als visuelles Medium ist der Fernsehstil (vgl. Bleicher u. a. 2010). Ausgehend vom Konzept der Medialität lassen sich schließlich auch Wechselwirkungen zwischen Fernseh- und Onlineentwicklungen im Bereich der Bewegtbildangebote beschreiben (vgl. Bleicher 2009b, Bleicher/Armbrust 2014).

Im Verlauf meiner Forschungsarbeiten zeichneten sich auf verschiedenen Ebenen grundlegende Veränderungen des Fernsehens ab, die auch durch das Reality-TV vorangetrieben werden. So weisen inzwischen viele Formate mit ihrer Präsenz im Fernsehen und im Internet eine transmediale Struktur auf. Der Soziologe Udo Göttlich konstatiert daher folgerichtig den Ausbau des Fernsehens

[...] in Richtung eines multimedialen Events bzw. Ereignisangebots. Die beobachtbare multimediale Integration der unterschiedlichen Angebotsformen über ein Leitformat führt im Zuge der Etablierung neuer Hybridformate dazu, dass sich die Ziele der Fernsehproduktion und die Rolle und Stellung der Sender in der Öffentlichkeit vermischen. (Göttlich 2004, 133)

Gleichzeitig sind Reality-TV-Formate in ihrer Mischung ganz unterschiedlicher Genrelemente – etwa der Genres Daily Soap, Dokusoap, Gameshow und Talkshow bei *Big Brother* – symptomatisch für allgemein zu beobachtende Hybridisierungstendenzen.

Diese Hybridisierung ist seit einiger Zeit auch in Bezug auf dokumentarische und fiktionale Darstellungsformen zu beobachten. Die historische Entwicklung und die aktuellen Erscheinungsformen solcher Grenzgänge zwischen Fakten und Fiktion stellen ein weiteres meiner Forschungsinteressen dar. Sie können etwa im Bereich des *New Journalism* beobachtet werden (vgl. Bleicher/Pörksen 2004). Hier zeigen sich in verschiedenen Medien ähnliche narrative Strukturen der Informationsvermittlung, während gleichzeitig Strategien der Authentisierung fiktionaler Angebote zu beobachten sind (vgl.

ebd.). Mit seinen oft stark geskripteten und inszenierten Formaten bewegt sich auch das vorgeblich authentische Reality-TV an dieser Schnittstelle zwischen Traditionen der Fiktion und Dokumentation.

Eine systematische Gesamtanalyse der Entwicklungstendenzen des Formatfernsehens und ihrer wechselseitigen Interdependenzen wurde in den letzten Jahren wiederholt eingefordert, etwa vor dem Hintergrund der *Actor Network Theory* (Wolton/Le Paige 2012) oder der *New Film History* (Taddeo/Dvorak 2009). Aus praxisorientierten Perspektiven liegen bereits zahlreiche Arbeiten zu neuen Entwicklungen vor, etwa im Bereich der Medientechnik, des Medienrechts und der wirtschaftlichen Geschäftsmodelle und Rahmenbedingungen. Gleichzeitig sind Untersuchungen der neuen Themen, Ästhetiken und Dramaturgien, die sich unter diesen Bedingungen herausgebildet haben, noch deutlich unterrepräsentiert.

Um diese Lücke zu schließen, vermitteln die Kapitel dieses Bandes einen Überblick, der zum einen die Entwicklung des Formatfernsehens im Allgemeinen berücksichtigt, zum anderen mit dem Reality-TV einen konkreten Programmbereich vorstellt, in dessen dynamischer Entwicklung wiederum auch Transformationen des Mediums Fernsehen sichtbar werden. Dabei zeichnen sich grundlegende Veränderungen ab, wie zum Beispiel die Reduktion von Authentizität auf ein rein formales Stilmittel, das in vielen Formaten an die Stelle des traditionellen Anspruchs des Fernsehens tritt, tatsächlich als Fenster zur Welt zu fungieren.

Der Band liefert einen Gesamtüberblick des Angebotsspektrums, der historischen Entwicklungstendenzen, der thematischen Schwerpunkte, Dramaturgien und Darstellungsformen des deutschen Reality-TV. Dabei werden Formen und Funktionen dieser Formate innerhalb des Programms als narrativem Erkenntnisssystem des Fernsehens herausgearbeitet. Im Fokus stehen ausgewählte Themenbereiche und das Formatspektrum, das sich in diesen Bereichen seit der Jahrtausendwende bis Ende 2016 herausgebildet hat.

Dabei wird die Leitthese verfolgt, dass Reality-TV-Formate als hybride Genres bestehende populäre mediale Themenschwerpunkte, Genrelemente und Formate verwerten und sich auf diese Weise einen zentralen Platz im Programmangebot des Fernsehens sichern. So finden sich etwa zentrale Prinzipien des Boulevardjournalismus auch in Realityformaten wieder. Dazu zählen u. a. die Themenschwerpunkte, die reißerische Aufmachung, der plakative Stil und der einfache Sprachgebrauch, die Johannes Raabe als dessen zentrale Elemente ansieht (Raabe 2013, 33f.). Bei seriellen Formaten wie *Big Brother* oder Castingshows wie *Deutschland sucht den Superstar* (RTL seit 2002) kommt es zusätzlich zu einem crossmedialen Aufmerksamkeitstransfer durch Kooperationen von Sendeanstalten und Boulevardzeitungen, die die Fernsehausstrahlung mit Berichten über die Mitwirkenden begleiten (vgl. Hickethier 2003).

Gleichzeitig bildet Reality-TV aus medienhistorischer Perspektive eine Schnittstelle, die das traditionelle Fernsehen mit Bewegtbildangeboten des Internets verknüpft. So liefern etwa die Inszenierungen von Realityformaten Vorbilder für die Selbstdarstellung von NutzerInnen auf Videoplattformen wie YouTube (vgl. Andrejevic 2014). Ratgeberformate und Do-it-Yourself-Onlinevideos sind exemplarisch für Versuche, das Publikumsverhalten medial zu steuern, um etwa konsumorientierte Lebensmodelle zu etablieren. Die scheinbar dargestellte Wirklichkeit fungiert in diesen Formaten als erlebnisorientierte Erweiterung bestehender Werbeformen, die RezipientInnen mit vergleichbaren Lebenswelten adressiert.

Aufbau des Bandes

Die Gliederung des Bandes orientiert sich an den bisherigen Schwerpunkten der deutschen, aber auch der US-amerikanischen Fernsehforschung. Diese Einleitung gibt einen Überblick über die Forschungsziele, den theoretischen und methodischen Zugang sowie den Aufbau des Bandes. Anschließend ist das Buch in drei große Abschnitte unterteilt. Teil I widmet sich der Geschichte sowie den unterschiedlichen wissenschaftlichen, historischen, industriellen und kulturellen Kontexten des Reality-TV. Das erste Kapitel fasst die Schwerpunkte der bisherigen Forschung zum Reality-TV zusammen. Das zweite Kapitel beschreibt die historische Entwicklung des Reality-TV und berücksichtigt dabei verschiedene Einflüsse, etwa aus dem Bereich der Konzepte und Erscheinungsformen des Dokumentarfilms. Es folgen in Kapitel 3 Darstellungen der allgemeinen Entwicklung des Formatfernsehens mit einem Fokus auf den ökonomischen Kontexten und den Bereich der Produktion. Die Platzierungen von Realityformaten in den Programmschemata der Sendeanstalten bilden den Fokus des vierten Kapitels. Das fünfte Kapitel befasst sich schließlich mit den kulturhistorischen Vorläufern der Realismuskonzepte des Reality-TV.

Anschließend gibt Teil II einen ausführlichen, thematisch gegliederten Überblick über deutsche Realityformate. Das vorgestellte sehr breite Spektrum reicht von Überwachungsformaten über starbasierte Formate, Coaching-, Reise- und Kochformate bis zu Erscheinungsformen der Scripted Reality. Im letzten Abschnitt von Teil II wird gezeigt, wie Realityformate zum Inhalt selbstreferenzieller Unterhaltungsformate werden, die reflexiv innerhalb des Mediums Kritik üben. Das erste Kapitel des Teil III befasst sich mit Dramaturgiemodellen und Emotionalisierungsstrategien des Reality TV. Das zweite Kapitel setzt sich mit Veränderungen der Medienadressierung und Mediennutzung auseinander. Das dritte Kapitel bildet schließlich mit einer abschließenden Einschätzung des Reality-TV im Spiegel der aktuellen Medienethik und Medienkritik das Fazit des Bandes.

Forschungsziele

Ziel dieses Buches ist eine medienwissenschaftliche Untersuchung der von Fernsehsendern in Deutschland verbreiteten Reality-TV-Formate. Aus historischer, ästhetischer und angebotsorientierter Perspektive sollen die ökonomischen, gesellschaftlichen, medialen und kulturellen Kontexte der Angebotslandschaft herausgearbeitet werden. Im Kontext der ‚Glokalisierung‘, die auf das Spannungsverhältnis zwischen globaler Ausweitung und lokalen Besonderheiten verweist (vgl. Roudometof 2016), werden hier vor allem die kulturellen und ökonomischen Besonderheiten der deutschen Angebotslandschaft dokumentiert.

Der Untersuchungsgegenstand beinhaltet in seiner Komplexität besondere methodische Herausforderungen. Dazu zählt einerseits die senderübergreifend unüberschaubare Menge an Realityformaten, zum anderen die schnelle Entwicklungsdynamik: So werden Formate aufgrund geringer Quoten von deutschen Sendeanstalten manchmal bereits nach einer Folge wieder abgesetzt. Ein Beispiel hierfür ist etwa *Hire or Fire* (2004) von John de Mol auf ProSieben, eine Variante des RTL-Formats *Big Boss* (2004).

Einen Kernbereich der Untersuchung bildet die Frage, welche kollektiven und individuellen Realitätsmodelle auf welche Weise in den Realityformaten inszeniert und dargestellt werden. Es gilt dabei auch den aktuellen Wirklichkeitsstatus zu ermitteln, der in den Formaten vermittelt wird. Zur Beantwortung dieser Fragestellung erfolgt ein Rückgriff auf Erving Goffmans Analyse-System sozialer Wirklichkeit, dass für die medienwissenschaftlich ausgerichtete Beschreibung der inszenierten Ereignisse, Personen, Kommunikations- und Verhaltensmuster genutzt wird. Goffmans in der Soziologie vielbeachtete Rahmentheorie erfasst den Prozess der Konstruktion sozialer Wirklichkeit und lässt sich auf die Prozesse der medialen Inszenierung sozialer Wirklichkeit anwenden. Sein methodisches Verfahren der Deskription von dem, was sich ereignet, wird auf die Format- und Sendungsebene übertragen.

Im Kern gehen die hier vorgestellten Ergebnisse auf die langjährige Beobachtung und Dokumentation des Programmangebots im Bereich des Reality-TV und zahlreiche Analysen der inhaltlichen und ästhetischen Gestaltung einzelner Formate zurück. Auf dieser Ebene gilt die Aufmerksamkeit also dem Ausschnitt der Wirklichkeit, den die ZuschauerInnen vorfinden, wenn sie das Fernsehgerät einschalten. Knut Hickethier hat in seinem Modell des Fernsehdispositivs (1995) darauf aufmerksam gemacht, dass diese vermeintliche Wirklichkeit durch ein komplexes Netz miteinander interagierender Rahmenbedingungen aus rechtlichen, ökonomischen und politischen Interessen wie auch technischen und praktischen Bedingungen geformt wird. Die Zusammenhänge und Mechanismen dieses Produktionsapparats bleiben hinter der Angebotsoberfläche unsichtbar (ebd.). Die Untersuchung dieses

unsichtbaren Apparats wurde in den letzten Jahren von den Production Studies in der internationalen Fernsehwissenschaft fokussiert. Wie Vicki Mayer, Miranda Banks und John Caldwell in der Einführung eines Überblicksbands schreiben, sammelt dieser Forschungszweig mit sozial- und kulturwissenschaftlichen Methoden empirische Daten über die Produktionsprozesse, anhand derer ihre Routinen, Rituale sowie die verschiedenen institutionellen und kulturellen Einflusskräfte analysierbar werden (Mayer u. a. 2009a, 4).

Es hätte leider den Rahmen dieses Buchs gesprengt, zusätzlich zu den ausführlichen Angebotsanalysen auch den Produktionsbereich in dieser Tiefe zu erforschen. Um Produktionshintergründe der untersuchten Formate trotzdem zu berücksichtigen, wurden vorhandene Daten mit dokumentiert, wie etwa in Form öffentlicher Äußerungen von Produzierenden in Interviews oder sozialen Medien. Um die kulturelle Rezeption der untersuchten Formate zu dokumentieren, habe ich sendungsbegleitend auch die Medienberichterstattung von Onlinediensten wie Twitter oder *Spiegel Online* sowie im Feuilleton überregionaler Zeitungen ausgewertet.

Untersuchungsebenen

Die Untersuchungsbereiche dieses Bandes schließen an etablierte Ebenenmodelle der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung an, die nach den Reichweiten der jeweiligen Forschungsfragen gegliedert sind. Für die Angebotsanalyse des Reality-TV wurden die folgenden Untersuchungsebenen berücksichtigt. Auf jeder Ebene werden sowohl die aktuellen Phänomene wie auch die historischen Entwicklungsschritte erfasst:

1. Kultureller und gesellschaftlicher Rahmen (kulturelle, rechtliche, ökonomische Produktionskontexte, kulturelle Rezeption)
2. Mediale Rahmenbedingungen (Struktur des Mediensystems, intermediale Wechselbezüge, Spezifika der Einzelmedien)
3. Institutionelle Rahmenbedingungen (Senderstrategien, Produktionsunternehmensprofile, Programmmodelle, Programmschemata und Programmschwerpunkte)
4. Inhaltliche Konventionen und Ordnungsmodelle (Genres, Formate, Themenschwerpunkte)
5. Narrative und ästhetische Konventionen (Handlungsstruktur, Dramaturgie, Montage, sprachliche, akustische und visuelle Darstellungsformen).

Um ein möglichst umfassendes Bild zu diesen Untersuchungsbereichen zu gewinnen, wurden vorliegende medienwissenschaftliche Arbeiten wie auch relevante Theorieansätze und Forschungsergebnisse aus der Kommunikationswissenschaft und Ökonomie einbezogen. Das Ebenenmodell hilft bei

der groben Orientierung in Bezug auf die Reichweiten der unterschiedlichen Fragestellungen, zeigt aber auch ebenenübergreifende Querverbindungen vieler Forschungsthemen auf.

Kultureller und gesellschaftlicher Rahmen

Die Untersuchungsebene mit der höchsten Reichweite stellt allgemeine kulturelle, gesellschaftliche und ökonomische Veränderungen dar, die als Kontexte der Medienentwicklung betrachtet werden können. Entsprechend breit ist das Spektrum der Erklärungsansätze und Prognosen aus unterschiedlichen Disziplinen.

Aus der Perspektive der Cultural Studies wird etwa untersucht, auf welche Weise gesellschaftliche Ideologien wie der Neoliberalismus in die Lebensmodelle und Weltbilder der Realityformate integriert und implizit an die ZuschauerInnen vermittelt werden. Gleichzeitig soll in der Untersuchung gezeigt werden, ob und auf welche Weise das Fernsehen als Katalysator der Modernisierung (Hickethier 1998) die von Bruno Latour beschriebenen gesellschaftlichen Auflösungstendenzen (Latour 2008) als erstrebenswerte Grundlage positiver Veränderungen der menschlichen Lebenswelten inszeniert. Latour verweise darauf, so Sandra Manhartseder und Bernhard Rieder, dass sich Medien ständig an der Konstruktion des gesellschaftlichen Kollektivs beteiligen und so gemeinsame Sinnwelten entstehen lassen (vgl. Manhartseder/Rieder o. J.). Die möglichen Rückwirkungen von Fernsehformaten auf die Gesellschaft, aber auch auf Identitätskonzepte von Individuen, stehen im Fokus des von Bernhard Pörksen und Wolfgang Kruschke herausgegebenen Sammelbandes *Die Casting-Gesellschaft* (2010). Weitere Untersuchungen verweisen auf das implizite Potenzial, durch die mediale Darstellung des Alltäglichen eine Akzeptanz von Überwachungstechnologien und damit verbundenen Machtkonstellationen zu erzeugen (vgl. Deery 2015, 2).

Mediale Rahmenbedingungen

Auf der Ebene des Mediensystems und der Rahmenbedingungen spezifischer Einzelmedien lassen sich etwa medienpolitisch beeinflusste ökonomische Deregulierungen anführen, die als eine Grundlage für die Entwicklung der allgemeinen Formatierung des Fernsehens gelten (siehe dazu Moran 2009). Angelehnt an die Forschungsinteressen etwa der Mediologie (vgl. Weber/Mersmann 2008) werden allgemeine Veränderungen der Medienlandschaft u. a. durch Bewegtbildangebote des Internets, aber auch durch technische und ökonomische Kontexte wie etwa die Aufzeichnungsmöglichkeiten digitaler

Kameras, sowie die veränderlichen Strategien von Sendeanstalten und Produktionsunternehmen einbezogen.

Außerdem spielen auf dieser Ebene intermediale Wechselbezüge eine wichtige Rolle. So lässt sich etwa die Inszenierung von Privatheit im Reality-TV einerseits als Vorbereitung von Praktiken der Selbstdarstellung auf Onlinemedien, andererseits inzwischen auch als Konkurrenzstrategie gegenüber Plattformen wie YouTube, YouNow und weiteren Angebotsformen des Social Web werten. Transmediale Strategien erhöhen derweil die Präsenz der aus dem Fernsehen bekannten Reality- und Castingshow-TeilnehmerInnen im Social Web.

Institutionelle Rahmenbedingungen

Zu den institutionellen Rahmenbedingungen, die aus der Organisationsstruktur etwa von Sendeanstalten und Produktionsfirmen hervorgehen, gehören Ordnungsmodelle wie die Programmstrukturen, in denen verschiedene Genres, Formate und Themenschwerpunkte platziert werden. Daran knüpfend lässt sich unter anderem fragen, ob und welche Themen- und Formatschwerpunkte an bestimmte Sendezeiten geknüpft sind. Ausgangspunkt der Untersuchung aktueller Veränderungen sind bisherige medienhistorische Entwicklungen, aus denen sich allgemeine Grundtendenzen ableiten lassen. Dazu zählen etwa

- die in der Programmentwicklung wechselnde Schwerpunktsetzung in den Bereichen Fiktion und Dokumentation. So zeichnet sich beispielsweise nach den vielfältigen Formen des Realitätsfernsehens 2005 u. a. mit dem Erfolg der Telenovela *Verliebt in Berlin* (SAT.1 2005–2007) der Umschwung hin zu fiktionalen Sendungsangeboten ab
- die Strategie der personalisierten Publikumsbindung etwa durch die Konstruktion und Mehrfachverwertung sendereigener Stars (Sophie Schütt als Star von TV Movies und Serienstar auf SAT.1, Oliver Pocher als ProSieben-Moderator, Comedian und Werbespotdarsteller)
- die Strategie der Publikumsbindung durch verschiedene Formen seriellen Erzählens im fiktionalen (Serien, Reihen, Mehrteiler) und non-fiktionalen Bereich (Nachrichten, Magazine, Realitysoaps)
- die Blockbildung als Modell der thematischen oder erlebnisorientierten Vereinheitlichung von Programmflächen zu bestimmten Sendezeiten oder an bestimmten Wochentagen (Krankenhaus- oder Comedyabende auf SAT.1)
- die Inszenierung von medialen Großereignissen zur Generierung öffentlicher Aufmerksamkeit (etwa die von Stefan Raab für ProSieben bis 2016 jährlich veranstaltete WOK-WM).

Die diese Grundtendenzen untersuchende Methode der Programmbeobachtung (siehe dazu Bleicher 2006a) erfasst verschiedene Reichweiten der Programmentwicklung. Sie nimmt senderübergreifende Verschiebungen der Programmschwerpunkte etwa im Bereich des Transformationsfernsehens ebenso in den Blick wie Programmschemata der Sendeanstalten als Ordnungsmodelle, Veränderungen des Themenspektrums, Formatinnovationen im Bereich der Fernsehgenres oder der Sendungsformate und Veränderungen der Dramaturgie und der Präsentation.

Inhaltliche Konventionen und Ordnungsmodelle

Die von außen, von durch Senderhierarchien vorgegebene Programmschemata, beeinflussten Ordnungsmodelle sind wiederum nach Innen mit den inhaltlichen Konventionen der jeweiligen Genres, Formate und Themenschwerpunkte verknüpft. Für das Reality-TV ist kennzeichnend, dass es die Merkmale etablierter Inhaltskategorien wie Fiktion, Dokumentation, Unterhaltung usw. vielfältig miteinander vermischt. Einen besonderen Schwerpunkt der Untersuchung bilden daher Grenzgänge zwischen Fakten und Fiktion, wobei auch die historischen Vorläufer der aktuellen Erscheinungsformen aufgezeigt werden. Dabei sollen in der Traditionslinie der Forschung zum Dokumentarfilm grundlegende Veränderungen traditioneller Formen der Weltbeobachtung und -vermittlung durch das Medium Fernsehen herausgearbeitet werden, um zu zeigen, welche Realitätsdarstellungen die Grundlage seiner kollektiven Wirklichkeitskonstruktion bilden. Gleichzeitig werden dokumentarische Bildkonventionen als Rahmung verstanden, welche die Rezeption durch die Illusion des Authentischen zu steuern versucht.

Diesbezüglich wird angenommen, dass formale Hybridisierungsphänomene zwischen Fakten und Fiktion (vgl. dazu auch Bleicher/Pörksen 2004) nicht nur etablierte Programmbereiche und Genres, sondern auch die Wahrnehmung der RezipientInnen verändern. Diese Veränderungen sind auch ein Schwerpunkt innerhalb der aktuellen Dokumentarfilmtheorie (vgl. etwa die Ausführungen zu Realityformaten in Nichols 2001). Die in diesem Buch angestrebte Phänomenologie bildet den Ausgangspunkt für weitere Untersuchungen der sich derzeit vollziehenden grundlegenden Veränderungen des traditionellen Fernsehens in neuen Medienumgebungen (etwa die Wechselwirkungen mit den mobilen Empfangsgeräten und dem Internet), mit der Ausdifferenzierung der Angebotsformen einhergehende Veränderungen der gesellschaftlichen und individuellen Funktionspotenziale und der Mediennutzung.

Konkret werden in den Themenschwerpunkten von Realityformaten Traditionslinien der Kerninhalte unterschiedlicher Massenmedien kombiniert.

Damit bilden sie eine televisionäre Vorstufe aktueller Crossmedialisierungstendenzen im Internet. So schließen Themenschwerpunkte wie ‚das Leben der Stars‘ oder ‚Lifestyle‘ an das etablierte Angebotsspektrum des Boulevardjournalismus an, während zwischenmenschliche Beziehungen, Gesundheit, Schuld und Sühne an etablierte Masterplots von Kinospielelfilmen oder fiktionalen Serien erinnern. Coaching-Formate wiederum lassen sich der Traditionslinie von Ratgebersendungen oder Zeitschriften zuordnen. Talkshows der 1990er Jahre gelten als wichtige Vorläufer der Fernsehpräsenz nichtprominenter Menschen. Seit dieser Zeit, so Joachim von Gottberg, dominieren Konflikte und Probleme des Alltags die Unterhaltung, „authentisch dargestellt von denen, die sie auszufechten haben“ (Gottberg 2012, 9).

Gleichbleibende Themen und dramaturgische Elemente etwa im Bereich ‚Confrontainment‘ (der also seinen Unterhaltungswert aus der Konfrontation bezieht) werden wie Bausteine in wechselnden Formatzusammenhängen miteinander kombiniert. Flirtformate wie *Einsam unter Palmen* (RTL seit 2010) oder *Adam sucht Eva – Gestrandet im Paradies* (RTL seit 2014) kombinieren beispielsweise die Elemente Flirt, Liebe und Auswanderung und nutzt die visuelle Attraktivität exotischer Handlungsorte. Bei Realityformaten sind auf der Basis dieses Bausteinprinzips genreübergreifende Hybridisierungstendenzen erkennbar, weswegen für das Reality-TV auch der Begriff des Megagenres verwendet wird (Marc/Thompson 2005).

Darüber hinaus zeigt eine breitere, allgemeine kultur- und medienhistorische Perspektive Zusammenhänge zu unterschiedlichen Traditionslinien der Vermittlung von Wirklichkeit in Literatur, Theater, Kunst und anderen Medien auf. Dazu zählen literarische Realismuskonzepte (beispielsweise psychologischer oder sozialer Realismus), naturalistische Inszenierungskonzepte des Theaters oder des Films (etwa dem tatsächlichen Sprachgebrauch angepasste Dialoge), realistische Darstellungsstrategien und -formen der bildenden Kunst (Anpassung des Bildaufbaus an Betrachtungsperspektiven) sowie das Angebotsspektrum dokumentarischer Ausdrucksformen in Film und Fernsehen.

Narrative und ästhetische Konventionen

Durch die Vermischung von faktualen und fiktionalen Elementen mit weiteren Genremerkmalen kombinieren Reality-TV-Formate vielfältig bestehende kulturelle und mediale Dramaturgien und Darstellungsweisen. Um diese Gestaltungsmuster zu erfassen, spielen für die Untersuchung etablierte medienwissenschaftliche Fragestellungen und Analysemethoden eine besondere Rolle (vgl. z. B. Hickethier 2006).

Hier zeigt sich zum Beispiel, dass Additionsstrukturen etablierter Sendeformen, wie etwa das Bausteinprinzip der Fernsehmagazine und die Zopf-dramaturgie von Fernsehserien, eine häufige Vorlage für die Struktur von Realityformaten bilden. In Anlehnung an grundlegende Seriedramaturgien lassen sich auch Formate mit abgeschlossenen Handlungssträngen (etwa Fall der Woche im Themenkomplex Schuldenberatung) oder lang fortlaufende Handlungsstränge (etwa in Castingformaten) unterscheiden. Es zeigen sich aber auch Abweichungen von den Konventionen etablierter Sendeformen. So sind Rückblicke in Form der Wiederholung von Szenen aus einer vergangenen Folge im Vergleich zu fiktionalen Soaps eher selten. Häufig und typisch sind hingegen Darstellungsmittel wie Text-Bild-Scheren, die Aussagen von Personen zu bestimmten Ereignissen oder Gesprächen mit den von der Kamera erfassten Ereignissen kontrastieren. Grundlegend ist außerdem der in unterschiedlichen Bereichen des Dokumentarfilms etablierte Live-Gestus der direkten Beobachtung, der durch die subjektive Handkamera unterstützt wird. Bei einigen Formaten kann eine Beschränkung der Drehorte auf ein einzelnes Set (z. B. in *Die Super Nanny*, RTL 2004–2011) oder auf zwei Sets (*Frauentausch*, RTL II seit 2003) festgestellt werden, was die Orientierung der ZuschauerInnen erleichtert.

Methodik: Formen und Funktionen der Programmebeobachtung

Der Untersuchungsgegenstand Reality-TV ist ein Teilbereich der medienwissenschaftlichen Programmebeobachtung. An einer kontinuierlichen Programmebeobachtung und Analyse der Angebotsentwicklung des Fernsehens sind nicht nur ProgrammplanerInnen, FormatentwicklerInnen oder MedienkritikerInnen interessiert. Aus spezifisch medienwissenschaftlicher Perspektive, die einen ihrer Ursprünge in der literaturwissenschaftlichen Beschäftigung mit Texten als Bedeutungsträgern hat, ist die Angebotslandschaft ein zentraler Bestandteil der historischen Entwicklung des Mediums. Die angebotsorientierten Analysen legen außerdem eine Grundlage für die empirische Wirkungs- und Nutzungsforschung der sozialwissenschaftlich ausgerichteten Kommunikationswissenschaft. Programmebeobachtungen können außerdem für die kulturwissenschaftliche Forschung Aufschluss darüber geben, mit welchen Sendeformen und Themen das Fernsehen als Spiegel von Gesellschaft und Kultur fungiert und inwiefern es zu kulturellen und gesellschaftlichen Veränderungen beitragen mag.

Die Programmebeobachtung umfasst alle oben aufgeführten Untersuchungsbereiche, nimmt also senderübergreifende Verschiebungen von Programm- (etwa Information, Fiktion, Unterhaltung) und Themenschwerpunkten ebenso in den Blick wie die aus der strategischen Planung hervorgehenden

Programmschemata der Sendeanstalten. Aus der bisherigen Entwicklung wird deutlich (vgl. Hickethier 1998), dass neue Formate durchaus an die traditionellen Programmschwerpunkte des Fernsehens anschließen. Der *Talentschuppen* (SWF 1966–1985) etwa kann als historisches Vorbild für aktuelle Castingshow-Formate gewertet werden.

Reality-TV-Formate bilden allerdings hybride Mischformen aus, die zwischen den Polen des Dreiecks aus Fiktion, Dokumentation und Unterhaltung verortet werden müssen. Diesen Mischformen entsprechend werden auch in den Einzelanalysen die jeweils passenden Ansätze kombiniert.

Zur Erforschung des komplexen, sich kontinuierlich verändernden Gegenstandsbereichs kombiniert die vorliegende Untersuchung also von der Programmbeobachtung ausgehend verschiedene Theorieansätze und Methoden der Medien-, Kultur-, Sozial- und Literaturwissenschaft. Aus kulturwissenschaftlicher Perspektive sind zum Beispiel Ansätze der ethnografischen Forschung, wie etwa Clifford Geertz' Modell der dichten Beschreibung auf die Analyse der medialen Ethnographie des Alltags im Fernsehen übertragbar. Die Analyse der spezifischen Alltagsdarstellungen unterschiedlicher Formate bildet einen besonderen Erklärungswert für Form und Inhalt der spezifischen Wirklichkeitskonstruktion des Reality-TV. In Anlehnung an Pierre Bourdieus Modell der sozialen Felder lässt sich die Einbeziehung von Senderstrategien und Produktionskontexten für die Analyse von Veränderungen des dokumentarischen Feldes fruchtbar machen. So sind an seriell ausgestrahlten Realityformaten wie *Achtung Kontrolle! – Einsatz für die Ordnungsbüßer* (Kabel eins seit 2008) häufig mehrere Teams unterschiedlicher Produktionsunternehmen beteiligt, was einer allgemeinen Ökonomisierung der Produktion entspricht. Aus der Perspektive des aktuellen Medialitätsdiskurses in Deutschland gilt es darüber hinaus, nach der dramaturgischen und ästhetischen Spezifik des Fernsehens in den untersuchten dokumentarischen und fiktionalen Vermittlungsformen zu fragen.

Ausgangspunkt der Formatanalysen ist die langjährige Beobachtung und Dokumentation des Programmangebots im Bereich des Reality-TV. Auf dieser Grundlage wurden auch Mitschnitte der hier analysierten Sendungen erstellt und archiviert. Wie in der allgemeinen medienhistorischen Forschung üblich, wurden darüber hinaus weitere Quellen ausgewertet. Hierzu zählen Dokumente aus Produktionskontexten, die Informationen zu den strategischen Konzepten von Sendeanstalten und Produktionsunternehmen vermitteln, wie auch medienjournalistische Artikel und Fernsehkritiken, die über die Produktionsbedingungen, die öffentliche Rezeption und begleitende Diskurse Aufschluss geben. Um die transkulturelle Perspektive auf internationale Entwicklungen des Reality-TV zu berücksichtigen, werden Ergebnisse unterschiedlicher nationaler und komparatistischer Formatstudien eingebunden.

Um die Vermischung der unterschiedlichen medialen Inszenierungs- und Gestaltungs konventionen genauer aufzuschlüsseln, wurden exemplarische Beispiele aus den jeweiligen Themenschwerpunkten einer genaueren Formanalyse unterzogen. Hier galt es, Angebotsformen, Figurenkonstellationen, Handlungsstrukturen, Dramaturgien sowie die visuelle und sprachliche Präsentation zu berücksichtigen. Es werden auch grundlegende Strukturmodelle wie etwa Gustav Freytags Aktdramaturgie einbezogen. Neben den allgemein etablierten Kriterien der Film- und Fernsehanalyse (Hickethier 2012) wurde hier auch Bill Nichols' Prototypenmodell der Genreentwicklung im Dokumentarfilmbereich (Nichols 2001, 21) für die Analyse besonders typischer Formate angewendet.

Neben solchen filmwissenschaftlichen Ansätzen bilden Erving Goffmans Studie *Wir alle spielen Theater* (2004) sowie Erika Fischer-Lichtes und Isabel Pflugs' Untersuchungen zu Phänomenen der Inszenierung (2000) wichtige Grundlagen der Analyse. Hier wird etwa auch das Wechselspiel zwischen den Selbstinszenierungen der Reality-DarstellerInnen und den Inszenierungsstrategien der Produktionsunternehmen berücksichtigt. Daran knüpft sich die Frage nach dem potenziellen Vorbildcharakter der präsentierten Selbstinszenierungen für die individuelle Identitätskonstruktion der RezipientInnen.

Einen weiteren Bereich der Analyse bilden die Erzählung, die Sinnkonstruktion und die Bedeutungsvermittlung durch die Kombination von Sprache, Schrift, Bildern und Bildfolgen. Einbezogen werden u. a. Kameraeinstellungen, Formen des Bildaufbaus und der Montage, die sowohl Konventionen des Dokumentarfilms, als auch von Spielfilmen und Serien beinhalten. In Verknüpfung von sprachlichem Selbstaussdruck und Rollenmustern werden Wirkungsmacht und der soziale Status einer Figur an ihre sprachlich manifeste Machtposition geknüpft (vgl. hierzu Androutsopoulos 2007, 122). So wird in personenzentrierten Formaten wie *Die Super Nanny* oder *Rach, der Restauranttester* (RTL 2005–2013, 2017) der Protagonistenstatus neben der erkennbaren Handlungsmacht auch durch die kommunikative Dominanz und durch Requisiten wie Kleidung zugewiesen.

In Anlehnung an die hermeneutische Interpretation der Literaturwissenschaft können schließlich Bedeutungsdimensionen der Realityformate ermittelt werden. Dabei lassen sich explizite und implizite Bedeutungen unterscheiden. Während etwa Kommentare oder Dialoge der expliziten Vermittlung von Bedeutungen dienen, kommen implizite Bedeutungen etwa durch doppeldeutige sprachliche Äußerungen, in Widersprüchen zwischen sprachlicher und visueller Vermittlung oder in aufgezeigten Konsequenzen bestimmter Handlungsentscheidungen zum Ausdruck.

Diese je auf das spezifische Beispiel und die damit verbundenen Fragestellungen angepasste Kombination von Methoden bildet die Grundlage vielfältiger Erklärungspotenziale. So lassen sich aus der Perspektive der medien-

wissenschaftlichen Angebotsanalyse Grundannahmen über die mediale Wirklichkeitskonstruktion gewinnen, die etwa im Rahmen konstruktivistischer Theorien weiterverfolgt werden, Ausgangshypothesen für Agenda-Setting-Studien liefern oder auf Gesellschaftsmodelle der Kultur- und Sozialwissenschaften bezogen werden können.