
BACHELORARBEIT

Alisha Meier

**Zwischen Realität und Fiktion
– hybride Formen als Grenz-
überschreitung im deutschen
Fernsehen**

2017

BACHELORARBEIT

Zwischen Realität und Fiktion – hybride Formen als Grenz- überschreitung im deutschen Fernsehen

Autorin:
Alisha Meier

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM14wS4-B

Erstprüfer:
Prof. Peter Gottschalk

Zweitprüfer:
M.Sc. Rika Fleck

Einreichung:
Mittweida, 6 Juni 2017

BACHELOR THESIS

Between reality and fiction – hybrid forms as a border crossing on the German televi- sion

author:
Alisha Meier

course of studies:
Applied media

seminar group:
AM14wS4-B

first examiner:
Prof. Peter Gottschalk

second examiner:
M.Sc. Rika Fleck

Submission:
Mittweida, 6 Juni 2017

Bibliografische Angaben

Meier, Alisha

Zwischen Realität und Fiktion – hybride Formen als Grenzüberschreitung im deutschen Fernsehen

Between reality and ficiton – hybrid forms as a border crossing on German television

64 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

Abstract

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit hybriden Formen des Fernsehens. Dabei wird der Forschungsfrage nach Risiken und Potenzialen bestimmter Genres und ob diese von Rezipienten als Grenzüberschreitung wahrgenommen werden, nachgegangen. Ziel der Thesis ist es mit Hilfe eines Experteninterviews herausgearbeitete Aspekte zu de-mentieren oder bestätigen. Ausgewählte Hybridformen werden anhand verschiedener Kriterien untersucht und zu einem Ergebnis zusammengefügt.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|------------|
| Abkürzungsverzeichnis | III |
| Abbildungsverzeichnis | IV |
| Tabellenverzeichnis | V |
| 1 Einleitung..... | 1 |
| 1.1 Hinführung..... | 1 |
| 1.2 Forschungsfrage | 2 |
| 1.3 Methodische Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit | 3 |
| 2 Theoretische Grundlagen | 5 |
| 2.1 Medien & Fernsehen | 5 |
| 2.2 Fiktion & fiktionale Formate | 6 |
| 2.3 Realität & faktische, nonfiktionale Formate..... | 8 |
| 2.4 Gattung, Genre & Format | 12 |
| 3 Hybridformen..... | 14 |
| 3.1 Definition & Merkmale | 14 |
| 3.2 Reality TV | 15 |
| 3.3 Scripted Reality | 18 |
| 4 Risiken hybrider Formen | 28 |
| 4.1 Negative Kritik an Reality TV und Scripted Reality | 28 |
| 4.2 Kenntnisnahme des Inszenierungscharakters | 31 |
| 4.3 Negative Beeinflussung der Wahrnehmung..... | 36 |
| 5 Potenziale hybrider Formen | 41 |
| 5.1 Quotenjäger | 41 |
| 5.2 Rezeptionsmotive..... | 44 |
| 5.3 Identifikationspotenzial, Authentizität & Gratifikationen..... | 47 |
| 5.4 Wiederlegung der Kritik | 55 |
| 6 Schlussbetrachtungen..... | 60 |
| 6.1 Zusammenfassung..... | 60 |
| 6.2 Beantwortung der Forschungsfrage | 62 |

| | |
|--|---------------|
| 6.3 Ausblick..... | 63 |
| Literaturverzeichnis | VI |
| Anhang..... | XIII |
| Eigenständigkeitserklärung..... | XXXIII |

Abkürzungsverzeichnis

| Abkürzung | Ausgeschriebenes Wort |
|------------------|--|
| ebd. | ebenda |
| DSDS | Deutschland sucht den Superstar |
| FIB | Familien im Brennpunkt |
| FSF | Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen |
| FSM | Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Dienst- anbieter |
| GZSZ | Gute Zeiten, schlechte Zeiten |
| TV | Television |
| WG | Wohngemeinschaft |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|--------------|--|----|
| Abbildung 1: | Aufbau einer Doku-Soap | 18 |
| Abbildung 2: | Dramaturgisches Schema Scripted Reality | 21 |
| Abbildung 3: | Dramaturgisches Schema Scripted Reality an einem Beispiel verdeutlicht | 25 |
| Abbildung 4: | Vorstellungen vom Herstellungsprozess FIB | 33 |
| Abbildung 5: | Kenntnisnahme des Inszenierungscharakters | 33 |
| Abbildung 6: | Marktanteile Scripted Reality | 43 |
| Abbildung 7: | Durchschnittliche Arbeitslosenquote in Deutschland | 58 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|------------|---------------------------------------|----|
| Tabelle 1: | Szenentypen Scripted Reality | 24 |
| Tabelle 2: | Gestaltungsmittel in Scripted Reality | 24 |

1 Einleitung

1.1 Hinführung

Mit der Erfindung des Fernsehens setzte ein Medium seinen Fuß in das Leben und den Alltag der Menschen. Die stetig wachsenden und steigenden Anforderungen der Rezipienten an das Medium sorgen für eine rasante und bemerkenswerte Entwicklung. Immer wieder muss sich das Fernsehen neu qualifizieren, um den Wünschen der Zuschauer gerecht zu werden. Durch den Wandel zu einer Informationsgesellschaft etablierte sich das Fernsehen zum Leitmedium der Informationsbeschaffung. Die Fernsehnutzung erfolgt nicht mehr aus reinen Unterhaltungszwecken, sondern auch mit dem Verlangen nach Wissen und Information. Dennoch darf die Unterhaltung nicht fehlen, da sie bezüglich der Zuschauererwartung des 21. Jahrhunderts eine bedeutende Rolle spielt. Rezipienten fordern unterhaltende und informierende Geschichten zugleich. Daraus kristallisieren sich eine Vielfalt an Gattungen und Genres, die die Erwartungen der Zuschauer erfüllen. Eines dieser Genres ist die Familie des Reality TVs und dessen Ableger Scripted Reality, die simultan Unterhaltungs-, Ratgeber- und Informationsfunktionen befriedigen. Durch den Zwang der Zweckvielfalt einer parallelen Auskunft und Vergnügen ist eine klare Trennung, wie sie von Rundfunkanstalten vorgenommen wurde, nicht mehr möglich. Hybride Formen verbreiten sich in der Fernsehlandschaft. Sie entstehen aus der Vereinigung von bisher getrennt produzierten Genres und entwickeln sich zu internationalen Medienereignissen mit großer Reichweite. Hybridgenres lassen Grenzen schmelzen, bedienen sich verschiedener Gattungsmuster und halten sich nicht an traditionelle Genrekonventionen. Reality TV und Scripted Reality zählen zu einer der größten und beliebtesten Genrefamilie der Mischformen im Fernsehen. Sie bilden Ereignisse ab, die den Anschein erwecken, auf Realität zu beruhen, obwohl die Formate auf einem Skript basieren. Das dargestellte Geschehen ist fiktional, also erfunden. Fakt und Fiktion wird vermischt, sodass sich manch Zuschauer im Unklaren über die Echtheit der veranschaulichten Geschehen sieht. Die Genrefamilie verändert die bisherige Fernsehkultur, womit durchaus Risiken und Potenziale, insbesondere bezüglich der Rezeption und Wahrnehmung der hybriden Formen Reality TV und Scripted Reality evoziert werden.

1.2 Forschungsfrage

Ein Blick in die Programmzeitschrift des Fernsehens verrät, dass die Fernsehlandschaft täglich mit Sendungen wie „*Die Trovatos – Detektive decken auf*“, „*Auf Streife*“ und „*Verdachtsfälle*“, vor allem in den privaten Sendern dominiert wird. Es handelt sich dabei um fiktive, frei erfundene Geschichten, die den Anschein, erwecken sie seien real und beruhen auf wahren Begebenheiten. Die Thematisierung von Alltagsproblemen findet bei Zuschauern einen großen Anreiz. Reality TV Formate und dessen Ableger freuen sich über ansehnliche Quoten. Besonders Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene finden großes Interesse an diesen Formaten. Die Möglichkeit zu sehen, wie andere Familien bestimmte Dinge angehen, wird in vielen Studien als Rezeptionsmotiv genannt. Was sind weitere Motive zur Rezeption? Warum werden Sendungen des Reality TVs und Scripted Reality überhaupt geschaut? Insbesondere diejenigen, die nicht hinter die manipulative Machart der Produktionen blicken und den Inszenierungscharakter nicht erkennen, erhalten durch die Rezeption alltagsnaher Sendungen bestimmte Gratifikationen. Sie empfinden eine Möglichkeit, etwas zu lernen und nutzen diese Formate durchaus als Orientierung und Vergleich zu ihrem eigenen Leben. Welche weiteren Potenziale die Formate des Reality TVs und Scripted Reality bergen, wird von der Autorin in dieser Arbeit genauer untersucht.

In großer Kritik stehen selbst Talkshows, die als Vorläufer der Genrefamilie gelten. Von der als Realität getarnten Fiktion sei nichts mehr sicher, Familienkonflikte, Ehe- und Beziehungsprobleme, Probleme an Schulen, ein falscher oder gerechtfertigter Verdacht, der zu einem Konflikt führt, alles findet seinen Platz in Scripted Reality Sendungen. Doch gerade junge Rezipienten sind häufig nicht in der Lage zu unterscheiden, was der Wirklichkeit entspricht und was nicht. Scripted Reality ist eine bewusst inszenierte Täuschung der Zuschauer und kann zu einem verzerrten Bild der Wirklichkeit und gesellschaftlichen Normalität führen (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2013, 4). Somit verbergen sich Risiken hinter dem Phänomen der Hybridgenres Reality TV und Scripted Reality mit denen sich die Verfasserin dieser Arbeit im weiteren Verlauf beschäftigt.

Trotz harter Kritiken wächst die Genrefamilie ständig, sie identifiziert sich zu einer dauerhaften, langlebigen Angebotsform. Startschuss war 2009 mit der Sendung *Familien im Brennpunkt*, damals war es ein vollkommen neues Phänomen, so etwas war zuvor noch nicht im Fernsehen zu sehen. Fast zehn Jahre sind vergangen und die Genrefamilie des Reality TV zählt immer noch Erfolge, obwohl sie von einigen Kritikern schnell abgeschoben wurde. Sie entwickelt sich mit Veränderungen der Medien und lebt von Grenzübertretun-

gen. „Ich denke, dass Scripted Reality mittlerweile so übertrieben sind, dass Grenzüberschreitungen jedem klar ersichtlich sind“ (Hummel 2017). Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, ob dieser These zugestimmt werden kann und ob Zuschauer Sendungen des Reality TVs und Scripted Reality als Grenzüberschreitung wahrnehmen. Da die Genrefamilie vermehrt von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen rezipiert wird, wird im Folgenden besonders auf diese Zielgruppe eingegangen.

1.3 Methodische Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit

Für die Untersuchung der Forschungsfrage wird hauptsächlich bestehende Sachliteratur, sowohl Fach-, als auch populärwissenschaftlicher Literatur herangezogen. In erster Linie geht es um eine umfassende Aufnahme bestehender Formate. Um die Risiken und Potenziale zu verifizieren oder widerlegen wird ein Experteninterview durchgeführt. Zwei Experteninterviews erfolgen personalisiert und telefonisch nach einem standardisierten Leitfaden. Ein weiteres ereignet sich ebenso personalisiert und telefonisch, aber nach einem differenzierten Leitfaden. Die befragten Interviewpartner sind Tabea van Hoefer, Executive Producer von Constantin Entertainment, die zuvor der Entwicklung einiger hybrider Formate beigetragen hat. Manuel Hummel, der sich als Executive Producer der Filmproduktionsfirma RECOM FILM Gmbh & Co. KG ein fundiertes Wissen über Fernsehformate aneignete und der Jugendschutzbeauftragte des Senders Sat. 1 Markus Gaitzsch, der speziell auf die Rezeption hybrider Formate von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen eingeht. Zudem wird eine ausführliche Inhaltsanalyse einer Folge des Scripted Reality Formats *Trovatos* stattfinden.

Zunächst werden in der Arbeit theoretische Grundlagen erfasst. Hierbei wird auf die Thematik Medien generell und das Medium Fernsehen eingegangen. Anschließend folgen Definitionen von Fakt und Fiktion, die mit Beispielen bestimmter Fernsehformaten genauer differenziert werden. Ebenso greift die Verfasserin den Bezug von Fernsehen und Realität bzw. Realität im Fernsehen auf. Um Unklarheiten zu vermeiden, wird genauer erläutert, worin die Unterschiede zwischen Gattung, Genre und Format liegen.

Des Weiteren beschäftigt sich die Autorin mit hybriden Formen im Fernsehen. Es wird präzisiert, was darunter zu verstehen ist und welche Merkmale Hybridformen aufweisen. Aufgrund der hohen Vielfalt und Variabilität wird nur auf bestimmte hybride Formen des Fernsehens, welche im Bezug zur Thematik stehen, eingegangen. Das Augenmerk dieser Thesis liegt auf Reality TV und Scripted Reality Sendungen. Da die Genrefamilie von

Grenzüberschreitungen lebt, wird die Autorin in Kapitel 3.3 genauer auf existierende Grenz-
übertretungen eingehen.

Hauptbestandteil dieser Arbeit ist es Risiken und Potenziale im Zusammenhang mit hybriden Formen wie Reality TV und Scripted Reality herauszuarbeiten. Im vierten Kapitel werden die Risiken und insbesondere die Relation des Inszenierungscharakters in Bezug auf Kinder, Jugendliche und jungen Erwachsenen, ausgeführt. An dieser Stelle ist es wichtig die Frage, ob der Inszenierungscharakter erkannt wird und falls nein, welche Inszenierungsstrategien angewendet werden, beantworten zu können. Anschließend legt die Verfasserin die Beeinflussung der Wahrnehmung durch die Rezeption vorher genannter Formate dar.

Die Potenziale der hybriden Formen werden im Kapitel 5 eine wesentliche Bedeutung zugewandt. Hierbei werden Rezeptionsmotive, zum Teil an konkreten Beispielen, dargestellt. Daran anknüpfend wird das Identifikationspotenzial, Authentizität, Alltagsnähe und Gratifikationen der Sendungen und das Zustandekommen, thematisiert. Ebenso wird der Aspekt Reality TV und Scripted Reality als Quotenjäger analysiert. Sowohl bei den Risiken, als auch bei den Potenzialen werden die Argumente durch das qualitative Experteninterview bestätigt oder dementiert.

Zum Schluss der Thesis erfolgt eine überblickende Zusammenfassung. Außerdem werden die Forschungsfragen beantwortet und der Leser erhält einen Ausblick über das Thema.

2 Theoretische Grundlagen

2.1 Medien & Fernsehen

Die Untersuchung nach Risiken und Potenzialen der Reality TV- und Scripted Reality Formate setzt einige theoretische Grundlagen voraus, um Unklarheiten zu verhindern. Zunächst stellt sich die Frage, was unter Medien zu verstehen ist, in welchen Formen sie auftreten und welchen Grundfunktionen sie erfüllen. Im folgenden Abschnitt findet eine Annäherung zur Begrifflichkeit statt.

„Der Begriff [Medium] wird im Sinn von >>vermittelndes Element<< unverändert verwendet, und zudem bleibt die parapsychologische Verwendung des Begriffs als konkrete Objektbeziehung bestehen“ (Garncarz 2016, 15, Hervorhebung durch den Verfasser). Nach dieser Definition sind Medien folglich Instrumente, die etwas vermitteln oder verbreiten. Wenn der Frage ‚was Medien vermitteln‘ nachgegangen wird, so lautet die Antwort Informationen. Medien sind demnach technische Verbreitungsmittel von Informationen von Mensch zu Mensch und Teil der sozialen Umwelt (vgl. Peter 2016, 25). Die häufigste Verwendung des Begriffs erfolgt in Bezug auf die Massenmedien, Presse, Rundfunk und Fernsehen. Diese zielen nicht primär auf Unterhaltung, sondern auf aktuelle Berichterstattung und Meinungsbildung. Das dadurch empfundene Vergnügen fungiert lediglich als Nebeneffekt, wobei sie für den Rezipienten eine signifikante Rolle spielt. Medien werden genutzt, um mit anderen zu kommunizieren, sich zu orientieren oder zur Unterhaltung. Somit werden die Grundbedürfnisse der Menschen nach Kommunikation, Orientierung und Unterhaltung befriedigt (vgl. Garncarz 2016, 22). Zudem können Medien in Massenmedien, die eine große Reichweite durch die Nutzung von vielen Menschen erhalten, in Unterhaltungsmedien, deren primären Funktion in der Unterhaltung der Menschen liegt und in Kommunikationsmedien, die der Kommunikation dienen, eingeteilt werden. Das Fernsehen zählt zu Unterhaltungsmedien. Medien stellen den Rezipienten Informationen über die Gesellschaft bereit, zudem wird die Vorstellung von Werten, Einstellungen und Verhaltensweisen vermittelt. Dementsprechend bewirken Medien, so auch das Fernsehen, direkten und indirekten Einfluss auf das Individuum und besonders dessen Vorstellungen, sie strukturieren Wahrnehmung und prägen das Weltbild (vgl. Hackett 2001, 19).

Das Medium Fernsehen ist ökonomisch betrachtet ein öffentliches Gut, welches zwei Eigenschaften aufweist: Es kann gleichzeitig von mehreren Verbrauchern genutzt werden, ohne, dass die Menge abnimmt und zugleich kann niemand von der Nutzung ausgeschlossen werden (vgl. Karstens/Schütte 2013, 80). Sowohl Filme, als auch das Fernsehen gehen

auf die Wünsche der Rezipienten nach Unterhaltung und Ablenkung ein. Der Zuschauer tritt bei der Rezeption in einen sehr passiven Bewusstseinszustand, der im alltäglichen Leben kaum oder nicht vorkommt, dieser Zustand ähnelt dem Tagträumen oder das Verfallen in einen Trance-Zustand, indem automatisch Denken und Wille aussetzt (vgl. Buddemeier 1996, 49ff.).

2.2 Fiktion & fiktionale Formate

Die einfachste, allgemeine Einteilung von Filmen und Fernsehsendungen ist die Trennung in fiktional und nonfiktional bzw. faktual. Unter Fiktionalisierung werden Darstellungseffekte verstanden, die die Wirklichkeit abstreiten lassen, demzufolge werden bei der Fiktionalisierung fiktionale Elemente in einer faktualen Welt bzw. faktualen Geschehnissen verwendet (vgl. Klug/Neumann-Braun 2016, 10). Fiktionale Sendungen handeln von erfundenen Geschichten. (Spiel-)Filme und Serien erzählen von frei erfundenen Handlungen, die sich durch Elemente wie Orte, Landschaften, Tiere und Menschen an die Realität anlehnen können, aber keine Ausschnitte der Wirklichkeit zeigen (vgl. Karstens/Schütte 2013, 148), weshalb sie den fiktionalen Formen angehören. Sie beabsichtigen folglich keine Abbildung der Realität, sondern das Abbilden des Nicht-Normalen, Außergewöhnlichen und Überraschenden. Laut Karstens und Schütte wird hierbei Dramaturgie als gezielte Manipulation eingesetzt, denn „die Kunst des Spielfilms und der Serie besteht [...] in der gekonnten Manipulation“ (Karstens/Schütte 2013, 148). Zwar gilt somit die Manipulation als Gestaltungsmittel, jedoch bedeutet Fiktion nicht gleich Lüge, Täuschung oder reine Imagination. Ein Film oder eine Serie mit rein erfundenen Geschichten und imaginären Figuren erzählt keine Lügen (vgl. Mundhenke 2017, 63), denn „jede fiktionale Sendung braucht Glaubwürdigkeit“ (Karstens/Schütte 2013, 151). Die Kamera weiß, was passieren wird und nimmt dadurch eine Erzählhaltung ein, sie verfügt über das Geschehen und beherrscht sowohl Zeit, als auch Ort des Geschehens (vgl. Hickethier 2001, 193).

Durch die zunehmende Hybridisierung bestehender Formate können auch Formate wie z.B. die Doku-Soap als Fiktionen gelten, worauf im weiteren Verlauf genauer eingegangen wird. Unterhaltungsangebote, deren Bezugspunkt die Phantasie ist und eine phantasievolle Bearbeitung und Verfremdung der Realität versprechen, beruhen auf Fiktionen.

Die Serie

Die Serie ist zu unterscheiden in wöchentlich, abends ausgestrahlte Serien (prime time serial) und der täglichen, tagsüber ausgestrahlten (daily serial). Die daily serial ist auch unter

dem Namen soap opera oder daily soap bekannt, da sie sich vor allem in den USA an Hausfrauen richtete und von Waschmittelkonzernen finanziert wurde, daher die Bezeichnung als Seifenoper. Das Ziel des seriellen Erzählens besteht darin, eine feste Bindung der Zuschauer an die Sendung zu generieren (vgl. Hickethier 2001, 200). Differente Formen kristallisieren sich bei den Serien heraus.

Zum einen gibt es die **Mehrteiler**, die durch den Übergang vom Einzelfilm zur Serie entstanden. Sie bestehen aus mindestens zwei und höchstens 13 Folgen. Die Mehrteiler haben sich „zu einem umfangreich geratene[n] Einzelfilm“ (Hickethier 2001, 198) ausgeprägt. Die Aufteilung erfolgte aufgrund zeitlich begrenzter Programmplätze.

Auch die **Fortsetzungsgeschichte** basiert auf Mehrteiligkeit. Zwar wird die Handlung von Folge zu Folge fortgesetzt, wodurch die Fortsetzungsgeschichte über einen langen Zeitraum läuft, findet sie jedoch nach einem bestimmten Zeitpunkt (etwa nach 150 Folgen) ein Ende (vgl. Hickethier 2001, 198). Die Folgen werden durch Cliffhanger verknüpft. Diese werden auch Spannungsaufhänger genannt und liegen vor, wenn eine Handlung im spannendsten Moment der Geschichte abgebrochen wird (vgl. Wortwuchs 2017). Es wird also ein Spannungsbogen aufgebaut, der jedoch abgebrochen wird, um dem Zuschauer eine Art Versprechen nach ‚Fortsetzung folgt‘ zu gewähren.

Jede Folge, die in sich eine abgeschlossene Handlung besitzt, wird als **Serie mit abgeschlossenen Handlungsfolgen** bezeichnet. Grundsätzlich entsteht ein Konflikt, eine Komplikation oder eine Aufgabe, welche gegen Ende der Sendung gelöst werden, damit ein harmonischer Ausklang erzeugt wird. In den Folgen spielt immer das gleiche Stammpersonal an zumeist immer gleichen Handlungsorten und –Zeiten (vgl. Hickethier 2001, 198). Diese Art der Serie ist besonders beliebt bei Western- und Krimiserien. Sie ist im Grunde unendlich produzierbar.

Ähnlich wie die Serie mit abgeschlossenen Handlungsfolgen kennzeichnet sich die **Reihe** durch in sich abgeschlossene Folgen. Jedoch erfolgt hier die Verknüpfung nur durch das Titelsignet oder gleichgebliebene Eingangssequenzen (vgl. Hickethier 2001, 199). Im Vergleich zur Serie mit abgeschlossenen Handlungsfolgen herrscht ein lockerer Zusammenhalt zwischen den einzelnen Teilen.

In der **langlaufenden Serie** wird die Zukunft offengehalten, es gibt kein voraussehbares Ende. Sie funktioniert nach einem Fortsetzungsprinzip: In einer Folge werden mehrere Handlungsstränge aufgegriffen, sodass einer beendet werden kann und ein anderer beginnen kann, ein weiterer durchläuft die Folge, wird aber in einer späteren beendet. Auch hier

wird wie bei der Fortsetzungsgeschichte mit Cliffhanger Spannung und das Verlangen nach der nächsten Folge erzeugt.

Die **Daily Soap** ist eine Variante der langlaufenden Serien. Die Ausstrahlung erfolgt täglich, meist werktags. Angelegt werden sie auf Endlosigkeit, das bedeutet, es gibt keinen finalen Schlusspunkt. Auch hier sind mehrere Handlungsstränge miteinander verflochten, wodurch ein kleinteiliges episodisches Erzählen entsteht (vgl. Hickethier 2001, 199). Ereignisse werden folglich nicht gezeigt, sondern erzählt bzw. es wird über sie berichtet. Daily Soaps weisen in der Regel eine Dauer von einer halben Stunde auf. Ein bekanntes Beispiel für eine Daily Soap in Deutschland ist *Gute Zeiten, Schlechte Zeiten* (GZSZ).

Die Formen der Serien sind immer veränderbar, können variieren und sich fortentwickeln. Außerdem ist das Serienprinzip nicht an Fiktion gebunden. Auch Nachrichten können zu Serien gezählt werden, da sie ein festes Stammpersonal besitzen und in ihnen Handlungen und Geschichten fortgesetzt erzählt werden (vgl. Hickethier 2001, 200). Ebenso sind Magazin- und Unterhaltungssendungen seriell angelegt.

2.3 Realität & faktische, nonfiktionale Formate

Realität ist eine Erfindung des Gehirns:

„Die Realität ist nur eine Interpretation des Gehirns. Nehmen wir als Beispiel die Farbe Rot. Eigentlich sind es die Hirnzellen, die ein Wirrwarr von Lichtstrahlen so ordnen, dass wir uns orientieren können. Rot ist eine Erfindung des Hirns, das Wellenlängen als Farbe deutet. [...] Optische Täuschungen beweisen, wie sehr das Gehirn mogelt: In dem Versuch, Ordnung zu schaffen, sehen wir Dinge, die so gar nicht da sind. Der Blick durch ein Mikroskop überzeugt, dass die Welt völlig anders ist, als bloße Augen sie sehen. Wie sehr Realität eine Frage subjektiver Interpretationen ist, zeigen auch Träume und Halluzinationen, die man oft als echt erlebt“ (Kasten/Oberhummer/Mertens 2011).

Laut Oberhummer ist „Realität [...] das, was außerhalb des Denkens der Menschen existiert“ (Kasten/Oberhummer/Mertens 2011). Mertens erweitert, dass die Menschen zwischen Realität und Parallelwelt unterscheiden. „Realität ist, was wir mit Mitteln wahrnehmen können, die uns selbstverständlich geworden sind“ (Kasten/Oberhummer/Mertens 2011).

Der Unterschied zwischen Realität und Wirklichkeit sorgt öfters für Verwirrungen, da viele Menschen Wirklichkeit mit der Realität verwechseln oder umgekehrt. Die Wirklichkeit ist das, was ein Individuum von der Welt wahrnimmt. Sie ist schließlich ein Teil der Realität im Bewusstsein jedes einzelnen Menschen, eine subjektive Wahrnehmung.

Die soziale Konstruktion von Wirklichkeit kann in drei Wechselwirkungsprozesse eingeteilt werden. Die objektive soziale Realität beschreibt die Realität, die außerhalb des Individuums stattfindet und mit welcher das Individuum konfrontiert wird. Die symbolische soziale Realität stellt die symbolische Umsetzung der objektiven sozialen Realität dar. Zuletzt die subjektive soziale Realität. In ihr sind individuelle Realitätsvorstellungen und –Erfahrungen zusammengefasst. Subjektive Realitätsvorstellungen des Individuums bilden sich nach unterschiedlichen Zonen der Relevanz, wobei aber Distanzen wie nah und fern zu beachten sind. Etwas, das in Abhängigkeit von der unmittelbaren Lebenssphäre abläuft, wird als primäre Zone bezeichnet. In der primären Zone haben Menschen unmittelbare Zugänge, direkten Kontakt und vorhandene Erfahrungen. Abstrakte soziale Elemente, wie z.B. öffentliche Meinungen zählen zu entfernteren Zonen. Somit sind zwei Dimensionen der Realitätskonstruktion von Individuen vorhanden. Zum einen Wechselwirkungsprozesse (objektive, symbolische und subjektive Realität) und zum anderen die Distanz sozialer Elemente von direkten Erfahrungen (vgl. Schenk/Gölz/Niemann 2015, 435 ff.).

Es existieren verschiedene auf Fakten beruhende Fernsehformate. Sie zeigen Geschichten, die sich auf Begebenheiten der Realität stützen. Das, was tatsächlich und außermedial existiert, wird als faktiv bezeichnet. Informationsangebote mit dem Bezugspunkt Wirklichkeit geben ein Versprechen, dass das Dargestellte tatsächlich so geschehen ist – sie beruhen auf Fakten (vgl. Klaus 2006, 9). Unter Faktualisierung werden Darstellungseffekte beschrieben, die inszenierten Ereignissen Wirklichkeit vergeben und eine fiktionale Tatsächlichkeit erzeugen (vgl. Klug/Neumann-Braun 2016, 10).

Nachrichten im Fernsehen

Nachrichten werden als Grundform und knappste Form der journalistischen Informationsvermittlung betrachtet. Sie sind die meist genutzte und auftretende Informationsquelle im Fernsehen. In ihnen enthalten sind kurze, für den Zuschauer interessante Mitteilungen. Nachrichten müssen die Voraussetzung erfüllen, dem Zuschauer neue, für ihn relevante Sachverhalte zu vermitteln. Relevant sind Informationen über Ereignisse, die über eine räumliche Nähe zum Rezipienten verfügen. Nachrichten verfolgen das Ziel, Zuschauer schnellstmöglich und zeitnah Fakten der Nachrichten bzw. Ereignisse zu vermitteln, damit Verständnis über Sachverhalte oder handelnde Personen erzeugt wird (vgl. Jacobs/Lorenz 2014, 63). Um dieses Ziel zu erfüllen, werden sie nach dem Lead-Satz-Prinzip konstruiert: das Wichtigste zuerst, Details zu Schluss (vgl. Moj/Ordolff 2016, 53). Ob der Informationszweck erfüllt wird, wird durch journalistische W-Fragen überprüft – die Nachricht sollte auf alle sieben W-Fragen Antwort geben (Wer? Was? Wo? Wann? Wie? Warum? Woher?).

Das Feature

In der Herstellung eines Features wird sich auf das Wesentliche konzentriert, das argumentativ-analytisch aufbereitet wird. In einem Feature wird einer Frage oder These, die zu Beginn gestellt wird, nachgegangen und anhand unterschiedlicher Perspektiven und Beispielen unterhaltend und informativ vermittelt (vgl. Moj/Ordolff 2016, 77; Jacobs/Lorenz 2014, 79). Die Anfangsthese bzw. -frage muss nicht eindeutig beantwortet werden. Eine Antwort kann durch verschiedene Fallbeispiele gegeben werden. Es sind mehrere Antwortmöglichkeiten denkbar, je nachdem, wie der Zuschauer das Geschilderte interpretiert. Die persönliche Meinung der Journalisten bleibt immer im Hintergrund und verleiht dem Feature seine eigene Handschrift und einen subjektiven Beigeschmack, indem er erklärt, diskutiert, interpretiert und bewertet (vgl. ebd. 77). Durch die unterschiedlichen Perspektiven erhält das Feature mehrere Handlungsstränge. Die Schilderung erfolgt durch eine Mischung aus berichtenden und erzählenden Elementen, da sich an Dokumentationen, Magazinbeiträgen und Reportagen orientiert wird. Demnach handelt es sich um eine vielseitige Darstellungsform aus Gestaltungsmitteln wie Interviews, Statements, Reportagen, szenische Darstellungen, Archivfilmen, Fotos und Graphiken. Dabei wird zumeist aus dem Off kommentiert (vgl. Jacobs/Lorenz 2014, 79). Hier werden bewusst unterschiedliche Genrelemente miteinander vermischt, da dem Feature keine formalen Grenzen gesetzt sind. Durch die Mischung unterschiedlicher Genres und die Aufhebung von Grenzen kann das Feature zu einer hybriden Fernsehform zählen.

Die Dokumentation

Der Autor einer Dokumentation unterliegt einer freien Themenwahl. Das ausgewählte Thema rückt in den Mittelpunkt, wird entwickelt und in einen Zusammenhang gesetzt (vgl. Jacobs/Lorenz 2014, 81). Gegenstand sind vergangene oder auch aktuelle Ereignisse, bei denen dem Zuschauer der Stand der Dinge vermittelt wird. In der Dokumentation wird das Ziel verfolgt, eine Frage oder ein Ereignis aus verschiedenen Perspektive zu beleuchten, damit sich Zuschauer ein objektives Bild schaffen können (vgl. Jacobs/Lorenz 2014, 81). Somit liegt das Thema und die Informationsvermittlung klar im Fokus, wodurch die Dokumentation hin zuzüglich der differenten Darstellungsperspektiven Objektivität erlangt. Eine sachliche, objektive Darstellung in der die Meinung des Autors in den Hintergrund rückt, steht im Mittelpunkt. Durch gründliche Recherchen, Expertengespräche, dokumentarisches Material, Originalaufnahmen und dem wesentlichen Gestaltungsmittel Interview wird Authentizität erzeugt und verstärkt. Im Gegensatz zur Reportage ist bei einer Dokumentation alles durchgeplant. Auch steht die These nicht am Anfang, sondern ergibt sich im Verlauf.

Der Beginn ist entscheidend, denn durch die Verdeutlichung des Themas und Erzeugung von Spannung soll der Zuschauer an den Inhalt und die Dokumentation selbst gebunden werden (vgl. Moj/Ordolff 2016, 74). Formal ist dem Autor alles erlaubt. Die Erzählform kann sich von rein erklärend zu erlebnisorientiert wandeln (vgl. ebd. 75). Die grundsätzlichen Gestaltungsmittel sind: Originaltöne, Archivmaterial, eine beobachtende, nicht miterlebende oder kommentierende Kamera und eine distanzierte Erzählperspektive. Dadurch, dass formal alles in einer Dokumentation erlaubt ist, sind Inszenierungen nicht verboten. Falls inszeniert wird, handelt es sich um eine hybride Form, die verschiedene Genreelemente miteinander vermischt, wie z.B. in einer Doku-Soap.

Realität im Fernsehen

Realität und Fernsehen haben kein einfaches Verhältnis zueinander, denn Fernsehen gibt zwar vor Realität abzubilden, aber „es gibt keine Realität im Fernsehen!“ (Mikos 2012, 48). „Fernsehen hat zwar etwas mit der [...] [Realität] zu tun, bildet diese aber nicht ab“ (Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 10). Ereignisse in Dokumentationen und Nachrichten, die Neuigkeiten aus der Realität verbreiten sollten, stellen „gewisse Ausschnitte aus der sozialen Wirklichkeit vor“ (Mikos 2012, 48) und sind für die Beteiligten Realität. Die Berichterstattung darüber inszeniert diese Realität im Hinblick auf das Publikum. Auch wenn Ereignisse tatsächlich stattgefunden haben, werden immer nur Bilder gezeigt, die einen Ausschnitt aus der Realität einfangen. Ein Bild wird aufgenommen und ausgewählt, um eine bestimmte Wirkung und Interpretation beim Rezipienten zu erzielen (vgl. ebd. 48ff.). Die Bilder sind inszeniert. Inszenierung gleicht der Manipulation und eine Manipulation ist die Herstellung eines falschen Bewusstseins durch die verzerrte Darstellung der Realität. Folglich gibt es eine Realität, die von Medien, wie Fernsehen, falsch oder richtig abgefilmt wird (vgl. Hickethier 2001, 18). Rezipienten sind kaum in der Lage das Vermittelte mit eigener Anschauung zu vergleichen. Für sie ist es schwer, den Wahrheitsgehalt zu prüfen, sie können sich lediglich durch einen Medienvergleich ein Bild schaffen. Dieser Vergleich jedoch bringt nicht die Wahrheit im Sinne der Realität, sondern nur eine Wahrscheinlichkeit (vgl. Karstens/Schütte 2013, 149f.). Diese Wahrscheinlichkeit gleicht einer eigen konstruierten Wirklichkeit der Realität, denn „selbst die Realität wird von uns immer subjektiv interpretiert und wahrgenommen“ (Hoffmann 2012, 30). Eine einfache Wiedergabe der Realität sagt nichts über diese aus.

2.4 Gattung, Genre & Format

Film- und Fernsehinhalte enthalten ästhetische und inhaltliche Standardisierungen, die mit Sehgewohnheiten und Erwartungshaltungen der Rezipienten zusammenhängen. Diese Standards weisen unterschiedliche Formen auf, die sich an den strukturellen Zwängen des Mediums und dramaturgischen narrativen sowie gestalterischen Mitteln orientieren (vgl. Mikos 2015, 254). Um Film- und Fernsehinhalte zu ordnen und dem Zuschauer schon vor der Rezeption eine Orientierung und Anhaltspunkte zu bieten, werden sie in Muster und Konventionen – Gattung und Genre untergliedert. Mit der zunehmenden Kommerzialisierung hat sich eine zusätzliche Aufteilung in Formate etabliert.

Der Begriff **Gattung** stammt aus der Literatur. Gattungsbezeichnungen sind notwendig für die Orientierung der Zuschauer, denn sie strukturieren das Angebot und bauen Erwartungen auf (vgl. Hickethier 2001, 190). Eine Gattung ist dementsprechend ein nach Form systematisiertes und bezeichnetes Fernsehangebot (vgl. Klaus/Lücke 2003, 196). Die Aufteilung unterläuft einem systematischen Prozess, bei dem Gruppen von Produktionen und Sendungen miteinander verglichen und abgegrenzt werden (vgl. Hickethier 2001, 191). Fernsehangebote werden nach bestimmten Merkmalen untersucht. Weisen zwei Angebote dieselben Merkmale auf, so gehören sie derselben Gattung an.

Gattung und **Genre** werden häufig gleichgesetzt, jedoch werden Genres innerhalb einer Gattung unterschieden. Genre ist die Bezeichnung für eine Untergruppe der Gattung, die sich nach dem Inhalt orientiert (vgl. Klaus/Lücke 2003, 196). Die Gattung gibt an, wie etwas dargestellt wird, das Genre hingegen, was dargestellt wird. Zur Verdeutlichung zwei Beispiele: Gattung Spielfilm, Genre Komödie oder Gattung Serie, Genre Krimi. Die Einteilung in Genres dient der Bezeichnung von Filmen und Fernsehangeboten mit ähnlichen inhaltlichen Merkmalen (vgl. Mikos 2015, 255) und der Orientierung der Zuschauer. Sie gleicht einem Geschichte generierendem System, also ein narratives Grundmuster, auf das sich die Geschichte in Film- und Fernsehsendungen bezieht (vgl. Hickethier 2001, 213f.). Durch die Zuweisung in ein bestimmtes Genre muss das Fernsehangebot bestimmte Erwartungen erfüllen. Wenn z.B. ein Film extrem oder auch nur leicht gruselt, wird er als Horrorfilm bezeichnet und einem bestimmten Genre zugewiesen. Genres sind kulturell und historisch eingebunden. Da bei der Einteilung eine Mischung verschiedener Merkmale vorliegt, kann es durchaus vorkommen, dass ein Merkmal für den Rezipienten relevanter ist, als ein anderes. Bspw. kann der Film *Titanic* sowohl als Liebesgeschichte, aber auch als Katastrophengeschichte gesehen werden, es kommt ganz darauf an, welches Merkmal beim Rezipienten überwiegt.

Das **Format** entwickelte sich in den letzten Jahren durch die zunehmende Kommerzialisierung des Fernsehmarktes. Hierbei wird deutlich, dass den Produzenten und Sendern eine optimale Vermarktung der Programme wichtiger ist, als die Pflege von Programmtraditionen, denn bei einem Format handelt es sich um die „Optimierung von Sendeformen, vor allem im Hinblick auf Einschaltquote und Marktanteile“ (Mikos 2015, 261). Formate lassen sich besser verkaufen und einfacher auf andere Kulturen übertragen als fertig produzierte Sendungen. Formate kennen keine historischen Filmtraditionen, die sich von Land zu Land unterscheiden (vgl. Hickethier 2001, 215). Gleiche Formate haben eine gemeinsame Struktur, auf die aufgebaut wird. „Unter Format werden alle Elemente des Erscheinungsbildes einer Sendung verstanden“, so Mikos (2015, 262). In einem Format werden gleichbleibende Standards geschaffen und sich ständig an das Publikum angepasst. Ein bekanntes Beispiel ist die Sendung *Wer wird Millionär*, die ebenso wie das Reality-Format *Germanys next Topmodel* in mehreren Ländern läuft. eine Sendung enthält unveränderliche Merkmale, auf die jede Episode aufgebaut wird (vgl. Mikos 2015, 262). Formate lassen sich also auch Genres zuordnen. Da Formate kontinuierlich und seriell produziert werden, werden Filme nicht in solche eingeteilt (vgl. Hickethier 2001, 215).

3 Hybridformen

3.1 Definition & Merkmale

Der Begriff Hybridisierung in Geistes- und Kulturwissenschaften, Medienwissenschaft inbegriffen, kam über Biologie, Chemie und Soziologie. In der Biologie werden unter Hybriden „Individuen, die aus der Kreuzung zwischen Individuen verschiedener Arten oder Unterarten hervorgegangen [sind]“ (Mundhenke 2017, 39) verstanden. Ein konkretes Beispiel hierfür ist das Maultier, eine Mischung von Esel und Pferd. In der Chemie sind Hybride eine Verbindung zweier Atome. Es werden Typen aus getrennten Gattungen oder Ordnungssystemen zu etwas Neuem zusammengeführt und weisen neue, bisher noch nicht erreichte Eigenschaften auf (vgl. ebd. 39). Eine Hybridisierung ist somit die Kreuzung von scheinbar untrennbaren Elementen. Werden diese Fakten auf Fernsehen und Medien bezogen, so werden in Hybridgenres oder Hybridformen Merkmale verschiedener Gattungen und Genres miteinander vereint und zu einem neuen Format verknüpft (vgl. Klaus/Lücke 2003, 196). Authentizität wird mit Inszenierung und Alltägliches wird mit Außergewöhnlichem gekreuzt. Der Grund für die Annäherung von Genres und Gattungen liegt in der Kommerzialisierung der Fernsehformate. Zudem haben sich die Erwartungen der Zuschauer an das Fernsehen gewandelt. Fernsehen dient größtenteils der Unterhaltung. Eine klare Zuordnung zu einem Format oder Genre findet kaum mehr statt, „sondern es handelt sich um eine Vermischung von Genres. Das reine pure Fernsehgenre ist nicht mehr vorhanden. Vielmehr ist jedes Format heute ein Mix aus vielen Formaten, um auf die geänderten Sehgewohnheiten einzugehen“ (Hummel 2017). Durch die Hybridisierung kommt ein Produkt hervor, das neue Konditionen und damit verbunden neue Brauchbarkeiten für Nutzer und Produzenten bietet (vgl. Mundhenke 2017, 41). Grenzen von Fiktion und Dokumentation gibt es nicht mehr, denn in Hybridformen werden fiktionale und nonfiktionale Elemente miteinander vermischt auf. Es finden Grenzübertretungen statt, da Genregrenzen aufgelöst werden. Hybridformen können zwischen additiven und integrativen Formen unterschieden werden. Letzteres beschreibt den Vorgang, in dem verschiedene Genreelemente aufgenommen, in sich vereint und zu einer neuen Form verbunden werden (vgl. Mikos 2015, 51). Auf diese Weise ist das Reality TV entstanden. Magazinsendungen sind ein Beispiel für additive Formen, da hier verschiedene Genreeinflüsse sichtbar werden (vgl. ebd.). Dokumentarische Reality TV-Formate verwenden fiktionale Darstellungsformen um alltägliche, reale Handlungen ohne ganz Fiktion zu sein, hervorzubringen (vgl. Klug/Neumann-Braun 2016, 10). Es wird also etwas Faktisches, das tatsächlich existiert mit bestimmten Mittel fiktionalisiert. Ebenso nutzen reine Fiktionsformate Erzählweisen und die Ästhetik der dokumentarischen Reality TV-

Formate um mehr Authentizität ihrer Ereignisse zu erzeugen, hier wird das Fiktionale faktionalisiert (vgl. ebd. 10).

3.2 Reality TV

Elisabeth Klaus legt fest: „Reality TV ist kein wohl definierter Begriff, sondern die Bezeichnung für ein Konglomerat verschiedener Formate, die alle mit Realitätsanspruch auftreten, dabei aber die Künstlichkeit und Inszeniertheit ihrer Realitätsdarstellung nicht verleugnen“ (Klaus 2006, 86). Hinsichtlich dieser Definition werden im Reality TV verschiedene Elemente miteinander vermischt. Die Fernsehform beschreibt eine Gattung, die Elemente anderer Gattungen beinhaltet (vgl. Klaus/Lücke 2003, 196). Realitätsfernsehen ist eine Angebotsform aus unterschiedlichen Genres und Formaten und wird auf Grund dessen als Genrefamilie definiert. Durch die Verknüpfung verschiedener Gattungs- und Genrecharakteristiken werden neue Formate geschaffen. Demzufolge liegt bei der Genrefamilie Reality TV eine Hybridisierung vor (vgl. Klaus/Lücke 2003, 196). Im deutschen Sprachgebrauch wird unter Reality TV Realitätsfernsehen verstanden. Dieses ist zu unterscheiden in narratives und performatives Realitätsfernsehen. In Sendungen, die dem narrativen Realitätsfernsehen angehören, werden reale oder realitätsnahe Ereignisse authentisch nachgestellt. Für die perfekte Nachstellung, können diese auch auf einem Skript basieren (vgl. Gölz/Niemann 2015, 35). Nach der Definition von Keppler „umfasst [narratives Reality TV] Sendungen, die ihre ZuschauerInnen mit der authentischen oder nachgestellten Wiedergabe realer oder realitätsnaher außergewöhnlicher Ereignisse nicht-prominenter Darsteller unterhalten“ (vgl. Klaus/Lücke 2003, 199 in Anlehnung an Keppler 1994, 8f.). Unter dieser Definition gehören Formate aus Scripted Reality dem narrativen Realitätsfernsehen an. Mikos Definition von performativen Realitätsfernsehen lehnt sich an Keplers an. Im performativen Reality TV treten normale Menschen auf einer ‚Bühne‘ auf. Währenddessen wird direkt in die Alltagswirklichkeit der Menschen eingegriffen, indem soziale Handlungen ausgeführt werden, die das alltägliche soziale Leben der Akteure verändern (vgl. Mikos 2012, 49). Dementsprechend wird der Alltag der Menschen Teil der Inszenierung und Thema der Sendungen. Hierdurch wird in das Leben der realen, nicht prominenten Darsteller eingegriffen und somit in deren Realität, denn manche Ereignisse hätten ohne Inszenierung so nicht stattgefunden (vgl. Gölz/Niemann 2015, 35). Sowohl im narrativen, als auch im performativen Realitätsfernsehen stehen Alltag und Alltagspersonen im Mittelpunkt. Ein Beispiel für narrative Reality-TV Sendungen sind Gerichtshows, die Ende der 1990er Jahre sehr beliebt waren. Gerichtshows spielen bezüglich der Scripted Reality Formate eine große Rolle. Zu den performativen Reality Formaten zählen Castingshows wie *Deutschland sucht den Superstar (DSDS)* oder *Popstars*. Wie auch bei den Coaching-Formaten werden

externe Experten angeregt, sich mit den Problemen realer, nicht prominenter Menschen zu befassen (vgl. ebd. 36). Die Grenze zwischen narrativ und performativ ist die Art der Darsteller. Sendungen, in der Laiendarsteller eine Rolle spielen, werden dem narrativen Realitätsfernsehen zugeordnet. Bei Darstellern, die in ihrem echten Namen auftreten, handelt es sich um Sendungen des performativen Reality TVs. Formate werden aber nicht strikt zwischen performativ und narrativ unterschieden. Mischformen, die Elemente beider beinhalten, sind ebenso möglich. Sendeanstalten nennen diese Mischformen ‚Real-Life-Soap‘.

Sendungen des Realitätsfernsehens haben einen eigen konstruierten Wahrheitsanspruch, der jedoch stark inszeniert wird. „Das Genre Reality TV verspricht [...] einen unterhaltsamen Umgang mit existierenden Personen im Rahmen nicht (gänzlich) erfundener Geschichten“ (Klug/Schmidt 2016, 90). Diese These bestätigt, dass Reality TV auf fiktionalem Realismus beruht, der durch ein künstliches Setting oder durch eine realistische Fiktion hervorgebracht werden kann. Somit besteht ein grundlegendes Merkmal der Genrefamilie darin, vermeintlich authentische Ereignisse, die in einer festen Dramaturgie eingebunden sind, wiederzugeben. Die Realität in Reality TV ist nicht nur abgebildet, sondern bearbeitet und verändert, sodass aus der Inszenierung realer Begebenheiten Fiktion entsteht (vgl. Klaus/Lücke 2003, 205f.). Zuschauer nutzen fiktionale Unterhaltungsprogramme zur Information und Informationsangebote als Unterhaltung (vgl. Klaus 2006, 92f.). Diesem Aspekt zufolge handelt es sich bei Reality TV um eine Mischung von Information und Unterhaltung, Authentizität und Inszenierung, Alltäglichem und Außergewöhnlichem, eine Verbindung von Fakt und Fiktion. Somit ist ein wesentliches Kennzeichen des Genres eine fortschreitende, in sich verdichtete Hybridisierung (vgl. Klug/Neumann-Braun 2016, 7). Weitere Kennzeichen des Realitätsfernsehens sind die unterhaltende Aufbereitung von Informationen, die Bestimmung durch Grenzauflösungen, die Verfügungsstellung einer Orientierungsfunktion für Rezipienten und die Unterhaltung durch Emotionen, Komik und Dramatik (vgl. Klaus/Lücke 2006, 204). Die allgemeinen Merkmale von Reality TV stellen die Verbindung von fiktionalen und non fiktionalen Elementen, die Hinwendung zum Alltäglichen, Themen aus der Lebenswelt der Zuschauer, eine „emotionalisierte Darstellung des Privaten und Intimen in der Öffentlichkeit“ (Klaus/Lücke 2006, 196) und die Kreuzung verschiedener Genres dar.

Die Produktion von Reality TV Formaten erfolgt relativ einfach und preiswert. Jedoch erwerben Formate in der Primetime durch ihren Sendeplatz ein hohes Budget, da die Finanzierung durch Werbeeinnahmen erfolgt. Das Realitätsfernsehen lebt von einer perfekt, unperfekten Inszenierung, von dem Alltag als endlose Geschichte, von der Kamera als kooperativer Akteur, von normalen, unspektakulären, alltagsnahen Ereignissen und von enthaltenden moralischen Botschaften (vgl. Gözl/Niemann 2016, 34f.).

Formate des Reality TVs vollziehen einen stetigen Wandel. Immer mehr werden sie durch Vorgaben und Eingriffe der Produzenten gesteuert, mit dem Ziel eine Fernsehrealität zu schaffen, die nicht mehr der ursprünglichen Idee des Reality TVs entspricht. Diese bestand darin, durch extreme Lebensbedingungen Kommunikation und Aktionen der Kandidaten bzw. Darsteller zu beeinflussen. Ein Skript, das angedachte Handlungsfolgen beinhaltet, rückt immer mehr in den Vordergrund, um eine dokumentierende Realität anzurichten. In der Sendung *Big Brother*, die der Startschuss für das Reality TV und zu Anfangszeiten (2000) sehr erfolgreich war, wird der reale Alltag vorgegeben und räumlich eingegrenzt. Die Handlungen der meist populären Kandidaten werden so inszeniert, dass sie möglichst authentisch agieren. Diese vorgegebene Realität ist von Produzenten erdacht und konzipiert (vgl. Klug 2016, 39ff.).

Doku Soap

Programmanbieter sind den wachsenden Anforderungen und Nutzungsgewohnheiten der Zuschauer ausgesetzt und müssen immer wieder neue Strategien und Inhalte finden, die eine gute Quote und Gewinn versprechen (vgl. Eggert 2012, 133). Dadurch entstand die Doku-Soap. Die Doku Soap ist eine konkrete Form des Reality TVs. In ihr werden Serie und Dokumentation miteinander vermischt und journalistisches Arbeiten wird mit inszenierter Seriedramaturgie zusammengefügt (vgl. Moj/Ordolff 2016, 79). Es findet dementsprechend eine Hybridisierung von Fakt und Fiktion statt. In allen Doku Soaps stehen Protagonisten in Form von Laiendarsteller im Mittelpunkt und lassen sich in ihrem Alltag privat oder beruflich von einer Kamera begleiten und beobachten. Der Alltag wird in die Fernseh-Öffentlichkeit gestellt (vgl. Klaus/Lücke 2003, 201). Die Doku Soap erzählt ein zeitlich und örtlich begrenztes Geschehen aus der Wirklichkeit, woraus die Dramaturgie entsteht. Dies geschieht vom schlichten Beobachten bis hin zur gestellten und gescipten Fake-Serie, es herrschen fließende Grenzen zur vollständigen Inszenierung. Zu komplett inszenierten Doku-Soaps zählen Scripted Reality, Skript-Doku und Pseudo-Doku-Soap. Sie leben von der Authentizität, die durch wackelnde Kameraführung, Verpixelungen, lange Einstellungen mit wenig Schnitten und bewusste technische Mängel erzeugt wird. Der Aufbau der Doku Soap wird anhand folgendem Schaubild verdeutlicht.

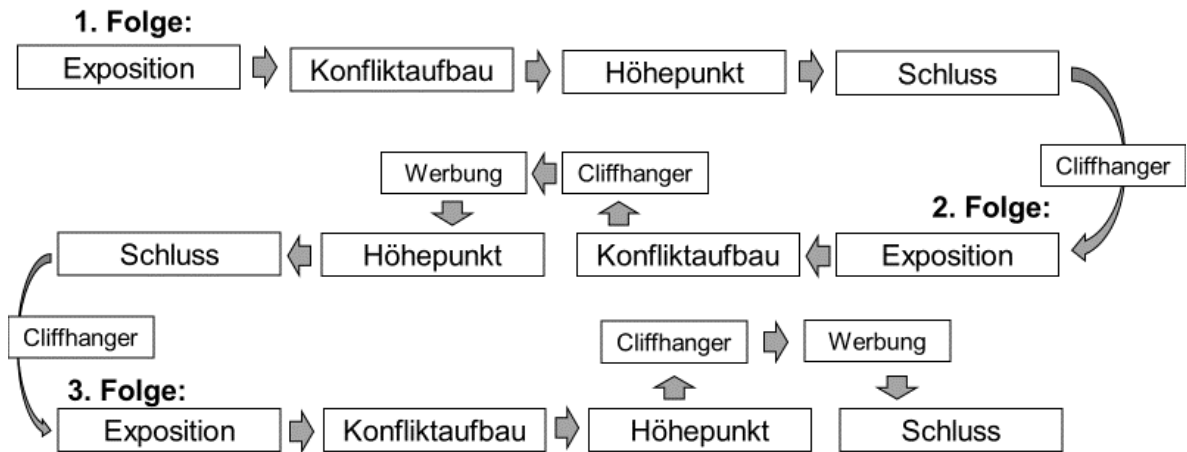


Abb. 1: Aufbau einer Doku-Soap, eigene Darstellung

Jede Folge beginnt mit einer Exposition, in der die Situation und die handelnden Personen vorgestellt wird. Anschließend baut sich der Konflikt zu einem Höhepunkt und bis kurz vor der Eskalation auf. Etwas plötzlich folgt der Schluss. In einer Doku Soap muss der Konflikt nicht zwingend am Ende gelöst werden. Falls es sich um eine langlaufende Serie handelt, erfolgt die Konfliktlösung bspw. auch erst in der nächsten oder übernächsten Folge. Cliffhanger werden variabel eingesetzt und sorgen für Spannungen in den Folgen, vor einer Werbeunterbrechung und am Ende einer Folge, um den Zuschauer dazu bringen, die nächste Folge schauen zu wollen. Eine Folge der Doku-Soap erstreckt sich über eine Länge von 45-90 Minuten. Schließlich lässt sich die Doku-Soap als eine kleine, feine, kostengünstige, seriell produzierbare Fernsehform beschreiben, die echte Menschen und authentische Geschichten aus deren wirklichen Leben beinhaltet (vgl. Eggert 2012, 133). Zu den Merkmalen zählen öffentliches Bloßstellen, Off-Kommentare, Laiendarsteller und die Verwendung einer Handkamera.

3.3 Scripted Reality

Vorläufer, aus denen sich das Genre Scripted Reality entwickelte, sind Talk- und Gerichtsshow wie bspw. Johannes B. Kerner, Arabella Kiesbauer oder Richterin Barbara Salesch. Der Inhalt der Talkshows bezog sich auf Probleme gewöhnlicher Menschen, wobei es fragwürdig ist, ob diese Probleme normal sind. Es kamen Konflikte mit Nachbarn, mit der Kindererziehung und überforderten Eltern auf. Der Jargon in Talkshows entsprach dem der Straße – eine vulgäre, laute Wortwahl. Der Fokus lag auf Einzelschicksalen und den emotionalen Befindlichkeiten der Personen, wodurch die Grenze zwischen Privatheit und Öffentlichkeit vermischt wird (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 6). Talkshows

werden dem Affektfernsehen zugesprochen. Dieses zeichnet sich durch die Merkmale Personalisierung, Authentizität/Live-Charakter, Intimität als Thema und Emotionalisierung als Gestaltungsmittel aus (vgl. Höfer 2013, 114 zit. nach Bente/Fromm 1997, 20). Zwar stimmen Scripted Reality nicht in allen Punkten mit dem Affektfernsehen überein, die Wirkung jedoch ist ähnlich. Die erste Gerichtsshow, die im deutschen Fernsehen lief, war 1999 Richterin Barbara Salesch auf dem Sender Sat.1. Zunächst wurden echte zivilrechtliche Fälle behandelt. Die Zuschauer verlangten mehr Unterhaltung und empfanden die Sendung und deren Fälle uninteressant. Daraufhin gab die Produktionsfirma den zu verhandelnden Fällen ein Skript vor. Kläger, Angeklagte und Zeugen wurden durch Laiendarsteller ersetzt, Richterin, Staatsanwalt und Verteidigung waren echte Fachleute, spielten aber nach Skript und nahmen eine Rolle ein. Dadurch ergab sich die Möglichkeit die Strafprozesse unterhaltend zu inszenieren. Die Gerichtsshows lösten Talkshows ab und gelten als Vorläufer und Ursprung des Scripted Reality Genres. Die Abwandlung von echten zu inszenierten Strafprozessen werden als Geburtsstunde der Scripted Reality Formate betrachtet. Der Kommunikationsstil in Gerichtsshows ähnelt dem der Talkshows – laut, vulgär und mit rüdem Verhalten verbunden.

Eine Fortführung des Reality TVs sind Formate des Scripted Reality. Diese greifen den dokumentarischen Stil und Inszenierungsmethoden des ursprünglichen Reality TVs auf. „Scripted Reality ist die kontrollierte Erzählweise einer vorgegebenen Geschichte mit der Absicht, es möglichst unkontrolliert erscheinen zu lassen“ (Hummel 2017). In den Formaten wird durch extreme Darstellung gewöhnlicher, realer Menschen Authentizität erzeugt, anstatt durch die Dokumentation von wirklichen Handlungen und Geschehnissen (vgl. Klug/Neumann-Braun 2016, 8). 2009 startete das erste offiziell als Scripted Reality bezeichnete Format *Familien im Brennpunkt* auf dem Sender RTL. Scripted Reality läuft hauptsächlich im Nachmittagsprogramm privater Sender (Pro7, Sat. 1 RTL, RTL II) und hat dort eine zentrale Rolle eingenommen. Inhalt der Sendung sind Familien, die durch Erziehungsprobleme, finanzielle Notlagen, Scheidungen oder Strafverfahren in eine Krise geraten. Alles basiert auf einem Drehbuch und ist vorgegeben.

Die **Zielgruppe** des Formats setzt sich aus denjenigen Zuschauern zusammen, die nachmittags die Möglichkeit haben vor den Fernseher zu sitzen. Es können also sein: Schüler oder Studenten, die parallel lernen, Hausfrauen oder Hausmänner, welche nebenher Haushaltstätigkeiten nachgehen, Arbeitslose bzw. Arbeitssuchende und auch Rentner. Dies ist eine Verallgemeinerung, es gibt immer Ausnahmen, aber im Großen und Ganzen sind das

Menschen, die am häufigsten Scripted Reality schauen. „Für zwei der Gruppen, ist es wichtig ein Format zu zeigen, das eine geringe bis keine Aufmerksamkeitsspanne erfordert“ (Hummel 2017).

Die **Inhalte** der Scripted Reality Formate sind alltagsnah, für Rezipienten leicht verständlich und meist auf Familie, Freunde, Freizeit oder Beruf bezogen. Sie stammen somit alle aus der primären Zone der Rezipienten. Konflikte, Alltagsprobleme und auch Beziehungsprobleme zählen zu den Hauptbestandteilen mit denen die Geschichte aufgebaut wird. In allen Scripted Reality Sendungen findet etwas Alltägliches, Realistisches statt. Selten kommt etwas Außergewöhnliches vor, falls doch, ist es immer realitätsnah. Folgend der Unterscheidung in performatives und narratives Realitätsfernsehen nach Keppler, gilt festzuhalten, dass Scripted Reality zu einer Untergruppe des narrativen Reality TVs angehört. Dem steht entgegen, dass in den Formaten die Inszenierung erfundener Geschichten aus dem Alltag im Mittelpunkt steht. Es handelt sich um reine fiktive Geschichten. Daher werden sie in Anlehnung an Mikos den reinen fiktionalen Programmen zugewiesen. Fiktionale Programme stellen eine Welt dar, wie sie sein könnte. So auch in Scripted Reality, deren Geschichten in einer Welt spielen, die so tatsächlich existieren zu scheint (vgl. Mikos 2012, 50). Der Autor Klug stimmt dieser Annahme zu, denn er ist der Meinung, dass Scripted Realitys von den dokumentarischen Formen des narrativen und performativen Reality TVs zu unterscheiden sind (vgl. Klug 2016, 125).

Scripted Reality arbeitet mit der **Inszenierung** alltagsnaher und für den Rezipienten bekannter Themen. Daher werden die Inhalte häufig als echt eingestuft, wobei die Formate reine **Fiktion** sind. Sie sind kaum noch dokumentarisch und arbeiten mit vollständig erfundenen Personen und Geschichten, die auf einem Drehbuch bzw. Skript basieren. Dabei werden dramaturgische Elemente des dokumentarischen Reality TVs übernommen, so dass der fiktionale Alltag aufbereitet wird. „Im Sinne eines Drehbuchs sind unter einem ‚script‘ alle Stufen der Entwicklung und der Verschriftlichung technischer und handlungsspezifischer Anweisungen (v.a. Dialoge) zu verstehen“ (Klug/Neumann-Braun 2016, 17). Darüber hinaus gilt zu berücksichtigen, dass in fiktionalen Formaten das Scripten als ein Vorgeben von Handlungen und Dialogen bedeutet. Demzufolge basieren Scripted Reality Programme auf einem Skript. Die Ereignisse sind frei erfunden, aber an realen Geschehnissen orientiert. Scripted Reality ermöglicht alltägliche Geschichten in einer Intensität und auf einem hohen Niveau zu erzählen (vgl. van Hofer 2017). Handlungsabläufe werden so inszeniert, dass sie durch Stilmittel der Dokumentation realitätsnah wirken (vgl. Mikos 2012, 53). Das folgende verdeutlicht dies: „Scripted Reality-Sendungen lassen sich [...] als For-

mate begreifen, die sich nicht nur einer Reality-TV-Ästhetik bedienen, sondern auch diverser Faktualisierungsstrategien, wobei sie allerdings produktionstechnisch von vorneherein auf Fiktion setzen“ (Klug/Schmidt 2016, 93). Hauptmerkmal der Formate sind Laiendarsteller, die einem erfundenen Drehbuch folgen und Alltagssituationen inszenieren. Trotz fiktionaler Grundlage wird mit Scripted Reality verbunden, sie zeigen Realität und schaffen auf ihre eigene Weise eine Wirklichkeit (vgl. Klug 2016, 125).

Scripted Reality zeichnet sich nicht nur durch dramaturgische und inhaltliche Aspekte aus, sie folgen auch einer gewissen **Struktur** (vgl. Mikos 2012, 131f.):

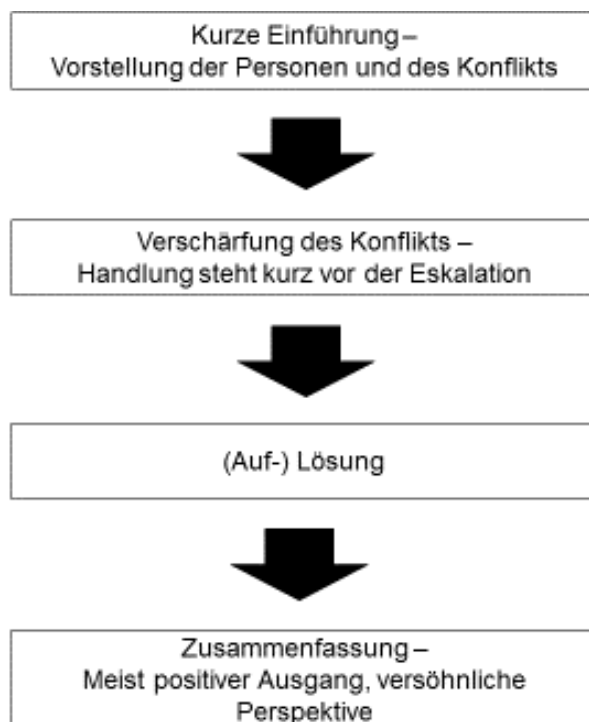


Abb.2: Dramaturgisches Schema Scripted Reality Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Mikos 2012

Um dieses Schema besser zu verstehen, wird es an einem konkreten Beispiel verdeutlicht. Hierzu dient eine Folge *Verdachtsfälle*, die sich überraschenderweise als eine Folge der *Trovatos* entpuppte. Die *Trovatos* zählen zu den spannenden Ermittlerformaten und läuft auf dem Sender RTL. Die Sendung handelt von den Privatdetektiven ‚Trovatos‘, die sich um fiktive Fälle in Form eines Scripted Reality Formats kümmert. Die untersuchte Folge lief am 20.04.2017 um 16 Uhr und wird mit der Nummer zwölf betitelt.

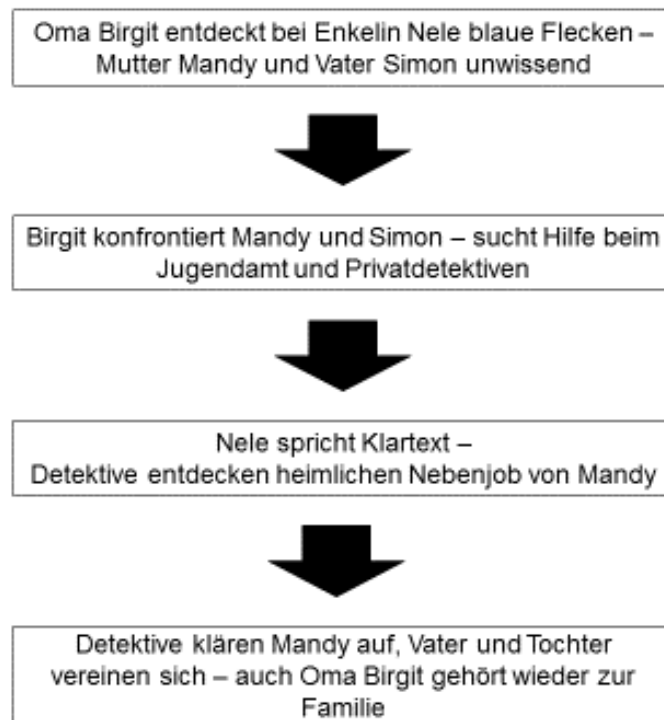


Abb.3: Dramaturgisches Schema Scripted Reality an einem Beispiel verdeutlicht

Die erste Szene der Folge zwölf zeigt Nele bei ihrer Oma Birgit. Birgit entdeckt heftige blaue Flecken auf dem Rücken ihrer Enkelin und sorgt sich um sie. Nele aber redet sich aus und behauptet sie kämen vom Sport. Da Birgit ihr nicht glaubt, geht sie zu ihrem Sohn Simon und seiner Frau Mandy nach Hause. Dort bekommt sie einen Streit zwischen Nele und Mandy mit, Grund sind Neles schlechte Noten. Mandy ist sichtlich überfordert mit Tochter, Haushalt, Job und hat kein Geld für Nachhilfe. Als Birgit auf die blauen Flecken aufmerksam macht, weicht Mandy aus und sagt auch, sie kämen vom Sport. Vater und Sohn Simon kommt nach Hause, betrunken. Er wurde gekündigt und ertänkt seine Sorgen in Alkohol. Birgit macht Mandy für die Verletzungen von Nele verantwortlich und sucht Hilfe beim Jugendamt. Eine Mitarbeiterin des Jugendamts besucht zusammen mit Birgit die Familie und schaut nach dem Rechten. Ebenso sucht sie das Gespräch mit Nele unter vier Augen, Nele jedoch blockt ab. Währenddessen kommt es zu einem Streit zwischen der aufgebrauchten Mandy und Birgit. Dieser Streit wird aber von einem Telefonat unterbrochen. Birgit lauscht und wundert sich, warum Mandy am Telefon flirtet. Da sie keine weiteren Ideen mehr hat, wendet sich Birgit an die Privatdetektive Trovatos. Diese erfahren von der Situation und möchten mit Hilfe von Birgit Kameras in der Wohnung von Mandy und Simon anbringen, um sie zu observieren. Birgit befindet sich heimlich in der Wohnung, bis sie von ihrem Sohn entdeckt wird. Es kommt zu einer heftigen Diskussion. Vor dem Haus trifft Birgit auf Mandy. Auch hier entsteht ein lautstarkes Wortgefecht, bei dem sich sogar die Nachbarn aus dem Fenster beteiligen. Die Ermittler haben alles aus ihrem Auto aus beobachtet. Durch die angebrachten Kameras erfahren sie von einem komischen Gespräch zwischen Mandy und

Nele, in dem es um Mandys neuen Job geht. Durch weitere Observation des Videomaterials bemerken die Detektive Sorgen von Nele, die Eltern würden sich scheiden lassen. Mandy geht sehr fürsorglich mit ihrer Tochter um und kann deshalb nicht für die blauen Flecken zuständig sein. Als Birgit unerlaubt Nele besucht, verbietet ihr Simon den weiteren Kontakt zu Nele und nimmt ihr ihren Zweitschlüssel ab. Das Videomaterial zeigt den Detektiven, dass Nele Streit mit einer Freundin hat und machen Birgit darauf aufmerksam. Nele wird nach der Schule von den Ermittlern beobachtet, diese sehen, wie es zu einer Auseinandersetzung mit Schulkameraden kommt und Nele gehänselt wird. Sie hören etwas von einer Sexhotline und „Sexy Candy“. Nele besucht ihre Oma und fragt sie nach Geld. Birgit verweigert zunächst, da sie Nele erst Geld gegeben hat. Die Trovatos schreiten ein und überreden Birgit dazu, Nele das Geld zu geben. Um herauszufinden, was es mit der Sexhotline auf sich hat, warten die Ermittler vor Mandys Arbeitsstelle, bis sie fertig ist. Daraufhin rufen sie bei der Sexhotline an und können beobachten, wie Mandy an ihr Handy geht und sich als „Sexy Candy“ ausgibt. Nachdem Birgit benachrichtigt wurde, konfrontiert sie gemeinsam mit den Trovatos Mandy damit – die Trovatos geben sich als Privatdetektive bekannt. Mandy erfährt, dass Nele an ihrer Schule wegen ihrem Nebenjob gehänselt und gemobbt wird. Sie ist sich ihrer Schuld bewusst und es tut ihr leid, was sie getan hat. Sie versöhnt sich mit Birgit. Nach einem Streit an der Schule verfolgen die Ermittler Nele bis zu einer Kneipe. Dort gibt Nele das Geld ihrer Oma dem Wirt, um Schulden ihres Vaters zu begleichen. Das, was sie hat ist jedoch nicht genug und wird wieder weggeschickt. Kurz danach betritt Simon die Kneipe und wird wegen seinen Schulden wieder rausgeschmissen. Ein Ermittler spricht Simon an und deckt die ganze Situation auf. Er erklärt, dass Nele seine Schulden bezahlen möchte. Simon ist fassungslos. Nele wird von einer weiteren Ermittlerin verfolgt. Diese greift noch rechtzeitig ein, bevor Nele den Gelbeutel einer Passantin klauen konnte. Die Ermittlerin klärt sie auf und gibt sich als Privatdetektivin im Auftrag von Birgit bekannt. Nele öffnet sich und legt dar, wie die blauen Flecken zustande kamen. Die Ermittler bringen Nele und ihren Vater zusammen, die sich sofort in die Arme fallen. Die Familie startet einen Neuanfang. Mandy hat ihren Nebenjob gekündigt. Birgit gehört wieder zur Familie und Nele wird nicht mehr gemobbt.

Das Genre Scripted Reality kann in weitere Subgenres untergliedert werden. Hierbei wird zwischen episodischen und soapartigen Formaten unterschieden. In den episodischen erfolgt ein Handlungsstrang, der mit dem Ende einer Folge abgeschlossen ist. Sie gleichen der Serienart Reihe. Es gibt keinen festen Cast, nur einzelne Experten (vgl. Götz 2015, 81). Somit liegt nahe, dass episodische Formate des Scripted Reality Genres dem dramaturgischen Schema nach Mikos folgen. Soapartige Formate hingegen weichen davon ab, da

sich deren Handlungsstränge über mehrere Folgen hinweg erstrecken, sie scheinen endlos, wodurch sie sich der Serienart Daily Soap ähneln. Es gibt einen festen Cast und die Akteure selbst erzählen die Geschichte, die sich über mehrere Episoden weiterentwickelt. Dieser Sachverhalt soll nun an einem Beispiel verdeutlicht werden. Sowohl in den episodischen, als auch den soaptigen Scripted Reality Formaten tauchen immer wiederkehrende Szenentypen auf:

| | |
|-------------------|---|
| Interaktionsszene | Szene, in der eine Interaktion zwischen min. zwei Personen stattfindet |
| Tagebuchgedanke | Protagonist spricht aus dem Off, während Handlung gezeigt wird |
| Interviewszene | direkte Äußerung eines Protagonisten in die Kamera |
| Erläuterungsszene | Experte, der Geschehen aus Außenperspektive beobachtet und kommentiert, wird eingeblendet |
| Zwischensequenz | Sequenz zwischen zwei Szenen wird mit Bildern, die illustrierenden Charakter haben, gefüllt |

Tabelle 1: Szenentypen Scripted Reality Quelle: Niemann/Gölz 2015

Neben den Szenentypen weist das Genre auch wesentliche **Gestaltungsmerkmale** auf, die zudem für die Authentizität und Beliebtheit verantwortlich sind:

| Gestaltungsmittel | Erläuterung |
|-------------------|--|
| Szenengestaltung | <ul style="list-style-type: none"> - Interviewszenen, in denen Akteure Auskünfte zu ihren Handlungen, Meinungen und Gefühle mitteilen - in soaptigen Formaten häufige Verwendung von Tagebucheinträgen → ähnliche Wirkung wie Interviews - wenig Schnitte |
| Einblendungen | <ul style="list-style-type: none"> - kundgeben Ort, Datum und Uhrzeit des Geschehens - pseudogenau Angaben (Uhrzeit auf Minute genau, aber Ort gibt keine Angaben zur Stadt) |
| Bauchbinden | <ul style="list-style-type: none"> - typisches Gestaltungsmittel in non-fiktionalen Formaten wie Nachrichten - bessere Einordnung des Geschehens - Zusatzinformationen - nur in episodischen Scripted Reality - enthalten Vor-, Nachname und Alter der Person |
| Handkamera | <ul style="list-style-type: none"> - wird auf Schultern getragen |

| | |
|------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Bewegungen des Kameramanns übertragen sich auf Aufnahmen → verwackelte und dynamische Bilder - Kamera nimmt persönliche Haltung ein - verbirgt Inszenierung durch den Anschein, Kamera hätte das Geschehen live aufgenommen - Verstärkt in episodischen Ermittler- und Polizeiformate |
| Unschärfe Bilder | <ul style="list-style-type: none"> - ästhetisches Stilmittel - hebt Besonderheiten hervor - Bsp.: Zeitraffer bei Tod eines Protagonisten |
| Licht | <ul style="list-style-type: none"> - meist nur Umgebungslicht - Einsatz vom Format abhängig (in episodischen SR vermehrter Einsatz von Scheinwerfern) |
| Ton | <ul style="list-style-type: none"> - von Kamera aufgefangen - Umgebungston - schlechte Qualität ist handlungsbedingt |

Tabelle 2: Gestaltungsmittel in Scripted Reality Quelle: Niemann/Gölz 2015, 102ff.

Zusammengefasst beinhalten Scripted Reality Formate im Wesentlichen alltägliche, zwischenmenschliche und berufliche Bereiche, wie bspw. Partnerschaft, Gewalt, Schule und Beruf. In jeder Sendung erscheint in den ersten Minuten ein Konflikt, dessen Lösung bzw. die Orientierung auf eine Lösung Hauptbestandteil der episodischen Formate ist (vgl. Weseler 2012, 33f.). Zu unterscheiden sind episodische Scripted Reality Sendungen mit einem Handlungsstrang von den soapartigen, in denen mehrere Handlungsstränge miteinander verknüpft sind und über mehrere Episoden hinweg laufen. Sie ähneln Daily-Soaps, werden aber durch die Namensgebung wie *Auf Streife* oder *Privatdetektive im Einsatz* davon abgegrenzt, da sie so auf einen eindeutigen Themenbereich hinweisen. Aufgrund geringer Werbeeinnahmen im Nachmittagsprogramm wird Scripted Reality günstig produziert. Genau dieses Merkmal des Genres ist bei Rezipienten besonders beliebt und wird sogar gewünscht. „Wenn man eine höhere Qualität bietet, dann wird das nicht mehr honoriert. Der Zuschauer am Nachmittag zumindest scheint eine gewisse Trashigkeit des Programms zu goutieren“ (Gaitzsch 2017).

Innerhalb des Genres ist ein **Wandel** festzustellen. Fiktionale Formate werden nicht neu entwickelt, sondern die Tendenz begibt sich zur Aufbereitung bestehender, erfolgreicher Scripted Reality Formate, die inhaltlich und dramaturgisch ausdifferenziert, aber auch aufgespalten werden (vgl. Klug/Neumann-Braun 2016, 20f.). Diese These wird durch folgenden Sachverhalt bestätigt: ab 2014 ist ein Umbruch bezüglich der Themen in Scripted

Reality zu vermerken. Lange Zeit wurden hauptsächlich problemzentrierte Familien-, Alltags- oder Beziehungsgeschichten thematisiert. Neuerdings liegen die Themen allerdings bei Recht, Kriminalität, Unfall und Katastrophe, die für mehr Spannung sorgen. Aus dem Format *Verdachtsfälle* z.B. haben sich eigenständige Formate wie *Anwälte & Detektive* und *Der Blaulicht Report* herausetabliert (vgl. Klug 2016, 47). Ein weiteres Beispiel ist ebenso die vermeintliche Rezeption von der Sendung *Verdachtsfälle*, die sich als *Trovatos* feststellte. Auf dem Streaming Portal ‚TVNOW‘ wird die Folge zwölf vom 20.04.2017 als *Verdachtsfälle* betitelt, beim Konsumieren fällt auf, dass bei den Interviews statt *Verdachtsfälle* ‚Die Trovatos‘ in der Bauchbinde eingeblendet wird. Die Sendung wird sonach in alltägliche Kriminalfälle und reine Polizei Varianten spezifiziert. Ein bestehendes, erfolgreiches Format wird also inhaltlich und dramaturgisch ausdifferenziert und aufgespalten. Denn die thematische Abkehr weg von Familie, hin zu Polizei und Ermittlungen bedingt eine Änderung der Erzählweise. Der Fokus liegt, anstatt auf persönlichen, familiären Themen, beim Alltag von Polizisten. Dieser Wandel hat eine Änderung der Konfliktstruktur zur Folge, da Streitigkeiten mit Familienmitgliedern oder Partnern (Zivilrecht) zu Streitigkeiten mit autoritären Polizisten werden (öffentliches Recht). Die ästhetische Gestaltung wird insofern verändert, da nun durch Polizeieinsätze verstärkt dokumentarische Mittel und actionreiche Szenen benötigt werden. Daraus schließt sich, dass die Hinwendung zu Polizei- und Ermittlerformate eine inhaltliche und dramaturgische Rückkehr zu den ursprünglichen dokumentarischen Reality TV Formaten der 1990er Jahre ist (vgl. Klug 2016, 47). Die Ordnungshüter in Polizei- und Ermittler Scripted Reality treten in einem fiktionalen Rahmen als Experten auf, dennoch sollen sie durch professionelle, legale Methoden und die juristisch korrekte Anwendung der Gesetze Authentizität erzeugen. Folglich sind es vollständig fiktionale Sendungen, die nicht mehr mit einem dokumentarischen Anspruch der außermedialen Realitätswiedergabe auftreten (vgl. ebd. 51). Dadurch weisen Polizei- und Ermittler Scripted Reality einen fließenden inhaltlichen und dramaturgischen Übergang in Light fiction auf. UFA beschreibt Fiction Light wie folgend: „Für geringe Entstehungskosten bieten wir fiktionale Programme. Fiction Light eignet sich vor allem für Sendeplätze, die bisher nicht für Dailys erschlossen waren, etwa am Vormittag oder dem frühen Nachmittag“ (Bauer 2011). So besteht nicht nur inhaltlich und bezüglich der Produktionsart und –bedingungen eine Ähnlichkeit mit Scripted Reality, sondern auch bezüglich des Sendeplatzes.

Da Scripted Reality eine weite Palette an Sendungen aufweist, werden im Folgenden zwei konkrete Beispiele erläutert. Sowohl ein episodisches, als auch ein soapartiges Format.

Familien im Brennpunkt zählt zu den ältesten Formaten und den Urformen des Scripted Reality Genres. In dem episodischen Format werden Geschichten rund um die Thematik

Familie von dramaturgisch bis ins Absurde erzählt. *Familien im Brennpunkt* begleitet Konflikte unter deutschen Dächern, die Anwälte beschäftigen und vorm (Familien-) Gericht ausgetragen werden können. Von Scheidungsdramen, Sorgerechtsstreitigkeiten, Probleme rund um die Anerkennung der Vaterschaft bis hin zu Schwierigkeiten mit Ämtern und Behörden, alles wird zum Thema der Sendung. „Egal ob Alkoholexzesse, Drogenprobleme oder andere Jugendsünden, die in der Scripted-Reality-Serie behandelt werden - es sind vielfältige Sorgen und Probleme, die sowohl Eltern als auch Jugendliche und Kinder plagen und die bei *Familien im Brennpunkt* behandelt werden“ (RTL 2017). Die Geschichten spielen in Privatwohnungen oder auf offener Straße in Deutschland. Die Folgen erstrecken sich über 45 Minuten. Am Ende stellen sich die prozessierenden Parteien dem Urteil des zuständigen Gerichts, das als letzte Instanz den Weg vorgibt, wie Eltern und Kinder ihr Leben zukünftig zu meistern haben. Laiendarsteller spielen die erdachten Handlungsabläufe. Die RTL-Serie läuft seit 2009 und wird von der filmpool Film- und Fernsehproduktion GmbH produziert. Das Scripted Reality Format wird montags bis freitags ausgestrahlt und versucht durch einen dokumentarischen Charakter eine Realität abzubilden, die genauso stattfand.

Ein sehr beliebtes soaptartiges Format ist ***Berlin – Tag & Nacht (BTN)***. Die Sendung läuft von Montag bis Freitag um 19 Uhr auf RTL II. Eine Folge erstreckt sich über 45 Minuten, wobei sie durch zwei Werbeunterbrechungen auf eine Stunde verlängert wird. Auch hier ist die Produktionsfirma filmpool. Die erste Folge lief am 12.09.2011. Ursprünglich waren nur 120 Episoden geplant, durch den großen Erfolg der Serie jedoch, wird sie auf unbestimmte Zeit fortgesetzt. Mittelpunkte der Handlung sind das Wohngemeinschafts- (WG) Leben in Berlin. An der Tagesordnung stehen Eifersucht, Liebe, Freud und Neid. Die Charaktere genießen das Leben in Berlin und lieben ihre Stadt. Eine Episode beinhaltet Ereignisse aus einem Tag. Die an verschiedenen Orten in Berlin wohnenden Personen sind meist im Teenager- bis Erwachsenenalter und setzen sich mit alltäglichen Problemen auseinander. Produziert wird das Format mit einer absichtlichen unruhigen Kameraführung, ebenso finden Interviews mit den Figuren ihren Platz in der Sendung. Zwischen den Ortswechseln werden Landschaftsszenen von Berlin mit Popmusik eingeblendet.

Anhand der Kriterien **Inhalt**, **Gestaltungsmittel** und **Inszenierung** wird das Genre Reality TV und Scripted Reality von der Verfasserin untersucht. Die Ergebnisse dieser Untersuchung sind in folgenden Kapiteln zuzüglich den Bezug auf Risiken und Potenziale aufgeführt.

4 Risiken hybrider Formen

4.1 Negative Kritik an Reality TV und Scripted Reality

Formate des Reality TVs und Scripted Reality müssen immer wieder harte Kritik einstecken. Zuschauer sind beim Fernsehen sehr passiv und kommen in einen Zustand des Tagträumens. Dadurch, dass Film und Fernsehen Denken und Willen der Zuschauer schwächt, werden Gefühle und Emotionen intensiviert. Diese steht in Verbindung mit der perfekten Inszenierung der Wirklichkeit. Die hervorgerufenen Emotionen sind zudem davon abhängig, inwiefern sie Erinnerungen des Rezipienten wecken, denn „bei den Gefühlen kann der Film [und das Fernsehen] nur das, was beim Betrachter da ist, hervorlocken und aufwühlen“ (Buddemeier 1996, 200). Die Macher des Reality TVs und Scripted Reality scheinen diesen Aspekt auszunutzen, da die Formate für Alltagsnähe und hohes Identifikationspotenzial bekannt sind. Jedoch liegt genau darin das Problem des Genres, weshalb die Sendungen des Reality TVs und Scripted Reality heftig kritisiert werden.

Big Brother, das im Jahr 2000 startete, wurde als „Psychoformat“ und „neue Negativqualität in der Fernsehunterhaltung“ bezeichnet (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 7). Die Kritik an diesem Format scheint kein Ende zu nehmen: gesellschaftliche anerkannte Grundwerte werden in Frage gestellt. Das Showformat spielt mit bewusster Konfrontation in der Gruppe und stellt intime menschliche Bereiche zur Schau. Es gleicht einem Menschenexperiment und verstößt gegen die Menschenwürde, denn die Teilnehmer sind unwissend über die Auswirkungen der Show und inwieweit die tägliche Medienpräsenz ihr Leben beeinflusst. Zudem werden Gewaltkonflikte und sexuelle Eskapaden provoziert (vgl. ebd. 7). Castingshows wie *Popstars*, *DSDS* oder *Das Supertalent* gelten als Nachfolger-Reality-Format von *Big Brother*. Hierbei stellt sich die Frage auf, ob und wieweit es erlaubt ist, Menschen in ihrem Versagen öffentlich bloßzustellen und, ob der Sender auf reinen Voyeurismus und Schadenfreude setzen darf. Voyeurismus ist ein menschliches Bedürfnis, das durch TV-Formate wie *DSDS*, *Das Supertalent* oder auch *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*, kurz das Dschungelcamp genannt, befriedigt wird. „Die Zuschauer wollen sehen, wie sich die Kandidaten im Dschungel selbst erniedrigen und wie sie die ekeligsten Aufgaben lösen müssen. [...] Ergänzt durch Erotik und Skandal bringt dieser Gefühlsmix die Leute zum Einschalten“ (Gestmann 2015). Die Jury von *DSDS* z.B. reagiert auf manche Aufführungen mit harten, teils beleidigenden Kommentaren. In diesen Formaten werden Menschen aus kommerziellen Zwecken vorgeführt (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider

2012, 8.) Den Produzenten scheinen die Gefühle und das vorgeführte Image der Teilnehmer weniger wichtig zu sein. Alles, was für sie zählt sind Einschaltquoten und Erfolg, egal wie und auf welchem Weg das auch erfolgt.

Hauptkritikpunkte, die Sendungen der Genrefamilie ausgesetzt sind, sind zum einen der Vorwurf, sie würden Realität abbilden, obwohl sie auf reiner Fiktion basieren, eine „Realität nach Drehbuch“ (Alvarez 2013). Scripted Reality gibt sich als Doku aus. Durch hohe Authentizität scheint es vor allem Kinder, Jugendlichen und jungen Erwachsenen schwer zu fallen den Inszenierungscharakter zu erkennen. In Scripted Reality werden Zuschauer bewusst inszeniert getäuscht. Vor allem Rezipienten im jungen Alter halten Geschichten für real, was zu einem verzerrten Weltbild der Wirklichkeit und gesellschaftlichen Normalität führen kann (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2013, 4). Hinsichtlich dieser These wird der zweite Hauptkritikpunkt deutlich: Die Formate vermitteln ein verzerrtes Weltbild und beeinflussen im negativen Sinn die Wahrnehmung der Zuschauer. Diese beiden Hauptkritiken werden in den folgenden Unterkapiteln genauer untersucht.

Neben den soeben genannten Vorwürfen, werden den Genres noch weitere Negativitäten unterstellt. *Berlin Tag & Nacht* präsentiert anscheinend nur stereotypische Figuren. Dies wiederum kann Auswirkungen auf das Weltbild der Konsumenten haben. Falls die Inszenierung nicht erkannt wird, können einseitige und skurrile Darstellungen zu falschen Vorbildern für Jugendliche werden. Allgemein liegt in allen Scripted Reality Formaten eine Stereotypisierung vor, denn es werden nur ausgewählte Charakterzüge und Handlungen dargestellt. Die Betonung liegt auf einzelnen Eigenarten. Durch das Missverhältnis von gefilmter Lebenszeit und gezeigter Fernsehzeit ist eine umfassende Betrachtung einer Persönlichkeit unmöglich. Die Geschehnisse werden in kurzer Zeit dargelegt, wodurch eine differenzierte Darstellung eines Charakters einer Person nicht möglich ist. Folgen davon sind eine oberflächliche und stereotypische Präsentation der, von den Darstellern gespielten, Rollen. Verstärkt wird dieser Aspekt durch Materialkomprimierung, womit es zu Klischees, stereotypischen Darstellungsmuster und standardisierten Handlungsabläufen kommt (vgl. Klaus/Lücke 2003, 209).

Reality TV und Scripted Reality sind Hybridgenres des Fernsehens. Bei allen hybriden Formen des Fernsehens ergibt sich das Problem, dass keine einheitliche Zuordnung zu den Grundformen vorliegt. Genaue Bezeichnungen oder Benennungen der Sendungsform dienen der Minderung von Unsicherheiten aus Sicht der Rezipienten und sollen falsche Erwartungen reduzieren. Eine klare Zuordnung zu Gattung und/oder Genre trägt schon vor der eigentlichen Rezeption der Verarbeitung und Bewertung von Inhalten bei (vgl. Gözl/Nie-

mann 2015, 40). Da sich Scripted Reality und Reality TV jedoch mehrerer Stilmittel unterschiedlicher Gattungen bedienen und die Grenzen zwischen Fakt und Fiktion förmlich verwischen, ist eine klare Zu- und Einordnung für den Rezipienten außerhalb des Bereichs des Möglichen. Unter Berücksichtigung dieses Gesichtspunkts, wird deutlich, dass die Zuschauer vor der Rezeption eines Reality TV oder Scripted Reality Formats nicht wissen, worauf sie sich einlassen, die Unsicherheit gegenüber diesen Formaten wird nicht genommen und falsche Erwartungen sind vorprogrammiert. Die erörterte Annahme beruht auf folgender Aussage: „Auf Seiten der RezipientInnen [...] [bestehen durch] die unklaren Hinweise einer Zuordnung des Gezeigten zu Fakt oder Fiktion [...] Fehleinschätzungen des Gezeigten als dokumentarische Realität, was zu fehlerhaften Transfers von medial präsentierter Realität in die nicht mediale Alltagsrealität führt“ (Klug/Neumann-Braun 2016, 23).

Das Verständnis von Sendungen wie bspw. *Familien im Brennpunkt* oder *Verdachtsfälle* wird durch die geringen Unterschiede zwischen Scripted Reality und Light Fiction erschwert (vgl. Klug 2016, 51). Der interne Wandel des Genres Scripted Reality führt zu einem Risiko in Bezug auf die Wahrnehmung der Rezipienten. Die einst produzierten Polizei- und Ermittler-Reality-Shows beruhten auf authentischem Material der polizeilichen Überwachung und waren dokumentarisch konzipiert. Die neueren Ermittler- und Polizei-Formate in Form des Scripted Reality jedoch beruhen auf Skript, wodurch sich die dargestellte Polizeiarbeit von der außermedialen Wirklichkeit entfernt (vgl. ebd. 49f.). Daraus lässt sich schließen, dass Rezipienten, die die originalen Polizei- und Ermittler Reality Shows kennen und wissen, dass sie auf wahrer Polizeiarbeit beruhen, diese mit den scheingleichen Scripted Reality Sendungen in Verbindung setzen und somit auch bei den erfundenen Polizei- und Ermittlergeschichten davon ausgehen, sie seien wahr.

Die Themen an sich werden in Scripted Reality Sendungen kritisiert. Hauptbestandteil einer Folge ist immer ein Konflikt zu einem scheinbar alltäglichen Problem mit einem positiven Ausgang. Die Konflikte jedoch werden rasant erzählt und sind in verschiedenen Ebenen verschachtelt. Die Handlung wird komprimiert. Durch diese Komprimierung und Verkürzung sind nicht nur die Charaktere mangelhaft differenziert durchleuchtet, sondern auch die Motive der Figuren. Die Wandlung zur Einsicht ist für den Zuschauer schwer bis gar nicht nachvollziehbar. Die Codierer einer Studie der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) schätzen die Auflösung der Konflikte zu plötzlich und unvermittelt ein. Sie sind zwar plausibel, aber nicht nachvollziehbar verarbeitet und deshalb aufgesetzt (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 19).

Ein weiterer Kritikpunkt dem das Genre Scripted Reality ausgesetzt ist, ist das enthaltene Gut-Böse- bzw. Protagonisten-Antagonisten-Schema. Protagonisten werden gut dargestellt, sie kommen zur Einsicht und verändern sich. Antagonisten hingegen seien böse, schlecht, gemein und nicht willens sich zum Positiven zu verändern. Diese Annahme wird von der FSF-Studie „Man sieht, wie es wirklich in anderen Familien zugeht“ (Götz et. al 2012) bestätigt: Charaktereigenschaften und Verhaltensweisen der Figuren in Scripted Reality Sendungen (in der Studie speziell *Familien im Brennpunkt*) ändern sich wenig und sind statisch (vgl. ebd. 22). Somit bleibt das Gut-Böse-Schema auch am Ende einer Sendung bestehen und kann bei den Rezipienten zu einer unzutreffenden Wahrnehmung führen. Zu einem verzerrten Weltbild kommt es aber nur, wenn die Inszenierung nicht erkannt wird.

4.2 Kenntnisnahme des Inszenierungscharakters

Formate des Scripted Reality spielen bekanntlich mit einer Vermischung von realen und fiktionalen Elementen, mit dem Konglomerat unterschiedlicher Gattungen und Genres. Eine klare Unterscheidung von ‚was ist real und was nicht‘ ist dadurch nicht möglich. Unter zehn Jahre alte Kinder sind am seltensten fähig Inszenierungen in Scripted Reality auf zu decken (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 23). Auch der Autor Buddemeier hat schon 1996 festgestellt, dass Kinder beim Fernsehen zu falschen Vorstellungen kommen. Ihnen fällt es schwer zwischen Realität und Fiktion zu unterscheiden. Oftmals können sich Kinder z.B. in einer gewalthaltigen Sendung nur an den Gewaltakt an sich, aber nicht an die Entstehung erinnern. Für Kinder ist ein Bild immer Wirklichkeit, folglich sind sie nicht in der Lage die Fiktion im Fernsehen zu erkennen (vgl. Buddemeier 1996, 192). Dem wird hinzugezogen, dass auch bildungsbürgerliches Publikum arrangierte Darbietungen nicht bemerkt, da für sie die Darstellung des Lebens unterer Schichten alltagsnah erscheint und höheren Realitätsstatus hat (vgl. Mikos 2012, 50). Kinder glauben, dass Familienmitglieder in einer Fernsehserie auch Familienmitglieder im realen Leben sind und fiktionale Ereignisse tatsächlich so stattgefunden haben. Erst in später Kindheit erlernen sie die Fähigkeit, zwischen wahrscheinlich und plausibel zu unterscheiden (vgl. Schenk/Niemann 2015, 55). Daraus schließt sich, dass sich auch die Realitätswahrnehmung von Fernsehinhalten erst in der späten Kindheit soweit entwickelt, dass Kinder in der Lage sind, zwischen echt und gestellt zu unterscheiden. Diese Fähigkeit hängt zudem von bisher gesammelten Erfahrungen ab. Hat ein Kind schon viele Erfahrungen bezüglich Fernsehinhalten agglomeriert, so nutzt es diese, um sich ein Bild über Realität und Fernsehrealität zu machen. Damit Heranwachsende zwischen diesen Realitäten unterscheiden können, benötigen sie eine gewisse Medienkompetenz. Jedoch haben junge Rezipienten wenig Medienerfahrung, weshalb sie unterschiedliche Abstufungen medialer Realitäten schlechter erkennen als Erwachsene

(vgl. Niemann/Gölz/Schenk 2016, 213). Somit wird angenommen, dass neben inhaltlichen und darstellerischen Merkmalen auch bisherige angeeignete Medienkompetenzen eine Rolle zur Einordnung des Inszenierungscharakters spielen. Aufgrund unterschiedlich starken Einsätzen von dokumentarischen Mitteln werden künstliche Arrangements in einer Sendung besser erkannt, als in einer anderen. Bei dem Ermittler-Format *Die Trovatos – Privatdetektive im Einsatz* bspw. lassen eine übertriebene Darstellung von Gewalt und die starke Häufung von extremen Zufällen den Inszenierungscharakter ausfindig machen.

Es stellt sich die Frage, ob Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene tatsächlich Inszenierungen nicht wahrnehmen und das Gezeigte als Realität verstehen. Um dieser Frage nachzugehen, werden einige Studien, die sich mit diesem Thema beschäftigen in Betracht gezogen und miteinander verglichen.

Zunächst wird sich mit der Studie „Man sieht, wie es wirklich in anderen Familien zugeht“ (Götz et. al 2012) befasst. Diese Studie beschäftigt sich mit der Frage, warum Kinder und Jugendliche das Format Familien im Brennpunkt (FiB) nutzen und wie sie den Realitätsgehalt einschätzen. Es erfolgte eine repräsentative Stichprobe aus 728 Kindern zwischen sechs und zwölf Jahren, die die Sendung privat schauen. Zusätzlich wurden zehn bis 18-Jährige im Bundesstaat Bayern befragt. Trotz dem Hinweis „Alle handelnden Personen sind frei erfunden“ offenbart FiB einen dokumentarischen Charakter, was eine stattfindende Realität vermuten lässt. Paratextuelle Hinweise setzten allerdings voraus, dass die Kinder lesen können. Vorschulkinder können das nicht (vgl. Gaitzsch 2017). Eine elf Jährige ist der Meinung: „Es geht in FiB um Familien, die ihre Probleme dem Fernsehen melden.“ Dem steht entgegen, dass eine 18-jährige Gymnasiastin aussagt, in der Serie werden alltägliche Situationen nachgespielt, die aber nicht auf realen Ereignissen basieren (vgl. Götz et. al 2012, 57). Hier wird deutlich, dass nicht alle den gescipten Charakter bemerken. Aber auch der Altersunterschied zwischen den beiden Befragten lässt vermuten, dass die 18-Jährige schon mehr Medienkompetenz und Erfahrungen gesammelt hat, mit der sie zwischen dargestellter, gespielter Fernsehrealität und tatsächlicher Realität unterscheiden kann.

Die Studie ob und wie viele Probanden Inszenierungen erkennen wird durch Schaubilder verdeutlicht. In der ersten Abbildung wird angegeben, wie Rezipienten die Entstehung von der Serie FiB einschätzen. Der meiste Anteil liegt bei denjenigen, die denken das Gezeigte sei tatsächlich passiert und für das Fernsehen bzw. für die Serie nachgespielt. Zudem wird deutlich, dass die 17-18-Jährigen den gescipten Charakter am besten erkennen.

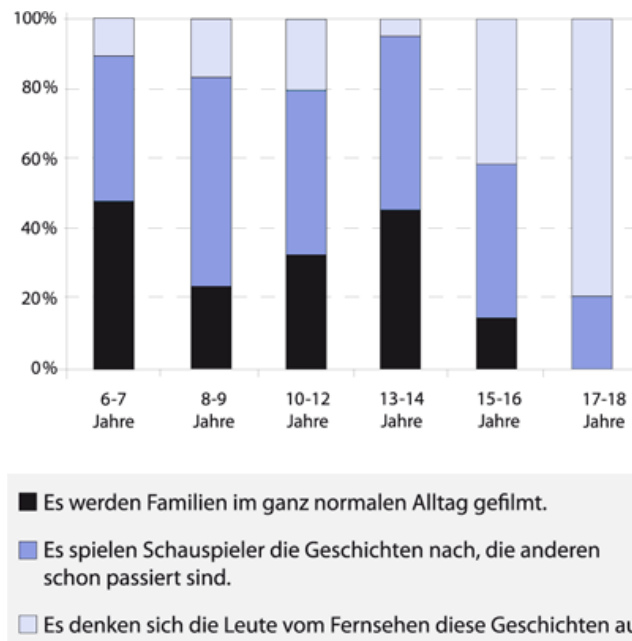


Abb. 4: Vorstellungen vom Herstellungsprozess FIB Quelle: Götz et. al 2015

30 % der Befragten denken, die Sendung sei eine Dokumentation, 48% sind der Meinung die Geschichten sind nachgestellt und beruhen auf wahren Begebenheiten. Nur 22% aller Befragten bemerken die Inszenierung.

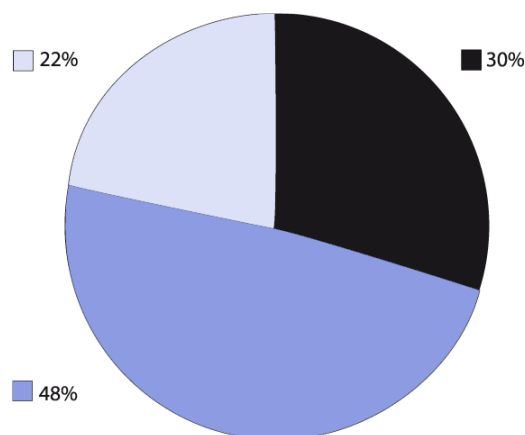


Abb.5: Kenntnisnahme des Inszenierungscharakters Quelle: Götz et. al 2015

Die Zuschauer werden in Viel- und Wenigseher unterteilt. Vielseher schauen eine Sendung sehr regelmäßig und richten teils ihren Alltag nach Sendezeit. Wenigseher hingegen schalten nur gelegentlich Sendungen wie FiB ein und haben eine eher distanzierte Haltung ihnen gegenüber. Ob Inszenierungen erkannt werden, ist auch von der Nutzungsart und Rezipienten abhängig. Vor allem Vielseher gehen davon aus, dass FiB echte Familien in ihrem Alltag dokumentiert bzw. wahre Begebenheiten für die Sendung nachgestellt werden (vgl. Götz et. al 2015, 88). Meist können nur die älteren Jugendlichen erkennen, dass es sich um Inszenierungen handelt und keine Dokumentation vorliegt. Dieser Aspekt wird auch

durch die Aussagen der beiden Befragten bestätigt. In der Studie fällt auf, dass der gescipte Charakter häufiger von Oberstufenschüler aufgedeckt wird. Es ist eine Tendenz festzustellen: Jungen erkennen Inszenierungen besser bzw. häufiger als Mädchen und diejenigen mit einer höheren Schulbildung besser als diejenigen mit einer schwächeren Schulbildung. Dadurch wird die These von Mikos, bildungsbürgerliches Publikum erkennt Inszenierungen schlechter und stellt das Dargestellte mit dem eigenen Leben gleich, bestätigt. Obwohl die Sendung FiB für viele Erwachsene und gut gebildete Jugendliche teils sehr schlecht gespielt erscheint, ist sie für vielsehende Kinder und Pre-Teens eine Nachstellung oder sogar Dokumentation realer Begebenheiten (vgl. Götz et. al, 58).

Die Studie „Alles nur gestellt?“ (Niemann/Gözl/Schenk 2016) weist ähnliche bis gleiche Ergebnisse auf. Die Autoren führten im Sommer 2013 eine qualitative und quantitative Befragung bei insgesamt 451 Personen zwischen zehn und 20 Jahren durch. Eine Forschungsfrage, die mit der Befragung beantwortet werden sollte, bezieht sich auf die Einordnung des Inszenierungscharakters von Scripted Reality Serien. Auch hier wurde festgestellt, dass nicht alle (Befragten) gleich gut in der Lage, sind den Inszenierungscharakter richtig einzuschätzen. Viele haben Schwierigkeiten den fiktionalen Charakter problemlos einzuordnen. Vor allem jüngere Rezipienten können sich vorstellen, dass die Akteure der soapartigen Scripted Reality wie bspw. *Berlin – Tag & Nacht* tatsächlich so irgendwo zusammenwohnen (vgl. Niemann/Gözl/Schenk 2016, 217f.). Hinweise wie: „Alle handelnden Personen sind frei erfunden“ sorgen bei souveränen Rezipienten für Aufklärung. Andere jedoch werden dadurch verunsichert, sie sind sich nicht sicher, „ob das wahr ist oder gespielt ist“, so ein 19-Jähriger. Rezipienten schwimmen zwischen den Vermutungen, das Gezeigte sei real, wirklich passiert und für die Kamera nachgespielt und der Vermutung, dass das Drehteam vor Ort Anweisungen gibt, um die Geschichte zu lenken (vgl. ebd. 218). In dieser Studie wird im Gegensatz zur Vorherigen noch der Vergleich von episodischen und soapartigen Sendungen hinzugezogen, denn dort sind einige Unterschiede festzustellen. Die Unsicherheit über den Inszenierungscharakter ist verschieden. 23% der Befragten sind sich bezüglich der Geschichten in episodischen Scripted Reality Formaten unsicher und glauben, sie könnten auf wahren Begebenheiten beruhen. Ganze 22,8% sind nicht fähig den Inszenierungscharakter zu durchleuchten. Bei soapartigen Scripted Reality allerdings sind sich nur 14% über den Grad der Inszenierung uneinig und fast 70% erkennen Fiktionalität (vgl. ebd. 219). Wie auch in der FiB-Studie wird hier darauf aufmerksam gemacht, dass ein großer Anteil junger Rezipienten nicht in der Lage ist, gestellte Handlungen zu bemerken. Ebenso wird bestätigt, Unterschiede zwischen Viel- und Wenigseher vorzu-

finden. Vielseher glauben eher das Gezeigte sei real als Wenigseher. Viele Zuschauer in dessen legen sich eigene Interpretationen zurecht, um etwas über die Entstehung der Sendung zu erfahren.

Der Vorsitzende der Medienanstalt Hamburg Lothar Hay wünscht eine dauerhafte Kennzeichnung des fiktiven Charakters, denn laut Hay glauben 30% der jungen Zuschauer erfundene Geschichten in Scripted Reality Formaten wie FiB vermitteln Realität (vgl. Wahl 2013). Der Hinweis im Abspann suggeriert, Geschichten und Personen seien frei erfunden. Dennoch ist dieser Hinweis so klein und kurz, dass er kaum wahrgenommen wird. Diejenigen, die mitten in der Sendung einschalten, den Vorspann versäumen und nicht bis zum Ende schauen, somit auch den Abspann verpassen, werden keinen Unterschied zwischen Scripted Reality und realer Doku-Soap bemerken (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 15 zit. nach Aures 2011). Doch selbst wenn bis zum Abspann geschaut wird, ist immer noch fraglich, ob Rezipienten den Hinweis überhaupt wahr- und zur Kenntnis nehmen. Viele Zuschauer nutzen Social Media Netzwerke wie z.B. Facebook, um über den Wahrheitsgehalt zu diskutieren. Kommentare unter Posts von den WG-Mitgliedern der *Berlin – Tag & Nacht* Serie beweisen aber auch, dass das Gezeigte von viele als echt wahrgenommen wird.

Durch die unterschiedlichen Bezeichnungen der Scripted Reality Formate wird der Zuschauer verwirrt. Der Sender z.B. bezeichnet es als Scripted Dokusoap, die Programmzeitschrift nur als Dokusoap und in der Wissenschaft werden die Formate als fiktionale Fernsehunterhaltung benannt (vgl. Klug/Neumann-Braun 2016, 16). Eine Zuordnung zu einem bestimmten Genre ist somit für den Zuschauer kaum möglich. Unsicherheiten werden nicht gemindert, sondern eher verstärkt. Die differenzierten Bezeichnungen tragen dazu bei, dass Inszenierungen und auf Skript basierende Handlungen als solche nicht erkannt werden.

Abschließend lässt sich feststellen, dass das Erkennen des Inszenierungscharakters von mehreren Faktoren abhängig ist. Wie Studien belegen, sind ältere Rezipienten, die mehr Erfahrungen sammeln konnten und über eine gewisse Medienkompetenz verfügen, besser in der Lage den gescipten Charakter zu identifizieren. Ein weiterer Faktor, der dazu beiträgt, ist der Bildungsstand der Rezipienten. Ebenso spielt die Art der Rezipienten eine Rolle. Obwohl der fiktionale Charakter durch paratextuelle Hinweise offenkundig gemacht wird, können viele Rezipienten Fernsehrealität nicht von der tatsächlichen Realität unterscheiden. Für sie scheint die Fernsehrealität wahr zu sein (vgl. Schenk/Niemann 2015, 54). Aber auch schon Grundlegendes, wie die Bezeichnung der Formate, sorgt für Unsicherheiten und erschweren das Einordnen und Erkennen des Inszenierungscharakters.

4.3 Negative Beeinflussung der Wahrnehmung

Der wahrgenommene Realitätsgrad, d.h. die Einschätzung des Zuschauers wie realitätsnah Medieninhalte sind, spielt bei der Wirkung der Fernsehinhalte eine wichtige Rolle. Durch die Unsicherheit junger Konsumenten darüber, ob das Gezeigte fiktional oder echt ist, können sie sich nicht davon distanzieren. Bei der Annahme die Geschichten in Scripted Reality Formaten seien real, können größere Auswirkungen auf die Vorstellung von Wirklichkeit und Normalität folgen (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 11). Das falsch vermittelte Bild der Wirklichkeit und gesellschaftlichen Normalität kann auf das eigene Leben übertragen werden. Durch das Rezipieren extremer Fälle kann der Eindruck entstehen, es handelt sich um einen Normalfall. Werden die Kritiken an Scripted Reality Formaten berücksichtigt, so kann der Anschein geweckt werden, Deutschland besteht nur aus Hartz-IV-Empfängern unterer Milieus, bei welchen gegenseitiges Anschreien, Beschimpfungen und Pöbeleien sind ein normaler Umgangsstil: „Die Realität in deutschen Haushalten würde durch völlig absurde und konstruierte Konflikte verfälscht“ werden (ebd. 11). Es ergibt sich ein Eindruck, dass alles, was in Scripted Reality Sendungen vorgeführt wird zu einer Verdummung der Zuschauer führt. Dementsprechend wird durch die Fernsehnutzung ein falsches Bild der Realität kultiviert (vgl. Peter 2016, 76f.). Konkret können Sendungen ein verzerrtes Abbild von Migranten, Arbeitslosen und Sozialhilfeempfänger zeigen. Besonders Kinder und Jugendliche zählen zu einer stark gefährdeten und von Medien manipulierbaren Zielgruppe, da sie ihre Idealvorstellungen an Stars und Prominenten orientieren, die im Fernsehen zu sehen sind. Zwar werden in Scripted Reality hauptsächlich normale Menschen in ihrem Alltag gezeigt, jedoch findet das anscheinend Alltagsnahe in einer überdramatisierten Darstellung statt, woran sich junge Rezipienten orientieren. Dieser Aspekt wird durch die Aussage von Peter (2016, 50) bestätigt: „werden [...] Vergleichsstandards herangezogen, die nicht der Realität entsprechen, wie es u.a. im Fernsehen oft der Fall ist, kann daraus eine übersteigerte Idealvorstellung resultieren und zu Konsequenzen wie [...] krankhaften Verhalten führen.“ Daraus lässt sich schließen, dass durch eine mediale Vermittlung Verzerrungen der Realität folgen können. Es ist nicht gleichgültig, welchen Inhalten sich Heranwachsende aussetzen, denn Entwicklungsaufgaben werden zudem mit Einbezug von Medieninhalten, wie das Fernsehen, bewältigt. „Jugendliche und junge Erwachsene befinden sich in Entwicklungsphasen, in denen sie verstärkt Identitätsarbeit betreiben, ihre sozialen Rollen entwickeln und eine Zukunftsperspektive bilden“ (Niemann/Glöz/Schenk 2016, 212). Hinsichtlich dieser These sind Vorwürfe, wie Scripted Reality vermittelt ein falsches Weltbild und führe zu einer negativen Beeinflussung der Wahrnehmung, bestätigt, da Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene auch Fernsehinhalte nutzen, um sich in der Welt zu orientieren.

Die Kultivierungsthese besagt, dass Fernsehzuschauer ihr Wissen, Einstellungen und Meinungen auf medialen Inhalten aufbauen (vgl. ebd. 212). Wenn also ein Zuschauer eine im Fernsehen dargestellte verzerrte Fernsehrealität aufnimmt, überträgt er das vermittelte Bild der Realität auf seine Wirklichkeit oder ist nicht in der Lage sein eigenes Weltbild frei zu entwickeln, da junge Rezipienten mit Hilfe von Fernsehinhalten verarbeiten (s.o.). Solche Kultivierungseffekte sind größer, wenn Zuschauer den fiktionalen Charakter nicht erkennen, wie es bei Scripted Reality Formaten der Fall ist. Bezüglich der Kultivierungshypothese wird zwischen Kultivierung erster und zweiter Ordnung unterschieden, denn Fernsehbotschaften können bei Rezipienten auf zwei unterschiedlichen Arten Einfluss nehmen. Eine Beeinflussung der Realität im Hinblick auf die Einschätzung der Häufigkeit von Ereignissen oder Akteuren wird unter Kultivierung erster Ordnung verstanden. Bei der Kultivierung zweiter Ordnung werden allgemeine Einstellungen oder Wertvorstellungen durch eine häufige, wiederholte Rezeption des Genres geprägt (vgl. Fahr/Modes/Schwarz 2013, 69). Auch bei der Kultivierungshypothese spielt die Art des Nutzertyps eine Rolle, denn „Rezipienten mit einer hohen Fernsehnutzung [leiten] langfristig ihre Vorstellungen über die soziale Realität aus der Medien-, speziell der Fernsehwelt [ab]“ (Fahr/Modes/Schwarz 2013, 69). Hinsichtlich dieser These erfahren Vielseher stärkere Kultivierungen als Wenigseher. So kann ein hoher Anteil an tätowierter Personen in dem Format *Berlin – Tag & Nacht* den Eindruck erwecken, dass nur ein bestimmtes Milieu gezeigt wird. Ebenso kann dies aber auch dafür sorgen, dass Rezipienten der Sendung sich selbst tätowieren lassen oder den Anteil der tätowierten Bevölkerung in Deutschland überschätzen (vgl. Niemann/Gölz 2015, 136). Somit findet eine Kultivierung erster Ordnung statt. Das dargestellte Familienbild in Scripted Reality entspricht nicht immer dem Klassischen: Einzelkinder und Alleinerziehende sind überrepräsentiert. Außerdem sind Rollenbilder erkennbar. Frauen gelten als schwaches, naives Geschlecht und Männer werden böse dargestellt. Dadurch können bestimmte Vorurteile verfestigt werden. Beide Darstellungen, sowohl die der (falschen) Familienkonstellationen, als auch die der Rollenverteilung, können zu einem verzerrten Bild und einer falschen Wahrnehmung der Wirklichkeit führen (vgl. ebd. 141f.). Im Zentrum vieler Reality TV-Formate stehen Genderkonstruktionen und sexuelle Orientierung. Besonders deutlich wird dies bei Sendungen, die sich mit Familien und Familiengründung beschäftigen. Zu sehen sind traditionelle Geschlechterklischees, Zwei-Eltern-Kind-Familie als Ideal und zur Norm werden weiße, heterosexuelle Menschen aus der Mittelschicht. Außerdem hinterlassen Sendungen des Realitätsfernsehens den Eindruck, das Erwachsenwerden würde sich hauptsächlich um die Suche des richtigen Partners drehen (vgl. Klaus 2006, 99). Das Problem der Sendungen liegt in der Kontextlosigkeit und der konsequenten Darstellungsform aus einer Perspektive, wodurch Kriminelle grundsätzlich als abwertend gelten. Wie auch bei FiB ist ein Kultivierungseffekt und eine Verschiebung des Weltbildes im Sinne eines

Fiese-Menschen-Bildes bei denjenigen zu befürchten, die die Fiktionalität nicht erkennen (vgl. Götz et. al 2012, 59).

In dem Format FiB ist ein Antagonistenmuster vorzufinden: Es gibt immer eine gute und schlechte Seite. Den Guten wiederfährt nur Gutes, sie kommen zur Einsicht und ändern ihr Fehlverhalten. Die Bösen werden für ihre Taten bestraft und ändern sich erst durch diese Strafe. Antagonisten werden an sich böse dargestellt. Das Antagonistenmuster wird durch weitere unmoralischen Handlungen des Antagonisten gesteigert. Eine Erzählform aus Kinderserien erscheint nun in einer realen Alltagswelt und realen Problemlagen anderer. Das Happy End jeder Sendung spricht vielen Kindern zwar zu, jedoch kann die Problemlösung am Ende jeder Episode zu falschen Hoffnungen führen. Befragte in der Studie „Man sieht, wie es wirklich in anderen Familien zugeht“ (Götz et. al 2015, 56) bestätigen: „Seit ich FiB schaue, weiß ich, dass es für jedes Problem eine Lösung gibt.“ Die Problemlösung erfolgt oft durch externe Instanzen, wie einem Familienberater. Hierbei wird somit vermittelt, dass Probleme zwar gelöst werden können, aber nur mit Hilfe anderer. Diese Betrachtungsweise wird durch die Ergebnisse der Forschung von Fahr, Modes und Schwarz (2013) bestätigt: Viele glauben nach der Rezeption familienbezogener Formate weniger, dass Familienzusammenhalt alle Hindernisse überwindet und es sich lohnt für Familie zu kämpfen oder eigene Interessen für sie zurückzustecken. Es entsteht eine „pessimistische Einschätzung der Lösungskraft von Familien im Hinblick auf Alltagsprobleme“ (Fahr/Modes/Schwarz 2013, 68). Infolge dessen trübt Scripted Reality den Glauben an Familien und deren Potenzial Alltagsprobleme zu lösen. In diesem Zusammenhang muss aufgeführt werden, dass Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene zwar daran glauben, dass es für jedes Problem eine Lösung gibt, diese aber aufgrund der Hilfe der Experten in Scripted Reality Sendungen nicht alleine von Familien gelöst werden kann. Zudem scheint die Familie ein Ort voller Probleme zu sein, die sie selbst nicht lösen kann. Der Grund für diese Annahme liegt in der ungleichen Gewichtung von Konflikt und Lösung. Der Konflikt wird sehr lange ausgetragen und die Lösung erfolgt eher kurz und nicht nachvollziehbar, weshalb Auseinandersetzungen eine größere Wirkung haben können als deren Ausgang. Die dargestellten Streitigkeiten sind meist überzogen und überdramatisiert. Dieser Aspekt bezieht sich auf die Kultivierung zweiter Ordnung, da allgemeine Einstellungen hinsichtlich der Kraft der eigenen Familie nach dem Rezipieren von Scripted Reality geprägt wird. Folglich wird ein falsches Bild von Autoritätspersonen vermittelt, was wiederum eine Kultivierung erster Ordnung ist. Ein weiteres Ergebnis, das Fahr, Modes und Schwarz (2013) erforschten, ist, dass die Scheidungsrate nach der Aufnahme von Scripted Reality Sendungen höher eingeschätzt wird, als sie tatsächlich in Deutschland ist.

Für Vielseher entspricht die Fernsehwelt mit ihren Inhalten der Realität, was die Kultivierungsforschung bestätigt. Zur Verdeutlichung dient das Reality TV-Format *Germany's next Topmodel*. Hier werden sehr schlanke Frauen bzw. Mädchen überrepräsentiert, wodurch ein unrealistisches Bild beim Rezipienten hinterlassen wird. Kultivierung erster Ordnung: Der Anteil sehr schlanker Frauen mit Modelmaßen wird in der Realität überschätzt. In Bezug auf die Kultivierung zweiter Ordnung nähern sich eigene Idealvorstellungen bezüglich Figur, Gewicht und Schlankheit der medialen Darstellung (vgl. Peter 2016, 76ff.). Kultivierungseffekte können Auswirkungen auf den Vergleich mit Medienpersonen haben, und zwar, ob und wie stark verglichen wird. So kann bspw. eine ständige Konfrontation mit Übergewichtigen, die in dem Format *The biggest Loser* auftreten, oder stark Verschuldeten, wie in *Raus aus den Schulden* zu sehen sind, eine falsche Vorstellung bei den Zuschauern hervorbringen, sodass sie ihre eigene Lage zu positiv einschätzen und keinen Handlungsbedarf sehen (vgl. ebd. 78). Aber auch durch Sendungen wie *Die Super Nanny* ist die Bildung eines öffentlichen Bewusstseins möglich, egal, ob das Format als gut oder schlecht empfunden wird – der Rezipient kann durch das Fernsehen eine Veränderung der Werte der Kindererziehung beobachten, wodurch bestimmte Denkweisen reflektiert oder auch vertreten werden (vgl. Rettinger 2012, 164). Außerdem können Zuschauer das Gezeigte auf ihr eigenes Leben übertragen und eine falsche Vorstellung davon bekommen, wie viele Familien in Deutschland Probleme mit der Erziehung ihrer Kinder haben und Hilfe benötigen. Vielseher einer Dating Show wie z.B. *Der Bachelor* können das gezeigte Verhalten und Einstellungen der Show auf eigene echte Dates übertragen (vgl. Schenk/Niemann 2015, 59). Eine Kultivierung zweiter Ordnung findet statt.

Den Vorläufern Talk- und Gerichtshows wurde zu deren Sendezeiten vorgehalten, sie können Realität verzerren und repräsentieren Grenzüberschreitungen als Normalität. Die Wirklichkeit wird auf Tabubrüche reduziert (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 6). Der Kommunikationsstil in Talk- und Gerichtsshow war laut und vulgär. Dadurch können Rezipienten falsche Vorstellungen von Gerichtsprozessen und den Umgang mit anderen Personen erhalten. Die Ansicht der Zuschauer wird in eine falsche, realitätsferne Richtung gelenkt. Die Ausdrucksweise in den anfänglichen Scripted Reality gleicht der, der Talk- und Gerichtshows. Häufig werden Kraftausdrücke verwendet, die vom Rezipienten als normal eingestuft werden können. Die Artikulation in Scripted Reality kann zur Folge haben, dass Beschimpfungen als alltägliches zwischenmenschliches Verhalten wahrgenommen werden (vgl. Niemann/Gölz 2015, 152).

Unter Berücksichtigung der Forschungsergebnisse bestätigt sich die Annahme, dass Medieninhalte das Wirklichkeitsbild prägen können, falls die Inszenierung nicht erkannt wird.

Durch das Schauen von FiB bspw. erhalten Kinder und Pre-Teens falsche Vorstellungen der Wirklichkeit: „Seit ich FiB sehe, weiß ich, dass es viele Leute gibt, die so richtig dumm sind“ – sagen 83% der 17-18-jährigen Gymnasiasten (vgl. Götz et. al 2012, 57). Die klischeehaften Geschichten aus bestimmten Milieus, wie in Scripted Reality thematisiert wird, lässt eine Verzerrung der Realität der Lebenswelten und Problembereiche weniger gut ausgestatteter Milieus vermuten. Gerade Geschichten, die nicht als gestellt und inszeniert erkannt werden, haben eine stärkere Wirkung auf ihre Rezipienten als klar identifizierbare fiktionale Inhalte. Die Studie „Man sieht, wie es wirklich in anderen Familien zugeht“ (Fahr/Modes/Schwarz 2013) beweist, dass vor allem in episodischen Scripted Reality Formaten klischeehafte Botschaften vermittelt werden, die die Werthaltung der Rezipienten beeinflussen können. Bei einer solchen Beeinflussung wird auch von einer Kultivierung gesprochen. Kultivierungen können in zwei Ordnungen gegliedert werden, sowohl bezüglich der Einschätzung der Rezipienten, als auch die Prägung deren Vorstellungen und allgemeine Einstellungen.

5 Potenziale hybrider Formen

5.1 Quotenjäger

Trotz großer Kritik an den Genres des Realitätsfernsehens, wie z.B. der Begriff Proletfernsehen oder als Bezeichnung der Niedergang der Qualität im deutschen Unterhaltungsfernsehen, können sich die Formate der Genrefamilie „als dominante und eventuell gar richtungsweisende Form der Fernsehunterhaltung“ (Klug/Neumann-Braun 2016, 14) behaupten. Sendungen, die alltägliche Probleme deutscher Familien oder den Berufsalltag deutscher Polizisten thematisieren, haben sich im Fernsehprogramm zu einem festen Bestandteil des Nachmittagsprogramm privater Sender etabliert. Scripted Reality ist also nicht nur ein zwischenzeitlicher Höhepunkt einer neueren Version des Reality TVs, sondern ein klarer Hauptbestandteil der Nachmittags-, Vorabendsendungen und zum Teil auch in der Prime Time wochentags.

RTL II scheint ein Sender zu sein, der förmlich von Scripted Reality lebt. Der Privatsender begann schon früh mit Doku-Soaps. 1999 lief die Sendung *Reeperbahn* immer mittwochs von 22:15 bis 22:45 Uhr und erreichte Quoten in der Höhe von 5,0-8,1% Marktanteil, das entspricht 0,8 – 1,4 Mio. Zuschauer. Für RTL II sind Doku-Soaps des Genres Scripted Reality ein Markenzeichen. Der Sender kreiert viele Ableger des Formats und behauptet, dass seine Doku-Soaps „mit Geschichten von alltäglichen und ganz besonderen Momenten durch pure Emotionen und spürbare Authentizität [...] überzeugt“ (Eggert 2012, 141). Die meisten Scripted Reality Formate werden von filmpool GmbH produziert. Der Umsatz im Jahr 2012/13 hat sich im Vergleich zum Vorjahr um 21,1% gesteigert auf 113,2 Mio.€ (vgl. MME Moviement 2013, 2). Dieser immense Erfolgsanstieg wird den Scripted Reality Sendungen zugesprochen. Die soapartigen Scripted Reality Formate von RTL II (*Berlin – Tag & Nacht, Köln50667*) gewinnen die größten Marktanteile bei jungen Zuschauern: knapp 20% der 6-20-Jährigen, die wochentags um 19 Uhr fernsehen, schalten *Berlin – Tag & Nacht* ein. Es liegt eine sehr hohe Sehbeteiligung vor, die für das Format ein Erfolgsgarant ist (vgl. Niemann 2015, 85). Die Sehbeteiligung hängt jedoch vom Zeitpunkt der Verfügbarkeit ab, weshalb der Anteil der 6-20-jährigen Zielgruppe stark variiert. Die meisten werden die Schule besuchen und nachmittags mit Nachmittagsunterricht, Hausaufgaben oder Sonstigem beschäftigt sein, so dass der Anteil des Publikums von Scripted Reality Sendungen, die nachmittags ausgestrahlt werden, deutlich geringer ist, als bei den soapartigen Scripted Reality am Vorabend. Die Zielgruppe der 6-20-Jährigen hat bei Berlin – Tag & Nacht einen Anteil von 29% und bei Köln 50667 25% (vgl. ebd. 85). Unter Betrachtung der

Ergebnisse der Studie „Scripted Reality auf dem Prüfstand“ (Bergmann/von Gottberg/Schneider 2013) wird die Annahme, dass soaptartige Scripted Reality bei Kinder, Jugendlichen und jungen Erwachsenen besonders beliebt ist, attestiert. Im Zeitraum der Befragung spricht *Berlin – Tag & Nacht* viele Jugendliche an. Das Besondere an der Sendung ist die seriell erzählte Handlung mit konstanten Figurencast (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2013, 4). Die Sendung BTN startete 2012 und zeigt, dass hauptsächlich sie der Grund für die Umsatzsteigerung der Produktionsfirma filmpool ist. Durch die Kombination mit sozialen Netzwerken entstehen neue Fan- und Interessengemeinschaften, so kam BTN im Jahr 2013 durchschnittlich auf 1,2 Mio. Zuschauer und 2,3 Mio. Facebookfans (vgl. Groebel 2014, 55). Das Format kommt gut an, ist sehr beliebt und wurde sogar für den deutschen Fernsehpreis nominiert (vgl. Wahl 2013).

Zu den erfolgreichsten Formaten im Beginn des 21. Jahrhunderts zählen Reality-Formate wie Casting Shows, Kochprogramme und Coaching-Sendungen (vgl. Groebel 2014, 51). Im Zusammenhang mit der Unterscheidung in performatives und narratives Realitätsfernsehen, wird der Erfolg des Genres hauptsächlich performativen Formaten zugesprochen, da DSDS oder Big Brother eine große öffentliche Aufmerksamkeit erreichen (vgl. Klaus 2006, 87). Laut Klaus ist das Erfolgskonzept Grenzüber tretungen, da Reality TV Gegensatz auflöst und damit Aufmerksamkeit erzeugt. Jedoch ist „das Reality TV [...] ein Hybrid aus *Tops* und *Flops*“ (Klaus 2006, 95) und Einschaltquoten sind unberechenbar. Klaus These allerdings bezieht sich auf die Jahre bevor es Scripted Reality Formate gab, daher ist die Aussage ‚der Erfolg des Genres kommt durch performatives Realitätsfernsehen‘ nicht ganz zutreffend. Das Nachmittagsprogramm von RTL, das überwiegend aus Scripted Reality besteht, erreicht Quoten von bis zu 30%. Diese Quoten sind der Grund, weshalb RTL Marktführer wurde. Auch Sat. 1 hatte große Erfolge mit Pseudo-Krimi-Doku-Soaps oder Dokutainment-Ermittler-Soaps wie bspw. *Leßen & Partner* oder *Niedrig & Kuhnt*. Die im Doku-Soap-Stil produzierte Serie *Deutschland deine Teenies* (2008) war mit Marktanteilen bis zu 18% bei der werberelevanten Zielgruppe ein erfolgreiches Format des Senders ProSieben (vgl. Eggert 2012, 142f.). *Familien im Brennpunkt* erreicht teilweise eine Quote bis zu 35% (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 4).

In folgender Abbildung sind Marktanteile ausgewählter Scripted Realities im deutschen Fernsehen abgebildet, um mit Hilfe von Quotendaten zu bestätigen, dass das Genre, vor allem aber die soaptartigen Formate bei jungen Rezipienten sehr beliebt ist. Der schwarze Balken steht für den Marktanteil der sechs bis 20-Jährigen, der weiße für den Marktanteil der gesamten Zuschauer ab drei Jahren.

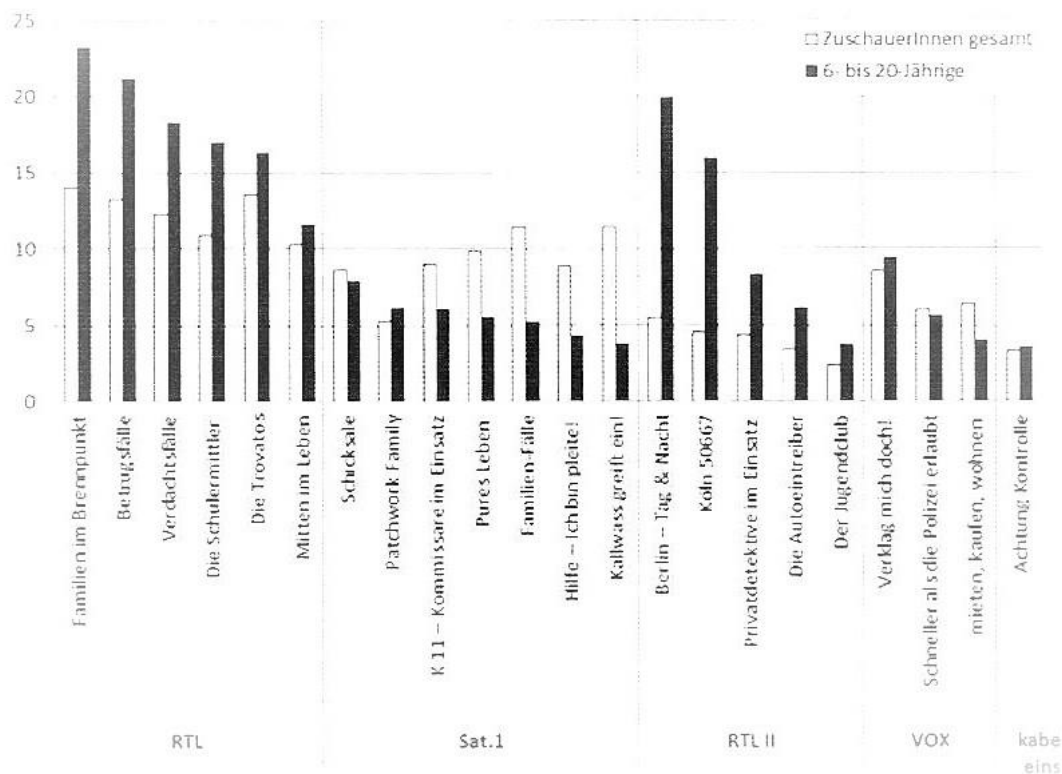


Abb. 6: Marktanteile Scripted Reality Quelle: Schenk/Gölz/Niemann 2015

Laut Karstens und Schütte (2013) soll die Vermischung der Bereiche Fiktion und Nonfiktion die Erfolgsaussichten eines Programms verschlechtern (vgl. Karstens/Schütte 2013, 148). Die Quoten aus der Abbildung jedoch beweisen das Gegenteil. Scripted Reality spielt bewusst mit der Mischung unterschiedlicher Gattungen, Genres und der Grenzüberschreitung zwischen Fakt und Fiktion. Dennoch ist das Genre und dessen Formate sehr erfolgreich. Die These von Karstens und Schütte kann somit widerlegt werden. Das Potenzial der Scripted Reality Formate liegt auch darin, dass sie, auch wenn der Zuschauer Inszenierungen bemerkt, unterhalten. Der Wahrheitsgehalt kann durch Unterhaltungswert ersetzt werden (vgl. Karstens/Schütte 2013, 150).

Die Formate *Verdachtsfälle*, *Familien im Brennpunkt* und *Berlin – Tag & Nacht* sind nicht nur in Deutschland erfolgreich. Sie wurden bspw. auch nach Polen, Russland, Estland, Ungarn, Frankreich und in die Ukraine exportiert, „was zeigt, dass die Themen auch Menschen in anderen Ländern ansprechen“ (Wessler 2012, 36).

Eine Sendung ist nur erfolgreich, wenn ihr Inhalt für eine große Gruppe relevant ist. Relevant ist sie dann, wenn Bedürfnisse befriedigt werden. Fiktionale Programme regen Emotionen an, sie bringen den Zuschauer zum mitfühlen. Nonfiktionale Programme hingegen machen die Welt verstehbar. Zuschauer können sich orientieren. Erfolgsentscheidend ist

die Mischung aus Glaubwürdigkeit, Relevanz und Emotionalität (vgl. Karstens/Schütte 2013, 151). Dass Scripted Reality eine große Gruppe anspricht wird bei der Betrachtung der Quotenzahlen deutlich.

5.2 Rezeptionsmotive

Die Talkshows Ende der 1990er Jahre sind bekanntlich Vorläufer der Scripted Reality Formate. Motive, warum Zuschauer Talkshows schauten, waren Unterhaltung und Orientierung. Hierbei gilt zu beachten, dass Alter und Bildung eine Schlüsselrolle für die Rezeption sein können (vgl. Peter 2016, 72). Talkshows liefen hauptsächlich im Nachmittagsprogramm privater Sender. Zu diesem Zeitpunkt sind meist nur Kinder, Hausfrauen und nicht Berufstätige in der Lage fernzusehen. Deshalb beziehen sich die Rezeptionsmotive, die im Folgenden beschrieben werden, hauptsächlich auf diese Zielgruppe. Nutzungsmotive sind zum Teil bildungsabhängig, da Zuschauer mit einem niedrigeren Bildungsstand Fernsehhalte als hilfreicher empfinden, als diejenigen mit einem höheren Bildungsstand. Die Zielgruppen des Formats wünschen „ein Programm, das so flach ist, dramaturgisch so einfach, dass man jederzeit einsteigen kann, ohne den Eindruck zu haben, man hätte viel verpasst“ (Gaitzsch 2017).

„Reality-TV-Formate [...] zeigen Personen in prekären Lebenslagen, wodurch selbstwertdienliche Vergleiche fast für jedermann möglich erscheinen“ (Peter 2016, 72). Diese These erläutert ein Rezeptionsmotiv des Genres – Selbstwertdienlichkeit. Da in vielen Showformaten Menschen in ihrem Versagen dargestellt werden, können sich Rezipienten mit ihnen vergleichen und dadurch den eigenen Selbstwert steigern. *Familien im Brennpunkt* wird oft durch Zappen entdeckt und dann weiter angeschaut. Ein zentrales Rezeptionsmotiv für dieses Format ist „über dumme Leute lachen“ (Götz et. al 2012, 57). Die Zuschauer erhalten ein gutes Gefühl, da sie der Meinung sind, die Geschichte mit Problem und Hintergründe verstanden zu haben und sich deshalb über Protagonisten, die sich durch eine Fehleinschätzung in einer Situation unangemessen verhielten, erheben. Dadurch werden eigene Deutungsmuster gestärkt und das Selbstbild auf Kosten anderer erhöht.

Wie die Quotenzahlen belegen, scheint sich das Publikum für alltägliche Menschen und alltäglichen Situationen zu interessieren. Diesem Wunsch kommt Scripted Reality in fiktionaler Form nach. Im Zentrum steht das Hervorrufen von Gefühlen, die eigentlich Teil der privaten Welt sind, jedoch in der Öffentlichkeit präsentiert werden. Durch das Scripten lassen sich Kontrollverluste unterhaltsam inszenieren. Dieser Aspekt der unterhaltenden Inszenierung ist ein wesentlicher Zuschaueranreiz und erklärt den Erfolg des Genres (vgl.

Klug 2016, 57). Interviewaussagen aus der Studie „Alles nur gestellt?“ (Niemann/Gölz/Schenk 2016) bestätigen: „einfach witzig“ (19-Jähriger), „einfach just for fun“ (20-Jähriger) und „einfach lustig“ (16-Jähriger) sind die häufigsten Beschreibungen zu den Beweggründen für das Schauen soapartiger Scripted Reality Formate. Außerdem besteht eine gewisse Neugierde an privaten Gesprächen, die so, wie sie in den Formaten vorkommen, kaum in der Öffentlichkeit thematisiert werden. Die Sendungen werden aber auch aus reiner Langeweile geschaut (vgl. Niemann/Gölz/Schenk 2016, 226f.). In Bezug auf die Rezeptionsmotive sind Unterschiede zwischen Viel- und Wenigseher und episodischen und soapartigen Formate festzustellen. Zuwendungsmotive für diejenigen, die vermehrt episodische Formate schauen, sind Unterhaltung, Sensation Seeking, Zeitvertreib und Themeninteresse. Für Vielseher ist die Unterhaltung sowohl bei episodischen, als auch soapartigen besonders wichtig. Wenigseher hingegen schauen episodische Formate hauptsächlich zum Zeitvertreib und zu Unterhaltungszwecken. Bei Vielsehern besteht besonders bei den soapartigen Formaten Interesse an den Themen, zusätzlich findet, anders als bei Wenigsehern, eine Auseinandersetzung mit den Inhalten in Form von Anschlusskommunikation statt. 60,8% der Befragten unterhalten sich in ihrem Umfeld über die Sendungen (vgl. Niemann/Gölz/Schenk 2016, 228). Sowohl bei Viel- als auch bei Wenigseher ist das Motiv sozialer Abwärtsvergleich vorzufinden. Zu sehen, dass andere Familien in einem schlechteren Zustand sind als die eigene, erweckt in Zuschauern ein positives Empfinden. Erfolgreich sind die Formate des Scripted Realitys aber auch, weil Menschen sich danach sehnen dazu zugehören und diese Zugehörigkeit suchen sie mittlerweile im Fernsehen (vgl. van Hoefer 2017).

Das Wichtigste an den Scripted Reality Sendungen ist die Authentizität. Die Rezipienten sollen glauben, dass es sich bei den Inhalten um tatsächliche, reale, alltägliche Probleme handelt. Viele nutzen Scripted Reality zur Orientierung. Besser gebildeten Rezipienten pflegen einen eher distanzierten Rezeptionsstil gegenüber Scripted Reality Formaten. Für sie handelt es sich um ein reines Unterhaltungsformat. Sie betrachten das Genre kritisch und sind der Meinung, dass die dargebotene Sensation zu reinen kommerziellen Zwecken dient. Ihre Hauptmotive sind herablassende Unterhaltung und Schadenfreude (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 7 zit. nach von Gottberg 1999).

In Anlehnung an Niemann, Gölz und Schenk (2016, 11ff.) werden im Folgenden Rezeptionsmotive anhand eines konkreten Beispiels der soapartigen Formate erläutert. Als Beispiel fungiert die Sendung *Berlin – Tag & Nacht*. Spannung zählt zu einem der zentralen Sehmotive. Die Zuschauer möchten wissen, wie es in der nächsten Folge weitergeht, teils

bedingt durch Cliffhanger. Bei BTN sorgen die verschiedenen Handlungsstränge und unterschiedlichen Charaktere für viel Abwechslung. Den Zuschauern wird durch das Erzeugen von Authentizität, die für das Spannungserleben ebenso von Bedeutung ist, das Miterleben mit den Charakteren ermöglicht. Interesse besteht auch an der Problemstellung und dem Ausgang verschiedener Konflikte. Das Format ist aber nicht nur spannend, sondern auch unterhaltsam. Einige dargestellte Aktionen und Personen, wie z.B. die Figur Ole, erscheinen als „sehr lustig“. Wodurch eine „Belustigung aus distanzierem Blickwinkel“ (Niemann/Gölz/Schenk 2016, 12) stattfindet. Daraus schließt sich das Sehmotiv Unterhaltung. BTN thematisiert größtenteils das WG-Leben in Berlin. Dadurch entsteht ein Reiz zur Sendung, da viele Rezipienten vor einem neuen Lebensabschnitt stehen, in dem sie evtl. von Zuhause aus und in eine WG ziehen. Zuschauer erhalten Einblicke in das WG-Leben und können daraus lernen. Der Handlungsort Berlin stellt für manche ein Beweggrund dar, das Format zu schauen und gilt als Alleinstellungsmerkmal. Zuschauer, die selbst in Berlin wohnen, fühlen sich mit den Aufnahmen verbunden, da sie die Orte kennen. Für andere, denen Berlin unbekannt ist, dient die Sendung zur Orientierung. Sie erhalten Anregungen und Tipps für interessante Orte. Beziehungsgeschichten der WG-Mitglieder sind besonders beliebt und mitunter der größte Anreiz zum Schauen. Hierbei gilt jedoch zu beachten, dass weibliche Zuschauer stärker involviert sind als männliche. Die Befragten der Studie nannten ‚mitreden können‘ ebenso als Rezeptionsmotiv. Die Serie wird geschaut, um im Freundes- und Bekanntenkreis nicht den Anschluss zu verlieren. Anschlusskommunikation ist aber vom Nutzertyp abhängig. Vielseher tauschen sich über Sendungsinhalte mehr aus als Wenigseher.

Zusammenfassend sind zentrale Rezeptionsmotive für alle Scripted Reality Formate empfundene Unterhaltung und Zeitvertrieb. Das, was der Zuschauer nicht als spannend empfindet, wird auch nicht geschaut. Deshalb wird immer ein gewisser Spannungsgrad für den Zuschauer aufgebaut. Aufgrund dessen ist ein Wandel zu spannenderen Ermittler- und Polizeiformate zu beobachten. Gering Gebildete, die wohlmöglich Inszenierungen nicht erkennen, rezipieren Scripted Reality, da sie darin eine Möglichkeit sehen etwas zu lernen und Problemlösungen auf das eigene Leben übertragen (vgl. Gölz 2015, 45). Dennoch gilt „zum Vertreiben der Zeit und der Langeweile ist es [...] unerheblich, welcher Realitätsinterpretation eine Rezeption folgt“ (Niemann/Gölz/Schenk 2016, 232). Aus dieser These ergibt sich, dass für die Zuschauerrezeption und Attraktivität des Genres nicht relevant ist, ob Zuschauer das Dargestellte real einschätzen oder nicht. Sowohl in episodischen, als auch soapartigen Formaten überwiegt der Unterhaltungsaspekt. Allgemeine Seh motive erstrecken sich von Schadenfreude und Genugtuung über Neugierde, Interesse und Spaß am

Thema bis hin zu Orientierung, aus Erfahrungen anderer lernen und Identifikation mit Darstellern (vgl. Eggert 2012, 46).

5.3 Identifikationspotenzial, Authentizität & Gratifikationen

Das Genre des Reality TVs und vor allem des Scripted Reality birgt einige Potenziale. Durch einen hohen Authentizitätsanspruch und die Alltagsnähe in den Formaten ergibt sich für den Zuschauer ein gewisses Identifikationspotenzial und bestimmte Gratifikationen. In diesem Kapitel wird sich mit dem Potenzial der Medieninhalte zum Beitrag zur Identitätsbildung, sowie der Erzeugung von Authentizität und Alltagsnähe hin zuzüglich des Uses-and-Gratification-Ansatzes in Bezug auf Scripted Reality beschäftigt.

Unter der personalen Identität werden alle Merkmale, die ein Individuum als unersetzlich und einmalig erklären plus diejenigen Eigenschaften, die einen Menschen von einem anderen unterscheiden, zusammengefasst (vgl. Peter 2016, 19). Die Identität ist somit das, was einen Menschen in seiner Art und Handlung ausmacht. Äußerliche Merkmale wie Haut-, Augen- und Haarfarbe, Persönlichkeitsmerkmale, Talente, Wertvorstellungen, Beziehungen zu anderen und vieles mehr werden der persönlichen Identität zugeschrieben. Auch die Figuren in Scripted Reality Formaten pflegen eine Identität, die dazu beiträgt, dass sich Rezipienten mit ihnen identifizieren. Die Entwicklung der eigenen Identität ereignet sich vor allem durch den Kontakt und Wechselbeziehungen mit der Umwelt, die auch Medien, wie das Fernsehen, umfasst. Daher trägt eine Auseinandersetzung und Konfrontation mit Fernsehinhalten zur Identitätsentwicklung bei, da Medien ein Teil der sozialen Umwelt sind. Film und Fernsehen versucht viele Möglichkeiten herzustellen, damit Zuschauer mitfühlen. Eine Sendung mit vermeintlich echten Menschen ist jedoch kein Indiz für ein höheres Identifikationspotenzial. Viel wichtiger ist, dass die Sendung beim Publikum ankommt und unterhält, egal wie echt sie scheint (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 25). Grundsätzlich können alle „Medienangebote als Grundlage bzw. Interpretationsrahmen für die eigene Identität und damit verbundene Identitätsarbeit dienen“ (Peter 2016, 25). Ein Identifikationsprozess liegt dann vor, wenn ein Individuum in die Perspektive einer anderen Person, z.B. eine Figur aus *Berlin – Tag & Nacht* schlüpft und Gemeinsamkeiten sucht, damit das Mitfühlen besser ermöglicht wird. Das Individuum stellt sich mit der Medienperson gleich (vgl. Peter 2016, 58). Ein Merkmal für das Gelingen ist die Figur als Sympathieträger. Wer wem sympathisch ist und wer nicht, ist eine reine subjektive Entscheidung und bestimmt jeder Mensch für sich selbst. Daher kann bei Scripted Reality Formaten kein allgemeines Muster angewendet werden, welche Personen sympathisch sind und welche nicht. Emotionen

spielen für den Identifikationsprozess eine wichtige Rolle. Diese fallen bei bewussten nicht fiktionalen Geschichten stärker aus, was allerdings nicht für Scripted Reality spricht. Die Intensität solcher Emotionen ist mit der Nähe der Ereignisse zu eigenen Erfahrungen verbunden (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 26). Das Geschehen in Scripted Reality erscheint allerdings sehr harmlos, dennoch erweckt es bei manchen Rezipienten Gefühlsempfindungen. Dieser Aspekt lässt sich dadurch erklären, dass Emotionen durch Empathie zu einer handelnden Person entstehen. „Als Empathie wird die Fähigkeit bezeichnet, Gedanken, Emotionen, Motive und Persönlichkeitsmerkmale einer anderen Person zu erkennen, zu verstehen und nachzuvollziehen“ (Mai 2017). Ein gutes Beispiel für die Veranschaulichung von Empathiebildung bietet ein Fußballspiel. Wenn sich ein Zuschauer mit einer Gruppe oder Person verbündet, so empfindet er stärkere Empathie. Bei einem Fußballspiel entscheidet sich der Zuschauer für eine Seite oder Partei. Daraus ergibt sich mehr Spannung, da die Situation nun aus dem Blickwinkel des Teams gesehen wird. Wird nun ein ‚Mitspieler‘ gefoult, wird dies als ungerecht und unfair empfunden. Empathie kommt dann zustande, wenn sich für eine Partei, die in Konflikt mit einer anderen steht, entschieden wird. Daraus schließt sich, dass Emotionen der Zuschauer nicht dadurch gesteuert werden, ob das Gezeigte als wahr oder fiktional eingeschätzt wird, sondern viel mehr auf die Parteinahme (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 27). In der Forschung „Scripted Reality auf dem Prüfstand“ (Bergmann/von Gottberg/ Schneider 2012) wurde demgegenüber festgestellt, dass nur selten Empathie durch die Rezeption von Scripted Reality entsteht. Nichtsdestotrotz findet eine Identifikation mit Medieninhalten und –Personen statt. Film und Fernsehen enthalten Suggestionen, die nach dem Konsumieren wirken. Der Rezipient kann sich mit Handlungen und Personen im Fernsehen identifizieren, wenn er diese als erstrebenswert und vorbildlich wahrnimmt (vgl. Buddemeier 1996, 51). Dieser Aspekt bezieht sich hauptsächlich auf Vielseher mit niedrigem Bildungsstand, da sie Scripted Reality Inhalte zur Orientierung eigener Probleme nutzen.

Bergmann, von Gottberg und Schneider beschäftigten sich 2013 mit dem soaptigen Scripted Reality Format *Berlin – Tag & Nacht*. Daher wird anhand deren Forschungsergebnisse die Identitätskonstruktion von Rezipient mit der Sendung erläutert. Vier Fünftel der Befragten können sich in die Figuren hineinversetzen. Empathisches Empfinden ist nicht personen-, sondern situationsbedingt. Vor allem die weiblichen Teilnehmer versetzen sich personenunabhängig in die Situation der Protagonisten, wodurch Empathie entsteht, da sie sich für eine Partei entscheiden. In Beziehungsdramen können sich Zuschauer am besten hineinversetzen und Handlungen nachvollziehen. Vielleicht sind sie gerade deshalb so begehrt. Zur Identitätskonstruktion trägt nebenher die Übertragung des Geschehens auf das

eigene Leben bei. Die Hälfte der Befragten überlegen, wie sie in manchen Situationen agieren würden. Aber „zwei Drittel der Jugendlichen schließen einen Bezug der Serie zum eigenen Leben [...] völlig aus“ (Bergmann/von Gottberg/Schneider 2013, 20). Ein Grund hierfür ist, dass die Befragten noch nicht mit derartigen Problemen konfrontiert wurden. Dennoch werden Situationen realistisch eingestuft und die Befragten denken, sie können künftig auch mit solchen oder ähnlichen Ereignissen konfrontiert werden. In BTN treten Figuren auf, mit denen sich die Zuschauer besser oder schlechter identifizieren können, eine reine subjektive Entscheidung. Beliebte Figuren werden aber nicht zu Vorbildern, sondern nur zu einer positiven Orientierung. Durch eine zusätzliche Nähe zum eigenen Alter, ein Teil der persönlichen Identität, gelingt eine bessere Identifikation. Gemeinsam mit dem hohen Themeninteresse, das bei soapartigen Formaten vorliegt, sind Vergleichsprozesse mit Medienpersonen ein Indiz dafür, dass BTN zur Identifikation und Orientierung genutzt wird (vgl. Niemann/Gölz/Schenk 2016, 226). Der Handlungsraum der alltäglichen Beziehungen, Probleme, Konflikte und Entscheidungen in *Berlin – Tag & Nacht* steht in einem nachvollziehbaren, normalen Rahmen der Mittelschicht. Es werden alltagsrelevante Szenarien präsentiert, die für hohes Identifikationspotenzial und Alltagsnähe sorgen (vgl. Klug 2016, 53). Somit ergibt sich das Identifikationspotenzial für BTN aus dem situationsbedingten Hineinversetzen in Handlungen, den Bezug zum eigenen späteren Leben und die Identifikation mit Gleichaltrigen.

Alle Scripted Reality Formate haben durch die Laiendarsteller, die normale Menschen in der Bewältigung von Lebensabschnitten, die jeder aus dem eigenen Leben kennt, darstellen, hohes Identifikationspotenzial. Durch die eher durchschnittliche Attraktivität können sich Zuschauer besser mit ihnen vergleichen. Außerdem sind viele Figuren im jungen Alter, wodurch eine Nähe zum Rezipienten entsteht. Zusätzlich spiegelt das gezeigte Milieu die normale, bürgerliche und greifbare Mittelschicht wieder. Selten handelt eine Folge von der sozialen Oberschicht, zu der die meisten Rezipienten keinen Bezug haben. Für die Rezipienten ist es eine Bindung zwischen Zuschauer und gefühlten echten Menschen aus dem Fernsehen und diese Bindung ist auf Augenhöhe. Die Menschen fühlen sich durch die Laien verstanden (vgl. van Hofer 2017). Auch die Berufe der Figuren tragen zur Identifikation bei, denn gerade bei soapartigen Scripted Reality sind es Berufe, von denen manche Jugendliche träumen (vgl. Niemann/Gölz 2015, 150ff.). In *Köln 50667* bspw. Treten eine Sängerin (Sam), ein Model (Jule), ein Fitnesstrainer (Patrick) und Rettungssanitäter (Jule, Mel und Marc) auf. Das Wichtigste für hohes Identifikationspotenzial ist dementsprechend der Bezug zu den Zuschauern und vor allem Alltagsnähe.

Helden in Doku-Soaps bzw. Scripted Reality sind immer Helden des Alltags (vgl. Eggert 2012, 149). Mit ihnen können sich Zuschauer besser identifizieren. Der Alltagsbezug und Bezug zur Lebenswelt der Rezipienten, insbesondere bezüglich zwischenmenschlicher Beziehungen, ist ein Erfolgsfaktor und Potenzial des Genres. Die Sendungsinhalte und Themen finden sich im Alltag der Rezipienten wieder und interessieren hauptsächlich junge Zuschauer, so eine 16-Jährige: „Im Allgemeinen finde ich Folgen mit Mutter-Tochter-Konflikten oder Elterntrennungen sehr interessant“ (in Götz et. al 2012, 56). Diese Aussage bezieht sich auf das episodische Format *Familien im Brennpunkt*, lässt sich aber auch weitere episodische Scripted Reality übertragen. Auffällig ist hier die mögliche Identifikation, die der Rezipientin geboten wird, da Mutter-Tochter-Konflikte gerade im pubertierendem Alter ein großes Thema im Leben Jugendlicher sind. Die Zuschauer sehen etwas, das sie kennen – bekannte Themen aus ihrem Alltag, wie z.B. Familien in Konfliktsituationen. Es sind Themen, die so im Fernsehen wenig auftreten. 62% der Befragten in ‚Man sieht, wie es wirklich in anderen Familien zugeht‘ (Götz et. al 2012) vergleichen das Geschehen mit ihren eigenen Erfahrungen, die ihnen bekannt sind. Sie sagen, dass sich in FiB auch andere mit ihrer Familie oder Freunden streiten (vgl. Götz et. al 2012, 56). Menschen, die in der Sendung über ihren eigenen Schatten springen, um sich bei anderen zu entschuldigen, werden besonders gerne gesehen. Felix Wesseler, Head of Business Development und Pressesprecher der Produktionsfirma filmpool bestätigt: „Es handelt sich um Themen und Geschichten, zu denen der Zuschauer einen Bezug hat und die ihm selbst zustoßen könnten, was das Ganze [...] spannend macht“ (Wesseler 2012, 36). Der Alltagsbezug zu den Rezipienten ist bei Betrachtung der Herkunft der Themen und Ideen nicht verwunderlich. Diese stammen aus „den Köpfen und Computern der Redakteure [...] [die] lesen einfach viele Nachrichten und versuchen aus alltäglichen Geschichten noch dramatischere Erzählungen zu generieren“ (Hummel 2017). Etwas Alltägliches wird zu einer möglichst spannenden Story aufgewertet. Die Rezipienten erhalten Informationen über Alltagsthemen und eine Wissensvermittlung über den menschlichen Umgang miteinander, wie z.B. die Austragung eines Konflikts oder Möglichkeiten zur Versöhnung (vgl. Klaus/Lücke 2003, 206). Durch die Beleuchtung eines Themas oder Konflikts aus mehreren Perspektiven erhält der Zuschauer mehrere Möglichkeiten am Geschehen emotional und kognitiv teilzunehmen (vgl. Schenk/Niemann 2015, 53). Außerdem kann sich der Zuschauer so besser eine Partei auswählen, für die er mehr Empathie empfindet. Sowohl in episodischen, als auch in soapartigen Formaten sind Interviewszene vorzufinden, in denen sich Protagonisten zu bestimmten Dingen äußern. Offkommentare erbringen Handlungen und Statements mehr Realität und Glaubwürdigkeit. In ihnen wird die Perspektive des Handelnden deutlich. Bezüglich dem Trend zu Polizei- und Ermittler Scripted Realitys findet die Alltagsnähe durch

wenig spektakuläre Fälle statt. Alltagsnähe kommt dadurch auf, dass die dargestellten Straftaten im weiten Umfeld der Rezipienten schon vorgekommen sein können (vgl. Niemann/Gölz 2015, 124). Formate aus Film und Fernsehen werden nicht nur zur Unterhaltung genutzt. Sie dienen auch zur gezielten Flucht aus dem Alltag und den damit verbundenen Themen (vgl. Buddemeier 1996, 53). So bietet die Rezeption und Konfrontation von alltäglichen Problemen anderer einen Ausweg aus den eigenen Problemen. Belastende Gefühle können verdrängt werden. Die Rezeption von episodischen Scripted Realitys ermöglicht Vielsehern eine Flucht aus dem Alltag. Sie können ihre eigenen Probleme vergessen und in die Fernsehwelt eintauchen (vgl. Niemann/Gölz/Schenk 2016, 225).

Neben der Alltagsnähe pflegen Scripted Reality Formate auch einen gewissen Authentizitätsanspruch. Besonders die Laiendarsteller verleihen dem Genre Authentizität. Diese sind nicht nur im großen Maße verfügbar, sondern bringen auch ihre eigene Sprache mit ein (vgl. Wessler 2012, 35). Aus Kostengründen waren Verantwortliche der Privatsender gezwungen auf Laiendarsteller zurückzugreifen. Da Scripted Reality hauptsächlich im Nachmittagsprogramm privater Sender läuft, wird es durch Werbeeinnahmen finanziert. Werbung in der Primetime allerdings bringt viel mehr Einnahmen als am Nachmittag. Deshalb ist das Budget für das Nachmittagsprogramm beschränkt. Damit kein Kostenüberfluss entsteht, werden Laiendarsteller eingesetzt. Viele Scripted Reality Formate bestehen nur aus einem Teilskript, d.h. die Darsteller müssen improvisieren und bringen so ihre eigene Sprache mit ein. Diese Sprache findet bei Zuschauern große Beliebtheit und lässt Inhalte authentisch wirken. Der Einsatz von nicht-professionellen Darstellern ist ein Merkmal, das Scripted Reality von anderen fiktionalen Formaten unterscheidet. Die Laien spielen oder verkörpern Rollen, die Ähnlichkeiten zu ihrer wahren Biographie aufweisen (vgl. Klug/Neumann-Braun 2016, 18). Michelle, eine Figur der Serie *Köln 50667* spielt in dem Format eine modebewusste und fashionaffine Frau, der gutes Aussehen wichtig ist und führt einen eigenen Modeblog. Wird dies mit ihrem außermedialen Leben verglichen, so erweisen sich viele Ähnlichkeiten. Bei der Betrachtung ihres Instagramprofils fällt auf, dass sie immer modisch gekleidet ist und darauf besonderen Wert legt. Die Figuren Anna und Chris (*Köln 50667*) sind in der Serie lange Zeit ein Paar, wie sie auch im echten Leben sind. Momentan sind sie nicht in dem Format zu sehen, da sie eine Weltreise machen. Folglich von Facebook- und Instagrambildern, waren die Beiden auch außerhalb der Serie zusammen reisen. Die Rolle greift somit Charaktereigenschaften und Ähnlichkeiten zu ihrem außermedialen Leben auf, wodurch Laiendarsteller Handlungen authentischer spielen können, damit das Gespielte echt wirkt. Die Kompetenz der Laien ist das echte Leben und nicht die Schauspielschule (vgl. van Hofer 2017). Die Verwendung von dokumentarischen Mitteln verleiht Scripted Reality Formaten ebenso Authentizität. Lange Dialogszenen ohne

Schnitte sind ein Grundgestaltungsmittel und gelten als Realitätseffekt. In Ermittler- und Polizei Formaten ist ein großer Anteil von Szenen zu finden, die mit Handkameras gedreht wurden. Dies erweckt den Anschein, dass Ereignisse aktiv gefilmt werden. Durch die Kamera entsteht eine Nähe zum Geschehen, die von Atmosphärengeräuschen oder Tonstörungen unterstützt wird (vgl. Klug/Neumann-Braun 2016, 18). Die Verwendung von dokumentarischen Stilmitteln grenzt das Genre *Scripted Reality* zu anderen fiktionalen Programmen ab, filmische Stilmittel verleihen ihnen mehr Dramaturgie (vgl. Niemann/Gölz 2015, 102).

In *Scripted Reality* werden gewollt amateurhaft anmutende Bilder eingesetzt und viele dokumentarische Stilmittel verwendet. Durch den Einsatz von Handkameras, Umgebungslicht und teilweise schlechte Tonqualität entsteht eine professionelle unprofessionelle Inszenierung (vgl. Niemann/Gölz 2015, 116). Die Drehorte tragen zur zusätzlichen Authentizität bei, da auf offener Straße mit Passanten und in realen, für die Sendung angemieteten Wohnungen gedreht wird (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 4). Ob die Darstellung allerdings echt ist, ist weniger von Bedeutung. Viel wichtiger ist, dass sie echt wirkt und die geschilderten Geschichten von Rezipienten selbst so oder ähnlich erlebt werden können (vgl. ebd. 24).

Die Studie „*Scripted Reality auf dem Prüfstand*“ (Bergmann/von Gottberg/Schneider, 2013) befasst sich mit dem soaptartigen Format *Berlin – Tag & Nacht*. Hierbei werden die Inhalte der Folgen als realitätsnah empfunden. Das Geschehen ist durch Alltagsbezug, Streitigkeiten, On-Off-Beziehungen oder Betrügereien nah am realen Leben. Zudem sind Emotionen oder auch Enttäuschungen, die die Schauspieler empfinden nachvollziehbarer (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2013, 27f.). Die schauspielerische Leistung wird von der Mehrheit der Befragten als gelungen empfunden. Darstellungen wirken glaubwürdig und realitätsnah. Eine 13-Jährige bestätigt: „Weil, die bringen’s so echt rüber. Man weiß zwar, dass es jetzt nicht echt ist, aber man könnt’s denken“ (ebd. 28). Durch die lockere Sprache der Darsteller entsteht Authentizität. Zusätzliche Authentizität wird durch die Ähnlichkeiten der Rolle der Darsteller zu ihrer wahren Biographie gegeben. Die Art und Weise, wie gefilmt wird, die Kameradynamik, wirkt authentisch (vgl. ebd. 28f.).

Der Nutzungs- und Belohnungsansatz (*Uses-and-Gratification Approach*) besagt, dass Medien von Rezipienten genutzt werden, um vorhandene Bedürfnisse zu befriedigen. Soziale und psychologische Umstände führen zu gewissen Bedürfnissen und diese zu bestimmten Erwartungen gegenüber Medien (vgl. Schenk/Niemann 2015, 62). Motive, die dazu führen bestimmte Medienformen und –Inhalte zu rezipieren, werden als Gratifikationserwartungen verstanden. Falls diese Erwartung erfüllt wird, wird die Sendung erneut konsumiert. Erfüllte

Gratifikationserwartungen haben demnach eine Rückwirkung auf künftige Nutzungen. Gratifikationen, die Rezipienten durch Reality TV und Scripted Reality erhalten sind Lebenshilfe, Unterhaltung und Anschlusskommunikation. Soziale Nutzungsmotive finden großen Anreiz (vgl. ebd. 64). Zuschauern wird ermöglicht aus den Handlungen der Protagonisten zu lernen. Bei *Berlin – Tag & Nacht* z.B. kommt die Sendung durch deren Inhalte einer Orientierungsfunktion nach und enthält ein Lernmotiv. Das Format hat eine gewisse Vorbildfunktion, da viele verschiedene Charaktere friedlich aufeinandertreffen, in einer familiären Gemeinschaft zusammenleben und sich jeder nach einem Streit um eine Versöhnung bemüht (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 20f.). Somit trägt sie positiv der Vorstellung der Rezipienten, in einer WG leben zu können, bei. Auch aus dem episodischen Format FiB gewinnen junge Zuschauer und die 13-14-jährigen Hauptschüler durch die Rezeption Problemlösungsstrategien: „weil dort gezeigt wird, was bei der Lösung eines Problems hilft und was nicht“ (Götz et. al 2012, 56). Rezipienten, die die Inszenierung der Sendungsinhalte nicht erkennen, erhalten größere Gratifikationen, als diejenigen, die den inszenierten Charakter durchschauen. Unsichere Rezipienten erhalten höhere Gratifikationsansprüche (vgl. Niemann/Gölz/Schenk 2016, 230). Daraus schließt sich, dass Gratifikationen dann größer ausfallen, wenn Inszenierungen nicht erkannt werden oder Unsicherheit darüber herrscht. Eine 15-Jährige, die Scripted Reality als ein Nachspielen wahre Begebenheiten einschätzt, sagt: „Und es ist zum Teil manchmal auch vielleicht ein Wegweiser finde ich auch. Man sollte es jetzt nicht ernst nehmen, aber zum Teil kann es ja auch helfen“ (in Niemann/Gölz/Schenk 2016, 231). Diese Aussage ist eine Bestätigung für das Lernmotiv, das Rezipienten durch Scripted Reality empfinden. Aber bei der Betrachtung von denjenigen Zuschauern, die Inszenierungen erkennen, fallen ihnen kaum Gratifikationen ein. Bei ihnen überwiegt das Sehmotiv Langeweile.

In allen Scripted Reality ist auffallend, dass neben dem Hauptkonflikt moralische Botschaften als Nebenaspekt appelliert werden. Ein Beispiel: Eine Frau beschuldigt ihren Arbeitgeber der sexuellen Belästigung. Bei der Gerichtsverhandlung stellt sich jedoch heraus, dass die Frau gelogen hat, um ihren Eltern ihre Fehlzeiten bei der Arbeitsstelle zu erklären. Ihr Anwalt entrüstet sich und belehrt sie, dass vielen Frauen, die tatsächlich sexuell belästigt werden, nicht mehr geglaubt wird, wegen falschen Anschuldigungen wie ihre. Fast die Hälfte der Scripted Reality Sendungen enthalten solche Nachrichten (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 27). Die Konflikte, die in den meisten episodischen Formaten auftreten, entstehen durch die Verletzung von Konventionen, gewisse Regeln oder Gesetzen. Die Lösung findet im Sinne des gesellschaftlichen Wertkonsenses statt, das Ziel ist also ein moralisches (vgl. ebd. 28). Die Identifikation mit der Medienperson erhöht die Wirkung von Botschaften und kann Einstellungs- und Verhaltensänderungen veranlassen –

eine Kultivierung zweiter Ordnung (vgl. Peter 2016, 59). Die enthaltenen Mitteilungen in Scripted Reality können mit eigenen Erfahrungen vergleichen und interpretieren, wodurch eigene Schlussfolgerungen gezogen werden. Am häufigsten bezieht sich die Botschaft auf Familienzusammenhalt. So auch in der Folge zwölf der *Trovatos* vom 20.04.2017. Am Ende stellte sich heraus, dass jeder vor der eigenen Familie zu seinen Problemen stehen muss und die Familie alles überstehen kann. Zuschauer werden durch moralische Botschaften im Sinne von Kultivierungseffekten beeinflusst. Fahr, Modes und Schwarz (2013, 72) stellten zwei zentrale Botschaften fest:

1. Sei von Anfang an ehrlich, um Konflikte zu vermeiden
2. Familiärer Zusammenhalt überwindet alle Hindernisse

In Bezug auf die Kultivierung erster Ordnung sind Unterschiede in Themen Familie und Ehrlichkeit festzustellen. Familien werden nach der Rezeption schlechter dargestellt (s. 4.3). Die Einstellungen zum Thema Ehrlichkeit hingegen fallen positiver aus, da Rezipienten weniger denken, dass Ausreden eine gute Möglichkeit zur Konfliktvermeidung sind. Sie glauben nicht, es ist besser die Wahrheit zu verschweigen, um Menschen nicht zu verlieren und um sich einen eigenen Vorteil zu erschaffen (vgl. Fahr/Modes/Schwarz 2013, 73). In der Serie *Köln 50667* z.B. gab es mehrere Episoden lang heftige Auseinandersetzungen zwischen den besten Freundinnen Lina und Elli. Grund dafür war, dass Elli ihre Gefühle zu dem Jungen, in den Lina auch verliebt war, verschwiegen hat. Um Lina nicht zu verletzen hat Elli ebenso verheimlicht, dass sie mit demselben Jungen geschlafen hat. Der Konflikt zwischen den Freundinnen spitzte sich immer weiter zu und das nur, weil Elli Lina nicht mit der Wahrheit verletzen und verlieren wollte. Doch gerade dadurch, dass Lina auf anderem Wege davon erfuhr, ist genau das passiert, was Elli unbedingt vermeiden wollte. Rezipienten lernen aus dieser Geschichte, dass es wichtig ist von Beginn an die Wahrheit zu sagen, denn die Folgen des Verschweigens sind viel schwerwiegender. Moralische Botschaften in Scripted Reality erstrecken sich über die Bedeutung eines Schulabschlusses, die Annahme von Hilfen in Notlagen, Verantwortung und, dass Probleme nur gelöst werden können, wenn darüber gesprochen wird. Außerdem wird zu einem fairen Verhalten appelliert.

Zusammengefasst bietet Scripted Reality großes Identifikationspotenzial, da gerade die Laiendarsteller mit ihrer eigenen Sprache und durchschnittlichen Aussehen authentisch wirken und sich Rezipienten besser mit ihnen vergleichen können. Gewisse dokumentarische Gestaltungsmittel tragen zur Erzeugung von Authentizität bei. Der Einsatz von Handkameras ist vor allem in Ermittler und Polizei Scripted Realitys ein großes Thema. Besonders Vielseher erhalten durch die Rezeption bestimmte Gratifikationen, wie bspw. das Lernen

aus Problemen anderer. In vielen Sendungen werden Botschaften vermittelt, die Zuschauer aufklären und zum Nachdenken anregen. Das Genre erweist viele Potenziale, die sich aus dem Konsum ergeben.

5.4 Wiederlegung der Kritik

Wie in 4.1 dargelegt wurde, wird das Genre des Scripted Realitys stark kritisiert. Dabei stellt sich jedoch die Frage auf, ob diese Kritik berechtigt ist. Dieser Frage wird nun auf den Grund gegangen.

Einer der Hauptvorwürfe, dem das Genre ausgesetzt ist, ist, dass sie vorgeben Realität zu sein, obwohl sie zu reinen fiktionalen Formaten zugeordnet werden. Sie geben vor etwas zu sein, das sie nicht sind und erwecken den Eindruck, auf wahren Ereignissen zu beruhen. Wesseler wendet ein: „Wir nennen es Scripted Entertainment, da wir nicht vorgeben wollen, eine Reality-Sendung zu sein“ (Wesseler 2012, 33). Somit wird bevorzugt Formate unter einer anderen Bezeichnung auszustrahlen, da ‚Reality‘ häufig Missverständnisse aufkommen lässt. Wesseler im weiteren Verlauf: „Es sind zwar authentische Sendungen, aber wir bilden keine Wirklichkeit ab“ (Wesseler 2012, 33). Durch diese Aussage wird direkt auf die Kritik eingegangen und belegt, dass den Machern der Scripted Realitys die Herstellung eines Bezugs zu der Lebensrealität der Zuschauer überwiegt und sie keine Ereignisse aus der Wirklichkeit darbieten. Ohne diesen Alltagsbezug ist das Genre weniger erfolgreich und unterhaltsam. Unterhaltung zählt zu den bedeutsamsten Rezeptionsmotiven. Selbst Dokumentationen sind nie ganz objektiv, da der Macher ihnen eine bestimmte Note verleiht (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 15). So auch Hummel, Executive Producer von Recom GmbH & Co. KG: „In dem Moment, wo sich ein Redakteur oder Regisseur hinsetzt und sich Gedanken macht zu einem Thema, einen roten Faden bestimmt oder auch nur eine generelle narrative oder visuelle Richtung bestimmt, hat er die Objektivität verlassen und gibt den Weg vor“ (Hummel 2017). Nicht nur Reality TV und Scripted Reality verfälschen Realität, sondern auch andere Formate, in denen der Macher oder Regisseur eine bestimmte Richtung einschlägt und das Geschehen lenkt. Der Großteil der Befragten aus der Studie „Scripted Reality auf dem Prüfstand“ (Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 41) weiß, dass das soapartige Scripted Reality Format *Berlin – Tag & Nacht* aus erfundenen Geschichten besteht und nicht Realität abbildet. Dieser Aspekt ist für das Interesse der Zuschauer an der Rezeption des Genres nicht relevant. Die Bedeutsamkeit der Unterhaltung soll überwiegen und Rezipienten sollen „Anhaltspunkte für Vorstellungen über zukünftige Lebenssituationen“ (Bergmann/von Gottberg/Schneider 2013, 41) erhalten. Ob Fakt

oder Fiktion entscheidet sich auch in der Rezeption über Paratexte (Vorspann/Sendungsbezeichnung), da sie typische Genreindikatoren antizipieren. Fiktionale Reality TV Formate, wie *Scripted Reality*, lassen durch textuelle Elemente oder das erkennbare Laientum der Darsteller Fiktionalität durchblicken (vgl. Klug/Neumann-Braun 2016, 12f.). Durch den Anschein einer wahren Geschichte, den *Scripted Reality* vermittelt, wird heftig kritisiert, dass Rezipienten, insbesondere Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene, Inszenierungen nicht erkennen. Gegen diese These lässt sich einwenden: „Wenn wir das jugendschützerisch abnehmen, dann ist das so abgenommen, dass auch, wenn Kinder das für ein reales Geschehen halten könnten, keine Entwicklungsbeeinträchtigung oder gar eine Entwicklungsschädigung zu befürchten ist“ (Gaitzsch 2017). Somit wird bestätigt, dass *Scripted Reality* durch den verschleierte Inszenierungscharakter keine negativen Auswirkungen auf junge Zuschauer hat. Die Formate werden zwar mit Stilmitteln aus der Dokumentation produziert, jedoch nur mit der Absicht das Gefühl einer großen Dichte und Nähe zu schaffen. Die Geschichten der Formate scheinen real zu sein, „aber in der Intensität und in der Schnelligkeit, die diese Geschichten brauchen, passieren sie nicht im echten Leben“ (van Hofer 2017). In diesen Geschichten muss viel passieren, damit eine unterhaltende Stunde produziert werden kann, deshalb wird häufig übertrieben und ein Geschehen überspitzt dargestellt, wodurch sich die Handlungen von der Realität entfernen. 86% der 14-29-Jährigen sind in der Lage den Unterschied zwischen inszenierten und echten Ereignissen zu unterscheiden, da sie über eine gewisse Medienkompetenz verfügen (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 15). „Die Zahl der Medien hat in den letzten 20 Jahren so zugenommen, dass man davon ausgehen kann, dass viele zahllose Medien im Haushalt sind und Kinder die in der Regel auch nutzen“ (Gaitzsch 2017). Diese These belegt, dass Kinder der Generationen ab dem 21. Jahrhundert sich von Grund auf Medienkompetenzen aneignen. Außerdem stellt sich bezüglich junger Kinder generell die Frage, ab wann sie fähig sind Realität und Fiktion voneinander zu unterscheiden (vgl. Wessler 2012, 34). Aus entwicklungspsychologischer Perspektive sind Kinder erst ab dem siebten oder achten Lebensjahr im Stande Realität und Fiktion in Film und Fernsehen zu unterscheiden (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 23). Unschlüssig ist dennoch, inwieweit Kinder und Jugendliche das Gezeigte in *Scripted Reality* als Realität empfinden. Die Tendenz neigt jedoch dazu, dass Inszenierungen erkannt werden. Auch eine Untersuchungseinheit der FSF mit FSM (Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter) ergab, dass eine siebte Klasse einer Berliner Schule nach Erklärungen zu Herstellungsweisen von Reality TV und *Scripted Reality* beide Formate ausnahmslos voneinander unterscheiden (vgl. Wessler 2012, 28). Daraus lässt sich schließen, dass sie nach einer Belehrung auch in der Lage sind Inszenierungen zu erkennen. Trotz Unsicherheit über den Realitätsgehalt der Sendungen suchen sich Rezipienten eigene Anhaltspunkte, an denen sie Inszenierungen

erkennen. Die schauspielerische Leistung der Laien, sachlogische Überlegungen und Gedanken zu Datenschutzgründen sind Beispiele für solche Anhaltspunkte. Rezipienten glauben nicht an den Zufall, dass genau im richtigen Moment eine Kamera da war und ohne Regieanweisungen Szenen so filmisch eingefangen werden können – gerade bei Szenen aus unterschiedlichen Perspektiven. „Und auf einmal haben sie eine ganz andere Kameraperspektive, als ob die Kamera da schon die ganze Zeit warten würde auf den Verbrecher“, so ein 16-Jähriger (in Niemann/Gölz/Schenk 2016, 222). Manche Szenen weisen durch ihre Dramaturgie daraufhin, dass das Geschehen gestellt ist, denn niemand stellt sein komplettes Privatleben öffentlich zur Schau und lässt sich mit einem Kamerateam verfolgen. Jugendliche reflektieren das Geschehen mit ihren Medienerfahrungen und kommen dadurch zu dem Entschluss, dass das Gezeigte nicht real ist. Die Handlungen und Reaktionen werden mit dem eigenen Normalitätskonzept verglichen (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 31). Die Geschichten verlieren durch die Häufung der Zufälle und überspitzten Dramatik Glaubwürdigkeit. Immer gleiche Fälle in kurzen Zeiträumen fassen Rezipienten realitätsfremd auf (vgl. Niemann/Gölz/Schenk 2016, 223). Die Kritik an Scripted Reality, Inszenierungen werden nicht erkannt, ist hinsichtlich dargelegter Argumente überspitzt. „Ich glaube, dass der Zuschauer sehr wohl zwischen einem gescipten und einem nicht gescipten Format zu unterscheiden weiß“ (Wesseler 2012, 34). Wesseler weist im weiteren Verlauf darauf hin, dass der Zuschauer nicht unterschätzt werden darf. Hummel kommt zu dem Entschluss: „Kinder und Jugendliche sind nicht dumm, sie erkennen den Unterschied sehr wohl“ (Hummel 2017). Kultivierungen erster und zweiter Ordnung werden von Gaitzsch als allgemeines Phänomen beschrieben, das auch bei Nachrichtenformaten auftreten kann. Außerdem weist er darauf hin, dass eine Fehleinschätzung, wie sie bei Kultivierungen erster Ordnung auftreten, kein unmittelbares jugendschützerisches Problem darstellen, „das ist gewisser Weise eine verzerrte Sicht auf die Welt, die jetzt aber nicht mit unmittelbaren, seelischen, körperlichen, psychischen oder geistigen Schäden einhergeht“ (Gaitzsch 2017). Fernsehen wird primär als Unterhaltungsmedium genutzt und weniger um aus den Inhalten zu lernen. „Man liest weder Bücher, noch geht man ins Kino oder schaut sich im Fernsehen Sachen an, um sich zu langweilen, sondern um sich zu unterhalten“ (Gaitzsch 2017). Kritisiert wird zudem, in Scripted Reality herrscht ein rüder, vulgärer Kommunikationsstil. Ergebnisse aus der durchgeführten Inhaltsanalyse in „Scripted Reality auf dem Prüfstand“ (Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012) widerlegen aber: „bei der Mehrheit der Sendungen [wird] in normaler Lautstärke und mit normaler Wortwahl kommuniziert“ (Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 17). Nur bei 0,4% der untersuchten Sendungen kam eine überdurchschnittliche Lautstärke vor. „Ich würde sagen, dass wir uns gerade am Ende einer Spirale der lauten Personen befinden. Wir machen eher gerade Erfolg damit, wenn wir ein bisschen leisere Töne anschlagen“ (van Hofer 2017). Mit dieser These wird zwar

bestätigt, dass in vielen Scripted Reality Sendungen geschrien wurde, das mittlerweile aber die Zuschauer nervt, weshalb der rüde Kommunikationsstil abgelegt und durch sanftere Töne ersetzt wird.

Ein weiterer Kritikpunkt, dem Scripted Reality ausgesetzt ist, ist die ungleiche Schichtverteilung in den Sendungen. Die Untersuchung „Scripted Reality auf dem Prüfstand“ (Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 20) ergab, dass in den analysierten Sendungen hauptsächlich die soziale Mittelschicht mit 47,9% vertreten ist. Die Unterschicht ist tatsächlich nur mit 7,9% vertreten (im Zeitraum der Untersuchung). Unter Berücksichtigung dieser Ergebnisse der neuen Forschung, erweist sich die Annahme, die untere Schicht ist überrepräsentiert dargestellt, als nicht haltbar. 8,8% der Protagonisten waren arbeitslos. Das liegt nah an der realen Arbeitslosigkeit in Deutschland, wie folgende Abbildung bestätigt:

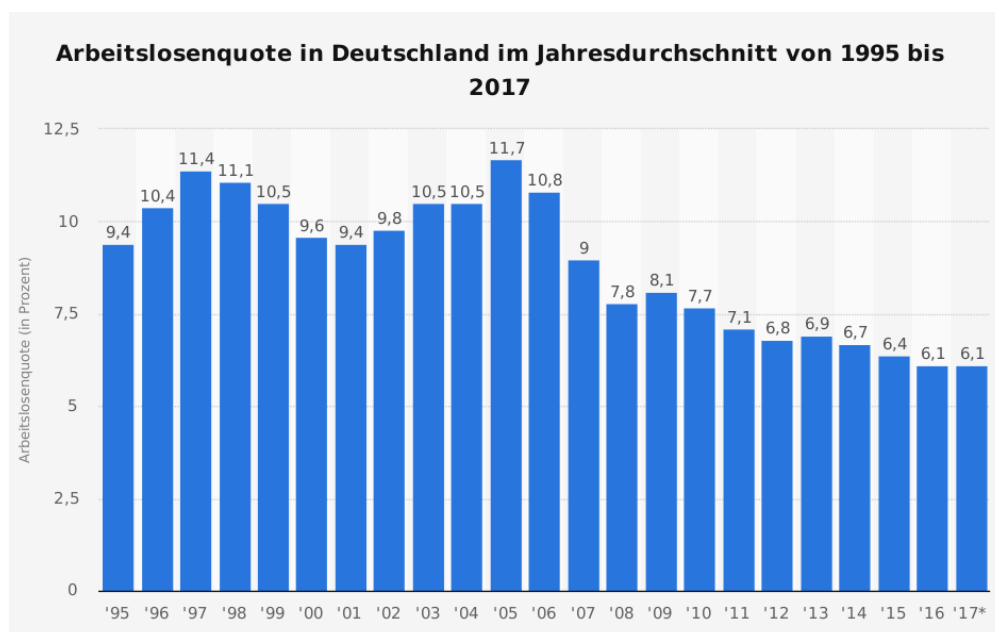


Abb. 7: Durchschnittliche Arbeitslosenquote in Deutschland Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2017

Das Verhältnis der Schichtverteilung in Scripted Reality zu dem der Realität stimmt bis auf kleine Abweichungen überein. Der Unterstellung, Formate des Genres vermitteln bezüglich der Arbeitslosigkeit und sozialen Milieus ein verzerrtes und falsches Weltbild, kann demzufolge nicht zugestimmt werden. An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass „das verzerrte Weltbild [...] nicht SR, sondern einfach Fernsehen [vermittelt]“ (van Hoefler 2017). Die Einteilung in soziale Schichten ist jedoch umstritten und nicht mehr eindeutig. Hartz-IV-Empfänger werden automatisch der Unterschicht zugeordnet, wobei auch Akademiker oder Gelernte, die keine Beschäftigung in Form eines Arbeitsverhältnisses finden, Hartz-IV-Empfänger sein können (vgl. Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 20). Wesseler sieht

den Grund zu Kritiken zu diesem Aspekt darin: „Vielleicht erschien es ihnen als überrepräsentiert, weil Unterschichten vorher im Fernsehen überhaupt nicht vorkamen“ (Wesseler 2012, 35). Das Protagonisten-Antagonisten-Schema in *Scripted Reality* wird, wie in 4.1 beschrieben, beanstandet. Eine differenzierte Darstellung eines Charakters in einer Sendung ist allerdings nicht die Absicht der Macher und Ziel des Genres. Eine umfassende Beleuchtung ist auch für den Zuschauer nicht spannend (vgl. Klaus/Lücke 2003, 209). Bergmann, von Gottberg und Schneider (2012, 22) weisen zudem darauf hin, dass es selbst in Dokumentationen Menschen gibt, die in einem Ausschnitt ihres Lebens reflektiert werden und der Zuschauer dabei keine Hintergründe zu bestimmten Charaktereigenschaften erkennbar sind. Auch die Konfliktlösung von äußeren Instanzen kann dementiert werden, denn es wurde bewiesen, dass über die Hälfte der Konflikte im Zeitraum der Untersuchung von „*Scripted Reality* auf dem Prüfstand“ (Bergmann/von Gottberg/Schneider 2012, 23) durch die Beteiligten selbst gelöst wurden.

Das Schauen von *Scripted Reality* hat hinsichtlich der soeben aufgeführten Argumente keine bedenkenswerte negative Wirkung auf junge Rezipienten. „Es bestätigt sich [...] nicht die Befürchtung, dass Jugendliche sich an fragwürdigen oder falschen Vorbildern [...] orientieren oder, dass stereotyp dargestellte Charaktere Einfluss auf ihre Vorstellung von Normalität haben“ (Bergmann/von Gottberg/Schneider 2013, 39). Die Annahme, *Scripted Reality* vermittelt ein verzerrtes Weltbild und nimmt negativen Einfluss auf Werteinstellungen, kann nicht bestätigt werden. Selbst bei der Annahme Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene erkennen Inszenierungen nicht, stellt sich die Frage, was daran gefährlich ist. Die vorliegenden Forschungsergebnisse beweisen, dass das Ziel von *Scripted Reality* ein moralisches ist. Den Rezipienten werden moralische Botschaften vermittelt. Aus diesen Botschaften können sie lernen und Entschlüsse ziehen, wie bspw. die Bedeutsamkeit von Ehrlichkeit. Obwohl Einschätzung zu einer bestimmten Häufigkeit von Vorfällen oder die Anzahl von Polizisten verfälscht werden können, hat dies keine direkten negativen Einflüsse auf Rezipienten. Selbst bei dargestellten Straftaten, überwiegt am Ende die moralische Botschaft und der positive Ausgang der Geschichte. Gäbe es keine Probleme oder Konflikte in den Formaten, kann keine Spannung aufgebaut werden. Spannung ist ein wichtiges Instrument, um Zuschauer zu binden. Forschungen ergaben, dass sowohl in soaptigen, als auch episodischen Formaten der Unterhaltungsaspekt überwiegt und das meist genannte Rezeptionsmotiv ist. „Waren es im Mittelalter die Gaukler und Hofnarren, die das Publikum und den Pöbel unterhielt, sind es eben heute TV und die jeweiligen Inhalte“ (Hummel 2017).

6 Schlussbetrachtungen

6.1 Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit hat zum Ausdruck gebracht, dass Reality TV und Scripted Reality etablierte hybride Formen im deutschen Fernsehen sind. Die Genrefamilie ist sehr umfassend und zählt viele Formate, die im deutschsprachigen Fernsehprogramm ausgestrahlt werden. Scripted Reality bezieht sich überwiegend auf das Nachmittagsprogramm privater Sender und ist dort sehr begehrt. Reality TV umfasst einige Showformate, in denen auch Prominente mitwirken. Sendezeiten solcher Shows sind auf die Primetime angelegt, da das performative Reality TV die größten Erfolge zählt und über ein höheres Budget verfügt. Kennzeichen sind Personalisierung, Emotionalisierung, Intimisierung, Stereotypisierung und Dramatisierung. Scripted Reality hingegen zeichnet sich durch eine günstige Produktion, aufgrund geringem Budget und die daraus resultierende beliebte Trashigkeit aus. Weitere Merkmale des Genres sind Laiendarsteller, wenig Schnitte, der Einsatz von Handkameras, Aufzeichnungen vom Umgebungston und die Verwendung des Umgebungslichts. Scripted Reality wirkt mit Hilfe von dokumentarischer Stilmittel authentisch und realitätsnah. Inhaltlich tritt zu Beginn ein Konflikt auf, der sich im Laufe der Sendung ausweitet und zum Schluss etwas kurzfristig und nicht nachvollziehbar gelöst wird. Neben diesem Hauptkonflikt wird im Nebenaspekt meist eine moralische Botschaft vermittelt. Authentizität, Alltagsnähe und Identifikationspotenzial zählen zu den Potenzialen des Genres. Durch die Laiendarsteller, die den Konsumenten ähneln, wird das Bedürfnis der Zugehörigkeit erfüllt, weshalb das Genre Beliebtheit erlangt. Unterschieden wird zwischen episodischen und soapartigen Formaten. Episodische Formate bestehen aus nur einem festen Handlungsstrang und einem immer wechselnden neuen Cast. Soapartige hingegen scheinen endlos, da sich mehrere Handlungsstränge über mehrere Episoden hinweg vollziehen. Hinsichtlich episodischer Formate ist auf einen internen Wandel hinzuweisen. Forschungsergebnisse zeigen auf, dass sich die Zuschauer mehr Spannung wünschen. Diesem Wunsch kommen die Macher der Sendungen nach, indem sie vermehrt Polizei- und Ermittlerformate produzieren. Rezipienten können in Viel- und Wenigseher untergliedert werden. Vielseher schauen oft Scripted Reality und erhalten, im Gegensatz zu Wenigsehern, Gratifikationen aus der Nutzung.

Trotz vieler Kritiken kann sich das Genre im Programm der Privatsender halten und etablierte sich zum Hauptbestandteil des Nachmittagsprogramms. In Bezug auf Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene, wird über die Auswirkungen einer Rezeption debattiert, wie

ein Teil des aktuellen Forschungsstandes bestätigt. Die Verfasserin jedoch stimmt diesem Aspekt nicht voll und ganz zu. Manchen Konsumenten ist es zwar nicht möglich Inszenierungen zu erkennen, dennoch konnte in dieser Arbeit widerlegt werden, dass sich dadurch keine schwerwiegenden Folgen auf Werteinstellungen, Verhalten oder das Weltbild auswirken. Durch den hohen Anteil an dokumentarischen Stilmitteln wird der Anschein vermittelt, das Geschehen wurde dokumentiert oder für die Kamera nachgestellt. Jüngste Forschungsergebnisse bestätigen diese Annahme. Gerade junge Zuschauer sind nicht immer in der Lage Fakt und Fiktion voneinander zu unterscheiden. Dieser Gesichtspunkt ist aber stark mit Medienerfahrung und -Kompetenz verbunden. Haben Rezipienten schon Erfahrungen mit Medieninhalten gesammelt, sind sie eher fähig Inszenierungen zu erkennen. Angeeignete Medienkompetenz sorgt auch bei Unsicherheiten dafür, dass Nutzer eigene Anhaltspunkte entdecken, mit denen sie den gescripten Charakter durchschauen. Es lässt sich feststellen, dass der Wandel zur Informationsgesellschaft, die tagtäglich mit Medien schon in der Kindheit konfrontiert wird, auf den Glauben von Medieninhalten Einfluss nimmt. Die Verfasserin ist der Meinung, dass besonders die jungen Generationen, die mit Medien aufwachsen, sich beste Kompetenzen aneignen und generell Medieninhalte kritisch hinterfragen. Hinsichtlich dieses Aspektes liegt das Problem nicht bei Heranwachsenden, sondern vielmehr bei den Unerfahrenen, die den Umgang mit Medien nie lernten. Gaitzsch stimmt dem Ergebnis der Verfasserin zu: „Je älter die Menschen werden, umso eher können sie das nicht gut auseinanderhalten. Im Grunde genommen sind Kinder mehr medienkompetent als Erwachsene oder alte Leute, die mit Medien gar nicht aufgewachsen sind“ (Gaitzsch 2017).

Wie sich aus aktuellen Forschungsergebnissen feststellt, spielt der Bildungsstand der Konsumenten bezüglich des Inszenierungscharakters eine Rolle. Ein höherer Bildungsstand ist ein Indiz dafür, dass Zuschauer Inszenierungen besser erkennen und das Gezeigte nicht auf eigene Einstellungen übertragen. Dennoch kann es als Orientierung für das persönliche Leben genutzt werden. Ob die Sendung für gescriptet gehalten wird und die Folgen dessen, ist bezüglich der Unterhaltung nicht von Bedeutung. Das Wesentliche für Rezipient und Produzent ist, dass die Sendung, egal ob episodisch oder soapartig, unterhält. Kinder und Jugendliche entdecken Formate des Scripted Realitys häufig durch Zappen und bleiben daran hängen, weil die Themen interessieren und sie Bezug zum eigenen Leben aufweisen. Die Lebenswelten, die in den Sendungen aufgezeigt werden, haben mehr Alltagsbezug als Spielfilme. Authentizität und die Wirkung, das Geschehen sei real, sind Gründe für den Erfolg des Genres.

6.2 Beantwortung der Forschungsfrage

Die Verfasserin beschäftigte sich in der vorliegenden Arbeit mit der Forschungsfrage, ob hybride Formen im Fernsehen, speziell Reality TV und Scripted Reality, von Zuschauern als Grenzübertretungen wahrgenommen werden. Deutlich ist, dass das Genre Grenzen zwischen real und fiktional aufhebt. Durch den hohen Einsatz von dokumentarischer Stilmittel erwecken Sendungen des Scripted Reality bei manchen Rezipienten den Anschein, das Gezeigte basiert auf wahren Begebenheiten. Unter Betrachtung der Entwicklung des Genres, das sich aus Gerichts- und Talkshows bildete, wird dieser Eindruck verstärkt. Da in den Gerichtsshow anfanglich echte Prozesse nachgestellt wurden. Ebenso nehmen viele paratextuelle Hinweise auf den gescipten Charakter nicht wahr. In diesem Hinblick werden Grenzüberschreitungen hybrider Formen im Fernsehen nicht wahrgenommen, da vielen Zuschauern nicht bewusst ist, dass Scripted Reality rein fiktionale Formate sind. Für Vielseher mit einem niedrigen Bildungsstand sind, laut Angaben des aktuellen Forschungsstandes, dargestellte Ereignisse nah an der Realität und glaubwürdig. Sie erhalten Gratifikationen aus der Rezeption und nutzen das Gezeigte als Orientierung für eigene Probleme. Für Wenigseher mit höherem Bildungsstand erscheinen Sendungen des Genres übertrieben und überdramatisiert. Allerdings werden Produktionsbedingungen in Betracht gezogen und daraus erkannt, dass die übertriebene Darstellung dem Zweck der Unterhaltung fungiert. Zuschauer nehmen dementsprechend exzessive Darstellungen als kommerzielle Absicht wahr. In Showformaten wie *DSDS* wird die Privatsphäre der Teilnehmer veröffentlicht und die Charaktere werden in ihrem Versagen zur Schau gestellt. Grenzen zwischen privat und öffentlich werden eindeutig gebrochen und übertreten. Als solche Grenzübertretungen werden die Showinhalte jedoch nicht wahrgenommen. Zuschauer schauen diese Formate aus Unterhaltungsgründen. Werden keine Grenzen überschritten, besteht keine Unterhaltung. Das Fernsehen ist und bleibt auch in Zukunft primär ein Unterhaltungsmedium. Wesseler ist derselben Meinung wie die Autorin: „Unsere Erfahrung zeigt klar, dass es in erster Linie darum geht, gut unterhalten zu werden. Ob das gescipted ist oder nicht, ist zweitrangig, solange es authentisch ist“ (Wesseler 2012, 34). In Scripted Reality werden die Grenzen zwischen Fakt und Fiktion miteinander vermischt. Durch das Genre werden Gegensätze von Authentizität und Inszenierung und von Alltäglichem und Außergewöhnlichem aufgehoben. Aus dem aktuellen Forschungsstand ergibt sich, dass gerade die Unterscheidung zwischen Inszenierung und Authentizität umstritten ist. Hinsichtlich dieses Aspekts wirken viele Einflüsse auf die Kenntnisnahme über Inszenierungen ein. Einflüsse können sein: Erfahrungen, Medienkompetenz, Alter und Bildungsstand. Die Verfasserin

kommt zu dem Entschluss, dass Inszenierungen größtenteils erkannt werden und Zuschauer somit die Überschreitung von Grenzen und Gegensätzen als solche nicht wahrnehmen.

6.3 Ausblick

Formate des Scripted Reality und Reality TV halten sich schon einige Jahre (Stand 2017) erfolgreich in deutschen Fernsehprogrammen. Scripted Reality etablierte sich zum Hauptbestandteil des Nachmittagsprogramms privater Sender. Die Formate halten sich auch künftig im Fernsehprogramm privater Sender unter der Voraussetzung, dass ein Publikum besteht, das sich die Thematisierung alltäglicher Handlungen und Probleme wünscht. Außerdem ist das Genre für Sender und Produzenten interessant, da mit der Herstellung geringe Kosten verbunden sind und sie kein budgetäres Risiko eingehen. Wichtig ist jedoch, dass der Unterhaltungsaspekt nicht verloren geht. Aus Unterhaltungsgründen müssen die Macher bzw. Autoren ab und zu auf absurde und groteske Geschichten zurückgreifen. Die Geschichten sollen allerdings für Rezipienten fassbar sein und eine Alltagsnähe aufweisen, damit Zuschauer Bezug dazu nehmen. Abfallende Quotenzahlen deuten auf nachlassendes Interesse an Scripted Reality Formaten. Gründe dafür sind die Vorhersehbarkeit der Konflikte, deren Entstehung und Ausgang. Dadurch entsteht Ermüdung und reges Interesse am Weiterschauen. Immer gleiche Themen, wie Streitereien oder Beziehungsprobleme werden von Zuschauern als langweilig empfunden. Aus diesen Gründen ist ein Wandel innerhalb des Genres zu spannenden Ermittler- und Polizeigeschichten festzustellen. Der Polizeialltag ist für Rezipienten etwas Neues und findet großes Interesse. Scripted Reality Formate steigern dadurch ihre Beliebtheit und Quoten. Bei Betrachtung dieses Wandels, werden auch in Zukunft weitere Entwicklungen des Genres stattfinden, da die Formate schnell und einfach produziert sind. Selbst wenn Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene Inszenierungen nicht erkennen, ist das nicht schlimm, im Gegenteil. Bei einem verantwortungsvollen Umgang mit diesen Inszenierungen kann den Rezipienten etwas beiläufig nahegelegt werden. „Wir haben für mehr Toleranz gegenüber Schwulen geworben, innerhalb der Sendungsstruktur, innerhalb der Geschichten. Damit du dann den Jugendlichen sagst, es ist nicht schlimm, wenn jemand schwul ist, es ist nicht schlimm, wenn jemand Ausländer ist, du musst nur freundlich sein“ (van Hofer 2017). Um jedoch Debatten über den versteckten Inszenierungscharakter zu umgehen, empfiehlt die Verfasserin besser und eindeutiger auf die Fiktionalität hinzuweisen. Damit Annahmen, das Geschehen sei real und Auswirkungen auf das Weltbild der Rezipienten gemindert werden, sollte der Umgang mit Medien und deren Inhalten unterrichtet werden. Nicht die Kennzeichnung solcher Sendungen als scripted ist relevant, sondern viel mehr, dass Konsumenten im jungen

Alter durch Projekte an Schulen oder Kindergärten erlernen mediale Darstellungen auf ihren Realitätsgehalt zu überprüfen. Dies soll nicht nur bezüglich Fernsehen und dessen Inhalte geschehen, sondern verstärkt in Bezug auf Augenzeugenberichten im Internet. Medien werden in Zukunft immer stärker präsent sein und eine wichtige Rolle in der Gesellschaft einnehmen. Sie bergen großes Potenzial, können aber auch durch einen falschen Umgang Konsumenten negativ beeinflussen. Aus diesem Grund sollten sich Kinder schon in frühen Jahren den korrekten Umgang mit allen Medieninhalten aneignen. Der TV-Markt und nachrückende Generationen entwickeln sich rasant. Das lineare Fernsehen, bei dem sich der Verbraucher zu einem bestimmten Zeitpunkt vor das TV-Gerät setzt und eine bestimmte Sendung rezipiert, wird aussterben. Zwar reagieren Sender auf das Streaming- und on Demand-Zeitalter mit diversen Internetportalen, in denen sie auch Scripted Reality Sendungen zur Verfügung stellen, dennoch stellt sich die Frage, ob diese Sendungen dann auch geschaut werden und den Erfolg, den sie momentan erleben, halten können.

Literaturverzeichnis

Alvarez, Sonja (2013): Achtung: Alles erfunden. In: Der Tagesspiegel 11/2013. <http://www.tagesspiegel.de/medien/brauchtscriptedrealityeinwarnschildachtungalleserfunden/9088656.html> (Stand: 03.05.2017).

Aures, Frank (o.A.): Fast wie im richtigen Leben. <http://www.tvspielfilm.de/news-und-specials/interviewsundstories/scripted-reality-fast-wie-im-richtigen-leben,4078451,ApplicationArticle.html> (Stand: 29.04.2017)

Barg, Werner C. (2012): Nur wo Doku drin ist, ... In: Hoffmann, Kay/Kilborn, Richard/Barg, Werner C. (Hrsg.) (2012): Spiel mit der Wirklichkeit. Zur Entwicklung doku-fiktionaler Formate in Film und Fernsehen. Stuttgart, 407-409.

Bauer, Wolf (o.A.): Neues Modell „Fiction Light“. In: Im Blickpunkt, Jg. 38, Nr. 22 (o.A.), 14-17, http://www.ufa.de/ufa/content/e4/e1250/e1251/colCenter1284/block45123/download45946/file45947/BlickpunktFilm_382011_WB.pdf (03.05.2017).

Bente, Gary/Fromm, Bettina (1997): Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. Wiesbaden.

Bergmann, Anke/von Gottberg, Joachim/Schneider, Jenny (2012): Scripted Reality auf dem Prüfstand. Eine Studie. Teil 1: Scripted Reality im Spiegel einer exemplarischen Inhaltsanalyse. Berlin.

Bergmann, Anke/von Gottberg, Joachim/Schneider, Jenny F. (2013): Scripted Reality auf dem Prüfstand. Teil 2: *Berlin – Tag & Nacht* aus der Sicht junger Fans. Eine qualitative Befragung. Berlin.

Buddemeier, Heinz (1996): Illusion und Manipulation. Die Wirkung von Film und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. 2. Aufl. Stuttgart.

Bundesagentur für Arbeit (2017): Arbeitslosenquote in Deutschland im Jahresdurchschnitt von 1995 bis 2007. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1224/umfrage/arbeitslosenquote-in-deutschland-seit-1995/> (Stand: 16.05.2017)

Eggert, Janine (2012): Es ist angerichtet! Die Entwicklung der Doku-Soap im deutschen Fernsehen. In: Hoffmann, Kay/Kilborn, Richard/Barg, Werner C. (Hrsg.) (2012): Spiel mit

der Wirklichkeit. Zur Entwicklung doku-fiktionaler Formate in Film und Fernsehen. Stuttgart, 133-153.

Fahr, Andreas/Modes, Janina/Schwarz, Sebastian (2013): Familien als Problem, Ehrlichkeit als Chance. Eine Studie zur Kultivierung durch Scripted-Reality-Sendungen. In: TV Diskurs 66, Jg. 17, Nr.4 (2013), 68-73.

Filminstitut Hannover (2017): Film und Geschichte. http://www.geschichte-projekte-hannover.de/filmundgeschichte/zitieren_und_dokumentieren/beschreibung_von_inhalt_und_form/filmgattungen_gestaltungsformen_und_genres.html (Stand: 21.04.2017).

Gaitzsch, Markus (2017): Experteninterview geführt am 11.05.2017 (s. Anhang)

Garncarz, Joseph (2016): Medienwandel. Konstanz und München.

Gestmann, Michael (2015): Voyeurismus, Ekel, Macht: Darum schauen wir das Dschungelcamp. <https://www.derwesten.de/kultur/fernsehen/voyeurismusekelmachtdarumschauen-wirdasdschungelcampid10274945.html> (Stand: 04.05.2017).

Gölz, Hanna (2015): Systematisierung der Formate: Einordnung der Scripted Reality-Formate in Subgenres. In: Michael Schenk, Hanna Gölz, Julia Niemann (Hrsg.) (2015): Faszination Scripted Reality. Realitätsinszenierung und deren Rezeption durch Heranwachsende. Düsseldorf, 76-83.

Gölz, Hanna/Niemann, Julia (2015): Scripted Reality: Begriff, Einordnung und Abgrenzung. In: Michael Schenk, Hanna Gölz, Julia Niemann (Hrsg.) (2015): Faszination Scripted Reality. Realitätsinszenierung und deren Rezeption durch Heranwachsende. Düsseldorf, 34-42.

Von Gottberg, Joachim (1999): Naiv und involvierend. Verschiedene Rezeptionsstile lassen Talkshows unterschiedlich wirken. In: TV Diskurs 10, Jg. 3, Nr.4 (1999), 82-87.

Götz, Maya/Bulla, Christine/Holler, Andrea/Gruber, Simone/Schwarz, Judith (2012): „Man sieht, wie es wirklich in andern Familien zugeht.“ Kinder und Jugendliche und ihr Verständnis von Familien im Brennpunkt. In: Television 01/2012, 55-59.

Groebel, Jo (2014): Das neue Fernsehen. Mediennutzung – Typologie – Verhalten, Wiesbaden.

Hickethier, Knut (2001): Film- und Fernsehanalyse. 3. Aufl. Stuttgart.

Höfer, Wolfgang (2013): Medien und Emotionen. Zum Medienhandeln junger Menschen. Wiesbaden.

Van Hoefler, Tabea (2017): Experteninterview geführt am 08.05.2017 (s. Anhang).

Hoffman, Kay (2012): Die Wirklichkeit schmilzt dahin wie Schnee unter der Sonne. Von der Inszenierung im Dokumentarfilm. In: Hoffmann, Kay/Kilborn, Richard/Barg, Werner C. (Hrsg.) (2012): Spiel mit der Wirklichkeit. Zur Entwicklung doku-fiktionaler Formate in Film und Fernsehen. Stuttgart, 21-41.

Hoffmann, Kay/Kilborn, Richard (2012): Näherung an die Wirklichkeit. Eine Einführung. In: Hoffmann, Kay/Kilborn, Richard/Barg, Werner C. (Hrsg.) (2012): Spiel mit der Wirklichkeit. Zur Entwicklung doku-fiktionaler Formate in Film und Fernsehen. Stuttgart, 13-19.

Hummel, Manuel (2017): Experteninterview geführt am 05.05.2017 (s. Anhang).

Jacobs, Olaf (Hrsg.)/Lorenz, Theresa (2014): Wissenschaft fürs Fernsehen. Dramaturgie. Gestaltung. Darstellungsformen. Wiesbaden.

Kasten, Erich/Oberhummer, Hein/Mertens, Mathias (2011): Woher wissen wir, was Realität ist? <http://www.zeit.de/zeitwissen/2011/03/Willwissen> (Stand: 22.04.2017).

Karstens, Eric/Schütte, Jörg (2013): Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten. 3. Aufl. Wiesbaden.

Keppler, Angela (1994): Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung. Frankfurt am Main.

Klaus, Elisabeth (2006): Grenzenlose Erfolge? Entwicklung und Merkmale des Reality TV. In: Frizzoni, Brigitte/Tomkowiak, Ingrid (Hrsg.): Unterhaltung. Konzepte-Formen-Wirkungen, 83-106.

Klaus, Elisabeth/Lücke, Stephanie (2003): Reality-TV: Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Doku Soap. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, Jg. 51, Nr.2 (2003), 195-212.

Klug, Daniel (2016a): Scripted Reality-Formate als Erfolgsgarant im Programm deutschsprachiger und europäischer Fernsehsender. In: Klug, Daniel (Hrsg.) (2016): Scripted Reality: Fernsehrealität zwischen Fakt und Fiktion. Perspektiven auf Produkt, Produktion und Rezeption. Baden- Baden, 33-65.

Klug, Daniel (2016b): Die Herstellung von Scripted Reality-TV – eine Analyse von Praktiken und Realitätsauffassungen der Produzierenden. In: Klug, Daniel (Hrsg.) (2016): Scripted Reality: Fernsehrealität zwischen Fakt und Fiktion. Perspektiven auf Produkt, Produktion und Rezeption. Baden- Baden, 125-187.

Klug, Daniel/Neumann-Braun, Klaus (2016): Fernsehrealität: Genrevielfalt und Produktionsspraxis. Zur Einleitung in die wissenschaftliche Untersuchung von Scripted Reality-Formaten. In: Klug, Daniel (Hrsg.) (2016): Scripted Reality: Fernsehrealität zwischen Fakt und Fiktion. Perspektiven auf Produkt, Produktion und Rezeption. Baden- Baden, 7-33.

Klug, Daniel/Schmidt, Alex (2016): ‚Faction‘ im Fernsehen – Produktionsbeobachtung des Scripted Reality-Formats *mieten, kaufen, wohnen*. In: Klug, Daniel (Hrsg.) (2016): Scripted Reality: Fernsehrealität zwischen Fakt und Fiktion. Perspektiven auf Produkt, Produktion und Rezeption. Baden- Baden, 89-125.

Mai, Jochen (2017): Empathie: Definition, Test, Tipps. <http://karrierebibel.de/empathie/> (Stand: 11.05.2017).

Mikos, Lothar (2012): Das Spiel mit der Realität. Darstellungsformen im Reality TV. In: Television 01/2012, 48-51.

Mikos, Lothar (2015): Film- und Fernsehanalyse. 3. Aufl. Konstanz.

MME Moviement AG (2013): Geschäftsbericht 2012/2013. München

Moj, Daniel/Ordolff, Martin (2016): Fernsehjournalismus. 2. Aufl. Konstanz.

Mundhecke, Florian (2017): Zwischen Dokumentar- und Spielfilm zur Repräsentation und Rezeption von Hybridformen. Wiesbaden.

Niemann, Julia (2015): Reichweitenanalyse. In: Schenk, Michael/Gölz, Hanna/Niemann, Julia (Hrsg.) (2015): Faszination Scripted Reality. Realitätsinszenierung und deren Rezeption durch Heranwachsende. Düsseldorf, 83-93.

Niemann, Julia/Gölz, Hanna (2015a): Die Medienrealität von Scripted Realitys: Formale Gestaltung und inhaltliche Aspekte. In: Schenk, Michael/Gölz, Hanna/Niemann, Julia (Hrsg.) (2015): Faszination Scripted Reality. Realitätsinszenierung und deren Rezeption durch Heranwachsende. Düsseldorf, 95-168.

Niemann, Julia/Gölz, Hanna (2015b): Die Rezeption von Scripted Reality durch 10- bis 20-Jährige. Ergebnisse der quantitativen Befragung. In: Schenk, Michael/Gölz, Hanna/Niemann, Julia (Hrsg.) (2015): Faszination Scripted Reality. Realitätsinszenierung und deren Rezeption durch Heranwachsende. Düsseldorf, 214-261.

Niemann, Julia/Gölz, Hanna/Schenk, Michael (2016): Alles nur gestellt? Eine Studie zu den Nutzungsmotiven und der Einschätzung des Inszenierungscharakters von Scripted Reality durch junge RezipientInnen. In: Klug, Daniel (Hrsg.) (2016): Scripted Reality: Fernsehrealität zwischen Fakt und Fiktion. Perspektiven auf Produkt, Produktion und Rezeption. Baden-Baden, 209-239.

Peter, Christina (2016): Fernsehen als Zerrspiegel. Relevanz und Bedingungen sozialer Vergleichsprozesse im Rahmen der Fernsehnutzung. Wiesbaden.

Rettinger, Carl-Ludwig (2012): Ein Spielfilm kann authentischer sein als ein Dokumentarfilm. In: Hoffmann, Kay/Kilborn, Richard/Barg, Werner C. (Hrsg.) (2012): Spiel mit der Wirklichkeit. Zur Entwicklung doku-fiktionaler Formate in Film und Fernsehen. Stuttgart, 153-167.

RTL (2017): Familien im Brennpunkt. <http://www.rtl.de/cms/sendungen/real-life/familien-im-brennpunkt.html> (Stand: 02.05.2017).

RTL II (2017): Berlin – Tag & Nacht. <http://www.rtl2.de/sendung/berlin-tag-und-nacht/inhalt> (Stand: 02.05.2017).

Schenk, Michael/Niemann, Julia (2015): Theoretische Bezüge und Grundlagen. In: Schenk, Michael/Gölz, Hanna/Niemann, Julia (Hrsg.) (2015): Faszination Scripted Reality. Realitätsinszenierung und deren Rezeption durch Heranwachsende. Düsseldorf, 49-67.

Urbe, Wilfried (2007): M.A.S.H. in Serie. Immer mehr Formate machen aus der harten Wirklichkeit leichte Unterhaltung. <http://www.tagesspiegel.de/medien/tvtrendmashinserie/1013960.html> (Stand: 22.02.2017).

Wahl, Thorsten (2013): Dokutainment. Mehr Mut, weniger Skript. <http://www.berliner-zeitung.de/3288132> ©2017 (Stand: 22.02.2017)

Wesseler, Felix (2012): Authentisch, aber nicht dokumentarisch. In: TV Diskurs 61, Jg. 16, Nr. 3 (2012), 32-37.

Wortwuchs (2017): <http://wortwuchs.net/cliffhanger/> (Stand: 21.04.2017).

Anhang

Inhaltsverzeichnis Anhang

| | | |
|---|--------------------------------------|------------|
| 1 | Experteninterview Hummel, Manuel |XIII |
| 2 | Experteninterview van Hoefeer, Tabea |XX |
| 3 | Experteninterview Gaitzsch, Markus |XXVII |

1 Experteninterview Hummel, Manuel

1. Wie alt sind Sie?

30 Jahre

2. Welche berufliche Tätigkeit üben Sie aktuell aus?

Executive Producer der Filmproduktionsfirma RECOM FILM GmbH & Co. KG

3. Wie ist Ihr Werdegang, wie kamen Sie zu Ihrer aktuellen Tätigkeit?

Aufgewachsen in Österreich, Abitur in Österreich:

- Studium in Salzburg, Österreich als Bachelor in Fernsehproduktion und Formatentwicklung an der FH Salzburg
- 1,5 Jahre Producer beim Red Bull Mediahouse
- Studium in Stuttgart (Master in Medienwirtschaft an der HdM Stuttgart)
- Sieben Jahre Arbeit als Freelancer im Bereich Formatentwicklung, Produktionsleitung, Producer für Film- und Werbeproduktionen
- seit Mai 2017 Executive Producer und Managing Partner der RECOM Film GmbH & Co. KG in Ostfildern, Stuttgart

4. Seit wann gibt es Scripted Reality überhaupt?

Scripted Reality, welches nur ein Modewort ist für beeinflusste Formate oder Formate nach Drehbuch, gibt es eigentlich schon so lange wie es Dokumentationen oder Reportagen gibt. Selbst bei den kleinen und scheinbar objektiven Formaten wird immer eine Form der Beeinflussung vorgenommen. In dem Moment, wo sich ein Redakteur oder Regisseur hinsetzt und sich Gedanken macht zu einem Thema, einen roten Faden bestimmt oder auch nur eine generelle narrative oder visuelle Richtung bestimmt, hat er die Objektivität verlassen und gibt den Weg vor. Das ist bereits eine leichte Form der Scripted Reality, weil der Redakteur, jetzt als Beispiel, gezielt mit seinen Fragen auf etwas hinauswill. Was im heutigen Sprachgebrauch als Scripted Reality verstanden wird, ist schon wesentlich mehr als nur die grobe Richtung. Aufgekommen sind diese Formate vermehrt zu Beginn der 2000er Jahre mit der Peak Zeit gegen 2010. Diese haben neben dem roten Faden ja komplette Drehbücher, teils vorgegebene Textpassagen und mehr. Von nichts passiert eben nichts, das war schon immer so. Es erfordert immer einen Input von außen, damit der Zuseher etwas zu sehen hat wie z.B. Vögel aufscheuchen für eine Tierdoku.

5. Wie beschreiben Sie das Format Scripted Reality? Gerne anhand eines konkreten Beispiels.

Scripted Reality ist die kontrollierte Erzählweise einer vorgegebenen Geschichte mit der Absicht, es möglichst unkontrolliert erscheinen zu lassen. Scripted Reality zeigt uns eine Geschichte nach Drehbuch. Unterbrochen wird die scheinbar beobachtende Kamera nur, weil sich die Protagonisten oft direkt an die Kamera oder den Redakteur wenden und die Geschichte in einer Art Rückblende rekapitulieren lassen. Z.B. ist „Mitten im Leben“ zweifellos eine der erfolgreichsten Scripted Reality Sendungen der damaligen Zeit. Dabei werden uns tragische, komische aber auch spannende Geschichten von Menschen, die meist am sozialen Brennpunkt leben, nähergebracht. Die Storys sind meist austauschbar und verlaufen immer nach dem gleichem Schema, z.B. Frau X hat Affäre mit Mann Y und Frau von Mann Y vermutet dies. Die Geschichte wird uns durch eine scheinbar zufällig vorhandene Kamera gezeigt, ähnlich wie bei dem Reportagen-Style und durch Interviews der Protagonisten, die die Geschichte und ihre damaligen Gedanken in einer Rückblende zusammenfassen.

6. Vielen Scripted Reality Sendungen wird der Erfolg den Laiendarstellern zugesprochen. Warum ist Scripted Reality ihrer Meinung nach so erfolgreich?

Die Laiendarsteller vermitteln uns einen zusätzlichen Authentizitätsfaktor. Da es keine professionellen Darsteller sind, sondern Leute wie du und ich, soll der Wahrheitsgehalt der Sendung erhöht werden. Tatsächlich ist es aber so, dass für das Nachmittagsprogramm der TV Sender meist nur ein begrenztes Budget zur Verfügung steht. Nachmittags sitzt nicht die werbekraftfreudige Kundschaft vor dem Gerät. Der Preis pro Minute ist vergleichsweise gering und wird immer höher je weiter es zur Primetime geht. Die Sender müssen den Nachmittag mit kosteneffizientem Programm füllen. Deshalb nehmen sie diese Formate und die Laiendarsteller, weil echte Darsteller zu teuer sind. Der Erfolg der Formate spiegelt sich in der Zielgruppe wieder, die nachmittags vor dem Fernseher sitzt:

- a. Schüler/Studenten, welche vielleicht parallel lernen
- b. Hausfrauen/Hausmänner, welche nebenbei andere Tätigkeiten erledigen
- c. Arbeitslose/-suchende
- d. Senioren/Rentner

Das ist selbstverständlich eine Verallgemeinerung und es gibt Ausnahmen. Jedoch für zwei der Gruppen, ist es wichtig ein Format zu zeigen, das eine geringe bis keine Aufmerksamkeitsspanne erfordert. Arbeitslose und – suchende sehen die Sendungen gerne, weil es sie oft von Leid in ihrem eigenen Leben ablenkt, wie z.B. dem geht es schlechter wie mir und Senioren und Rentner sehen meist auch gerne eher die einfachere Unterhaltung und keine zu komplexen Storys. Wie gesagt ist das natürlich eine Verallgemeinerung, aber größtenteils trifft das auf die Zielgruppe zu und erklärt den Erfolg des Formates.

7. Warum wird Scripted Reality geschaut?

Wie eben schon gesagt.

8. Scripted Reality wird als Hybridgenre bezeichnet. Warum ist das so?

Weil es sich hier um eine Mischung handelt aus Scripted, also nach Drehbuch oder Skript und Reality, was Reportagen beschreibt. Doku, eine Dokumentation und Soap, eine weiche und seichte, kurzweilige Geschichte. Als Soaps sind früher die Serien bezeichnet worden, welche ohne erkennbares Ende einfach am Stück produziert wurden mit möglichst einfacher Geschichte. Sie wurden am Nachmittag ausgestrahlt und meist von Hausfrauen und Hausmännern gesehen. Da die auch meist den Einkauf erledigt haben, wurden die Shows von Seifenherstellern gesponsert, um direkt die Zielgruppe zu erreichen, deshalb auch der Name Soap also Seife. Beschreibt doch schon ganz gut warum die Formate so sind wie sie sind.

Es findet hier keine reine Zuordnung mehr zu einem Format statt, sondern es handelt sich um eine Vermischung von Genres. Das reine pure Fernsehgenre ist nicht mehr vorhanden. Vielmehr ist jedes Format heute ein Mix aus vielen Formaten um auf die geänderten Sehgewohnheiten einzugehen.

9. Der Name Scripted Reality oder Doku-Soap sorgt für Verwirrung und Unsicherheiten. Was wäre aus Ihrer Sicht eine passendere Bezeichnung?

Fake-Reportage. Nein, ich finde Scripted Reality beschreibt es ganz gut. Ich denke nicht, dass wirklich viele Menschen den Inhalt eins zu eins glauben. Das ist auch den Laiendarstellern geschuldet. Und beinahe alle diese Geschichten beziehen sich ja auf eine wahre Begebenheit oder sind zumindest an welche angelehnt, eben Storys „mitten aus dem Leben“. Die wenigen die verwirrt sind von dem Begriff würden sich auch durch jeden anderen Begriff verwirren lassen.

10. Wie entstehen die Geschichten/Themen/Inhalte/Ideen der Sendungen?

In den Köpfen und Computern der Redakteure, in dem Fall Realisatoren genannt. Sie lesen einfach viele Nachrichten und versuchen aus alltäglichen Geschichten noch dramatischere Erzählungen zu generieren.

11. Umso lauter sich Personen streiten und umso grenzwertiger der Inhalt, umso erfolgreicher die Sendung. Können Sie dem zustimmen? Wenn ja/nein, warum?

Je lauter Personen einen Text aufsagen, desto weniger wichtig sind uns Mimik, Gestik, Text. Eben all das, was einen guten Darsteller und ein gutes Format ausmacht. Je lauter sich die Darsteller anschreien, desto mehr verzeihen wir ihnen Ausfälle auf künstlerischer Ebene. Außerdem verkauft sich Konflikt immer gut.

12. Die Geschichten in Scripted Reality Sendungen scheinen real zu sein. Welche Mittel werden eingesetzt um Authentizität und Alltagsnähe zu erzeugen?

Zum einen die schlechte, verwackelte Handkamera. Dann das scheinbar nicht vorhandene oder wenig vorhandene Setbau bzw. Szenenbild. Eine Lichtsetzung gibt es dem Anschein nach auch nicht. Auch die Laiendarsteller tragen viel zur Authentizität bei, weil sie eben nicht geschult sind wie echte Schauspieler und sich auch mal versprechen. Die Illusion immer dabei zu sein, indem wir oder die Zuschauer alltägliche Handlungen wie Essen oder Toilettengänge sehen, was bei Serien meist oder oft ausgespart wird. Und überraschende, scheinbar ungeplante Momente wie Person X kommt plötzlich durch die Tür hereingeplatzt, hat aber zufälligerweise schon ein Ansteckmikro dran.

13. Scripted Reality wird vorgeworfen die Zuschauer, vor allem Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene zu täuschen, da sie angeblich nicht in der Lage sind den Inszenierungscharakter zu erkennen. Inwiefern sind Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene Ihrer Meinung nach in der Lage Inszenierungen zu durchschauen?

Ich denke nicht, dass es viele Leute gibt die den Charakter der Show nicht durchschauen. Manche Shows machen es dem Zuseher nicht leicht, wie zum Beispiel „Achtung, Kontrolle“ auf Kabel 1. Hier werden teils wirklich reale Fälle gezeigt, wo Kamerateams die Polizisten bei der wirklichen Arbeit begleiten. In anderen Folgen werden aber gezielt Handlungen nachgespielt um spannendere Fälle zeigen zu können, der Alltag der Polizei ist eben nicht so spannend wie er oft gezeigt wird. Hier fällt es augenscheinlich schwer, jedoch glaube ich nicht, dass Jugendliche oder Kinder den Unterschied nicht erkennen können. Klar könnte man es jetzt besser trennen oder zumindest das Format zwingen unter zwei Titeln zu produzieren, aber natürlich würde das etwas den Reiz zerstören. Kinder und Jugendliche sind nicht dumm, sie erkennen den Unterschied sehr wohl. Ich denke wichtiger wäre hier die

Frage: warum sehen sich Kinder das an? Warum opfern sie ihre Zeit um sich so ein wirklich inhaltlich schlechtes Fernsehprogramm anzusehen? Und warum investieren die Fernsehsender nicht mehr in ihr Nachmittagsprogramm, um dem Nachwuchs ein besseres Fernsehen zu bieten? Die Antwort ist einfach, weil dümmere Kinder zu dümmere Konsumenten werden.

14. Wie kommt es zu dem Vorwurf Scripted Reality würde ein verzerrtes Weltbild vermitteln?

Scripted Reality zeigt uns natürlich immer nur Menschen, Familien und Situationen am Abgrund. Warum sollte man auch eine glückliche Familie zeigen ohne Probleme? Das interessiert ja niemanden. Da kann natürlich schnell der Gedanke aufkommen, dass alles auf der Welt schlecht ist und jede Familie Hartz IV bezieht und in einem Vorort von Berlin oder halt Plattenbau wohnt. Tatsächlich sieht die Sache natürlich anders aus. Aber wie schon gesagt ein Konflikt verkauft sich eben gut, nicht die heile Welt.

15. Scripted Reality steht in der Kritik nur Handlungen aus unteren Schichtmilieus zu zeigen und wird deshalb auch als „Assi-TV“ bezeichnet. Studien beweisen jedoch, dass die Schichtverteilung in den Sendungen ziemlich genau der Realität entspricht. Wie kommt es dann zu dieser Kritik?

Natürlich stechen die Assis aus den Sendungen raus. Sie sind die, die uns in Erinnerung bleiben und, Hand aufs Herz, deswegen schauen wir uns das auch an. Früher waren es die Talkshows bei Andreas Türk und anderen, wo wir gerne Menschen gesehen haben, die einfach witzig waren oder denen es schlechter ging als uns. Danach kamen die Scripted Shows. Ja es gibt auch andere Scripted Shows, wie eben auch „Achtung, Kontrolle!“, jedoch auch hier wollen wir im Geheimen nicht die Polizisten sehen, wie sie langweilig auf Streife fahren, sondern wenn sie jemanden fest nehmen der gesellschaftlich weit unter uns steht. Waren es im Mittelalter die Gaukler und Hofnarren, die das Publikum und den Pöbel unterhielt, sind es eben heute TV und die jeweiligen Inhalte.

16. Nehmen Zuschauer die Grenzüberschreitungen in Scripted Reality wahr oder überwiegt der Unterhaltungsaspekt?

Ich denke, dass Scripted Reality mittlerweile so übertrieben sind, dass die Grenzüberschreitungen jedem klar ersichtlich sind. Teilweise war dies früher noch schwammiger aufgelöst, heute sind und müssen die Formate, um immer noch heraus zu stechen, stets Grenzen des Anstands, der Sitte und der Fernsehgewohnheiten überschreiten. Am Ende geht es dann doch nur um die Quote bzw. die Werbekunden.

17. Scripted Reality scheint ein Genre zu sein, das niemals langweilig wird. Kann das Genre jemals aussterben?

Ja. Auf jeden Fall. Wie auch die Talkshows, die Castingshows oder die Tanzshows wird auch die Scripted Reality Doku Soap ein Ende finden. Im Wesentlichen wird es aber nach wie vor in jedem Format einen Anteil an Scripted Reality geben, eben von nichts passiert nichts.

18. Wie sieht Ihrer Meinung nach die Zukunft von Scripted Reality aus? Werden noch Weiterentwicklungen stattfinden? Werden die Sendungen vermehrt in der Primetime laufen oder weiterhin hauptsächlich das Nachmittagsprogramm füllen?

Die eigentlichen Scripted Doku Soaps werden nach wie vor eher das Nachmittagsprogramm füllen, weil kostet nicht viel und gefällt vielen. Früher oder später werden sie aber durch etwas Neues abgelöst. Was das sein wird bleibt noch ungewiss, dafür verändert sich der TV Markt und vor allem die nachrückende Generation zu schnell. Viel eher wird das lineare Fernsehen selbst aussterben, da die Generationen nach uns es nicht mehr gewohnt sind zum Zeitpunkt XY vorm TV Gerät zu sitzen, Stichwort on demand.

2 Experteninterview van Hoefler, Tabea

1. Wie alt sind Sie?

38 Jahre

2. Welche berufliche Tätigkeit üben Sie aktuell aus?

Executive Producer bei Constantin Entertainment

3. Wie ist Ihr Werdegang, wie kamen Sie zu Ihrer aktuellen Tätigkeit?

Vorher Unterhaltungschefin von RTL II und dann vom Sender auf die Produzentenseite gewechselt.

4. Seit wann gibt es Scripted Reality überhaupt?

Da streiten sich die Geister, weil die Definition Scripted Reality aus unterschiedlichsten Mündern unterschiedlich ausgelegt wird. Ich würde sagen, das hat RTL angefangen als sie bei Familien im Brennpunkt und Mitten im Leben nicht mehr Geschichten erzählen konnten und angefangen haben die Geschichten zu schreiben.

5. Wie beschreiben Sie das Format Scripted Reality? Gerne anhand eines konkreten Beispiels.

Naja das sind geschriebene Geschichten die bigger than life sind. Wobei oft ist es so, dass die Geschichten gar nicht größer als das Leben sind, sondern das Problem ist einfach in einer täglichen Erzählweise. Täglich muss viel passieren damit es eine unterhaltende Stunde gibt. Und bei den einzelnen Geschichten, gibt es bestimmt immer jemanden in Deutschland, der hat das erlebt und sogar noch doller. Aber in der Intensität und in der Schnelligkeit, die diese Geschichten brauchen, passieren sie nicht im echten Leben. Also es wird nicht in einer Folge einer einen Heiratsantrag kriegen, der andere eine Leukämiediagnose und der Dritte einen Nachbar haben, der sich so massiv prügelt, dass sie die Polizei einschalten müssen. Wir brauchen aber drei Geschichten pro Stunde, die so eine Heldenreise zulassen, dass man was erzählen kann. Aber bestimmt gibt es jemanden, der noch einen schlimmeren Nachbar hat, bestimmt gibt es jemanden, der noch einen beeindruckenderen Heiratsantrag hat und bestimmt gibt es jemanden, der noch krassere Krankheitsgeschichten erzählen kann. Deswegen würde ich sagen, dass Scripted Reality eigentlich nicht bigger than life ist, sondern uns die Möglichkeit gibt, in einer Intensität alltägliche Geschichten auch auf einem hohen Niveau, nicht im Sinne von intellektuelleren, nicht im Sinne von laut und, da hat jemand nicht Schnupfen, sondern ein gebrochenes Bein, zu erzählen. Das

kamen ja viele Sendungen an die Grenzen und deswegen hat man ja angefangen zu scrip-ten.

6. Vielen Scripted Reality Sendungen wird der Erfolg den Laiendarstellern zugesprochen. Warum ist Scripted Reality Ihrer Meinung nach so erfolgreich?

Die Wahrheit, warum ich angefangen habe mit Scripted Reality war Budgetdruck. Oft ist es ja gar nicht so kreativ und spannend, wie man es sich wünscht oder wie es bei manchen Sachen im Nachhinein gerne glorifiziert werden, sondern wir hatten einen massiven Budgetdruck. Wir konnten uns einfach Darsteller und Geschichten nicht leisten. Zum Beispiel habe ich die erste Staffel X-Diaries auch im Sender mitverantwortet und es war sehr erfolgreich. Es ist ein Format, wo gereist wurde auf Sonneninseln, meistens auf Ibiza, aber auch auf Mallorca. Dann hat der Sender gesagt, das ist ja ganz lustig, das Format macht ja wohl eher, dass alle, jeder Kameramann, jeder Tonmann, jeder Darsteller nach Ibiza fliegt, aber das Geld haben wir gar nicht. Können wir das bitte nicht auch anders machen. Und dann wurden uns die Reisekosten gestrichen, weil wir zu viel Geld ausgegeben haben. Und dann hat mein damaliger Chef gesagt, er glaubt aber sehr an den Cast, den wir da drüber hatten und die besten Leute aus der ersten Staffel X-Diaries ist der hauptsächliche Grundcast von Berlin – Tag & Nacht. Berlin Tag und Nacht wurde aus dem Grundcast von X-Diaries gegründet und natürlich wollten wir gerne eine Serie starten, aber wir dachten eigentlich nicht daran. Die kreativen Prozesse wurden von massiven Budgetdruck gestartet. Das bedeutet aber auch, dass man keine Darsteller, keine Schauspieler mehr einkauft, sondern, dass man Laiendarsteller hat. Und da war immer ganz wichtig, dass, wenn ich jemanden an einer Bar habe, der Bartender spielt, dann ist das jemand der im Studium auch mal in einer Bar gekellnert hat oder eben schon immer an der Bar arbeitet. Oder, wenn ich jemanden habe, der tierlieb ist, dann muss es jemand sein, der auch in Wahrheit einen Hund besitzt. Deren Kompetenz war dann das echte Leben und nicht die Schauspielschule. Das hat z.B. die Serien in den ersten Jahren total erfolgreich gemacht, weil die haben keine sauberen O-Töne in die Kamera gesprochen, die haben gestottert, die haben gelispelt. Am Anfang hatten wir große Diskussionen in den Sendern, die lispeln ja, der O-Ton ist nicht sauber, das geht so nicht. Dann haben wir es aber alles drin gelassen und dann kamen Briefe und Fanpost. Ganz viele, die uns genau darin bestätigt haben, das so zu lassen, weil durch die Unperfektheit, durch die wackelnde Kamera, durch die Lispelnden, durch die Versprecher, die mal ‚ach Mist‘ so gesagten Wörter. So haben die Leute draußen noch viel mehr daran geglaubt, dass es echt ist. Weil das echte Leben ist halt nicht perfekt. Und diese Bindung, die dann echte Menschen und Fernsehen, also Zuschauer und gefühlte echte Menschen aus dem Fernsehen miteinander geschlossen haben, die wäre eine Bindung auf Augenhöhe, d.h. zum ersten Mal haben die Zuschauer nicht nach oben geguckt. Plötzlich

haben sie auf Augenhöhe Menschen gefunden im Fernsehen, die so sind, wie sie und haben sich durch diese Menschen verstanden gefühlt. Und haben sich bei diesen Geschichten, die die erlebt haben, wiedergefunden in ganz vielen Bereichen oder manche auch nicht. Ich glaube, dass dieses auf Augenhöhe und dieses Nebeneinander zumindest für die RTL II Sendungen, als auch die Sendungen, die ich jetzt gerade mache von Sat. 1 und RTL das Erfolgsgeheimnis sind, weil die Menschen freuen sich, wenn sie verstanden werden. Das ist auch, warum die Bildzeitung so erfolgreich ist. Dies ist eine Zeitung auf Augenhöhe mit dem Durchschnittsdeutschen. Es wird nicht drumherum geredete, wir verstehen nicht, das sind alles Attribute, die ich kenne von den Scripted, die ich auch mache.

7. Warum wird Scripted Reality geschaut?

Ich glaube auch, dass es genau deswegen geschaut wird, weil da werde ich verstanden. Wir haben eine ganz große Studie gemacht, wo rauskam, die ist jetzt ungefähr zwei Jahre alt, dass die Gesellschaft nach und nach zerbricht. Die Vereine haben immer weniger Zulauf, die freiwillige Feuerwehr kämpft um jedes neues Mitglied, Kirchnaustritte ohne Ende und man hat immer weniger Zugehörigkeit zu einzelnen Dingen. Die Menschen werden immer einsamer, auch Familiengefüge sind nicht mehr so stark, wie sie früher waren. Die Menschen sehnen sich aber in Wirklichkeit dazuzugehören, weil die Menschen sind eigentlich Rudeltiere und mittlerweile hat sich das verändert, die suchen Zugehörigkeiten auch im Fernsehen. Das Tolle ist ja, dass man heutzutage mit Scripted Reality Menschen z.B. Berlin – Tag & Nacht und Köln aber auch mit den Polizisten von Sat. 1 danach chatten kann, man kann denen auf Facebook was schreiben, man kann die Instagram Videos von denen liken. Die Menschen haben wirklich geantwortet, dass sie sich bei denen verstanden fühlen und das sind ihre Freunde. Was jetzt auch ein bisschen erschreckend ist bezogen auf das echte Leben, aber ich habe, wenn bei Berlin jemand ausgezogen ist aus dem Zimmer Bewerbungsschreiben für das Zimmer. Da sind die Realitäten zum Teil total verwischt gewesen. Ich glaube aber auch, dass das darauf hinweist, dass die Menschen einsam sind, wenn sie glauben, dass Meike ihre beste Freundin ist. Ich habe das oft so erlebt.

8. Scripted Reality wird als Hybridgenre bezeichnet. Warum ist das so?

Da ist ja schon die Bezeichnung das, was es ist. Weil man die Realität schreibt. Wenn man die Wörter liest Scripted und Reality, passen die Wörter ja eigentlich nicht zusammen. Das ist ja der schwarze Schimmel. Aber genau das ist die Weiterentwicklung gewesen. Es gab zwei Bewegungen, die eine Bewegung hat gesagt wir möchten die Realität stärker abbilden, angefangen die Realität mit allem, was technisch da war, wie man abbildet, also die Drehmodelle, der ganze Produktionsapparat, der da dahinter ist, kam aus der Reality. Und dann gab es daraus die Scripted Reality. Und die andere Seite ist aber auch, dass sie bei dem

Ganzen wiedergesagt haben, und das war wieder der Budgetdruck, wir können uns Fiktion nicht mehr leisten. Wie kann man billige Fiktion produzieren und daraus kam dann die Bewegung Lenßen und Partner etc. Das ist ja eigentlich eher billige Fiktion als Scripted Reality.

9. Der Name Scripted Reality oder Doku-Soap sorgt für Verwirrung und Unsicherheiten. Was wäre aus Ihrer Sicht eine passendere Bezeichnung?

Es kommt darauf an, was man macht. Doku-Soap ist eine dokumentarische Serie und Scripted Reality ist eine geschriebene Realität. Wenn man das ernst nimmt, was darauf steht, dann weiß man auch, was drin ist. „Conny Reinmann“ oder die Familie Geiss sind für mich Doku-Soap. Es sind dokumentarisch gedrehte Familienserien, wo ich Familien begleite.

10. Wie entstehen die Geschichten/Themen/Inhalte/Ideen der Sendungen?

Mit Autoren und Autorenrunden. Bei den Autoren hat jeder seine eigene kreative Variante. Der eine bringt ganz viel Zeitungsausschnitte mit, daraus wird dann was. Der Nächste sagt meinen Freunden passiert so viel. Der nächste sagt ich habe was im Fernsehen gesehen, können wir das umbauen. Der nächste sagt ich war im Kino. Ich als EP oberndrüber, behalte das strategische Ganze so im Kopf, wobei ich auch bei den Themen drin bin. Aber ich sage, wie schaffen wir es denn, dass die Titanic in London startet und in New York ankommt. Das ist der Weg. Dann bieten die mir ganz viele Geschichten an, was unterwegs passieren kann und dann kann ich nochmal einschreiten, das ist schon ganz gut, wenn wir diese Geschichte machen, aber wir müssen ja nach New York, du musst ja ein bisschen Weg zurücklegen und mit dieser Geschichte treten wir auf der Stelle, wenn wir keine Weiterentwicklung haben in der Figur, wird die da nie ankommen. Es gibt jemand, der die großen Bögen macht, das bin ich. Und es gibt die, die die einzelnen Bögen schreiben, das sind die Storyliner.

11. Umso lauter sich Personen streiten und umso grenzwertiger der Inhalt, umso erfolgreicher die Sendung. Können Sie dem zustimmen? Wenn ja/nein, warum?

Nein, dem kann ich nicht zustimmen. Ich glaube, dass die Schraube immer weitergedreht worden ist. Vor ein paar Jahren bist du noch erschrocken, wenn dir jemand ins Gesicht geschrien hat aus dem Fernseher. Jetzt nervt es eher, wenn der Dritte schreit. Einmal hat man entdeckt, dass nackte Haut für eine höhere Einschaltquote sorgt, wenn man jetzt nackte Haut schaut, dann ist man es gewohnt, es nervt, es ist zu viel geworden. Ich würde sagen, dass wir uns gerade am Ende einer Spirale der lauten Personen befinden. Wir machen eher gerade Erfolg damit, wenn wir ein bisschen leisere Töne anschlagen.

12. Die Geschichten in Scripted Reality Sendungen scheinen real zu sein. Welche Mittel werden eingesetzt um Authentizität und Alltagsnähe zu erzeugen?

Wir nehmen Talente und Darsteller, keine Schauspieler, also nicht von der Schauspielerschule. Talente und Darsteller kann aber auch ein Polizist sein, weil ich genauso wie bei der Barfrau, die in Wirklichkeit an der Bar arbeitet, brauche ich einen Polizisten, der wirklich mal Polizist war oder ist. Der muss sich bewegen und so sprechen wie ein Polizist. Ich glaube die Authentizität und Alltagsnähe wird dadurch erzeugt, dass in allen, in den Locations, in der Castauswahl, in der Geschichte, darauf geachtet wird, dass es eine Alltagsnähe ist. Es sind Menschen, die Pickel haben, die keine perfekt sitzende Frisur haben, es haben nicht alle immer die perfekte Figur, das Haus hat nicht immer Geranien vor der Tür. Dann ist es falsch. Dadurch, dass wir bei der Locationauswahl nicht in Studios gehen, sondern in echten Wohnungen sind, erzeugt man sehr viel Alltagsnähe, weil die Geschichten im Alltag stattfinden.

13. Scripted Reality wird vorgeworfen die Zuschauer, vor allem Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene zu täuschen, da sie angeblich nicht in der Lage sind den Inszenierungscharakter zu erkennen. Inwiefern sind Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene Ihrer Meinung nach in der Lage Inszenierungen zu durchschauen?

Ich glaube die Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene schaffen es überhaupt nicht Inszenierungen zu durchschauen. Wenn, dann behaupten sie es vielleicht. Aber ich wurde so viel auf der Straße angesprochen: ‚wie geht es denn der Meike jetzt, weil der Marcel sie verlassen hat‘. Wir haben Briefe bekommen für Zimmer, wenn jemand aus der Berlin – Tag & Nacht WG ausgezogen ist. Das wird überhaupt gar nicht durchgeschaut. Aber ich fand es auch nicht schlimm, weil wir haben sogar einen Diel gehabt mit der Bundeszentrale für politische Bildung und haben mit denen, ohne, dass es der Zuschauer merkt, Toleranzthemen in der Sendung gehabt. Wir haben für mehr Toleranz gegenüber Schwulen geworben, innerhalb der Sendungsstruktur, innerhalb der Geschichten. Damit du dann den Jugendlichen sagst, es ist nicht schlimm, wenn jemand schwul ist, es ist nicht schlimm, wenn jemand Ausländer ist, du musst nur freundlich sein. Wenn er dich respektvoll behandelt, ist auch alles in Ordnung. Da kann man wirklich sehr viel tolle Sachen auch machen und der Zuschauer bekommt gar nicht so sehr mit, dass er jetzt einen Zeigefinger im Gesicht hat. Wenn man das verantwortungsvoll benutzt, diese Inszenierung, für Gutes, dann ist das überhaupt nicht schlimm. Kinder und junge Erwachsene wollen sich ja so wegträumen und wollen dabei sein.

14. Wie kommt es zu dem Vorwurf Scripted Reality würde ein verzerrtes Weltbild vermitteln?

Das verzerrte Weltbild vermittelt nicht Scripted Reality, sondern einfach Fernsehen oder Leben oft. Ich würde jetzt kein Medium ausschließen. Wenn man auf Instagram ist, dann glaubt man ja jeder Mensch hat Kleidergröße 34 und man hat auch mit 50 noch keine Falte. Ich glaube, das hat mit Scripted überhaupt nichts zu tun, sondern Scripted im Gegenteil zeigt sogar realere Gesichter, Menschen und Probleme.

15. Scripted Reality steht in der Kritik nur Handlungen aus unteren Schichtmilieus zu zeigen und wird deshalb auch als „Assi-TV“ bezeichnet. Studien beweisen jedoch, dass die Schichtverteilung in den Sendungen ziemlich genau der Realität entspricht. Wie kommt es dann zu dieser Kritik?

Das ist ein alter Hut, aber das ist nicht ausradierbar. Wir haben in sämtlichen Studien und Tests von allen Realities immer festgestellt, dass dem nicht so ist. Bei Big Brother vor vielen Jahren, da sind die Menschen aus der Hose gesprungen, wie schlimm das ist, Menschen im Käfig. Das geht gar nicht und das gucken nur die ganz Zahnlosen. Das entsprach nie der Realität. Genauso wie bei der Bild, die bekommen das Image auch nicht weg. Bild ist Schmutz, aber trotzdem ist Bild die erfolgreichste Zeitung. Da sind die Deutschen ganz schlimm. Es ist nicht schick zu sagen, ich schaue „Frauentausch“. Es ist nicht schick zu sagen, ich liebe „Auf Streife“. Und es ist nicht schick zu sagen, ich schaue gerne „Familien im Brennpunkt“. Es ist nicht schick, aber Fakt ist, es schaut ja jemand, es kauft ja jemand die Zeitung. Das ist ein Imageding, was aber auch sehr deutsch ist. Wenn die Leute gucken würden, was sie behaupten, dann wundert es mich, warum Arte so schlechte Quoten hat und RTL so gute.

16. Nehmen Zuschauer die Grenzüberschreitungen in Scripted Reality wahr oder überwiegt der Unterhaltungsaspekt?

Unterhaltung würde ich sagen.

17. Scripted Reality scheint ein Genre zu sein, das niemals langweilig wird. Kann das Genre jemals aussterben?

Ich glaube nicht, dass Scripted jemals ausstirbt. Scripted erfindet sich gerade neu. Es gibt gerade eine große Bewegung bei den Produzenten und den Sendern, weil das Scripted mit den Polizisten hat sich gerade überholt, weil das einfach zu inflationär war. Ich würde sagen, dass ist ein Ding der Mode. Das Genre wird auf keinen Fall aussterben, weil das einfach hinten im Hintergrund budgetär interessant ist für die Sender, die müssen sich keine Fiktionserien mehr leisten, sie gehen das Risiko nicht ein, jeden Tag in der realen Welt so

unterhaltende Sachen finden zu müssen. Dass es gut ist, solange es auch wirtschaftlich interessant ist.

18. Wie sieht Ihrer Meinung nach die Zukunft von Scripted Reality aus? Werden noch Weiterentwicklungen stattfinden? Werden die Sendungen vermehrt in der Primetime laufen oder weiterhin hauptsächlich das Nachmittagsprogramm füllen?

Den Nachmittag füllen, aber auch vermehrt in der Primetime. Weiterentwicklungen finden statt.

3 Experteninterview Gaitzsch, Markus

1. Wie alt sind Sie?

55 Jahre

2. Welche Tätigkeit üben Sie aktuell aus?

Jugendschutzbeauftragter von Sat.1

3. Wie kamen Sie zu dieser Tätigkeit, wie ist Ihr Werdegang?

Studium: Philosophie, Germanistik, Pädagogik, ev. Theologie

Berufsausbildung: Gymnasiallehrer für Philosophie und Deutsch Sek.I+II

Seit 01.6.1996 im Unternehmen und vorher Jugendschutzredakteur bei ProSieben.

4. Worin liegt der Bezug zu Laiendarstellern in Scripted Reality?

Die Figuren werden von echten Polizisten oder Feuerwehrmännern gerettet oder behandelt und so weiter. Das ist eine Veränderung des Konzepts im Vergleich zu früher, wo alles von Darstellern gespielt worden ist.

Der Grund, warum das gemacht worden ist, dass, wenn alles von Darstellern gespielt wird, ist das nicht authentisch und nicht überzeugend. Wenn das echte Polizisten, echte Feuerwehrleute, sogar Krankenschwestern sind, dann agieren die glaubwürdig und authentisch. Nur die Fälle sind fiktional.

5. Können Kinder und Jugendliche Inszenierungen erkennen?

Da kann ich grundsätzlich schon mal als Jugendschutzbeauftragter sagen, wir prüfen die Sendung oder beurteilen die Sendung ohnehin unter der Vermutung, dass Kinder und Jugendliche nicht erkennen, dass es fiktional ist. Am Ende der Sendung wird immer, das ist eine gesetzliche Vorgabe, eingeblendet, dass es sich um ein Spielgeschehen handelt, also, dass es keine realen Fälle sind. Aber dazu muss man ja lesen können, weil das wird nicht gesprochen. Vorschulkinder können das ja nicht lesen. Aber es wird für Kinder und Jugendliche, die lesen können, hinten dran geschrieben. Das ist eine gesetzliche Vorgabe, dass das gemacht werden muss. Bzw. das ist sogar eine freiwillige Sache, auf die wir uns geeinigt haben mit den Landesmedienanstalten, die uns kontrollieren, dass das am Ende der Sendung nochmal eingeblendet wird, dass es sich um ein fiktionales Programm handelt.

Wir prüfen aber ohnehin unter der Voraussetzung, dass Kinder das nicht unbedingt erkennen. Wenn wir das jugendschützerisch abnehmen, dann ist das so abgenommen, dass auch, wenn Kinder das für ein reales Geschehen halten könnten, keine Entwicklungsbeeinträchtigung oder gar eine Entwicklungsschädigung zu befürchten ist. Es wird wahnsinnig

viel darüber geredet und es wird wahnsinnig viel kritisiert, dass das für die Kinder nicht erkennbar ist, aber zumindest jugend-schützerisch prüfen wir das ohnehin so.

6. Inwiefern können Kultivierungen, bspw. falsche Einschätzungen zu einer Häufigkeit auftreten?

Ja, das kann schon sein, das ist ein allgemeines Phänomen. Auch wenn man Nachrichten, sei es öffentlich oder privat, anschaut. Wenn in Nachrichtenformaten insbesondere die Probleme der Welt berichtet wird über Verbrechen usw. dann wird damit ein bestimmter Eindruck geweckt, nämlich, dass es viel mehr Verbrechen und Probleme in der Welt gibt, als es die tatsächlich gibt. Das liegt aber auch an dem Format. Es gibt den Vorschlag, man könne ja auch mal über etwas Positives berichten, aber es sind nun mal die negativen Schlagzeilen und Nachrichten, die interessant sind für die Leute, weil das stellt Gefahren dar. Wenn das gutgeht, dann kann man das schon mal erwähnen, aber das liegt auch ein bisschen in der Natur der Formate, z.B. beim Nachrichtenformat oder Reportagenformat, dass man nur über irgendwelche Probleme berichtet und nicht über etwas, das gut gelaufen ist. Ist auch möglich, dann muss man aber schauen, wie das dramaturgisch ins Konzept passt.

Die nächste Frage ist, wenn Kinder und Jugendliche die Scheidungsrate in der Bundesrepublik höher einschätzen, was ist das Problem? Wir gehen hier von einer falschen Annahme aus. Jugendschützerisch ist das zumindest kein Problem. Auch wenn Kinder glauben, dass mehr Verbrechen geschehen, als sie tatsächlich geschehen, weil immer über Verbrechen berichtet wird, dann ist das zunächst mal kein unmittelbares jugendschützerisches Problem. Das ist gewisser Weise eine verzerrte Sicht auf die Welt, die jetzt aber nicht mit unmittelbaren, seelischen, körperlichen, psychischen oder geistigen Schäden einhergeht. Es gibt verschiedene Kategorien im Jugendschutz mit denen wir das prüfen, wie die Kategorie Verängstigung.

7. Was besagt die Kategorie Verängstigung im Jugendschutz?

Verängstigung beschäftigt sich damit, wie sehr Kinder und Jugendliche durch eine Sendung verängstigt werden. Das kann hier wirklich beeinträchtigen, wenn das eine nachhaltige Verängstigung ist, dann ist das wahrscheinlich entwicklungsbeeinträchtigend. Das dürfte dann nicht mehr im Tagesprogramm gezeigt werden, sondern erst ab 20 Uhr. Diese Art von Verängstigung wird natürlich insbesondere angenommen bei Kindern bis 12 Jahren. Bei Kindern über 12 Jahren geht man grundsätzlich in der Wirkungsforschung und in der Entwicklungspsychologie bzw. im Jugendschutz davon aus, dass die mit den Ängsten auch klarkommen müssen. Sie können aufgrund ihrer Entwicklung besser mit Ängsten umgehen.

Das betrifft also vor allem Kinder unter 12 Jahren und damit betrifft das den Ausstrahlungslot Tagesprogramm. Das Tagesprogramm geht von 6 Uhr morgens bis 20 Uhr abends. Die Verängstigungen werden ausgelöst durch ein konkretes Geschehen. Wenn ein Kind etwas Konkretes sieht, kann es verängstigt werden. Das ist aber was Anderes, als jetzt allgemein zu glauben, die Verbrechensrate in Deutschland wäre besonders hoch. Das ist einfach eine falsche Auffassung von der Welt. Das andere ist direkte Verängstigung. Bei der Verängstigung, die ist besonders bei Kindern schwer abzuschätzen, weil, was ist eine nachhaltige Verängstigung. Im Jugendschutz geht es nicht darum, jede Art von Verängstigungen zu verhindern. Wenn Kinder Geschichten hören oder Märchen, dann müssen die auch spannend sein. Irgendjemand kommt immer in Gefahr. Es geht natürlich darum, dass da Spannung drin ist. Wenn keine Spannung in einer Geschichte ist, und die Spannung geht häufig mit einer Erregung oder Beunruhigung und möglicherweise mit einer kurzfristigen Verängstigung einher, ist die Geschichte einfach langweilig. Man liest weder Bücher, noch geht man ins Kino oder schaut sich im Fernsehen Sachen an, um sich zu langweilen, sondern um sich zu unterhalten. Deswegen kann es nicht darum gehen, auch bei Kindern nicht, jede Verängstigung zu verhindern. Das geht auch gar nicht. Kinder müssen auch ein Angstmanagement lernen. Das reicht von Kinder müssen lernen alleine im Dunkeln zu schlafen, bis hin zu mit dem Inhalt von Nachrichten umzugehen. Das sind reale Geschehen, darüber muss ja berichtet werden, das ist die Funktion von Nachrichten, eine Informationspflicht. Die Kinder müssen auch den Umgang damit lernen. Sie müssen ein Management mit ihrer Angst erlernen. Das Angstmanagement bedeutet, dass man Kinder weder vor Ängsten bewahren kann noch bewahren sollte.

Bei der Scripted Reality kommt es dann am Ende immer darauf an, was ist denn konkret zu sehen. Was gibt es konkret an schlimmen Sachen oder Verbrechen zu sehen und wie muss ich das jugendschützerisch einschätzen. Das ist natürlich schwierig, weil da gibt es ja keine objektiven Kriterien für. Es gibt keine objektiven Kriterien insofern, es gibt keinen Katalog, wo man reinschauen könnte, in dem steht, ein Schusswechsel mit 5 Schüssen und einem Treffer geht, aber ein Schusswechsel mit 10 Schüssen und 5 Treffern geht nicht. Es kommt da immer darauf an, wie das inszeniert wird. Solche Kriterien gibt es nicht, deswegen gibt es im Jugendschutz eine sogenannte Spruchpraxis. Darauf kommt es an. Durch verschiedene Institutionen und ihre Stellungnahme zu Gutachten und Bewertungen pendelt sich das auf einem bestimmten Niveau ein. Es ist nie immer einer alleine zuständig für die jugendschützerische Einstufung vom Programm auch von Scripted Reality nicht, sondern es gibt immer mehrere Institutionen, die das prüfen.

8. Wie können sich Kinder und Jugendliche mit SR identifizieren?

Das Wichtigste ist, dass wir ohnehin das so abnehmen und behandeln, dass Kinder das möglicherweise für real halten, aber auch dann muss es okay sein. Wenn Kinder wissen, dass das nur ein Spielgeschehen ist, dann relativiert das die Sache. Ist es aber so, das ganze Geschehen, die Figuren in den Sendungen, die sind den Kindern und Jugendlichen zunächst mal völlig fremd. Sie identifizieren sich da nicht. Wenn jetzt bspw. ein Kind ein Messer an den Hals gehalten bekommt, dann wäre ein höherer Grad von Identifikation anzunehmen. Durch die Begrenzung des Fernseher, den man Zuhause hat, entsteht keine unmittelbare Bedrohung für Kinder in ihrem Lebensumfeld. Sie können das leicht erkennen, weil das eben im Fernseher stattfindet. Nicht als unmittelbare Bedrohung gegenüber ihnen. Damit ist schon mal klar, dass das keine unmittelbare Bedrohung ist. Trotzdem können sich Kinder natürlich faszinieren lassen von dem Geschehen, man nennt das Involvement. Involvement ist ein Gradmesser, wie sehr man in ein Geschehen hineingezogen wird. Dieses Involvement ist wiederum davon abhängig, wie hoch ist die Identifikation. Sind das Figuren, mit denen ich mich identifizieren kann. Wenn man jetzt irgendeinen Erwachsenen hat in irgendeinem Geschehen im Fernseher, dann hat das zunächst mal für Kinder keinen hohen Identifikationsgrad. Sie identifizieren sich weder mit dem Opfer noch mit dem Täter. Auch nicht mit dem Polizisten. Wenn sie das häufiger sehen, dann erkennen sie den vielleicht, aber das ist nicht attraktiv für sie als Identifikationsfigur. Das alles spielt bei der Beurteilung eine Rolle. Das heißt, das Involvement kann hoch sein, wenn z.B. einfach nur ein dramatisches Geschehen geschildert wird. Ganz wichtig ist, dass die Geschichten in SR immer gut ausgehen. Für Erwachsene ist das total unglaublich. Aus verschiedenen dramaturgischen Gründen enden die Geschichten immer mit Happy End. Unter anderem auch ein jugendschützerischer Grund für das Tagesprogramm, dass die Geschichte gut ausgeht. Insbesondere für Kinder, weil das am Ende die Spannung wieder aufhebt.

9. Warum spielt Medienkompetenz eine Rolle?

Es kann nie ausgeschlossen werden, dass ein Kind irgendwo sitzt und nachhaltig verängstigt wird. Der Jugendschutz kann immer nur von einer Art Durchschnittskind ausgehen, das so eigentlich gar nicht existiert. Es gibt natürlich Kinder, die sind schon sehr medienkompetent und es gibt Erwachsene, die sind überhaupt nicht medienkompetent. Das spielt natürlich auch eine Rolle. Bei Kinder kommt es darauf an, wie medienkompetent sie sind, ob sie z.B. Genres oder Formate kennen. Es kommt natürlich darauf an, ist ein Fernseher im Haus, wird Fernsehen geschaut, sind andere Medien im Haus. Die Zahl der Medien hat in den letzten 20 Jahren so zugenommen, dass man davon ausgehen kann, dass viele zahllose Medien im Haushalt sind und Kinder die in der Regel auch nutzen. Man weiß auch aus der Medienwissenschaft, dass Kinder z.B. durch Nachrichtensendungen besonders verängstigt

werden können. Und zwar deshalb, weil die schon recht früh wissen oder kennen, dass in Nachrichten über echt Geschehen berichtet wird. Das setzt aber voraus, dass sie das Format Nachrichten erkennen und das von anderen Formaten unterscheiden können, die offensichtlich kein reales Geschehen wiedergeben. Umgekehrt gibt es aber erwachsene Menschen, die bewerben sich auf die vermeintlich freiwerdende Wohnung in der Lindenstraße, wenn dort jemand stirbt. Das sind erwachsene Menschen, die verwechseln das Spielgeschehen in der Lindenstraße mit einer Realität. Je älter die Menschen werden, umso eher können sie das nicht gut auseinanderhalten. Im Grunde genommen sind Kinder mehr medienkompetent als Erwachsene oder alte Leute, die mit Medien gar nicht aufgewachsen sind. Es ist also nicht nur eine Frage des Alters.

10. Warum ist Scripted Reality erfolgreich?

SR wird aus der Unternehmenssicht, aus Sicht der Sender, erstmal gemacht, weil es erfolgreich ist, es läuft relativ gut, mal mehr mal weniger gut, kommt auf das Format an. Man hat z.B. auch festgestellt bei der Scripted Reality, dass bei dem Sender Sat. 1, das hängt ja auch immer mit dem Senderimage zusammen, also wofür der Sender steht, sollten das auch immer Geschichten sein, die gut ausgehen, und aus dem alltäglichen Leben gegriffen. Manchmal denkt man sich, ist das schlechtgemacht, die Aufmachung. Tatsächlich darf das nicht besser sein im Nachmittagsprogramm. Menschen, die Zuschauer, die nachmittags schauen, das sind vor allem Frauen, junge Frauen zwischen 20 und 35 Jahren, vielleicht bis 40 Jahren, die lassen den Fernseher laufen, machen ihre Hausarbeit, versorgen die Kinder oder machen sonst irgendwas. Sie sind also zu Hause, gehen nicht arbeiten, logischerweise kann man sonst nicht am Nachmittag gucken und die schauen das. Sie lassen den Fernseher laufen und bei SR ist es wichtig, dass man auch mal den Raum verlassen kann und wenn man wiederkommt, muss man sofort wieder einsteigen können. Die schauen sozusagen nebenher das Programm. Wenn man denen einen guten Spielfilm bieten würde am Nachmittag, dann könnten die das gar nicht honorieren, weil sie den nicht kontinuierlich schauen könnten. Ideal ist ein Programm, das so flach ist, dramaturgisch so einfach, dass man jederzeit einsteigen kann, ohne den Eindruck zu haben, man hätte viel verpasst. Wenn man eine höhere Qualität bietet, dann wird das nicht mehr honoriert. Der Zuschauer am Nachmittag zumindest scheint eine gewisse Trashigkeit des Programms zu goutieren. Es scheint ihnen zu gefallen, aus welchen Gründen auch immer, man weiß es nicht genau. Wenn man jetzt Hochglanzprogramme am Nachmittag machen würde, dann würden das wahrscheinlich die Zuschauer nicht goutieren. Möglicherweise werden die Quoten dann schlechter, als wenn man die Formate technisch und formal schlechter bzw. trashiger macht, als eigentlich möglich wäre. Die Geschichten müssen sehr einfach sein, sie müssen nah am Leben sein. Sie müssen nicht unbedingt eine Ratgeberfunktion haben,

aber das müssen Geschichten sein, die jedem so passieren könnten oder aus dem Alltag gegriffen sein. Das muss immer eine gewisse Alltäglichkeit haben und darf nicht sehr abgehoben sein.

11. Warum werden Scripted Reality Formate günstig produziert?

Da ist der Zusammenhang folgender: Die privaten Fernsehsender finanzieren sich ja logischerweise durch Werbung. Die Werbung ist zu unterschiedlichen Tageszeiten unterschiedlich teuer. Wenn man einen Werbespot schalten will, dann ist der im Nachmittagsprogramm wesentlich günstiger, weil da weniger Leute schauen, als in der Primetime. In der Primetime bei einem guten Spielfilm am Sonntagabend, da ist die Werbung am teuersten. Das bedeutet die Einnahmen der Sender am Nachmittag sind dementsprechend gering. Deswegen dürfen auch die Ausgaben des Nachmittagsprogramm nicht besonders hoch sein. Das muss sich refinanzieren können. Nur das, was man einnimmt am Nachmittag kann auch für das Programm ausgegeben werden. Wenn weniger eingenommen wird, muss man bei dem Programm entsprechend sparen und günstiger produzieren. Der Zuschauer bekommt durch die Werbeschaltung der privaten Sender das Programm umsonst, geschenkt.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname