

Joan Kristin Bleicher

Das Private ist das Authentische. Referenzbezüge aktueller Reality-Formate

2009

<https://doi.org/10.25969/mediarep/14303>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bleicher, Joan Kristin: Das Private ist das Authentische. Referenzbezüge aktueller Reality-Formate. In: Harro Segeberg (Hg.): *Referenzen. Zur Theorie und Geschichte des Realen in den Medien*. Marburg: Schüren 2009 (Schriftenreihe der Gesellschaft für Medienwissenschaft (GfM) 16), S. 111–119. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/14303>.

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.

Joan Kristin Bleicher

Das Private ist das Authentische

Referenzbezüge aktueller Reality-Formate

Fernsehen – das «Fenster zur Welt»; diese bereits in den fünfziger Jahren häufig verwendete Metaphorik signalisierte das Versprechen eines globalen Referenzbezugs des Mediums. Im weiteren Verlauf der Programmentwicklung reduzierte sich das Versprechen des umfassenden Einblicks in das Weltgeschehen schrittweise auf die Metaphorik des Fernsehens als «Bildtapete», die nur noch Basisfunktionen eines Begleitmediums erkennen lässt. Doch selbst in dieser Bildtapete öffnen sich noch immer Fenster in unterschiedliche Teilbereiche der Wirklichkeit. Zu diesen Teilbereichen zählt das private Lebensumfeld, das einen aktuellen Programmschwerpunkt im Bereich des sogenannten Realitätsfernsehens bildet, der im Zentrum dieses Beitrags steht.

Realitätsdimensionen der Fernsehvermittlung

In der Fenstermetaphorik erscheint Wirklichkeit als direkter Endpunkt der im Rahmen des Empfangsapparats medial gesteuerten Blickrichtungen. Wissenschaftliche Untersuchungen zeugen jedoch von einer besonderen Komplexität der Referenzbezüge innerhalb unterschiedlicher Programmangebote. So unterscheidet Harald Burger verschiedene Formen der vom Medium zu repräsentierenden Realität:

- (1) eine außermediale Realität, die unabhängig vom Medium existiert bzw. sich ereignet und die im Medium als solche präsentiert wird (Beispiel: Naturkatastrophe, Wirtschaftscrash, Sportereignis);
- (2) eine außermediale Realität, die aber fürs Medium bzw. im Hinblick auf die Präsentation im Medium geschaffen wird;
von nichtmedialen Akteuren geschaffen (Beispiel: Pressekonferenz, Pressecommuniqué, Leserbrief);
von Akteuren des Mediums selbst geschaffen (z. B. eine Meinungsumfrage, die im Auftrag eines Mediums durchgeführt wird);

(3) eine innermediale Realität, die außerhalb des Mediums keine Existenz hat (Beispiel: Talkshow); auch diese Realität ist nicht einfach identisch mit der medialen Realität.¹

Doch auch diese Kategorien unterschiedlicher Referenzbezüge sind Veränderungen unterworfen. Aktuelle Programmentwicklungen im deutschen Fernsehen zeigen immer stärkere Grenzverwischungen zwischen der außermedialen und der innermedialen Realität. So verstärken sich seit einigen Jahren innerhalb der Programmangebote vom Fernsehen selbst geschaffene Referenzbezüge auf das private Lebensumfeld. Dennoch suggeriert der Begriff des sogenannten Realitätsfernsehens den gleichen Abbildcharakter, den im Verlauf der Fernsehgeschichte unterschiedliche Genres des Informations- (etwa Live-Übertragungen) und Dokumentationsbereichs etablierten. Das Realitätsfernsehen richtet seinen Blick in die von der Öffentlichkeit abgeschlossenen Räume des Privatlebens. Sie bilden den Schauplatz für die mediale Inszenierung einer in ihren Grundzügen gleich bleibenden emotionalisierenden Handlungsabfolge, in der von televisionären Heldengestalten aus einer unglücklichen, problematischen Ausgangssituation ein mit Glück behaftetes und tränenreich begrüßtes Endprodukt erstellt wird. Trotz ihres Abbildversprechens basieren solche Referenzen in das Privatleben letztlich auf unterschiedlichen Konstruktionsmustern fiktionaler Erzählungen wie der von Helden herbeigeführten Wandlung des Unglücks in Glück.

Vom Abbild zur Medienerziehung. Ein fernsehhistorischer Streifzug

Aus fernsehhistorischer Perspektive lässt sich ein langsamer Wandel von Formen des dokumentarischen Abbildes hin zu Formen der inszenierten Wiedergabe von Wirklichkeit beobachten. DIE FUSSBROICHS (WDR, 1979 zunächst als Dokumentarfilm) als seit 1990 ausgestrahlte dokumentarische Familienserie von Ute Diehl versuchte den Alltag einer Kölner Arbeiterfamilie möglichst authentisch zu beobachten. Die im Vergleich zu BIG BROTHER wenig beachtete Reality-Soap DAS WAHRE LEBEN (1994), von Markus Peichl als einem der Hauptvertreter deutscher Grenzgänger zwischen Journalismus und Literatur² für Premiere produziert, war ein Vorläufer vieler aktueller medialer Inszenierungen von Privatheit. Im Unterschied zu aktuellen Formaten fand 1994 die Präsentation des WAHREN LEBENS nicht im eigenen privaten Wohnumfeld, son-

1 Harald Burger: «Intertextualität in den Massenmedien». In: Ulrich Breuer / Jarmo Korhonen (Hrsg.): *Mediensprache - Medienkritik*. Frankfurt a.M. 2001, S. 20.

2 Siehe dazu: Joan Kristin Bleicher / Bernhard Pörksen (Hrsg.): *Grenzgänger. Formen des New Journalism*. Wiesbaden 2004.

dern an einem televisionär vorgegebenen Handlungsort, einem Berliner Loft, statt und wurde durch das Leben in der Metropole ergänzt. Bereits das Casting der Loftbewohner setzte auf Konfrontationen etwa zwischen einem ausländerfeindlichen Ostdeutschen und einem jungen Türken. Eine Strategie, die eine Vielzahl von Auseinandersetzungen in den einzelnen Folgen auslöste. Doch nicht 1995, sondern erst im Jahr 2000 folgte auf DAS WAHRE LEBEN der televisionäre Menschenzoo BIG BROTHER und leitete den Beginn einer Vielzahl von Sendeformen des Realitätsfernsehens ein.

Die aktuellen televisionären Fenster zur Welt beteiligen sich immer mehr an der Gestaltung des Lebensumfelds, das sie präsentieren.³ Nicht nur die Kulissen und Requisiten werden in den zahllosen Renovierungssendungen fernsehgerecht umgestaltet, auch der Körper der Lebensdarsteller und das menschliche Beziehungsverhalten wird den besonderen dramaturgischen Anforderungen angepasst. Selbst das präsentierte Wertesystem entspricht den medialen Rahmenbedingungen. So wird die Bereitschaft, sich den Anforderungen medien-gerechter Inszenierungen zu unterwerfen, als eigener televisionärer Wert konstruiert und in Sendungen wie DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR (RTL, seit 2002), POPSTARS (Pro Sieben, seit 2000) und LET'S DANCE (SAT.1, seit 2006) einem jugendlichen Publikum vermittelt. Ein Vorbild mit Folgen, denn berühmt zu werden, gerät zum Lebensideal immer mehr jugendlicher Zuschauer. Georg Francks Aufmerksamkeitskapitalisten haben, so scheint es, sich an der Spitze der gesellschaftlichen Hierarchie etabliert und beeinflussen von dort die Träume ihrer Bewunderer.⁴

Die Format-Entwicklung des Realitätsfernsehens

Diese Entwicklungen der Castingshows zeigen, dass sich seit dem Erfolg von BIG BROTHER im Jahr 2000 der Bereich des Realitätsfernsehens immer weiter in unterschiedliche Genres ausdifferenziert: Doku-Soaps wie die ÖZDAGS (WDR, 2007) begleiten Menschen in ihrem gewohnten Lebens- oder Berufsumfeld. Reality-Soaps konfrontieren ihre Darsteller mit ungewohnten Umgebungen und Situationen (DIE FAHRSCHULE 1999-2003, SAT.1). Reality Shows integrieren auch diverse Showelemente wie etwa Wettkampfsituationen in die Sendungen (INSEL-DUELL 2000, SAT.1). Auch in den sich in den letzten Jahren boomartig erwei-

3 Dabei geraten auch historische Lebenswelten in den Blickwinkel des Fernsehens wie etwa in den zahlreichen Living-History-Formaten, die Christian Hißnauer in seinem Beitrag in diesem Band vorstellt.

4 Vergleiche hierzu auch: Joan Kristin Bleicher / Knut Hickethier (Hrsg.): *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*. Hamburg, Münster 2002. Sowie Georg Franck: *Mentaler Kapitalismus. Eine politische Ökonomie des Geistes*. München 2005.

ternden «Making-Over-Formaten»⁵ innerhalb der Doku-Soaps tritt das Medium Fernsehen immer stärker als eigentlicher Initiator der Ereignisse hervor, deren authentisches Abbild es zu präsentieren vorgibt. Vielen dieser aktuellen Formate scheint ein Versprechen gemeinsam zu sein: «Wir können Dein Leben ändern.»

Produktionsfirmen wie Tresor TV oder Janus TV gestalten in vielfältigen Sendereihen ihre Laiendarsteller und ihre Lebenswelt mediengerecht. Die neuen Helden des Transformationsfernsehens wie RTL «Dekoqueen» Tine Wittler erweisen sich als Prinzen und Prinzessinnen, die den Alltag der Menschen, ihr Lebensumfeld, ihre Kinder und Hunde sowie ihre Wohnungen und Häuser, ihre Nahrungsmittel und damit auch ihre Körper verzaubern. Vera Int-Veen verwandelt in HELFER MIT HERZ (RTL seit 2006) Unglück in 45 Minuten Sendezeit tränenreich in Glück. Bereits die erste Folge der Reihe war an Emotionalisierungsstrategien kaum zu überbieten. «In der ersten Folge hat das Schicksal der 6-köpfigen Familie Degen sie nach Bayern geführt, wo sich die alleinerziehende Mutter Conny mit ihren fünf Kindern durchs Leben kämpft. Connys ältester Sohn Alexander hat einen unheilbaren Gehirntumor. Ihr Mann Hermann hat sich im März das Leben genommen; nun ist sie mit den Kindern allein.» Zeit für RTL-Märchenfee Vera Int-Veen einzugreifen: «Als Vera vom Dilemma der Familie erfährt, beschließt sie sofort zu helfen. Sie macht gleich Nägel mit Köpfen und schickt Conny und die Kinder für eine Woche in den Urlaub! [...] Vera mobilisiert Freunde, Bekannte und Nachbarn, macht Experten ausfindig, spricht Dienstleister und Behörden an – wie gewohnt mit ganzem Einsatz und viel Herz. Mit der Unterstützung vieler Helfer macht sie das Unmögliche möglich – und verhilft Conny und ihrer Familie zum Sprung in ein neues Leben...»⁶ Solche emotionalen Angebote wie HELFER MIT HERZ ersetzen seit der Jahrtausendwende die noch in den 90er Jahren erfolgreichen TV-Movies als Melodramen bei den kommerziellen Anbietern.

Kombination von Erzählmustern und Authentisierungssignalen

Die im Bereich des Realitätsfernsehens selbst inszenierte Wirklichkeit strukturiert sich aus grundlegenden Erzählmustern fiktionaler Genres und diversen Authentisierungssignalen des Fernsehdokumentarismus. Den Ausgangspunkt der Handlung bilden unterschiedliche Referenzen zu einer authentischen Lebenswelt echter, da nicht prominenter Personen. Die Wohnungen entsprechen in ihrer Gestaltung zunächst eher dem Lebensumfeld der Zuschauer als der Kulisse von

5 Vgl. hierzu Joan Kristin Bleicher: «We Love to Entertain you. Beobachtungen zur aktuellen Entwicklung von Fernsehformaten». In: *Hamburger Hefte zur Medienkultur* No. 8, Hamburg 2006, S. 21ff.

6 Vera Int-Veen – Helfer mit Herz. «Conny & Co – Eine Familie kämpft ums Überleben». http://www.vera.de/artikel/full,10/startpage_small_left.html, 4.9.2008.

Daily Soaps. Die zunächst dokumentarische Raum- und Figur-Referenzstruktur verändert sich durch die Integration prominenter Fernsehfiguren schrittweise in fiktionale Inszenierungs- und Erzählmuster. Es folgt eine standardisierte Abfolge von Konflikt und Konfliktlösung mit einem tränenreich inszenierten glücklichen Ende, dem neuen Leben in Zimmern, die aktuellen Möbelkatalogen entsprechen und somit durchaus als Soapkulissen fungieren können. Diese Struktur kennzeichnet etwa die Sendereihe *WOHNEN NACH WUNSCH* (seit 2004, VOX) oder *EINSATZ IN VIER WÄNDEN* (seit 2003, RTL). Der authentisch wirkende Ursprungsort weicht innerhalb einer Sendung einer künstlich wirkenden Raumkulisse. Auf diese Weise wird die außerdiegetische Welt in den Handlungsort der diegetischen Welt des Fernsehens umfunktioniert. Der Referenzbezug des Fernsehens bleibt auf die selbst konstruierte televisionäre Wirklichkeit begrenzt.

Öffentlicher Raum versus privater Raum

Das Fernsehen etablierte, wie ich bereits an anderer Stelle gezeigt habe, eine spezifische Form der Raumästhetik⁷, die den Zuschauer schnell die Art der Geschichten identifizieren lässt, die gerade im laufenden Programm erzählt werden. An die Seite der öffentlichen Räume mit ihren politischen und gesellschaftlichen Themen treten in fiktionalen Sendeformen und den Reality-Formaten private Räume, die uns vom Leben und den Konflikten der Menschen erzählen, die in ihnen leben. Der in Sendungstiteln wie *UNSERE ERSTE GEMEINSAME WOHNUNG* (seit 2005, RTL) versprochene Einblick in das Privatleben erweist sich trotz vielfältiger Authentisierungssignale in Moderation und Postproduktion als oberflächlich, in seiner grundlegenden Struktur letztlich als audiovisuelle Inszenierung, die Vorgaben fiktionaler Erzählformen wie dem Märchen mit alt hergebrachten ideologischen Weisheiten à la «gemeinsam sind wir stark» kombiniert.

Auch die Präsentation von Familien schließt sich mit alltagsnahen Varianten der klassischen Handlungs-Abfolge von Harmonie, Konflikt und Konfliktlösung an etablierte Erzählmuster an. So können etwa die Urlaubsausgaben in *FAMILIE XXL* (seit 2003, RTL II) einen Konflikt zwischen den präsentierten Personen darstellen, der eine ganze Folge durchträgt. In Dokumentationen und Reportagen mit Reihentiteln wie etwa *24 STUNDEN...* (seit 1993, SAT.1) wird die gleiche Konfliktstruktur auf drei oder mehr in der Postproduktion verknottete Erzählstränge verteilt. Auf diese Weise lässt sich bestehendes Bildmaterial wie ca. 3-minütige Familienplots aus Magazinsendungen wie dem SAT.1 *FRÜHSTÜCKSFERNSEHEN* zu einer großflächigen Dokumentation im Hauptabendprogramm ausweiten.

7 Joan Kristin Bleicher: «<Zum Raum wird hier die Zeit>. Anmerkungen zum Verschwinden der Vergangenheit im Fernsehprogramm». In: Knut Hackethler / Eggo Müller / Rainer Rother (Hrsg.): *Der Film in der Geschichte*. Dokumentation der GFF-Tagung. Berlin 1997, S. 56-62.

Grenzverwischung von Fakten und Fiktion

Die Beispiele zeigen, das Erzählsystem Programm bietet seit der Jahrtausendwende viele, so verheißen es die Programmankündigungen, «wahre» Geschichten über Menschen, Tiere, ihre Existenzprobleme und Alltagsorgen als Kontrast zu den fiktionalen Traumwelten der Telenovelas. Ihre fiktionalen Traumwelten wie *VERLIEBT IN BERLIN* (2005–2007, SAT.1) bringen in scheinbar unendlichen Kapiteln Liebesträume ihrer Prinzessinnen trotz vielfältiger Bedrohungen und intriganter Gegner zum glücklichen Ende vor dem Traualtar. Trotz des intendierten Kontrastes zeigt sich, dass das Realitätsfernsehen mit vergleichbaren Handlungsstrukturen an die Erlebniswelten der Telenovelas anschließt: die erkennbar gleich bleibende Struktur aus privaten Problemen und televisionärer Problemlösung in unterschiedlichen Programmbereichen lässt erkennen, dass die traditionellen Grenzen aus Fakten und Fiktion nicht nur in Literatur und Journalismus, sondern auch im Fernsehen immer stärker verwischen.

Die Programme der Sendeanstalten schaffen in vielfältigen Mischungen aus Reality und Fiktion eine Balance aus unterschiedlichen Erzählungen und Spielformen, ihren Raumstrukturen und der Beteiligung prominenter und nicht prominenter Protagonisten. Insbesondere im Verlauf des Tagesprogramms, wo vor allem Hausfrauen und Arbeitslose zu den von den Programmplanern anvisierten Hauptnutzer-Gruppen des Fernsehens zählen, werden die die Zuschauer umgebenden privaten Räume im Fernsehen verdoppelt. Der Bildschirm im Wohnzimmer zeigt andere Wohnzimmer, ihre Bewohner und ihre Probleme, verspricht aber auch, dass sich letztlich dank des Fernsehens alles zum Guten wenden lässt.

Die Wendung zum Guten scheint etwa in der *SUPER NANNY* (seit 2004, RTL) authentisch abgefilmt, lässt in vielen Szenen jedoch Inszenierungsvorgaben vermuten. «Fernsehen lebt nun einmal von Spannung» heißt es in einem Artikel, «weshalb auch das Familienleben Dramatik bieten muss. Da befiehlt der Kamera-Mann schon mal, dass der Siebenjährige ein bockiges Gesicht ziehen und beleidigt unter dem Bett verschwinden soll – Tobsucht auf Bestellung, denn auch die Filmcrew will mal Feierabend haben» (bildungsklick.de).⁸Die Moderation dramatisiert und emotionalisiert das Gezeigte noch zusätzlich.

Mit dem Vorwand der Präsentation von Abbildern tatsächlicher Ereignisse lassen sich konventionelle fiktionale Motive wie Familienkonflikte besser verkaufen und ihre Wirkung steigern. Der echte Konflikt streitender Mütter in *FRAUENTAUSCH* (seit 2003, RTL II) vermag die Wirkung von vergleichbaren Konflikten in Langzeitserien noch zu intensivieren.

8 <http://bildungsklick.de/a/13151/die-super-nanny-ein-tv-maerchen/>, 4.9.2008

Televisionäre Glücksversprechen

Die aktuellen Darstellungsformen von Authentizität im Fernsehen folgen trotz ihres Realitätsanspruchs deutlich fiktionalen Strukturen. Bereits auf der thematischen Ebene vermittelt die Welt der Privatheit im Fernsehen in den Ausmaßen ihres Glücksversprechens utopisch anmutende Lebensmodelle wie etwa die Großfamilie (FAMILIE XXL, seit 2003, RTL II), die trotz Problemen zusammenhält und das Glück im Familienensemble findet. Sollten unerwartete Katastrophen das Familienglück gefährden, so ist der bereits aus unzähligen Talkshows bekannte rettende Engel Vera Int-Veen zur Stelle, der in GLÜCK-WUNSCH – VERA MACHT TRÄUME WAHR 2006, RTL II) vielfältige helfende Hände dazu motiviert, wieder das ersehnte Glück für bedürftige Familien herbei zu führen.

Besonders wichtig bei diesen televisionären Grundmustern des fiktionalen Erzählens ist das schnelle Glücksversprechen, das innerhalb der Sendezeit von 45 Minuten (ohne Werbung) umzusetzen ist. So agieren die vielfältigen Fernsehelfer meist in sehr kurzen Fristen. In WOHNEN NACH WUNSCH (seit 2004, VOX) wird von Enie van de Meiklokjes in 24 Stunden renoviert, die Kinder und mittlerweile auch Hundemonster (DIE TIER-NANNY, VOX 2005, mit Katja Geb-Mann) werden von diversen Super Nannies⁹ in 14 Tagen in kleine Engel verwandelt, aus unscheinbaren Jugendlichen werden in wenigen Wochen POPSTARS (seit 2000, Pro Sieben). Selbst für die Komplettrenovierung des eigenen Körpers werden in THE SWAN (2004, Pro Sieben) gerade einmal sechs Monate angesetzt.

Die narrative Basisstruktur des Realitätsfernsehens mit schier unlösbaren Konflikten und märchenhaften Lösungen durch televisionäre Ratgeber schließt die Vermittlung traditioneller Schönheitsideale, Lebens- und Wertemodelle ein. Fasst man die Idealbilder unterschiedlicher Formate zusammen, so ist die Traumfrau der Reality-Formate schlank mit einer auffälligen Oberweite, gleichzeitig Hausfrau und Mutter mit ausgeprägtem Sinn für Reinlichkeit und einem festen Glauben an die Gültigkeit traditioneller Werte. Sowohl FRAUENTAUSSCH als auch die Berichterstattung zu der Buchpublikation von Eva Herman können als medialer Beleg für Susan Faludis These vom Backlash gegen die bislang erreichten Ziele des Feminismus¹⁰ fungieren. Dies geht auch mit gesellschaftlichen Trends einher, was die Diskussionen um die Buchpublikationen von Eva Herman 2007 belegen.¹¹

9 Dazu zählen auch die SUPER MAMMIES auf RTL II.

10 Susan Faludi: *Backlash*. Hamburg 1995.

11 Vgl. Eva Herman: *Das Eva-Prinzip: Für eine neue Weiblichkeit*. München 2007 (mit inzwischen 142 Kundenrezensionen zu Buch und Mediendebatte auf www.amazon.de [4.7.2008]).

Fernsehwandel und Gesellschaftswandel

Bereits in den achtziger Jahren zeigte die amerikanische Fernsehforschung enge Wechselwirkungen zwischen gesellschaftlichen Entwicklungen und den jeweiligen Programmschwerpunkten des Fernsehens.¹² Bezogen auf die aktuellen Entwicklungen des deutschen Fernsehens führen Phasen des schnellen gesellschaftlichen Wandels und mit ihm einhergehende Gefühle der Unsicherheit zu einem gestiegenen Orientierungsbedarf in Sachen Lebenshilfe. Zwei implizite Botschaften an den Zuschauer werden in den diversen Formaten des Realitätsfernsehens auf unterschiedliche Weise kombiniert:

- Botschaft 1: Veränderung ist positiv, da sie dein Leben verschönert und dich medientauglich macht.
- Botschaft 2: Für dein Verhalten jedoch solltest du dich an traditionellen Werten und Lebensmodellen orientieren.

Frage man früher die Großmutter, sind nun vor allem televisionäre Ratgeber gefragt, die aber gerne selbst auf traditionelle Ratschläge der Großmütter zurückgreifen oder das Lebensglück durch aktuelle Konsumangebote etwa aus dem Möbelbereich anpreisen. Im Zentrum der televisionären Orientierungsangebote stehen nur vordergründig hilfreiche Gebrauchsanweisungen für die Lebensführung, dahinter verbirgt sich eine konservative Wertevermittlung, aber auch die Vermittlung unterschiedlicher Lebens- und Konsummodelle. Insbesondere die Frauen, so scheint es, sollen durch Glücksversprechen in das traditionelle Umfeld der Privatheit zurückgedrängt werden, um der steigenden Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt zu begegnen. FRAUENTAUSCH und diverse andere Formate präsentieren immer wieder das Glücksversprechen des reinen Familienlebens ohne beruflichen Erfolg.

Fazit

Die in diesem Beitrag präsentierten Darstellungen des Privaten im Fernsehen reihen sich ein in eine die Mediengrenzen überschreitende Grenzverwischung aus Fakten und Fiktion, die einige der Grundmuster erkennbar werden lässt, nach denen Medien Referenzen in die Realität durch eigene Konstruktionen ersetzen. Dazu zählt auch die Dramatisierung der Berichterstattung über authentische Ereignisse wie etwa den Hurrikan Katrina, die Authentisierungs- und Emotionalisierungsstrategien kombiniert. In den zu beobachtenden vielfältigen

¹² Vergleiche dazu die Beiträge in den unterschiedlichen Auflagen des Sammelbandes: Horace Newcomb (Hrsg.): *Television: The Critical View*. New York 1976, 1979, 1982, 1987, 1994, 2000, 2004.

Mischungen von Authentifizierungssignalen, narrativen Grundstrukturen und einer emotionalisierenden Dramaturgie gründet aus meiner Sicht die jüngst von Angela Keppler betonte besondere Rolle des Fernsehens bei der Konstruktion sozialer Realität und kollektiver Vorstellungen zur menschlichen Lebenswelt.¹³

In den in diesem Beitrag vorgestellten Reality-Formaten gerät der Bildschirm zum Spiegel privater Lebenswelten. Echte Menschen in ihren eigenen vier Wänden zeigen die gleichen Konflikte und Wünsche wie ihre Zuschauer vor den Bildschirmen. Auch die Abfolge des Wechsels von Unglück in Glück durch Veränderungen der eigenen Wohnung oder des eigenen Körpers durch die Hilfe von Fernsehexperten scheint Vorbildcharakter zu besitzen. Gleichzeitig markieren die in diesem Beitrag vorgestellten Formate den Übergang des klassischen Fernsehens zu den vielfältigen Angeboten des Online-Fernsehens. Die Darstellung von Privatheit in den von Zuschauern produzierten Beiträgen der Videotauschbörsen wie YouTube oder MyVideo nutzen vergleichbare Handlungsfolgen und Kulissen wie etwa die Renovierungssendungen von RTL und RTL II. Der Slogan «Broadcast Yourself» signalisiert, die Inszenierungen von Transformationen des privaten Lebensumfeldes der Zuschauer sind Teil des Übergangs hin zur eigenständigen Selbstinszenierung im Online-Fernsehen.

13 Angela Keppler: *Mediale Gegenwart: eine Theorie des Fernsehens am Beispiel der Darstellung von Gewalt*. Frankfurt a.M. 2006, S. 93.