

Kai Fischer

Annette Hill: Reality TV

2015

<https://doi.org/10.17192/ep2015.3.3708>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Fischer, Kai: Annette Hill: Reality TV. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 32 (2015), Nr. 3. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2015.3.3708>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Annette Hill: Reality TV

New York: Routledge 2015 (Key Ideas in Media & Cultural Studies, Bd.2), 184 S., ISBN 0415691761, USD 39,95

Die Ankündigung der FOX Television Group die Produktion *American Idol* (seit 2002) im Jahr 2016 abzusetzen, beendet eine 15-jährige Erfolgsgeschichte. Auf dem Höhepunkt schalteten in den USA bis zu 30 Millionen Zuschauer_innen ein, um mit den Teilnehmer_innen mitzufiebern und deren Gesangstalent zu bewerten. Auch international konnten sich vergleichbare Formate auf den verschiedenen Fernsehmärkten durchsetzen. Angesichts eines zunehmend diversifizierten

Unterhaltungsangebots sowie neuen Distributions- und Produktionsmodellen, die als Ausdruck eines wiederholt formulierten allgemeinen Trends, dem Medium Fernsehen den Verlust des Status‘ als Leitmedium abzusprechen, verstanden werden können, bildeten Programme wie *American Idol* eine Art Gegenpol: Straßenfeger-TV. Zwar basiert der ökonomische Erfolg solcher Formate auf dem partiellen Live-Charakter und der darüber vermittelten Integration der Zuschauer_innen ab

einem bestimmten Zeitpunkt innerhalb der Staffel, zugleich lässt sich an ihnen die Notwendigkeit ablesen, *cross-media-content* bereit- und herzustellen und auf diese Weise mit neuartigen Verwertungsketten zu experimentieren. Es dürfte wohl auch dieses enge Geflecht aus ökonomischen Interessen, Unterhaltung und Partizipationskultur sein, das immer wieder (kultur-)kritische Stimmen herausgefordert hat.

Dankenswerterweise verzichtet Annette Hill in ihrem Buch *Reality TV* darauf, sich in die Riege der Kritiker_innen einzureihen. Im Gegenteil zeichnet sich ihre Herangehensweise durch Werturteilsfreiheit aus, was nicht zuletzt am methodischen Zuschnitt ihrer Untersuchung liegt. Hill geht nämlich davon aus, dass man Reality TV als kulturelles Phänomen nur angemessen verstehen könne, wenn man die Zuschauer_innen und deren „agency“ (S.7) in der Beschreibung und Analyse berücksichtigt. „Specifically this book explores how reality television is a situated phenomenon. A central argument is that it is not possible to understand reality TV unless it is connected to audiences“ (S.7). Um dies zu gewährleisten, verbindet Hill theoretische Definitionsversuche, historiografische Rekonstruktion der Genregeschichte und Auswertung empirischer Daten, um ihrem heterogenen Gegenstand gerecht werden zu können. Denn – und dies klarzustellen ist eine der Leistungen von Hills kurzem Buch – Reality TV ist nicht gleich Reality TV.

In den ersten beiden Kapiteln widmet sich Hill dem Problem einer angemessenen Definition und dem Versuch,

eine Genregeschichte zu skizzieren. Dabei unterscheidet sie überzeugend zwischen Reality TV-Formaten, die als *fly-on-the-wall*-Dokumentation (vgl. S.9) der realen Welt im *world space* angesiedelt sind, und solchen, die, wie *American Idol* oder *Germany's Next Top-Model* (seit 2006), als Wettbewerbe konzipiert sind und vor allem im *television space* produziert werden. Dieser idealtypischen definitiven Unterscheidung entspricht die historische Entwicklung von Reality TV. Waren in den 1990er Jahren vor allem *fly-on-the-wall*-Formate erfolgreich, sei es in erster Linie der Erfolg von *Big Brother* (seit 1999) gewesen, der die Fernsehlandschaft der folgenden Jahrzehnte verändert habe. Mit *Big Brother* habe sich die Form von *competitive reality* durchsetzen können, die, unabhängig vom gewählten Sujet (z.B. Kochen oder Modeln), die Vorstellung davon geprägt habe, was Reality TV als Genre sei.

Ebenso untersucht Hill die unterschiedlichen Dimensionen von Performanz, die mit Reality TV verbunden sind. Dabei ist insbesondere der Umstand interessant, dass Zuschauer_innen die Möglichkeit offensteht, selbst zu Teilnehmer_innen einer Sendung zu werden. Das heißt folgerichtig, dass die einstigen Zuschauer_innen bestimmte Verhaltensweisen vorher einüben können, so dass sie möglicherweise besonders erfolgreich sein können. Diese Disziplinierungsmechanismen stehen, so Hill, natürlich im Fokus einer weit ausgreifenden Kulturkritik, wobei aber nicht nur die Zahlen einer pessimistischen Diagnose kaum standhalten, sondern auch der Umstand, dass die

meisten Zuschauer_innen sich dieser Mechanismen bewusst seien, was den Vorwurf der Manipulation entkräfte (vgl. S.68-70).

Neben der Betrachtung der spezifischen Form der Ökonomie („experience economy“ [S.80ff.]), die sich um das Phänomen des Reality TV gebildet hat, unternimmt Hill ebenfalls einen interessanten Vergleich mit Professional Wrestling. Dabei sind nicht nur die Parallelen zwischen Reality TV, in der Form von *competitive reality*, und Wrestling sowie ihrer Rezeption verblüffend, auch hier überzeugt die vorurteilslose Analyse und Deskription von Hill. Die Gemeinsamkeiten reichen dabei vom *engagement* des Publikums hinsichtlich der Bevorzugung bestimmter Teilnehmer_innen beziehungsweise Sportler_innen, über die Inszenierung

von Konflikten bis hin zur Ereignisdimension des Spektakels der jeweiligen Live-Events.

Insgesamt lässt sich Hills Buch als prägnante und gut argumentierte Einführung in den Gegenstandsbereich Reality TV empfehlen, auch wenn ihr heuristischer Überblick sowie die jüngsten Entwicklungen im Genre es erfordern, zukünftig differenzierter mit den verschiedenen Ausprägungen von Reality TV umzugehen. Für Leser_innen, die einen ersten Schritt in dieses Forschungsfeld unternehmen möchten, stellt Hills Darstellung einen brauchbaren Text dar, der zudem mit einer ausführlichen Bibliografie ausgestattet ist.

Kai Fischer (Bochum)