



## Schein & Sein

### Zusammenführung

Wirkungen, Risiken und Chancen von Reality-TV-Sendungen

# Zusammenführung

## *Wirkungen, Risiken und Chancen von Reality-TV-Sendungen*

### Thematischer Impuls

## Zusammenführung

Junge wie erwachsene Zuschauer gewinnen aus den unterschiedlichen Reality-TV-Formaten über den Unterhaltungsaspekt hinaus Eindrücke, die ihren Niederschlag im späteren Verhalten, in der eigenen Einstellung, der Selbstwahrnehmung und der Haltung zum sozialen Umfeld wie der Gesellschaft finden.

Die Effekte des Medienkonsums sind nie generalisierbar, sondern hängen von den Prädispositionen des jeweiligen Konsumenten ab: Das soziale Umfeld, die Lebensumstände, mediale und kulturelle Vorbildung haben Anteil am Prozess der Sozialisation. Inhalte des Fernsehens beispielsweise werden demnach in einem zum Teil vom jugendlichen Zuschauer bewusst gesteuerten Prozess in die Identitätsbildung integriert. Ganz wesentlich sind aber unbewusst übernommene Stereotypen, Vorurteile oder Handlungsrituale.

### **Effekte des Medienkonsums sind nicht generalisierbar.**

Die einzelnen Medieneffekte sind mannigfaltig: Die Kleidung der Stars, der Umgang des Anwalts mit dem ausländischen Angeklagten in einer Gerichtsshow oder die Gesprächskultur der Big-Brother-Bewohner beeinflussen auf Dauer die Meinungsbildung, die Wahrnehmung und das Verhalten der Zuschauer. Gerade Reality-TV gibt dabei Anleitungen und Beispiele für den ganz normalen Alltag der jugendlichen Zuschauer. Den Zuschauern ist dabei selbst überlassen, welche Inhalte sie annehmen und welche sie als reine Unterhaltung rezipieren. Parasoziale Interaktion bietet eine Identifikations- wie Abgrenzungsmöglichkeit gegenüber Akteuren im Reality-TV, somit kommt dem Genre ein wichtiger Anteil im Prozess der Identitätsfindung zu.



## Zusammen- führung

Reality-TV lässt Träume näher rücken. Die Botschaft „Auch Du kannst es schaffen!“ wird durch die alltäglichen Situationen, vor allem aber durch die Alltagsnähe der Akteure verstärkt. Patentlösungen bezieht der Zuschauer eher auf sich selbst, wenn der Akteur im Fernsehen einen ähnlichen Lebenshintergrund hat. Das Handeln in Problemsituationen kann direkt ins eigene Verhalten übertragen werden: Ellenbogenmentalität oder überbetonte Solidarität, vereinfachte Lösungen bei Beziehungsproblemen, uniform-individuelle Einrichtungsstile oder selbst das Verhalten als Zeuge vor Gericht werden durch Reality-TV zu greifbar nahen Verhaltensmöglichkeiten im Alltag. Falsche Erwartungen an das eigene Leben in der Gesellschaft, möglicherweise sogar falsche Hoffnungen bei Problemsituationen, können so unterstützt werden.

Beratungsangebote im Reality-TV, wie etwa die Taskforce-Formate, verstecken die Kurzfristigkeit ihrer Hilfsangebote durch Nichtthematisierung: Man sieht eben nicht, wie es der Familie mit dem Problemkind geht, nachdem die „Super-Nanny“ nicht mehr über die strikte Einhaltung des Tagesablaufs wacht. Umso problematischer ist es, dass Taskforce-Sendungen Teilfunktionen herkömmlicher Sozialisationsinstanzen wie Familie, Freundeskreis oder Schule übernehmen. Die Grenze von Fiktion und Wirklichkeit wird durch die familiäre Alltagssituation noch schwerer erkennbar als bei einem Familienstreit in einer Talkshow, dessen Künstlichkeit durch die Studio-Deko sogar noch betont wird.

**Die Kurzfristigkeit  
der Beratungslösungen im TV  
wird nicht dargestellt.**



Fernsehen als Lebenshelfer kann dabei nur funktionieren, wenn der Zuschauer permanent um die Inszenierung oder die Produktionsumstände des Programms weiß. Reality-TV bietet dazu kaum Gelegenheit. Es lebt von der Unterhaltung und inszeniert immer dort, wo die Realität langweilig zu werden droht, mit allen Mitteln der Filmkunst. Besonders kritisch wird es, wenn Reportageelemente mit inszenierten Darstellungen ungekennzeichnet verwoben werden. Reality-TV vermittelt den Anschein der Echtheit und führt so zu oft abstrusen Vorstellungen: Der Zuschauer erwartet auch im realen Gerichtssaal Tumult, moralische Verurteilungen und gewitzte Verteidiger. Taskforce-Sendungen suggerieren Lösungen nach dem Hau-Ruck-Prinzip auch im eigenen Leben, die dargestellten stereotypen Charaktere in Casting- oder Gerichtsshow prägen das Menschenbild der Jugendlichen. Wird dem Zuschauer die Möglichkeit genommen, inszeniertes Geschehen und Wirklichkeit auseinander zu halten, so ist das ein Stück Deso-

rientierung und Desinformation zugunsten der Einschaltquote. Und schließlich geht Reality-TV einen weiteren Schritt in die vom Medienphilosophen Günther Anders schon 1956 prognostizierte Richtung des Verhältnisses von **Sein und Schein**:

*„Das Wirkliche muss also nach dem Bilde seiner Reproduktion umgeschaffen werden. Die Tagesereignisse müssen ihren Kopien zuvorkommend nachkommen. Wirklich gibt es bereits zahllose Geschehnisse, die nur deshalb so geschehen, damit sie als Sendungen brauchbar seien. Wo in solchen Fällen die Realität aufhört und das Spiel anhebt, ist nicht mehr zu beurteilen.“*

## Fazit

## Zusammen- führung

Reality-TV-Formate vermitteln Vorstellungen, die die Meinungsbildung, die Selbst- und Fremdwahrnehmung sowie das Verhalten der Zuschauer beeinflussen, sie ermöglichen Identifikation beziehungsweise Abgrenzung gegenüber den Akteuren und dienen somit der Identitätsentwicklung. Reality-TV inszeniert dabei allerdings oftmals Fiktion als Wirklichkeit und vermittelt den Rezipienten ein verzerrtes Bild.

## Ablaufskizze

## Kompetenzen

- Nach der **Auswertung des Praxistags** und der Sendung im Studio können zusammenfassend Regeln für den Umgang mit Realität und Fiktion in der Gattung Reality-TV aufgestellt werden.

- Eine anschließende **Rolleninszenierung** ermöglicht Planungen für zukünftige Fernsehformate, einen Verhaltenskodex für Sender und Produzenten oder Ideen zur Vermittlung von Medienkompetenz an Zuschauer:

Vertreter der TV-Wirtschaft und kritische Konsumenten diskutieren über Vorteile und Risiken von Reality-TV, argumentieren dabei aus ihrer Sichtweise und tragen Möglichkeiten für den Umgang mit Reality-TV in der Zukunft zusammen.

- Die Schüler reflektieren die eigene aktive Medienproduktion einer Reality-TV-Sendung.

- Die Schüler lernen Wahrnehmungsgrenzen von Realität und Fiktion kennen.

- Die Schüler diskutieren Sehmotivation der Zuschauer und Unterhaltungsbestreben der TV-Wirtschaft.

- Die Schüler erkennen die Risiken, aber auch die Chancen von neuen Medien als Kommunikations- und Orientierungsplattform.

- Die Schüler entwickeln Möglichkeiten der kritischen Rezeption von Reality-TV-Angeboten und des reflektierten Umgangs mit sozialen Netzwerken.



# Zusammen- führung

# Zusammenführung



**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)