

Herbert Schwaab

Laurie Ouellette: Lifestyle TV

2018

<https://doi.org/10.17192/ep2018.2-3.7905>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schwaab, Herbert: Laurie Ouellette: Lifestyle TV. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 35 (2018), Nr. 2-3. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2018.2-3.7905>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Laurie Ouellette: Lifestyle TV

New York/London: Routledge 2016 (Routledge Television Guidebooks), 186 S., ISBN 9781138784857, GBP 18,99

Laurie Ouellette widmet sich in einem ebenso kompakten wie dichten Bändchen dem Lifestyle TV, einem immer präsenter werdenden Subgenre des Reality TVs. Die Autorin macht in der Einführung deutlich, dass es ihr nicht um eine Kritik geht, mit der eine kulturelle Hierarchisierung guter und schlechter Formate weitertradiert würde, sondern dass sich das Format in gesellschaftliche Transformationsprozesse einordnet, die es, im Sinne von Michel Foucaults Gouvernementalitätskonzept, mehr und mehr dem Individuum überlassen, Entscheidungen über die eigene Lebensführung zu treffen und zu einem unternehmerischen Selbst zu werden (vgl. S.5). Ouellette beschreibt im ersten Kapitel „Branding Lifestyle“ Sendungen wie *The Biggest Loser* (2009-), *Keeping Up With the Kardashians* (2007-) oder diverse *Jamie Oliver Kochshows* als Formate, die im Sinne von Celia Lury als „cultural interfaces“ (S.32) einer Branding-Kultur und -Ökonomie zu begreifen seien. Das zweite Kapitel „The Self as Project“ unterstreicht die medientheoretische Bedeutung dieses Genres, weil die einzelnen Formate dem Selbst neue Ausdrucksmöglichkeiten geben, Subjekte konstituieren oder einer Foucault'schen Sorge um sich selbst Ausdruck verleihen (vgl. S.60). Ouellette nimmt die Produktivkraft der Formate des Lifestyle TVs ernst, was es ihr aber auch ermöglicht, dezidiert Kritik an ihren Mechanismen zu üben,

so etwa, wenn die Akzentuierung von Eigenverantwortung immer wieder dazu genutzt wird, den Einzelnen die Schuld (z.B. wegen deren Verschwendungssucht) für strukturell bedingte ökonomische Krisen zu geben (vgl. S.59). Im dritten Kapitel „Governing Citizens“ offenbart Ouellette, illustriert anhand von einem Auftritt Michelle Obamas in *The Biggest Loser*, wie Lifestyle TV auch daran beteiligt ist, ein neues politisches Subjekt hervorzubringen, das auf Eigenverantwortung und Selbstermächtigung basiert (vgl. S.75). Sie zeigt auch, inwiefern der Staat hier von der Aufgabe der Fürsorge für den Einzelnen mehr und mehr entbunden wird. Es ist eine widersprüchliche Entwicklung, die Politik gerade dann in den Bereich der unterhaltenden Formate verschiebt, wo doch die Fernsehsender in den USA durch Deregulierung in den 1990er Jahren vollkommen von der Verpflichtung entbunden wurden, mit erzieherischen Botschaften auch Aufgaben für das Wohl der Gemeinschaft zu übernehmen (vgl. S.74). Im Lifestyle-Fernsehen und ihren Repräsentant_innen, die häufig als Ratgeber fungieren, übernimmt das Fernsehen wieder staatliche Aufgaben – und zwar durch Formen des ‚Regierens auf Distanz‘ (vgl. S.77). Das Kapitel „The Labor of Lifestyle“ versucht eine Einordnung des Lifestyle TV in postfordistische Bedingungen kreativer Arbeit. So beschäftigt sich *The Fairy*

Job Mother (2010) mit der Optimierung des Aussehens als ökonomischer Ressource für den Arbeitsmarkt. Und unzählige Formate – zum Beispiel *Project Runaway* (2004-) – stellen die post-industrielle Arbeit in Fitnessstudios, Schönheits- und Frisiersalons dar (vgl. S.110f.). Mit ihren vagen Erfolgsversprechen und ihrer Forderung von Engagement, Kreativität und der Arbeit am eigenen Körper lassen sie sich in den Kontext immaterieller Arbeit einordnen (vgl. S.121). Das letzte Kapitel „Performing Difference“ geht schließlich auf Sender wie TLC ein, die den Warenwert ‚wirklicher‘ Differenz entdeckt haben (vgl. S.127).- Es lässt sich ein dokumentarisches, unterhaltendes Ausstellen andersartiger, prekärer, subordinierter und exotischer Lebensformen beobachten, die in einem Prozess des *othering* erst in dieser Differenz zu den ‚normalen‘ Betrachter_innen hergestellt werden (vgl. S.131).

Diese Formate vermeiden meist eine Analyse der Bedingungen der Subordination (vgl. S.133), aber sie verleihen Angehörigen der Arbeiterklasse Sichtbarkeit und können in seltenen Fällen sogar kulturelles Kapital für sie

generieren und sie zu Berühmtheiten werden lassen (vgl. S.138). Dieser kurze Durchlauf durch die einzelnen Kapitel gibt nur einen ungenauen Eindruck von der Stärke dieses Bandes. Er mag in seinem Fokus auf Konzepte der Gouvernementalität oder der immateriellen Arbeit auf bereits bekannte und häufig gebrauchte Theorien zum Reality TV und Lifestyle TV zurückgreifen. Diese Konzepte bekommen bei Ouellette aber eine geschliffenere Kontur – nicht nur, sondern gerade weil die Autorin, wie sie in der Einleitung anmerkt, gleichzeitig Fan und Kritikerin dieser Formate ist, sich nicht außerhalb der Kultur bewegt, über die sie schreibt, aber dennoch ihre Wirkmacht als Repräsentanten einer neoliberalen Ordnung zu erfassen versucht (vgl. S.21). Die detaillierten Beschreibungen vieler einzelner Formate und der ebenso häufige Rückbezug auf andere wissenschaftliche Arbeiten zum Reality TV machen dieses dichte Bändchen ebenso lesbar wie lehrreich, so dass es sich gleichermaßen als Einführung in dieses Feld wie als dessen elaborierte und vertiefte Exploration eignet.

Herbert Schwaab (Regensburg)