

**Stephanie Witt**

Reality TV und Voyeurismus. Die visuelle  
Lust am imaginären Signifikanten  
Fernsehen

**Bachelorarbeit**

# 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](http://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 © 2015 GRIN Verlag  
ISBN: 9783668263659

### **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/336543>

**Stephanie Witt**

# **Reality TV und Voyeurismus. Die visuelle Lust am imaginären Signifikanten Fernsehen**

## **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](http://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](http://www.twitter.com/grin_com)

Bachelorarbeit

# **Die visuelle Lust am imaginären Signifikanten Fernsehen**

Eine Untersuchung hinsichtlich der Förderung voyeuristischer Sehsituationen  
am Beispiel des Reality TV Formats

Lehrstuhl für Digitale und Audiovisuelle Medien

Abgabetermin: 29. November 2015

Vorgelegt von:

Stephanie Witt

# Inhaltsverzeichnis

|                                                                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Einleitung .....</b>                                                                                      | <b>1</b>  |
| <br>                                                                                                         |           |
| <b>1. Die Entwicklung des Reality TV Formats .....</b>                                                       | <b>6</b>  |
| Von der Talkshow zum Hybridgenre Reality TV .....                                                            | 8         |
| Charakteristika und Subgenres .....                                                                          | 11        |
| <br>                                                                                                         |           |
| <b>2. Voyeurismus: Die psychoanalytische Filmtheorie in Anlehnung an Freud .....</b>                         | <b>17</b> |
| <i>Der imaginäre Signifikant</i> : CHRISTIAN METZ über die Skopophilie .....                                 | 19        |
| <i>Visuelle Lust und narratives Kino</i> : LAURA MULVEY über Fetischismus und voyeuristischen Sadismus ..... | 22        |
| <br>                                                                                                         |           |
| <b>3. Strategien der lustvollen Betrachtung am Beispiel von Reality TV .....</b>                             | <b>24</b> |
| Followed Reality: <i>Newtopia</i> .....                                                                      | 27        |
| Planned Reality: <i>Köln 50667</i> .....                                                                     | 36        |
| <br>                                                                                                         |           |
| <b>Fazit.....</b>                                                                                            | <b>42</b> |
| <br>                                                                                                         |           |
| <b>Literaturverzeichnis .....</b>                                                                            | <b>47</b> |
| <br>                                                                                                         |           |
| <b>Anhang .....</b>                                                                                          | <b>55</b> |

## Einleitung

Seit Anfang der 1980er Jahre hat der deutsche Fernsehmarkt im Zuge der Etablierung der privaten Rundfunkveranstalter sowohl inhaltlich als auch ökonomisch enorme Veränderungen erfahren (Vgl. Hall 1997, 21). Während um 1987, sechs Jahre nach der Einführung des dualen Rundfunks, die *ARD* und das *ZDF* noch eine eindeutige Mehrheit der Zuschauermarktanteile besitzen, können sich die privaten Sender *RTL* und *Sat.1* bereits Mitte der 90er Jahre durchsetzen und den Großteil der Marktanteile für sich gewinnen (Vgl. Hall 1997, 72). Untersuchungen der Medienbranche dieser Zeit zufolge, wird, um sich vom eher informations- und kulturorientierten Angebot der *ARD* und des *ZDF* abzuheben, bei den neu entstandenen privaten Sendern vor allem auf Unterhaltung gesetzt (Vgl. Hall 1997, 56-59). Im Gegensatz zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der durch die Beschränkungen des Kultur- und Programmauftrags zum einen zur objektiven Informationsbereitstellung zu dienen hat und zum anderen eine freie Meinungsbildung fördern soll, sind die privaten Anbieter hinsichtlich der Bestimmungen über ihre Programmauswahl und -gestaltung wesentlich freier (Vgl. Holzer 1989, 22) und scheinen seit ihrer Etablierung das Fernsehpublikum vielmals durch Taktiken der Skandalisierung und Privatisierung für sich gewinnen zu wollen (Vgl. Hall 1997, 74) / (Vgl. Groebel, et al. 1995, 19f.; 79f.). Innerhalb des Berichts zur Lage des Fernsehens aus dem Jahr 1995 schreiben die Autoren:

Fernsehen wird nicht mehr als »absichtsvolles Fernsehen« betrieben, sondern zielt (in großen Teilen) darauf ab, Zuschauer zu gewinnen und an sich zu binden. Unterhaltungsfernsehen [...] lässt sich deshalb verstärkt auf tabuisierte Inhalte ein, dramatisiert und malt das Gezeigte möglichst grell aus, und schließlich versucht es, möglichst alle im Alltag bedeutenden Emotionen an sich zu binden (Groebel, et al. 1995, 97).

Die ersten größeren Schritte hin zur Emotionalisierung und Privatisierung entstehen durch die Veränderungen des Talkshowformats, dessen Ursprung zwar bereits auf die 50er Jahre zurückzuführen ist, welches mit den privaten Sendern aber eine Abkehr von der Intention der Bereitstellung von Bildung und Information und eine Auslegung auf Unterhaltung erfährt (Vgl. Foltin 1994, 100ff.). Nicht mehr das außergewöhnliche Leben Prominenter sowie gesellschaftlich relevante Themen, sondern der private Alltag, die intimen Gedanken und Belange einzelner Gesellschaftsmitglieder stehen plötzlich im Mittelpunkt der Show. Die Sender holen durch