

Franziska Bucker

Der Wahrheits- und Realitätsbegriff im
Fernsehen. Reality TV als Zukunft des
Fernsehens?

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2013 GRIN Verlag
ISBN: 9783656724124

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/279371>

Franziska Bucker

**Der Wahrheits- und Realitätsbegriff im Fernsehen.
Reality TV als Zukunft des Fernsehens?**

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

TU Dresden, Fakultät Sprach-, Literatur- und Kulturwissenschaft

Institut für Germanistik

Master-Arbeit im 1. Hauptfach Germanistik: Literatur- und Kulturwissenschaft

Der Wahrheits- und Realitätsbegriff im Fernsehen.

Reality TV als Zukunft des Fernsehens?

Franziska Bucker

eingereicht am: 01.10.2013

Der Wahrheits- und Realitätsbegriff im Fernsehen.
Reality TV als Zukunft des Fernsehens?

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung - Problemstellung und Zielsetzung	4
2. Aktuelle Forschungslage	7
3. Der Begriff Realität	8
3.1 Realität in den Medien	8
3.1.1 Vom Paläo- zum Neo-Fernsehen	15
3.2 Inszenierte Realität	17
3.2.1 Reality TV	17
3.2.2 Hybridisierung des Genres	21
3.2.3 Das Fernsehen als Affektmaschine	23
3.2.4 Authentizität vs. Inszenierung	27
4. Die Anfänge des Reality TV: „Big Brother“ - Sendung vom 12.03.2000	29
4.1 Die Kamera als Beobachter	31
4.2 Privatheit und Öffentlichkeit	38
4.3 Perspektiven des Voyeurismus	41
5. „Tyrannei der Intimität“ - Inszenierte Alltäglichkeit	44
5.1 Inszenierungsstrategien	45
6. Doku-Soaps vs. Reality-Soaps	47
6.1 Genrebezeichnung	47
6.2 „Unterschichtenfernsehen“ als Begriff	49
6.3 „Frauentausch“ - Sendung vom 12.09.2013	51
6.4 „Mitten im Leben“ - Sendung vom 10.08.2013	56

7. Zuschauer als Protagonisten	58
7.1 Making over-Formate - Lebenshilfe durch Reality TV? „Die Super Nanny“ - Sendung vom 09.11.2011 und „Der Trödeltrupp - Das Geld liegt im Keller“ - Sendung vom 11.08.2013	59
7.2 Einschaltquote als Qualitätsmerkmal?	64
7.3 Versuch einer Schichtenspezifik	65
8. Scripted Reality	66
8.1 Vortäuschung von Dokumentation	67
8.2 „Familien im Brennpunkt“ - Sendung vom 10.08.2013	67
8.3 Neue Formate: „Berlin - Tag und Nacht“ - Sendung vom 12.09.2013	69
9. Zusammenfassung: Reality TV - die Zukunft des Fernsehens?	72
10. Anhang Einstellungsprotokolle	75
11. Filmverzeichnis	114
12. Literaturverzeichnis	114

1. Einleitung - Problemstellung und Zielsetzung

Wenig sonst ist im Leben gewiss. Ob wir morgen unsere Arbeit, unsere Liebe, unser Leben noch haben? Niemand kann es wissen. Das Fernsehen aber ist die pure Zuverlässigkeit, ein Reich, in dem es keine Zufälle gibt. Jedes Format beginnt in der vorgeschriebenen, in der vorher aufgeschriebenen Weise. Selbst die Überraschungsmomente sind einem Skript entsprungen. Jede Sendung ist ein Hinabtauchen an genau berechnete Stellen in einen nur scheinbar unauslotbaren Teich.¹

Alexander Kissler bezeichnet das Fernsehen hier als den puren Quell der Zuverlässigkeit. Alles ist angenehm vorhersehbar, selbst die als Überraschung und Zufall getarnten Sequenzen sind für den Zuschauer eine garantierte Sicherheit. Und doch schreibt er auch, dass er das Fernsehen nur bejahren könne, wenn er es nicht ernst nähme und sich der Künstlichkeit des Gezeigten bewusst sei. Doch genau da liegt das Diskussionspotenzial: Sind sich alle Zuschauer über die Künstlichkeit der gezeigten Realität bewusst, dessen was als „normal“ gelten soll? Oder wollen die Zuschauer glauben, was das Medium Fernsehen ihnen bietet.

Aus der Medienwelt in und um das Medium Fernsehen ist das Genre des Reality TV oder auch „Realitätsfernsehen“ nicht mehr wegzudenken. Dieser rasante Erfolg der Sendeformate, die dem Reality TV zuzuordnen sind, ist nicht zu leugnen. Doch warum genau sind diese Sendungen so beliebt und was ist Reality TV eigentlich? Diese Fragen werden unter anderem im Laufe der Arbeit zu klären sein.

Meine Ausführungen lassen sich prinzipiell in zwei Komplexe unterscheiden: Der erste Teil ist theoretisch angelegt, um die Termini zu klären, die zum Verständnis unabdingbar sind. Dabei wird es zuerst um den Begriff der Realität in den Medien, spezifischer um den Begriff Realität im Fernsehen gehen. In diesem Abschnitt wird unter anderem der Text von Niklas Luhmann, zur Realität der Massenmedien, von Bedeutung sein. Außerdem möchte die Arbeit einen Überblick über die Entwicklung vom Paläo- zum Neo-Fernsehen geben und auf die inszenierte Realität eingehen. Dabei ist der Aufsatz von Francesco Casetti und Roger Odin essenziell, denn die beiden Autoren untersuchen den Übergang vom Bildungsfernsehen mit pädagogischen Ansprüchen zum Unterhaltungsfernsehen, dass durch einen immerwährenden Kommunikationsfluss gekennzeichnet ist. Im Vordergrund

¹ Kissler, Alexander: Dummgeglotzt. Wie das Fernsehen uns verblödet. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus 2009. S. 7.

steht dabei immer die Polarität zwischen Authentizität und Inszenierung oder auch zwischen Realität und Fiktion. Dabei steht Authentizität in meiner Arbeit für etwas, das dem Zuschauer authentisch und damit realitätsnah erscheint. Von Prägnanz ist dabei auch die hohe Ausdifferenzierung des Genres, die zu erklären sein wird. Der Begriff des Fernsehens als Affektmaschine ist dem Aufsatz von Klaus Kanzog entnommen und wird zu untersuchen sein. Was bedeutet der Begriff „Affekt“ in Bezug auf das Fernsehen und vor allem auch in Bezug auf die Ebenen der Realität? Dem theoretischen Teil zugehörig ist das Kapitel über die Tyrannei der Intimität, in dem es vorrangig um das Werk Richard Sennetts geht, jedoch auch ein allgemeiner Überblick über Inszenierungsstrategien zu gegeben werden soll.

Der zweite Teil der Arbeit ist aus den grundlegenden Theorien und den damit in Verbindung gebrachten Sendeformaten zusammengesetzt. Die ausgeführten Termini werden dabei immer wieder von Bedeutung sein. Aus diesem Grund findet sich vor den Untersuchungen zur Tyrannei der Intimität das Kapitel zu den Anfängen des Reality TV. Chronologisch vorgehend, wurde zur Analyse eine Folge „Big Brother“ aus dem Jahr 2000 ausgewählt, da dies eine erfolgreiche und gleichzeitig viel diskutierte, also polarisierende Sendung darstellt und als „Urmutter“ des Reality TV gilt. Die Genrebezeichnungen von „Big Brother“ werden zuerst von Bedeutung sein: Was ist „Big Brother“ eigentlich und wo ist das Sendeformat einzuordnen? Dabei ist als erstes Unterkapitel bewusst der Titel „Die Kamera als Beobachter“ gewählt, da genau diese Präsenz der Kameras und deren Auswirkung auf das Verhalten der Protagonisten, die entscheidende Rolle in meinen Untersuchungen spielen wird. Kann man als Zuschauer einen Unterschied im sozialen Verhalten der Bewohner des Big Brother Containers ausmachen, oder gelingt es vielleicht sogar tatsächlich eine Fassade der alltäglichen Authentizität in einer experimentellen Umgebung aufrechtzuerhalten? Natürlich müssen in diesem Zusammenhang die Begriffe „Privatheit“ und „Öffentlichkeit“ genannt werden, denn „Big Brother“ ist die Inszenierung von Privatem im öffentlichen Bereich. Die Grenze zwischen dem privaten und dem öffentlichen Raum ist dabei immer mit zu beachten, denn diese Grenze verschiebt sich im Fernsehen zunehmend: Das Private findet im öffentlichen Raum, dem Medium Fernsehen statt, wird dort gezeigt und gleichzeitig durch das Fernsehen wieder zurück in den privaten Raum projiziert. Man könnte sozusagen von einer Rückkopplung des Privaten durch die Öffentlichkeit, die das Fernsehen bietet, sprechen. Doch wie wirkt sich diese

Rückkopplung auf die Begriffe aus und was hat das mit den Ebenen der Realität zu tun? Auch der Voyeurismus ist dabei nicht zu missachten, denn es stellt sich die Frage, inwieweit die Zuschauer nach Intimitäten und Tabus verlangen, die der Fernseher als Medium öffentlich macht.

Dementsprechend findet sich im Folgenden das Kapitel der „Tyrannei der Intimität“ in welchem eben der Text Richard Sennett analysiert werden soll und die Frage nach den Tabus gestellt wird, also inwieweit man im Fernsehen - in der Öffentlichkeit - ohne Schamgrenze alles zeigen darf. Die Inszenierungsstrategien beschließen den theoretischen Teil, da hier die Begriffe Personalisierung, Emotionalisierung, Intimisierung, Stereotypisierung und Dramatisierung erklärt werden. Diese finden sich dann in der Analyse der Sendeformate wieder.

Die Doku-Soaps und die Reality Soaps bezeichnen wichtige Genres in der Hybridfamilie des Reality TV und es bedarf einer genaueren Betrachtung der Begrifflichkeiten. Auch dabei soll auf die Grenzüberschreitungen zwischen Authentizität und Inszenierung eingegangen werden. Exemplarisch für die Doku- und die Reality Soaps werden Sequenzen aus einer Folge „Mitten im Leben“ und „Frauentausch“ näher betrachtet. Bei dieser Analyse wird das Verhalten der Darsteller, die Filmtechnik und auch die Gestaltung der Sendungen eine Rolle spielen. Kann man explizite Inszenierungsstrategien ausmachen oder ist dies für die Zuschauer unmöglich? Außerdem wird auf die Bildkomposition geachtet: Welche Wirkungen haben zum Beispiel gestellte Interviewsituationen² oder das Einblenden von Name und Alter auf das Publikum. Dabei wird der Terminus „Unterschichtenfernsehen eine Rolle spielen und näher betrachtet werden. Das Kapitel mit der Überschrift „Zuschauer als Protagonisten“ widmet sich vor allen den Making over-Formaten, wobei „Die Super Nanny“ und „Der Trödeltrupp - Das Geld liegt im Keller“ die Beispiele sind. In diesem Kapitel werden außerdem die Einschaltquoten eine Rolle spielen - wie erfolgreich ist das Reality TV und kann man die Einschaltquoten als Qualitätsmerkmal für ein Format betrachten? Angelehnt an die Diskussion um den Begriff „Unterschichtenfernsehen“ soll in dem siebten Kapitel der Versuch einer Schichtenspezifik gewagt werden: Ist es überhaupt möglich auszumachen, welche gesellschaftliche Schicht welches TV Programm schaut und kann man dies empirisch belegen?

² Mit „Interviewsituation“ meine ich in meiner gesamten Arbeit gestellte Situationen, in denen die Protagonisten mit der Kamera monologisch ihre Situation bzw. ihren Standpunkt erläutern.

Das letzte Kapitel widmet sich dann der neuesten Unterform des Genres Reality TV - der Scripted Reality. Auch hier werden zwei Formate zur Analyse herangezogen; „Familien im Brennpunkt“ und „Berlin Tag und Nacht“. Was bedeutet der Begriff „Scripted Reality“ und unterscheidet sich diese Ausformung überhaupt von den anderen Genres? Zudem soll es hier noch einmal zentral um die Vortäuschung von Dokumentation gehen. Wie weit geht die Absicht der Produzenten einer Dokumentation mit ihren Reality TV Formaten möglichst nah zu kommen und ein hohes Maß an Authentizität zu erzeugen? Dies ist außerdem zentraler Bestandteil der Analyse der Formate - wie weit geht die Implantation von festen Inszenierungsstrategien, die ein Authentizitätsempfinden beim Publikum erzeugen? Bei der detaillierten Untersuchung der einzelnen Sendungen soll unter anderem das Verhalten der Protagonisten und die Bildkomposition eine Rolle spielen.

Letztlich wird in einer Zusammenfassung die Frage sein, ob das Reality TV die Zukunft des Fernsehens sein kann bzw. darf und ob man überhaupt einen Ausblick auf die Entwicklung der Genres des Reality TV im deutschen Fernsehen geben kann.

2. Aktuelle Forschungslage

Angela Keppler und Claudia Wegener haben mit ihren Texten im Jahr 1994 eine der ersten Genredefinitionen und Abgrenzungen des Begriffs Reality TV unternommen. Diese beiden Texte gehören aufgrund ihrer hohen Ausdifferenzierung auch heute noch zur einschlägigen Forschungsliteratur, wenn es um das Realitätsfernsehen geht.

Elisabeth Klaus und Stephanie Lücke greifen die Texte der oben genannten Autorinnen 2003 auf und erweitern die Genredefinitionen um den Begriff Reality TV. Dabei liegt ihre grundsätzliche Unterscheidung zwischen narrativem und performativem Reality TV, dem die einzelnen Ausdifferenzierungen des Genres zugeordnet werden. Dabei beziehen sie sich auf eine Grafik Lückes und erreichen damit eine strukturierte Veranschaulichung der hohen Hybridisierung des Realitätsfernsehens. In dieser Grafik werden außerdem beispielhaft Sendungen eingeordnet, sodass es nicht nur auf der theoretischen Ebene einen Überblick bietet, sondern zusätzlich mit Formaten verknüpft wird.

Aus der aktuellen Forschungslage zum Thema Reality TV lässt sich ein klares Defizit erkennen: Bis auf das noch nicht erschienene Werk Thomas Waitz' zum Gegenstand der Schichtenspezifität, in dem es um das Medium Fernsehen als Agentur des Sozialen gehen

soll, fehlt es der Forschung an Umfragen zum Sujet. Für die Untersuchungen zur Problematik, wäre eine schichtenspezifische Analyse in Bezug auf das Reality TV unabdingbar. Dabei müsste das Thema empirisch untersucht werden, um den Hypothesen eine Basis zugrunde legen zu können. Auch bei dem Begriff „Unterschichtenfernsehen“ bedarf es einer genaueren und intensiveren Analyse, als dies bis jetzt durch Thomas Waitz geschehen ist.

3. Der Begriff „Realität“

3.1 Realität in den Medien

Von Realität der Massenmedien kann man in einem doppelten Sinne sprechen. Unser Titel soll diese Doppeldeutigkeit bezeichnen und ist deshalb als ambivalent zu verstehen. [...]. Die Realität der Massenmedien, ihre reale Realität könnte man sagen, besteht in ihren eigenen Operationen. [...]. Es macht daher guten Sinn, die reale Realität der Massenmedien als die in ihnen ablaufenden, sie durchlaufenden Kommunikationen anzusehen.³

Was meint Niklas Luhmann mit einer „Doppeldeutigkeit“ der Realität der Massenmedien? Bestimmen wirklich die, die Medien durchlaufenden Kommunikationen deren Realität? Das würde ja bedeuten, dass die in den Medien stattfindenden Kommunikationen die Realitätsebene festlegen und dem Zuschauer vermitteln. Kann man in Bezug auf das Genre Reality TV von einer sich selbst reflektierenden Realität im Fernsehen sprechen oder raubt der Inszenierungscharakter nicht eigentlich jede Form des Realitätsanspruchs im Fernsehen? So schreibt Luhmann:

Man kann aber noch in einem zweiten Sinne von der Realität der Massenmedien sprechen, nämlich im Sinne dessen, was *für sie* oder *durch sie für andere* als Realität *erscheint*. In Kantischer Terminologie gesprochen: Die Massenmedien erzeugen eine transzendente Illusion.⁴

Im weiteren Verlauf nennt er eine erste und eine zweite Realität; außerdem könne das Massenmedium zwischen einer Selbst- und Fremdreferenz unterscheiden.⁵ Er stellt sich im

³ Niklas Luhmann: Die Realität der Massenmedien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2009⁴. S. 11f.

⁴ Ebd. S. 12.

⁵ Vgl. ebd. S. 13.