



## Modul 1

# Die Faszination von Reality-TV

Aneignung von Realität

# Die Faszination von Reality-TV

## *Aneignung von Realität*

### Thematischer Impuls

## Modul 1

*Achtung - die nachfolgende Sendung enthält Szenen, in denen Realität und Inszenierung nicht mehr unterschieden werden können!*

Solch einen Vorspann wird es nie geben. Nur ungern weisen Produzenten von inszenierter Realität (sogenannte Scripted Reality oder komplett gestellte Pseudo-Doku-Soaps) auf die Fiktion hin. Allenfalls findet sich am Ende im Abspann der Hinweis: „Alle Personen und Handlungen sind frei erfunden.“

Wichtig für die Beurteilung, ob eine Szene als echt oder fiktiv wahrgenommen wird, ist die eigene Erfahrung des Zuschauers: Lebenserfahrung, Fernseherfahrung und natürlich auch der Austausch mit anderen Menschen zu einem Sachverhalt. Schon das Gespräch mit Mitschülern am Tag nach einer Sendung bringt einen Perspektivenwechsel, neue Argumente und Sichtweisen und oft eine Distanz zum Gesehenen.

Die Produzenten von Reality-TV bedienen sich eines umfangreichen Katalogs an Stilmitteln, um die Grenze zwischen Realität

und Fiktion verschwimmen zu lassen. Denn die TV-Macher brauchen beides: die Faszination des Alltags anderer Menschen, sozusagen das Prinzip Neugier, und die unterhaltsamen und serienfähigen Erzählmechanismen von fiktionalen Werken wie Spielfilmen und Daily Soaps. Nur so können sie den Konsumenten optimal bedienen und eine möglichst hohe Verweildauer vor dem gewählten Programm erzeugen.

Im Allgemeinen geht man als Zuschauer davon aus, dass ein Großteil der Medienprodukte wie Spielfilme und Serien vornehmlich von der Realität abweicht und im Bereich der Fiktion angesiedelt ist. Eine fiktive Darstellung dient zunächst einmal der Unterhaltung und konfrontiert die Zuschauer mit ganz bestimmten Darstellungsmerkmalen, die das Medienprodukt als eindeutig fiktiv, also inszeniert, kennzeichnen. Fiktion ist keine Täuschung, da ein Spielfilm keine Re-



alität verspricht. Aber fiktionale Stilmittel, die in Reality-TV Verwendung finden, können im Zusammenhang etwa mit einer Reportage sofort die Urteilsfähigkeit der Zuschauer beeinflussen - ein Mechanismus, dessen sich Reality-TV bewusst bedient. Emotionalisierung durch dramatische Musik in gefilmten Alltagsszenen erschwert beispielsweise eine Distanzierung vom Gezeigten.

Mehr noch: Die quasi-realen Inhalte, die in die Inszenierung einfließen, binden die Zuschauer umso stärker, da eine ihnen relativ vertraute Lebenswelt porträtiert wird.

**In Reality-TV-Formaten werden  
Realität und Fiktion gezielt vermischt.**



## Motivation der Fernsehzuschauer

Natürlich spielt das Interesse am Schicksal der Anderen eine Rolle. Das Fernsehen bietet hier die Möglichkeit, in eine fremde Wohnung zu sehen, private Konflikte und deren Lösung zu beobachten. Der Blick hinter die Kulissen ermöglicht dem Zuschauer eine fast schon intime Annäherung (Intimisierung) an eine andere, manchmal vertraute, im Fall von *Deutschland sucht den Superstar (DSDS)* etwa manchmal auch fremde Welt. Damit Neugier beim Betrachter

einerseits ausgelöst und er andererseits an das Reality-TV-Produkt gebunden bleibt, unterfüttern die Produzenten ihre Botschaften mit geschickt eingesetzten fiktiven Gestaltungsmitteln und befriedigen damit ein grundlegendes Bedürfnis des Zuschauers: das Verlangen nach Unterhaltung. Und genau hier setzt die Vermischung von Realität und Fiktion an.

**Neugier auf das Leben und Verhalten der Anderen sind wichtige Sehmotivationen.**

Unterhaltung und Spaß sind grundlegende Motivationen des Fernsehzuschauers. Gemeint ist hier das Bedürfnis nach emotionaler Befriedigung und dramatischen beziehungsweise fiktional aufgeladenen Spannungsmomenten. Die spezifischen Erzählformen und die Bildsprache des Reality-TV warten unter anderem mit folgenden, aus dem Bereich fiktionaler Medienprodukte bekannten Versatzstücken auf:

- Fortsetzungsgeschichten erzeugen Spannung - welcher Kandidat übersteht die nächste Casting-Runde?
- Die visuelle Oberfläche soll beim Zuschauer „Augenkitzel“ erzeugen. Auffällige Akteure, Hintergründe und Requisiten werden mit ungewöhnlichen Kameraeinstellungen kombiniert und zu einem attraktiven Gesamtbild arrangiert. So bekommt jede Sendung ihren eigenen Look.
- Manche Reality-TV-Sendungen kleiden vollständig fiktionale Geschichten ins Gewand der Realität, indem sie zum Beispiel eine herkömmliche Krimihandlung mit dokumentarischen Stilmitteln inszenieren. Bei *K11 - Kommissare im Einsatz* werden das Überwachungsvideo und die wacklige Handkamera zum Gestaltungsprinzip. Manche Ermittler

sind im wahren Leben echte Polizeibeamte und spielen im Fernsehen scheinbar ihren Berufsalltag nach. Auch Gerichtsshow, vollständig inszeniert mit echten Juristen, folgen diesem Prinzip.

- Alltag anders - *X-Diaries*, *Die Super Nanny* und Co. spielen in Standardsituationen, die das Publikum kennt. Seien es der Urlaub auf Mallorca oder die Erziehungstipps in der Familienwohnung - die Zuschauer werden in dem Gedanken „Was so echt wirkt, kann doch nicht gespielt sein“ bestärkt oder sind erleichtert, dass andere Menschen noch viel schlimmer dran sind als wir selbst.

Die Gattung des Reality-TV erfüllt also die Erwartungen des Zuschauers an ein unterhaltsames und informatives Fernsehprogramm. Die zahlreichen ausdifferenzierten Genres und Untergruppen werden auch den mannigfaltigen Einschaltmotivationen einer großen Bandbreite von Fernsehzuschauern gerecht. Die gekonnt diffuse Kombination von tatsächlicher Realität, erdachter Fiktion und inszenierter beziehungsweise geleiteter Realität kann beim Zuschauer an bereits bekannte Seh- und Erzählmuster anschließen und präsentiert doch scheinbar Neues.

**Realität unterhält,  
dramatisierte Realität fasziniert.**

Das Leben im 21. Jahrhundert ist in Bewegung. Lebensentwürfe sind unsicherer und kleinteiliger geworden, Arbeitsplätze, Beziehungen, Wohnorte wechseln öfter und selbstverständlicher als früher. Je unsicherer die Parameter des eigenen Lebenswegs werden, desto größer wird das Bedürfnis nach Vorbildern und Orientierung.

Die Akteure im Reality-TV können Vorbilder, aber auch Antitypen sein, deren Verhalten man eindeutig ablehnt. Dieser Vorgang der Interaktion mit einer Fernsehpersönlichkeit wird in der Medienwissenschaft als parasoziale, also als schein-soziale, Interaktion, bezeichnet. Sie ermöglicht dem Zuschauer Orientierung, indem

### Reality-TV kann Vorbild für Real-Situationen sein.

Oft dient der Blick in fremde Wohnzimmer ein Stück weit der eigenen Beruhigung oder Einordnung. So schlimm wie bei „denen“ ist's bei uns nicht. Gegen „die da“ haben wir unseren Haushalt, unsere Kinder, unsere Finanzen oder unser Urlaubsmiteinander noch ganz gut im Griff. Reality-TV liefert in diesem Fall also keine Handlungsmodelle („So erziehen Sie Ihr Kind“), sondern bietet den Vergleich mit anderen Menschen in ähnlicher Familienkonstellation oder Lebenssituation.

sie zur Identifikation oder Abgrenzung einlädt, je nach individuellem Lebensentwurf. Identifikation und Abgrenzung sind elementare Vorgänge im Prozess der Identitätsbildung, also im Leben von Heranwachsenden in der Adoleszenzphase. Reality-TV bietet ihnen durch die Zurschaustellung verschiedenster Charaktere und Lebensentwürfe einen erweiterten Raum von Rollenvorbildern, der den brüchig gewordenen familiären Mikrokosmos weit übersteigt. Der jugendliche Zuschauer kann sich Vorbilder aussuchen und Teile der angebotenen Rollen- und Handlungsmuster annehmen, ablehnen oder im wirklichen Leben ausprobieren.

### Parasoziale Interaktion ermöglicht Identifikation mit dem beziehungsweise Abgrenzung vom Akteur.

## Fazit



Zur Zuschauerbindung werden im Reality-TV oft dramatisierende, fiktionale Stilmittel eingesetzt. Die Themenwahl und Ausarbeitung der Charaktere orientiert sich am er-  
strebten Unterhaltungswert. Dabei werden reale Lebenswelten für (teil-)fiktive Insze-  
nierungen genutzt. Das sollte dem Zuschauer bewusst sein.

## Ablaufskizze

In Modul 1 werden grundlegende Unterschiede zwischen der Aneignung von Realität und von Fiktion sowie eine erste Annäherung an das Themenfeld Reality-TV erarbeitet:

- Ein anonymer **Fragebogen** lässt Schüler die individuelle Mediennutzung reflektieren.
- Als Einstimmung und Einstieg ins Thema Reality-TV dient ein kurzer **Zuschnitt (DVD-Einspieler)** aus unterschiedlichen Reality-TV-Formaten.
- Es folgt eine kurze Zusammenstellung beliebter Reality-TV-Sendungen am **Tafelbild**.
- Erste Fragen zur Realitätsvermittlung dieser Sendungen werden anhand einer **Genre-Übersicht** diskutiert.
- Ein **DVD-Einspieler** (TV-Produzent klärt über die Tricks bei *DSDS*, *X Factor* und Co. auf) verdeutlicht anschaulich den Unterschied zwischen Realität und Fiktion.

## Kompetenzen

- Die Schüler lernen die Hauptmotivation der Zuschauer von Reality-TV-Sendungen und erste Gestaltungsmittel des Reality-TV kennen.
- Die Schüler reflektieren ihr eigenes Mediennutzungsverhalten.
- Die Schüler erfahren die Anwendung der Kategorien „Realität“ und „Fiktion“ im Reality-TV.



## Materialien



## Modul 1

### Arbeitsblatt

#### Arbeitsblatt 1:

##### Fragebogen zur Mediennutzung

Die Fragebögen werden anonym ausgefüllt und von der Lehrkraft eingesammelt. Sie dienen dem Einstieg ins Thema Fernsehen, der Reflexion des eigenen Handelns (hier: TV-Konsum) und werden im Praxismodul 6 wieder aufgenommen.

#### Anlage für Lehrkräfte:

Genre-Tabelle (Übersicht)

Alle Arbeitsblätter stehen auch auf der DVD als pdf-Datei zur Verfügung.

### DVD

#### DVD-Einspieler 1:

##### Trailer-Show Reality-TV (04:24 min)

Der Einspieler dient der Einstimmung ins Thema Reality-TV durch einen Zusammenschnitt aus diversen Reality-TV-Sendungen und die Zusammenstellung von Reality-TV-Formaten.

#### DVD-Einspieler 2:

##### Ein Blick hinter die Kulissen (07:16 min)

Was passiert bei Reality-TV wirklich? TV-Produzent Claas Verhooven gewährt einen Blick hinter die Kulissen von *Die Super Nanny*, *DSDS*, *Das Supertalent* und Co. - unbedingt vor dem Unterricht komplett ansehen!

# Arbeitsblatt 1

## Medienfragebogen

Der folgende Fragebogen ist anonym. Nimm dir 5 Minuten Zeit und überlege kurz, welche Medien du wie und wann nutzt.

Alter \_\_\_\_\_ Jahre  männlich  weiblich

- Wie lange siehst du pro Tag fern? \_\_\_\_\_ Stunden
- Zu welcher Uhrzeit siehst du hauptsächlich fern? \_\_\_\_\_ Uhr
- Welche Art von Sendungen siehst du gerne? Bitte kreuze an und gib ein paar Beispiele:
  - Spielfilme: \_\_\_\_\_
  - Serien: \_\_\_\_\_
  - Talkshows: \_\_\_\_\_
  - Reality-TV-Shows: \_\_\_\_\_
  - Nachrichten: \_\_\_\_\_
  - Musikfernsehen: \_\_\_\_\_
  - Sonstiges: \_\_\_\_\_
- Wie ist die technische Ausstattung bei dir zu Hause?
  - Fernsehgerät
    - nicht vorhanden  vorhanden  in meinem Zimmer vorhanden
  - Videorekorder
    - nicht vorhanden  vorhanden  in meinem Zimmer vorhanden
  - DVD-Player
    - nicht vorhanden  vorhanden  in meinem Zimmer vorhanden
  - Festplatter-Recorder
    - nicht vorhanden  vorhanden  in meinem Zimmer vorhanden
  - Laptop / PC
    - nicht vorhanden  vorhanden  in meinem Zimmer vorhanden
- Hast du schon einmal per Televoting bei einer TV-Sendung deine Stimme abgegeben?
  - Nein  Ja
- Wenn ja, auf welche Art und Weise hast du gevotet?
  - per Anruf  per SMS  per Internet  sonstige
- Kosten der Kontaktaufnahme mit dem Sender:
  - Ein Anruf kostet \_\_\_\_\_ Cent pro Minute. Eine SMS kostet \_\_\_\_\_ Cent.
  - Die Kosten kenne ich nicht.  Die Kosten sind mir egal.
- Hat sich dein Medienverhalten in den vergangenen Jahren verändert?  
Wenn ja, wie? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- Raum für Anmerkungen \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

# Modul 1

# Anlage für Lehrkräfte

## Genre-Tabelle (Übersicht)

Die Gattung Reality-TV lässt sich in verschiedene Genres differenzieren.

### Genre: Casting-Shows

#### Struktur:

Die Teilnehmer durchlaufen mehrere Casting-Phasen und werden von einer Experten-Jury bewertet. Dabei lässt sich die Inszenierung einer Verwandlung vom Durchschnittstypen zum begehrten Medienstar als Kern des Konzepts ausmachen. Der Zuschauer kann die Kandidaten in allen Phasen begleiten.

#### Sendungen (beispielhaft)

- *Deutschland sucht den Superstar*
- *Fashion and Fame - Design your Dream*
- *Germany's next Topmodel*
- *Die Model-WG - No Job, No Loft!*
- *Popstars*
- *Starsearch*
- *Das Supertalent*
- *X Factor*

### Genre: Reality-Shows

#### Struktur:

(Prominente) Kandidaten werden in ungewohnter Umgebung unterschiedlichen Prüfungsaufgaben unterzogen und von einer Jury in einem Auswahlverfahren bewertet. Zudem stehen die Teilnehmer unter Dauerbeobachtung. Die Kandidaten werden per Zuschauer-Voting aus dem Sendungssetting (einem Camp, einem Containerdorf etc.) gewählt (aktive Zuschauerbeteiligung).

#### Sendungen (beispielhaft)

- *Die Alm*
- *Big Brother*
- *The biggest Loser*
- *Das Dschungelcamp - Ich bin ein Star, holt mich hier raus!*
- *Fort Boyard*
- *The real World - Las Vegas 2011*

**Struktur:**

Die Bezeichnung „Doku-Soap“ steht für eine personengebundene Darstellung unterschiedlicher Berufsgruppen (Polizei, Privatdetektiv etc.) oder Lebens- und Entwicklungsphasen (Hausbau, Jobsuche etc.) in vorherrschend dokumentarischem Präsentationsstil.

**Sendungen (beispielhaft)**

Darstellung unterschiedlicher Berufsgruppe

- *Achtung, Kontrolle*
- *Ärger im Revier*
- *Kinderärzte - Alltag im Kinderkrankenhaus*
- *Mein Revier*
- *Menschen, Tiere und Doktoren*
- *Schneller, als die Polizei erlaubt*
- *Toto und Harry - Die Zwei vom Revier*

Darstellung unterschiedlicher Lebens- und Entwicklungsphase

- *16 and Pregnant*
- *Das Aschenputteexperiment*
- *Bauer sucht Frau*
- *Entscheidungen am Nachmittag*
- *Frauentausch*
- *Die Geisens*
- *Goodbye Deutschland*
- *mieten, kaufen, wohnen*
- *Schnulleralarm! Wir bekommen ein Baby*
- *Teen Mom*
- *Unsere erste gemeinsame Wohnung*
- *Unser neues Zuhause*
- *Unser Traum vom Haus*
- *We are Family - So lebt Deutschland*
- *Die Wollerheims*
- *Die Wollnys*

**Genre: Reality-Doku: Taskforce-Shows / Hilfesendungen****Struktur:**

Der Begriff „Taskforce“ beschreibt die Idee vom Spezialisten(-team) in Beratungsmission. Dabei kann sich die Unterstützung der Experten sowohl auf das äußere Erscheinungsbild eines Gebrauchsgegenstands (Auto, Fahrrad etc.), einer Wohnung oder einer Person beziehen als auch auf die sozialen Verhältnisse innerhalb einer Beziehung oder einer Familie.

**Sendungen (beispielhaft)**

- *Bully Beatdown*
- *Do it yourself - S.O.S.*
- *Einsatz in 4 Wänden / Einsatz in 4 Wänden Spezial*
- *Engel im Einsatz*
- *Helfer mit Herz*
- *It's my life*
- *MTV Made*
- *Raus aus den Schulden*
- *Die strengsten Eltern der Welt*
- *Die Supermamas*
- *Die Super Nanny*
- *Tatort Internet - schützt endlich unsere Kinder*
- *Der Trödeltrupp*
- *Wohnen nach Wunsch*
- *Zuhause im Glück - unser Einzug in ein neues Leben*

## Genre: Scripted Reality / Pseudo-Doku-Soap

### Struktur:

Eine Scripted-Reality-Doku/Pseudo-Doku-Soap gibt formal vor, eine Doku-Soap zu sein, auch die Inhalte ähneln einer solchen. Abgrenzen lässt sich die Scripted-Reality-Doku von anderen Real-Formaten dadurch, dass sie nicht etwa real existierende Persönlichkeiten begleitet, sondern Laiendarsteller, die nicht sich selbst darstellen, sondern eine Rolle spielen. Außerdem geschieht in einer Scripted-Reality-Doku nichts zufällig, die Wirklichkeit wird dem Zuschauer durch Einsatz von Stilmitteln nur vorgetäuscht. Ein Drehbuch legt von Beginn an fest, was geschehen soll (Scripted Reality).

### Sendungen (beispielhaft)

- *Die Autohändler*
- *Betrugsfälle*
- *Familien im Brennpunkt*
- *Mitten im Leben*
- *Die Schulumittler*
- *Verdachtsfälle*
- *X-Diaries - love, sun & fun*
- *Zwei bei Kallwass*

## Genre: Gerichtsshow

### Struktur:

Typisch für das Konzept dieses Genres ist die inszenierte, aber realitätssimulierende Situation einer Gerichtsverhandlung. Laiendarsteller treten neben Profijuristen auf und agieren im Rahmen spektakulärer Fälle.

### Sendungen (beispielhaft)

- *Richter Alexander Hold*
- *Richterin Barbara Salesch*
- *Das Familiengericht*
- *Das Jugendgericht*
- *Das Strafgericht*

Hinweis: eine ausführlichere Fassung der Genre-Tabelle mit beispielhaften Inhalts- und Stilmittelbeschreibungen findet sich als Arbeitsblatt 2 im Modul 2.

# Modul 1



**Medienanstalt  
Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH)**

Rathausallee 72 - 76  
22846 Norderstedt

Telefon 040 / 36 90 05-0  
Telefax 040 / 36 90 05-55

E-Mail [info@ma-hsh.de](mailto:info@ma-hsh.de)  
Internet [www.ma-hsh.de](http://www.ma-hsh.de)