

Das „Reality-Prinzip“

*Programmatisches Plädoyer für die Kombination produkt- und produktionsanalytischer Zugänge in der Erforschung faktualer TV-Formate**

Axel Schmidt

Der Beitrag plädiert erstens für eine spezifische konzeptionelle Modellierung faktualer Fernsehformate mit Unterhaltungsanspruch sowie zweitens für eine damit zusammenhängende methodische Herangehensweise. Dazu sollen solche Formate mit dem Konzept des „Reality-Prinzips“ gefasst werden. Denn trotz starker Fiktionalisierung sind solche Sendungen nicht nur untrennbar mit dem Anspruch verbunden, „Realität“ zu zeigen, sondern sie schaffen zudem auf eigentümliche Weise auch Wirklichkeit, was wiederum ihren Anspruch, zumindest in Teilen als real wahrgenommen zu werden, untermauert. Es wird vorgeschlagen, nicht primär die Genreebene zu fokussieren, sondern die besondere Art, Realität dar- und herzustellen. Hieraus ergibt sich – mit Blick auf den Aspekt der methodischen Herangehensweise – die Notwendigkeit vergleichender Produkt- und Produktionsanalysen, welche nicht allein produktförmigen Inszenierungsformen, sondern vor allem auch Hervorbringungsmechanismen auf „operativer Ebene“ (Produktion) nachgehen.

Schlagwörter: Reality-TV, Fernsehunterhaltung, qualitative Medienforschung, Produktanalyse, Produktionsanalyse, Rahmen, Dokumentation, Fiktion

1. „Reality-TV“: Darstellung und Herstellung von Wirklichkeit

Ausgangspunkt des vorliegenden Beitrags sind faktuale Fernsehformate¹ mit Unterhaltungsanspruch² sowie deren Inszenierungsweisen. Aufgerufen ist damit eine Genrefamilie, deren besonderes Kennzeichen die Vermischung von Wirklichkeit und Fiktion ist. Sendungen wie „Big Brother“ oder „Die Super Nanny“ arbeiten mit realen Personen und evozieren beobachtbares Verhalten bzw. folgenhafte Ereignisse³; sie produzieren

* Der vorliegende Beitrag ist das Ergebnis einer langjährigen Beschäftigung mit unterhaltsamem Realitätsfernsehen am Lehrstuhl von Prof. Dr. Klaus Neumann-Braun. Einen wichtigen Baustein dieser Beschäftigung stellt die regelmäßige Durchführung von Lehrforschungsprojekten zum Themenkomplex „Reality-TV“ gemeinsam mit meinem Kollegen Mag. phil. Daniel Klug dar.

1 Mit dem Terminus „Format“ wird üblicherweise die an ökonomischen Kriterien (Marktgängigkeit) orientierte Auswahl von Struktur, Inhalt und Präsentationsweisen einer Sendungsform zur Erzielung bestimmter Effekte beim Publikum bezeichnet (Hallenberger 2002, Hickethier 1999, Pluschkowitz 2006). Mit Keppler/Seel (2002) wird der Format-Begriff als tentatives Konzept zur Bezeichnung von Sendungstypen verwendet, deren Gattungsartigkeit erst im Verlauf der Untersuchung nachzuweisen ist.

2 Synonym werden auch die Termini „factual entertainment“ (vgl. Göttlich 2001) sowie „Reality TV“ gebraucht, wobei letztere Bezeichnung von den Wurzeln dieser Genre-Familie herrührt (vgl. Wegener 1994), aber bis heute auch als übergreifender Terminus beibehalten wird (vgl. für viele Bleicher 2006, Klaus/Lücke 2003 sowie Hißnauer 2011, 340ff.).

3 Vgl. hierzu Keppler 1994 und 1995 sowie Müller 1995.

Alltag als Fernsehkommunikat⁴ mit Hilfe fiktionaler Hervorbringungsweisen, ohne gänzlich Fiktion zu sein. Resultat ist eine *Sonderform von Wirklichkeit*⁵, deren eigentümliche Herstellung mit dem Konzept des „Reality-Prinzips“ belegt werden soll, um den Fokus auf die besondere, realitätsbeanspruchende und auch realitätsherstellende Machart zu legen. Ein solcher Perspektivenwechsel, nämlich von der Genre-Debatte zu den *spezifischen Mechanismen der Erzeugung*⁶ solcher Fernsehwirklichkeiten, lässt es zudem sinnvoll erscheinen, den *Status der gezeigten Personen* stärker zu fokussieren, da die Frage der Realität in letzter Konsequenz daran festgemacht wird, ob man es mit Personen oder Figuren⁷ zu tun hat. Insgesamt ließe sich dann von „*Real-People-/Life-Formaten*“ (kurz: RPLF)⁸ sprechen, da diese Bezeichnung auf den *Kern* solcher Formate zielt, nämlich reale Menschen in zukunfts-offenen und folgenhaften Situationen zu zeigen.⁹

4 D. h. sie initiieren für den Alltag der Partizipanden biographierelevante Prozesse, welche sowohl dem Anspruch nach als auch der Rhetorik des Bildschirmkommunikats folgend wesentlicher Teil des Sendungsinhalts sind.

5 Die Rede von einer Sonderform von Wirklichkeit hat zweierlei Hintergrund: Erstens lehnt sich dies an das Konzept der Schütz'schen Sinnprovinzen an (vgl. Schütz 2003) und betont demzufolge die grundsätzliche Andersartigkeit von Fernsehkommunikation im Vergleich zu koprä-senter Kommunikation (vgl. hierzu auch Keppler 1994: 34 sowie Schmidt 2011: 123ff.). Zum anderen wird auf die für Fernsehkommunikation charakteristische Tatsache abgehoben, dass sich die als Realität ausgewiesene Wirklichkeit im Fernsehen nicht mit der Realität des Zeigens deckt (vgl. hierzu grundsätzlich Seel 2001). Dies führt zur weiter unten erläuterten doppelten Anlage von Fernsehwirklichkeit.

6 Mit Erzeugung sind hier zunächst die Handlungen gemeint, die das kulturelle Artefakt „Fern-seh-sendung“ substanziell hervorbringen (= Produktionshandlungen). Diese lassen sich mit Blick auf das Produkt zwar in Teilen auch als Inszenierungshandlungen lesen, jedoch soll dies nicht vorschnell erfolgen, da aus der Perspektive der Produktion gerade die Frage gestellt werden muss, welche Handlungen welche Ergebnisse hervorbringen und inwiefern und mit welchen Neben-effekten sie an dem Prozess der Umschreibung einer koprä-sentierten Situation im Dreh in ein audio-visuelles Fernsehkommunikat beteiligt sind. Hierauf hebt das unten erläuterte Konzept von Umschreibung und Verankerung ab.

7 Vgl. hierzu grundlegend Keppler 1995. Hißnauer (2011: 349) plädiert zwar dafür, dass alle Per-sonen, sobald sie Teil medialer Darstellungen werden, als Figuren zu behandeln sind. Dem ist jedoch entgegenzuhalten, dass es zunächst nicht um die Aspektualisierung der Wahrnehmung von Akteuren geht (das ist auch im medial unvermittelten Alltag der Fall, wo Handelnde ebenso Figuren im Sinne spezifisch situativer Identitätspäsentationen abgeben und als solche wahrge-nommen werden [vgl. Goffman 1969 sowie Hettlage 1991]), sondern – wie Keppler (1995) betont – darum, ob wir dargestellte Menschen *wie Personen* (= Figur) oder *als Personen* (= Person) wahrnehmen (sollen).

8 Siehe hierzu bereits Neumann-Braun/Schmidt 2000 sowie Schorr-Neustadt/Schorr 2000. In eine ähnliche Richtung weist Dovey (2000) mit der Begriffsschöpfung der „First Person Media“.

9 Diese Kriterien sind bereits in einer der ersten, für den deutschsprachigen Raum einschlägigen Fassung des Phänomens zu finden, nämlich in Keplers (1994) Definition des sog. „performativen Realitätsfernsehens“ (8). Dass die grundsätzliche Beanspruchung bzw. Zuschreibung von Realität nicht am Inszenierungsgrad, an nachgestellten Szenen oder fiktionalisierenden bzw. dramatisierenden Gestaltungsmitteln festzumachen ist, ist in der Debatte um Dokumentarität/Faktualität von Fernsehen bzw. Medien immer wieder betont worden (vgl. zuletzt: Hißnauer 2011: 348ff. unter Rekurs auf den semiopragmatischen Ansatz Odins). Demzufolge ist Realitätszuschreibung bzw. -beanspruchung stattdessen zunächst am dokumentarischen

1.1 Reality-TV als konsequente Ausbeutung der Spezifik televisueller Kommunikation

Zunächst ist jedoch zu berücksichtigen, dass solche Formate zuallerst *Fernsehen* sind, also dem überwiegenden Teil von Zuschauern lediglich als *Bildschirmkommunikate* zugänglich sind, so dass die *spezifische Kommunikationsweise des Fernsehens* als apparativ-technisches Tertiär-¹⁰ und Massenmedium¹¹ zu berücksichtigen ist, die in entscheidender Weise den Rahmen, Wirkliches nicht nur herzustellen, sondern auch in einer bestimmten Weise verbreiten zu können, präfiguriert. Folgt man zudem Goffmans (1977) grundsätzlichen Überlegungen zu Prozessen der Sinnzuschreibung, lässt sich ein sinntypologischer Sonderstatus des Fernsehens feststellen: *Fernsehen* führt als darstellendes Medium nicht bloß auf¹², sondern vermag zudem das Kontinuum „Ausführen – Aufführen“ (verstanden als Organisationsprinzip alltäglicher Erfahrung!)¹³ seinerseits vorzuführen.¹⁴ Ein solcher Rahmen¹⁵ bringt es mit sich, dass das Bildschirmkommunikat grundsätzlich unter der Perspektive der *Wahrnehmung* wie unter jener der *Kommunikation* thematisiert werden kann.¹⁶ Unter der Perspektive der *Kommunikation* ist Fernsehen einerseits *massenmedial*, d. h. im Gegensatz zu interpersonalem Austausch einseitig und interaktionsverunmöglichend¹⁷, andererseits jedoch zugleich *Antwort suchend*¹⁸, und damit kommunikativ im Sinne eines symbolischen Kundgabehandeln. Fernsehen wird daher nur im Rahmen einer umfassenden Medienkommunikation¹⁹ verständlich, nämlich als Ansprache von Zuschauern durch bestimmte Formen der (Darstellung von) Kommunikation, welche sich bisweilen als Wahrnehmungen oder Interaktionsangebote ausgeben.²⁰ D. h.: Fernsehen teilt etwas mit, indem es etwas zeigt; und weil die auf diese Weise zugänglich gemachten Ereignisse eben nicht bloß einfach geschehen, sondern immer auch Teile einer Darstellung sind, hat Fernsehen in Hinblick

Anspruch (so ist auch ein gelogener oder verfälschender Dokumentarfilm noch ein Dokumentarfilm) sowie – über die Ebene der Pragmatik hinausgehend – letztlich an der nachweislichen Existenz dargestellter Personen und/oder Ereignisse auf der Ebene dargestellter Inhalte festzumachen.

10 Vgl. hierzu grundlegend Pross 1972 sowie zsf. Faulstich 2004.

11 Vgl. hierzu grundsätzlich Luhmann 1996, Krotz 2007:123ff. und Thompson 1995: 23ff. sowie 81ff.

12 Insofern hat man es im Falle des Fernsehens immer auch mit einer Form von Medientheatralität zu tun (vgl. Willems 2009a sowie Pietraß 2003).

13 Vgl. Liedtke 2009 sowie Goffmans Konzept „der Reinheit der Aufführung“ (1977: 144ff.).

14 Dies wird insbesondere an den häufig betonten Spezifika des Fernsehens als Übertragungs- und Live-Medium (vgl. Scannell 1991, Eco 1998), als „Fenster zur Welt“ (vgl. Elsner et al. 1994) oder als Monitoring-Instanz (vgl. Cavell 2002, Kirchmann 2000) nachvollziehbar.

15 Vgl. grundlegend Bateson 1985 und Goffman 1977 sowie Hettlage 1991 und Willems 1997.

16 Vgl. hierzu grundsätzlich Schmidt 1994: 267ff. sowie zsf. Schmidt 2011: 236ff.

17 Vgl. hierzu grundlegend Jäckel 1995, Schneider 2001, Sutter 1999 und Wehner 1997 sowie zsf. und erweiternd Schmidt 2011: 222ff.

18 Das heißt obwohl Fernsehkommunikation einen direkten Rückkanal nicht kennt, sind seine Kommunikate darauf angelegt, wahrgenommen und in irgendeiner Weise beantwortet zu werden; diese Intention der Kontaktherstellung ist auf vielfältige Weise in das Fernsehprodukt eingeschrieben (vgl. grundlegend Scannell 1991 sowie Hausendorf 2001, Wulff 1996 und Schmidt 2011: 129ff.), am augenfälligsten jedoch durch so genannte parasoziale Interaktion (vgl. grundlegend Horton/Wohl 2002 [1956]).

19 Vgl. grundlegend Holly/Püschel 1993.

20 Während sog. parasoziale Interaktionen (Hippel 1992, Horton/Wohl 2002 [1956], Vorderer 1996) Kontaktformen, -inszenierungen (Oevermann/Tykwier 1991) oder -nachahmungen darstellen, hat man es im Falle von non-fiktionalen, televisuellen Eigenwirklichkeiten (etwa Talk-

auf das Gezeigte per se Aufführungscharakter²¹. Aufgrund der medienästhetischen Spezifika visueller Darstellungen²² ist es allerdings möglich, Fernsehbilder auch als *Wahrnehmung* zu rezipieren, die realweltliche Ereignisse in Echt- (=live) bzw. zumindest in Eigenzeit²³ zu zeigen vermögen²⁴; aufgrund ihrer Phono- bzw. Photographizität²⁵ vermögen sie grundsätzlich immer auch als Fallbelege²⁶ zu fungieren, welchen unabhängig davon, was sie zu zeigen beabsichtigen, eine „dokumentare Dimension“ inhäriert.²⁷ Dabei geht es nicht um Dokumentation im Sinne einer pragmatisch fundierten Gattung, sondern um die dokumentare Dimension phonographischer, fotografischer bzw. kinematographischer (zusammengenommen: audiovisueller) Medien. Diese Unterscheidung folgt grundsätzlich Goffmans (1981) Differenzierung von „Modell“ und „Sujet“ (vgl. auch Pietraß 2003: 98ff.), wonach photographischen Bildern eine *dokumentare Dimension* (= „Modell“) eignet, welche zunächst nicht zwingend als *dokumentarische* (= „Sujet“ oder „als was“ ein [Klang-]Bild[-Verlauf] pragmatisch auf der Ebene des Kommunizierens gilt) verstanden werden muss. Entscheidend ist daher zunächst die Wahrnehmungsdimension, nicht die Darstellungs- oder Behauptungsdimension. Film- bilder vermögen demzufolge aufgrund ihrer prinzipiellen Wahrnehmungsanalogizität (vgl. Sachs-Hombach 2003) real existierende Menschen in ihrer Symptom- und Ausdrucksfülle artifiziell präsent (vgl. Wiesing 2006) zu machen (vgl. hierzu insbesondere Meyrowitz 1987) – und das zunächst unabhängig von ihrer paratextuellen Rahmung als fiction/non-fiction. Folgt man Eitzen (1998) können Bilder/(film-)bildliche Darstellungen zunächst bzw. „als solche“ nicht lügen (sinngemäß behauptet Eitzen: sie sind einfach nur), vielmehr kann nur kommunikatorensseitig *mit* ihnen gelogen werden bzw. sie können betrachterseitigen Fehlrahmungen unterliegen. Am Beispiel von TV-Shows, in denen Alltagsmenschen innerhalb unterschiedlicher Rollen und Rahmen agieren (hier: Herzblatt), formuliert Müller (1999): „Die Show gewinnt dadurch (...) eine dokumentare Dimension, die wie ein Wasserzeichen durch alle Rahmen und Register hindurch schimmert“ (84). Im Fernsehen gezeigte Klangbildverläufe sind daher in diesem Sinne immer auch „welthaltig“ (Spangenberg 1992, 103).²⁸ Nimmt man beides zusammen, nämlich dass Fernsehen reale Ereignisse aufführt und dabei sowohl auf Realität „zurückgreift“ als auch umgekehrt Realität theatralisiert, ohne dadurch allerdings in ein-

shows) mit Mischformen der Kontaktaufnahme und Kommunikationsdarstellung zu tun – daher wird von indirekter (Hippel 1998, Mikos 1996) oder Mehrfachadressierung (Sutter/Charlton 1999) gesprochen. Vgl. hierzu auch Wulff 1993, Thompson 1995 sowie Meyrowitz 1990.

- 21 Aufführung wird hier in einem weiten Sinn als Darbietung für ein Publikum begriffen (Goffman 1977: 143ff.), weicht damit ab von Fassungen des Aufführungsbegriffs in theaterwissenschaftlichen Arbeiten (prominent etwa bei Fischer-Lichte [2004]) und entspricht einer auf Massenmedien zugeschnittenen Variante, wie sie von Willems (2009) vorgeschlagen wird.
- 22 Als audiovisuelles Medium vermag das Fernsehen Objekte/Bewegungen artifiziell präsent (Wiesing 2006) zu machen.
- 23 Dies bedeutet, soziale Prozesse in ihrer Konstitutionslogik festhalten zu können (vgl. hierzu Oevermann/Tykwer 1991).
- 24 Vgl. hierzu Hörisch 2006: 311.
- 25 Vgl. hierzu Hiebel et al. 1998, Hörisch 2006 sowie Keppler 2006.
- 26 Vgl. Goffman 1981.
- 27 Vgl. Müller 1999: 84 sowie zsf. Pietraß 2003: 57ff.
- 28 Die Differenz von „dokumentar“ und „dokumentarisch“ wird nochmals durch den Begriff der Authentizität deutlich, wie er etwa bei Wortmann (2003) behandelt wird: Hier geht es um die Authentizität von Bildern, mit Blick auf Film um die Frage, ob Filmbilder als „authentische“, rekonstruierte oder weitgehend fiktive Darstellungen wahrgenommen“ (164) werden;

deutiger Weise das Eine oder Andere sein zu können, so wird deutlich, dass dieser, jeder Fernsehkommunikation inhärierende Zug zu einem per se ambivalenten Wirklichkeitsstatus im Fernsehen dargestellter Ereignisse führen muss. Dies liegt daran, dass Ereignissen auf Bildgegenstandsebene autonome Qualitäten zugesprochen werden können²⁹ bzw. dass sie eigene Rahmungen mitführen³⁰ und dies bei gleichzeitiger (Teil-)Invisibilität der sie hervorbringenden Inszenierungshandlungen.³¹ Fernsehbilder unterliegen so per se einer doppelten Inszenierung³², da sie – zumindest im Falle sozialer Ereignisse – alltagsweltliche Inszenierungen³³ inszenieren. *RPLF* nun *beuten diese insgesamt ambivalente Grundanlage des Fernsehens in spezifischer Weise aus*, indem sie übliche „Sicherungssysteme“, nämlich *Gattungen*³⁴ sowie damit zusammenhängende Routinen der Realitäts-Fiktions-Zuschreibung³⁵ gezielt unterlaufen und irritieren, so dass es zu Gattungs-Entgrenzungen kommt, welche Referenzmodalitäten (Fikta/Fakta) in grundsätzlicher Weise vermengen und dadurch eindeutige Zuschreibungen verunmöglichen.³⁶ Ansatzpunkt hierfür ist die oben erwähnte *dokumentare Dimension*, die die Grundlage dafür ist, dass Reality-TV-Formate eine *dokumentarische Dimension ausbilden können*, also Formate sind, die in einem zweiten, darauf aufbauenden Schritt durch textuelle und paratextuelle Mittel einen Anspruch reklamieren, Realität zu zeigen. Dieser für solche Formate konstitutive „claim to the real“ (Holmes/Jermyn 2004: 5) baut dann vor allem darauf, dass wahrnehmungsanalog beobachtbare Reaktionen (zentral: eine durch die dokumentare Dimension ermöglichte Symptomfülle des menschlichen Ausdrucks!) dem Identitätskonto handelnder Personen (vgl. Liedtke 2009) zugeschrieben werden. Entscheidend ist dann die Einsicht, dass RTV-Formate im Kern mit dem Konzept der

Authentizität hebt aber bereits auf ein Korrespondenz-Verhältnis von Darzustellendem und Dargestelltem in und durch die Darstellung ab, zielt also bereits auf die dokumentarische Dimension.

- 29 Vgl. etwa Hippel (1998), der dies am Beispiel von Außenreportagen im Fernsehen plausibilisiert.
- 30 So lassen sich etwa Filmbilder bereits auf der Ebene des Bildgegenstands hinsichtlich rahmenanzeigender Hinweise, etwa mimischer Ausdruck oder Spezifika dargestellter Settings, betrachten (vgl. Pietraß 2003: 97ff. sowie insbes. 113ff.).
- 31 Inszenierung ist bei Fischer-Lichte (2001) wie Willems (1998) als planender, die eigentliche Performance hervorbringender Prozess gefasst. Auf Regionen bezogen, hebt sie auf intrapsychische (Entwurf) bzw. vor dem Hauptvorgang verborgene (Hinterbühne) Prozesse ab, welche sich aber ins hervorgebrachte Produkt, die Performance, einschreiben. Im Falle des Fernsehens ist das Gros dieser Handlungen invisibilisiert (insbesondere die aufzeichnende Kamera).
- 32 Dies zielt wiederum auf die Fähigkeit des Fernsehens, etwas bereits Inszenierungshaltiges (etwa ein Gespräch) seinerseits zu inszenieren (etwa durch entsprechende Kamerahandlungen) (vgl. grundlegend Seel 2001: 50 sowie weiterführend Schmidt 2011: 464ff.).
- 33 Die (soziologische) Grundeinsicht, dass auch Alltagshandlungen inszenatorisches Potenzial innewohnt (vgl. grundlegend Goffman 1969, Soeffner 1989 sowie zsf. Hitzler 1991) ist eines der Leitmotive der sog. Performance-Studies (vgl. für viele Schechner 2006), was unter anderem dazu dient, die Differenz zwischen Medien, Aufführung und Kunst auf der einen und Alltag auf der anderen Seite zu verflüssigen.
- 34 Vgl. hierzu grundlegend Gehrau 2001, Keppler/Seel 2002 sowie Schweinitz 1994.
- 35 Vgl. hierzu grundlegend Nickel-Bacon/Groeben/Schreier 2000 sowie Keppler 2005. Für den Fall „Big Brother“ vgl. Pietraß 2002a.
- 36 Vgl. Klaus/Lünenborg 2002, Lünenborg 2004, Pietraß 2002, Rusch 1997 sowie Wegener 2000. In der Debatte zu Reality-TV-Formaten ist daher häufig von ge- oder vermischten Wirklichkeiten oder mehrfach gerahmten Situationen die Rede (vgl. Mikos et al. 2000, Mikos/Prommer 2002, Müller 1999 und 1999a sowie Schwäbe 2004).

real existierenden Person und ihrer durch audiovisuelle Medien sichtbar gemachten Symptomfülle arbeiten, womit sie sowohl Unterhaltungszwecke verfolgen als auch Realitätsnähe suggerieren. Die Frage der Dokumentativität bzw. des dokumentarischen Anspruchs wird dabei bewusst offen gehalten – durch widersprüchliche Genrebezeichnungen (Doku-Soap) oder durch stark verfremdende Mittel, etwa Nachvertontung oder comicitartige Bildzusätze, Special Effects wie in schwarz-weiß oder Sepia pulsierende Bilder, unterlegt mit geloopten und hallenden Stimmen etc. Damit geht es nicht um die Echtheit oder Authentizität der Gefühle oder des Gezeigten insgesamt, sondern zunächst bloß um die reale Existenz der gezeigten Personen, also darum, dass die Akteure keine Figuren sind (vgl. Keppler 1995), sondern auf „Kosten“ ihrer biographisch verwurzelten Identität handeln. „Real People“-Formate leben daher im Wesentlichen von dem Eindruck, dass es die gezeigten Personen tatsächlich gibt, wie inszeniert die Umstände und das dadurch hervorgerufene Verhalten auch immer sein mögen. Aus dieser Perspektive ergibt sich eine Entwicklungslinie von den ersten TV-Shows mit Alltagskandidaten (etwa Quizshows) bis zur heutigen Genre-Familie des Reality-TVs, welche im Kern davon geprägt ist, dass der Verhaltensspielraum der Kandidaten (in der Linie: Quiz-, Game-, Talk-, Reality-Show)³⁷ sukzessive zunahm.³⁸ Begreift man solche Formate dementsprechend in der Traditionslinie von Fernsehshows und damit von Publikumpartizipation, erscheint es nahe liegend, sie eher als televisuelle Eigenwirklichkeit denn als Dokumentationen außermédialer Ereignisse zu konzipieren. Als solche „Made-for-TV-factuals“ (Hill 2007: 49) bleibt ihnen, um den faktualen Anteil zu bedienen, letztlich nur der in einer dokumentaren Dimension wurzelnde Personenrahmen, welcher den Eindruck zu vermitteln vermag, die gezeigten Personen handelten auf eigene Rechnung und veränderten durch und im Sinne der gezeigten Handlungen ihren „deontischen Kontostand“ (vgl. Liedtke 2009). Für die Klassifikation von Fernsehformaten bedeutet das, dass es weniger um gestalterische Mittel oder Inszenierungsgrade der Ereignisse geht als zunächst darum, ob Formate auf real existierende Personen setzen. Dies widerspricht aktuellen Fassungen des Reality-TV-/factual entertainment-Genres nicht, sondern geht mit diesen konform: Unter Rekurs auf Döveling/Mikos/Nieland (2007a) und Hill (2005) begreift Hißnauer (2011) solche Formate als „Sendungen, *in denen Privatpersonen in unterschiedlichen Rollen und Funktionen vorkommen*“ (Döveling et al. 2007a: 8 zit. n. Hißnauer 2011: 345). Daher ist „Reality-TV vor allem ein Sammelbegriff beziehungsweise eine ‚catch-all category that includes a wide range of entertainment programmes about real people‘“ (Hill 2005: 2 zit. n. Hißnauer 2011: 345). Plädiert werden soll hier daher für einen *Perspektivenwechsel*, der diese Konzeptualisierungen ernst nimmt, was hieße zu fragen, wie diese real existierenden Personen in die Fernsehproduktionen eingebunden werden und welche Konsequenzen das auf Darstellungs- und Herstellungsebene hat. Denn die gezeigten Personen hören nach ihrem Erscheinen im Fernsehen ja nicht auf zu existieren und die Zumutungen des Fernsehens widerfahren ihnen zudem nicht wie Personen sondern *als Personen*.

Entscheidend für die Perspektive auf solche Formate ist daher des Weiteren der Umstand, dass die *Besonderheit einer fiktionalen Durchdringung von Fakta* zu berücksichtigen ist, solchen Formaten also gemäß ihres proklamierten Selbstanspruchs zu unterstellen ist, dass sie im Anspruch stehen (zumindest in Teilen) Realität zu zeigen. Be-

37 Vgl. hierzu etwa Müller 2003.

38 Der Trend zur sog. „Scripted Reality“ (vgl. Weiß/Trebbe 2011 sowie ALM 2012) stellt in diesem Zusammenhang einen interessanten Bruch dar, welcher sich letztlich durch die größere (jedoch auch anders gelagerte) Freiheit fiktionaler Formen erklären ließe.

deutsam ist daher, dass RPLF sich letztlich nicht als fiktionales Realitätsspiel³⁹, sondern als glaubwürdige Darstellungen von Alltag ausgeben.⁴⁰ Dies ergibt sich im Falle von RPLF dadurch, dass trotz offensichtlicher medialer Inszenierungen und Fiktionalisierungen ein *Anspruch auf Realitätsbezug aufrechterhalten wird*⁴¹, woraus sich die grundsätzliche Frage ergibt, *was es bedeutet, dass solche Fernsehformate hybridisiert werden, und wo die Grenzen einer solchen Praxis liegen.*⁴²

Daraus ergibt sich die grundsätzliche Frage, *welche Mechanismen dafür verantwortlich sind und wie die auf diese Weise zustande gekommenen Resultate einzuschätzen sind? Oder kurz: Wie wird die „Reality“-Komponente solcher Formate konstruiert?* Der übergreifende Rahmen ist zwar „a fictional construction“ (Bondebjerg 2002: 179), es finden Castings und sonstige Steuerungen statt, aber solche Formate schaffen dennoch gerade aufgrund ihrer Gesamtinszenierung medial schwer zu regulierende Bereiche.⁴³

1.2 Wurzeln, Differenzen und Gemeinsamkeiten von RPLF

Einen ersten Hinweis auf die grundsätzliche Verfasstheit solcher Formate liefert ein Blick auf die nun wiederum aus der Genreperspektive her betrachtete *Entwicklungslinie des „Reality-TVs“*: Vom boulevardesken Sensationsjournalismus⁴⁴ und damit als Boulevardverlängerung und Erzähler von „human interest-stories“⁴⁵, über sog. „performatives Realitätsfernsehen“⁴⁶, welches sich in Form von „Unterhaltungssendungen (...) zur Bühne herausgehobener Aktionen mach[t], mit denen gleichwohl direkt oder konkret in die Alltagswirklichkeit der Menschen eingegriffen wird“ (Keppler 1994, 8f.)⁴⁷, bis hin

39 Ein Beispiel hierfür wäre der Film „The Blair Witch Project“ (vgl. Nickel-Bacon et al. 2000). Vgl. hierzu auch die Ausführungen in Hießnauer (2011), der solche Formen als „Spiel“ mit dem Zuschauer“ (316) bezeichnet (bzw. im Falle von „The Blair Witch Project“ von „Formenspielerlei“ (331) spricht) und sie damit von Versuchen, absichtlich zu täuschen, explizit absetzt. Siehe hierzu auch Hoffmann/Kilborn/Barg 2012.

40 Solche Anspruchshaltungen sind den Paratexten einschlägiger Formate (etwa auf entsprechenden Homepages) oder Aussagen der Produzierenden zu entnehmen (exemplarisch sei hier die kürzlich aufgrund eben solcher Fragen eingestellte Sendung „Die Super Nanny“ erwähnt, deren ernsthafter Anspruch etwa von Grimm (2006) betont wird. Vgl. hierzu auch den Sammelband Wahl/Hees 2006).

41 Im Gegensatz zu fiction, die offen illusioniert, begibt sich beanspruchte non-fiction strukturell immer in die Nähe von Täuschung/Lüge, da sie qua Rahmung Wahrheits- (oder zumindest Wahrhaftigkeits-)Ansprüche erhebt.

42 Während es unproblematisch erscheint, wenn fiction „Realität“ vermittelt, ist der umgekehrte Fall, nämlich dass non-fiction Fiktives enthält oder fiktionalisierende Darstellungsverfahren verwendet, weitaus problematischer, „as if this mixing of traits is disingenuous or unethical in some way“ (Holmes/Jermyn 2004: 10). Für die Grenzen gilt daher: Da Non-Fiction qua Rahmung einer „Tatsachen-Konvention“ folgt (vgl. grundlegend Schmidt 1991: 112-116), geraten Darstellungen an Glaubwürdigkeitsgrenzen, während fiction – einer „Ästhetik-Konvention“ (ebd.: 172-188) folgend – allerhöchstens an Geschmacksgrenzen gerät.

43 Bondebjerg (2002) nennt hier die Zukunftsoffenheit der Entwicklungen aufgrund rudimentärer Skripts sowie die zeitliche Dauer einiger Formate, welche ein Rollenspiel auf der Ebene „szenischer Darstellung“ (Müller 1999: 88) erschwert.

44 Vgl. Wegener 1994.

45 Vgl. Wulff 1995.

46 Vgl. Keppler 1994.

47 Hierzu zählen Formate wie „Nur die Liebe zählt“ oder – mit etwas verlagertem Akzent – „Die Traumhochzeit“ (Keppler 1994: 67ff. sowie 101ff. und Reichertz 2000).

zu Formaten, die (medial durchdrungenen bzw. medial mitinduzierten) Alltag begleiten.⁴⁸ Heute wird „Reality-TV“ als entgrenzte und entgrenzende televisuelle Genre-Familie verstanden, deren Mitglieder – folgt man Holmes/Jermyn 2004:6ff. – aufgrund enormer Diversifikation kaum noch gemeinsame Merkmale aufzuweisen scheinen, was zugleich ein Abrücken von traditionelleren Formen des Dokumentierens⁴⁹ sowie eine Hinwendung zur Schaffung und Dokumentation künstlicher Settings bedeutete (ebd.: 5). Die Frage, was als *verbindendes Moment* gelten soll, was also dazu berechtigt, von „Reality“ zu sprechen, mündete *zum einen in Ordnungsversuche*, durch welche *Grenzen und Peripherien* markiert wurden (a), häufig vor dem Hintergrund von *Gestaltungstraditionen* (b), was schließlich die Grundlage dafür liefert, *Subgenres* (c) auszumachen.

- a) *Grenzen/Peripherien* bestehen zu den Bereichen der (*Fake*-)Dokumentationen/*Mockumentarys* (Roscoe/Hight 2001), zu Formen von (*spielerischer*) *Überwachung* (zu nennen sind hier zunächst Candid-Camera-Formate [Clissold 2004], CC-TV/Surveillance [Bignell 2005: 117ff. sowie Levin 2000] sowie mit Blick auf die Gesamtanlage panoptische Anordnungen [Hitzler/Pfadenhauer 2002, Stäheli 2000]), zum *Boulevard-Journalismus* und zu *Celebrity-Magazinen* (Hickethier 2005, Biressi/Nunn 2008a), zu *Talk-, Game- und Comedy-Shows* sowie zu *Scripted Reality-Formaten*⁵⁰ (z. B. Gerichtsshow oder sog. Ermittler-Soaps; vgl. Gangloff 2010, Ganz-Blättler 2004, Weiß/Trebbe 2011: 9f. sowie zu neueren Formaten dieser Art ebd.: 6, Weiß/Ahrens 2012 und Götz 2012).
- b) *Gestaltungstraditionen*: Holmes/Jermyn (2004) verweisen darauf, dass aktuelle Kontroversen über wirklichkeitsverzerrende Techniken im Reality-TV ihre Vorläufer im Bereich der Dokumentarfilmtheorie haben.⁵¹ Neu sei allerdings die Radikalität der

48 Hierzu zählen letztlich alle Doku-Soaps und Reality-Shows, die den dokumentierten Gegenstand im Wesentlichen (wie etwa bei „Frauentausch“) oder nahezu gänzlich (wie etwa „Big Brother“) selbst hervorbringen, trotzdem aber den Anspruch verfolgen bzw. kommunizieren, „Alltag“ zu zeigen, da Menschen nicht auf (Show-)Bühnen, sondern innerhalb laufender Lebenszusammenhänge („vor Ort“) gezeigt werden.

49 Vgl. hierzu auch Corner 2002.

50 Sobald Formate vollständig auf Drehbüchern beruhen, die von (Laien-)Schauspielern, die fiktive Figuren darstellen, umgesetzt werden, handelt es sich dem hier vertretenen Verständnis nach nicht mehr um Real-People-/Life-Formate. Dass bisweilen trotzdem von Reality-TV bzw. „Scripted Reality“ die Rede ist, liegt zunächst vornehmlich an der Adaption der Rhetorik bzw. des Inszenierungsstils des herkömmlichen Reality-TVs, also auf einer Transponierung zentraler Inszenierungsbausteine in einen vollständig fiktionalen Rahmen. Des Weiteren spielt die Ausnutzung der Darstellungsressourcen von Laienschauspielern eine wichtige Rolle (vgl. hierzu auch Hißnauer 2011: 363ff., der mit Blick auf „Scripted Reality“ auf die „veränderte Funktion der Mitwirkenden“ (367) verweist, also am oben betonten Personen-Aspekt der Formate ansetzt).

51 Zu nennen sind hier die Debatten um dokumentarische Modi (Nichols 1991: 32ff.) bzw. (Gestaltungs-)Traditionen (etwa: „cinéma vérité“ oder „direct cinema“), um historisch konkrete Darstellungsformen (von denen der Dokumentarfilm eine ist; vgl. Steinmetz 1999), um Darstellungsverfahren (etwa die Technik des „re-enactments“) und -formen (etwa die Form des „drama docs“) bzw. damit einhergehenden Haltungen (etwa diejenige Grierson's, der Dokumentationen als „the creative interpretation of reality“ [so zitiert Kerr 1997: 77, den Dokumentarfilmer John Grierson] verstanden wissen wollte) sowie um die Quellen von Dokumentativität (Kerr 1997), was – zusammengekommen – letztlich auf Synthesen in Form von Theorien zur (filmischen) Dokumentativität hinausläuft, etwa Odins (1990) semiopragmatische Dokumentarfilmtheorie, die Lektürewesen als Differenzkriterium annimmt. Zur Entwicklung des non-fiktionalen Films in historischer Perspektive vgl. Barnouw (1993) sowie Jacobs

Einschätzungen, etwa jene, bereits sehr früh formulierte von Nichols (1994), der durch faktuale Fernsehformate die Grenze zwischen Fakt und Fiktion aufgelöst sieht, da Fernsehen sich auf alles (Alltägliche) beziehe und in unterhaltsame Geschichten verwandele: „television as a story-telling machine“ (ebd.: 43). Öffnet man den Blick, lässt sich eine Vielzahl weiterer Gestaltungsprinzipien ausmachen, die innerhalb von Reality-TV enger miteinander verwoben scheinen: das Dokumentarische (*‘truth claims’*, d. h. Ansprüche, einen Bezug zu außermedialer Realität herzustellen bzw. ‚Wahres‘ über diese auszusagen), die Ästhetik der Beobachtung und Überwachung (Adelmann 2000), das Narrative und damit soap-ähnliche Strukturen (vgl. hierzu Wulff 1995 sowie Mikos et al. 2000: 57ff.), das Performative/die Show (s. insbes. Keppler 1994), das Boulevardeske sowie das (Wettkampf-)Spielerische (s. Mikos et al. 2000: 109ff.).

- c) In der Differenzierung von *Subgenres* schließlich lassen sich drei Bezugsdimensionen ausmachen: erstens formale Gestaltungsprinzipien, zweitens (beanspruchte/unterstellbare) Referenzmodalitäten⁵² sowie drittens inhaltliche Gesichtspunkte, etwa Themenbereiche (z. B. Schönheit) oder gesellschaftliche Teilbereiche (z. B. Familie oder Polizeidienst). Da der vorliegende Beitrag *nicht* bei thematischen Ordnungsversuchen⁵³ ansetzt, sondern RPLF vielmehr als Effekt eines allgemeinen Unterhaltungsprinzips zu fassen versucht, bleiben solche Klassifikationen unberücksichtigt.⁵⁴

Zum anderen besteht bei aller Diversität ein Bedürfnis nach Einheit, was zu *Versuchen* führt, den Kern des Phänomens Reality-TV zu (*re-*)lokalisieren. Ein hiermit einhergehender „struggle with terms“ (Holmes/Jermyn 2004: 5)⁵⁵ verweist auf weiter reichende Debatten darum, *ob und inwiefern die Entwicklungen im Sektor des faktualen Unterhaltungsfernsehens ein neues, bestehende Strukturen der Darstellung von Wirklichkeit (tiefgreifend) veränderndes Phänomen sind.*⁵⁶ Als Essenz bleibt ein *Anspruch*, Realität

(1979). Zur Dokumentarfilmdebatte und -forschung vgl. Hattendorf 1994: 13ff. sowie 28ff. Bestimmungen des dokumentarischen Films bzw. einschlägige Theorien des Dokumentarischen Films und dessen Prinzipien bzw. Möglichkeiten, Realität zu repräsentieren, finden sich bei Eitzen (1998), Hattendorf (1994), Hohenberger (1988), Nichols (1991) sowie Paech (1990). Eine instruktive Textsammlung bietet Hohenberger (1998). Speziell mit Fernsehdokumentarismus setzt sich Hißnauer (2011) auseinander.

52 Vgl. beispielhaft Pietraß 2002.

53 Zu Veröffentlichungen, die sich Reality-TV unter inhaltlichen Gesichtspunkten widmen, vgl. etwa Brunson et al. 2001, Heller 2007, Helms/Phleps 2005, Labitzke 2009, Prokop 2008, Stach 2010 sowie Thomas 2010.

54 Zu Versuchen, Reality-Formate hinsichtlich ihrer Erzeugungs- und/oder Darstellungsprinzipien zu differenzieren (= Subgenres), s. Bondebjerg 2002, Corner 2000, Essany 2008, Kilborn 2003, Klaus/Lücke 2003 sowie Ouellette/Murray 2009. Mit einzelnen aktuellen Formaten befassen sich die Sammelbände Döveling/Mikos/Nieland 2007 sowie Hajok/Selg/Hackenberg 2012.

55 Etwa „‘formatted documentary’ (...), ‚social-experiment-cum-docusoap‘ (...), ‚docu-soap-cum-interactive-gameshow‘ (...) and ‚episodic reality soap‘ (...)“ (ebd.: 5f.).

56 Pro: Vgl. etwa Corner (2002a), der eine Umwälzung des Dokumentarischen/des Dokumentarismus insgesamt diagnostiziert; contra: Vgl. etwa Friedman (2002) sowie Dunkley (2003), die die historischen Wurzeln und Vorläufer betonen, da sie dem Phänomen nichts kategorial Neues abgewinnen können.

zu zeigen (*truth claim*⁵⁷), welcher wiederum letztlich darauf basiert, es mit „*Real People*“ zu tun zu haben, welche *keinem Drehbuch folgen*. Im Zentrum der Debatten um Reality-TV steht damit die Formel „*no actor, no script*“⁵⁸. Was das genau heißt, also wie und auf welcher Grundlage welche Personen angewiesen werden zu handeln, führt zur *Kernfrage der Art und Weise der Herstellung solcher Formate*.

1.3 Zwischenfazit

Insgesamt lassen sich RPLF also als Mischungsverhältnisse aus faktualisierenden und fiktionalisierenden Anteilen begreifen⁵⁹, die aufgrund ihres fortgesetzten Insistierens auf Realität(-sdarstellung) sowie des unbestreitbaren Herstellens von „*Realem*“ (etwa Partnerschaften⁶⁰ oder körperlichen Veränderungen durch operative Eingriffe⁶¹) besondere Formen von Wirklichkeit schaffen, deren Spezifika erst durch eine Rekonstruktion von *Produktstrukturen in Hinblick auf Produktionszusammenhänge* bestimmbar werden. Insbesondere Letzteres erscheint als *Desiderat*, da bisherige Ansätze vornehmlich auf die Ebene der Repräsentation (also auf das Bildschirmkommunikat) fokussier(t)en.⁶² Geht man aber zudem davon aus, dass die Grundlage der Eingriffsmächtigkeit solcher Formate in reale Prozesse auf der Fähigkeit des Fernsehens beruht, auf operativer Ebene⁶³ Ereignisse jenseits „reiner Aufführungen“⁶⁴ anzustoßen sowie darin Personen jenseits „reiner Impersonationen“⁶⁵ zu involvieren, so erscheint *ein wissenschaftlicher*

57 So betonen Holmes/Jermyn (2004): „...that what unites the range of programming conceivably described as ‚Reality TV‘ is primarily its discursive, visual and technological claim to ‘the real’“ (5) und – unter Rekurs auf (Friedman 2002) – „...the open and explicit sale of television programming as a representation of the real“ (ebd.: 7, zit. n. Holmes/Jermyn 2004: 5).

58 Ein beträchtlicher Teil der Literatur zu Reality-TV hebt daher auf die Zurichtung von Personen ab, was häufig bereits im Titel deutlich wird (vgl. für viele Brenton/Cohen 2003 [„Shooting People“] oder Dovey 2000 [„Freakshow“]), sowie auf die Art und Weise, wie Ereignisse hervorgebracht werden, weshalb Konzepte wie Inszenierung, Enthüllung oder Authentizität zentral sind (vgl. für viele etwa Biressi/Nunn 2005, Kilborn 2003, Schicha 2000 oder Schultz 2003).

59 Vgl. Kurotschka 2007.

60 Vgl. grundlegend Müller 1999.

61 Vgl. Heller 2007.

62 Aktuelle Forschungen fokussieren zudem häufig die Rezeption (vgl. etwa Grimm 2006) sowie deren Folgen, oft im Kontext pädagogischer Anliegen (vgl. Funkner 2010, Lauber/Würfel 2010, Prokop 2008, Prokop/Friese/Stach 2009 sowie Hajok/Selg/Hackenberg 2012).

63 Die „*Realität der Massenmedien*“ „zerfällt“ – sensu Luhmann (1996) – in einen Bereich der das Mediensystem hervorbringenden Operationen einerseits (= Handlungen der Produzenten) sowie einen Bereich der dadurch erzeugten Darstellungen (= Bildschirmkommunikat) andererseits.

64 „*Reine Aufführungen*“ definiert Goffman (1977) als lediglich auf das Angeschaut-Werden ausgelegte Ereignisse (144f.).

65 Dies hebt ab auf die oben erwähnte grundsätzliche Differenz von „*Person*“ in non-fiction-Genres (etwa Talkshows) versus „*Figur*“ im Theater und Fiction-Film (vgl. grundsätzlich Keppler 1995). Insbesondere das Fernsehen ist bevölkert von „*realen Personen*“, die zugleich etwas auf- oder vorführen, ohne dabei allerdings eine fiktive Figur zu verkörpern (und damit in signifikanter Weise von der Formel „*A impersonate B while C looks on*“, die Bentley für das klassische Theater geprägt hat, abweichen; vgl. hierzu Rapp 1973: 17). Die Vorstellung von Darstellungen in Aufführungszusammenhängen ohne fiktivierende Verkörperung als „*erster*

Zugang zu dieser Sphäre geradezu zwingend.⁶⁶ Man hat es dann nämlich mit einem komplexen „Verschränkungsprozess“ zweier Wirklichkeitsbereiche (operative Prozesse/ mediale Repräsentation) zu tun, wobei es entscheidend ist zu sehen, dass diese in einem gegenläufigen Verhältnis von „Umschreibung“ auf der einen („Darstellungs-Materialien“ in ein Bildschirmkommunikat) sowie „Verankerung“ (Eigendynamik und Zähligkeit dieser Materialien) auf der anderen Seite zu denken sind: Während die Herstellung bzw. Umsetzung von Ereignissen durch operative Prozesse (Handeln der Medienakteure vor und hinter der Kamera) in ein Bildschirmkommunikat bestimmten *Umschreibungs-Konventionen*⁶⁷ folgt, „verankert“ der „operative Bereich“ mediale Darstellungen grundsätzlich in einer bestimmten Weise in realen Umwelten, da hier (eigendynamische) Ereignisse angestoßen und Menschen(-körper) verwendet werden (müssen)⁶⁸ und dadurch immer auch Soziales jenseits des Bildschirmkommunikats erzeugt wird. Dies sei an einem Beispiel verdeutlicht: In der abgesetzten Sendung „Die Super Nanny“ (RTL) etwa wurde weder so erzogen bzw. beraten, wie es dem Bildschirmkommunikat zu entnehmen war, noch erscheint es – in umgekehrter Blickrichtung – plausibel zu behaupten, dass die Sendung keinerlei Erziehungs- bzw. Beratungseffekte für die betroffenen Familien in der Sendung zeitigte. Diese offensichtliche *Erkenntnis-lücke* zwischen dargestellter und faktischer Beratung lässt sich nur mit Hilfe von Produktionsanalysen schließen, welche die Frage, wie das Fernsehen Welt vermittelt bzw. repräsentiert, in entscheidender Weise ergänzt. Denn: Hier wurde nicht bloß ein Bild von familiärer Erziehungsberatung vermittelt, sondern das Fernsehen hat faktisch in den Familienalltag interveniert. Und dies zeitigt unweigerlich Konsequenzen (bisweilen fatale, auf die etwa Theunert 2006 hinweist), welche durch eine Analyse von Fernsehsendungen nicht erfasst werden können. M. a. W.: Ohne Produktionsanalysen lassen sich Fragen nach den Interaktionen vor Ort und damit nach dem tatsächlichen Ablauf von Interaktionen, wie sie durch Sendungen wie „Die Super Nanny“ initiiert werden, schlichtweg nicht beantworten. Plädiert wird hier also für einen Perspektivenwechsel in

Schritt“ einer Fiktionalisierung lieferte die Grundlage für das Konzept der Persona, welches Horton/Wohl 2002 [1956] für Fernseh-Performer entwarfen (s. a. Auslander 2006, Bennett 2008 sowie Lury 1996). Verallgemeinert geht es um die Ausschließlichkeit der Publikumsbezogenheit von Handlungen und Ereignissen als Minimalvoraussetzung, um von Aufführung oder Performance sprechen zu können (ohne an dieser Stelle bereits Aussagen über Medialitäten/Materialitäten [Kopräsens versus Bildschirmkommunikat], Fiktionalität/Fiktivität [der Personen, der „Geschichte“ etc.] oder den „Reinheitsgrad“ der Aufführung treffen zu müssen). Insofern sind im Rahmen von Reality-TV gezeigte Menschen „als Darsteller ihrer selbst“ (vgl. für viele etwa Reichertz/Fromm 2002 sowie Mikos 2000 et al., 114ff.) und daher als Personen und nicht als Figuren zu begreifen – und zwar ohne dass dadurch einerseits der Aufführungsrahmen noch andererseits der Personenrahmen aufgelöst würde. Folgt man Müller (1999) (am Beispiel von „Herzblatt“) entsteht dadurch vielmehr eine Art „Hyperritualität“ (vgl. hierzu grundsätzlich Goffman 1981, der hierunter Darstellungen von Darstellungen versteht), da „der Modus der Darstellung [hervor] tritt, wenn die Kandidaten wie Laiendarsteller ihrer selbst agieren...“ (Müller 1999: 88).

- 66 Simon Frith (2000) gebraucht mit Blick auf die Herstellung bzw. Produktion von Fernseh-wirklichkeit das Bild der „Black Box“ um hervorzuheben, dass das Zustandekommen des Produkts nach wie vor größtenteils unverstanden ist. Um Fernsehen bzw. dessen Produkte angemessen verstehen zu können – so Frith – ist ein Zugang zu dieser „Black Box“ unerlässlich.
- 67 In Anlehnung an Goffmans Theaterrahmen (Goffman 1977: 143ff.).
- 68 Im Sinne der Goffman’schen Unterscheidung von Modell und Sujet (vgl. Goffman 1981) finden hier kopräsente Interaktionen zwischen Modellen statt, die selbstverständlich andere sind als die (sujethaft) Dargestellten.

der Erforschung faktualer Unterhaltung, und zwar von der Analyse von Bildmedien hin zur Analyse realer Interaktionsprozesse. Da solche Produkte auf die Verwendung realer Personen letztlich angewiesen sind, drängt sich die Frage nach dem Umgang und der Einbindung dieser Personen vor Ort auf.⁶⁹ Notwendig ist daher eine *Fernsehetnographie*, die Einblicke in die Herstellung solcher Produkte eröffnet (s. hierzu Kapitel 2.3). Forschungen zu RPLF hätten daher an dieser problematischen (gewollt sowie häufig auch kollateral hervorgebrachten) Gemengelage aus einerseits realen Handlungsprozessen, die ein Bildschirmkommunikat erst hervorbringen, und dem fiktionalisierten Bildschirmgeschehen andererseits anzusetzen. Hiermit wäre erreicht, dass sich Fernsehforschung der Spezifik televisueller Wirklichkeitserzeugung und -vermittlung widmet, die in dieser gegenläufigen, jedoch in ihrer spezifischen *Verschränktheit* konstitutiven Form von *Umschreibung* und *Verankerung* besteht. Basistheorie einer solchen Forderung ist Goffmans Rahmenanalyse. In Anlehnung an diese können Mediendarstellungen einerseits als Modulationen verstanden werden, die bestimmten *Umschreibe-Konventionen* unterliegen und die Ereignisse als spezifisch mediale Darstellungen erst hervorbringen⁷⁰. Andererseits wird die Perspektive dafür geschärft, dass mediale Darstellungen damit zugleich in spezifischer Weise der *Verankerung in Umwelten* unterworfen bleiben.⁷¹ Dies gilt aber bereits für technisch-medial unvermittelte Modulationen, etwa körpräsenste Spiele oder Zeremonien. Bei technisch-medial vermittelten Darstellungen ist prinzipiell *zudem* zu berücksichtigen, dass diese doppelt gelagert sind. *Doppelt gelagert* bezieht sich hier zunächst in einem sehr allgemeinen Sinn auf den weltverdoppelnden Charakter repräsentierender Medien (bereits existierende Dinge, Personen, Ereignisse können durch Medien [wieder-]vergegenwärtigt werden), was im Falle des Fernsehens als audiovisuellem, wahrnehmungsnahem Medium (vgl. Sachs-Hombach 2003) die Besonderheit annimmt, dass reale Ereignisse doppelt zu existieren scheinen, einmal in der realen Welt und ein andermal „im Fernsehen“ (im Falle eines Live-Ereignisses sogar simultan). Dies liegt grundsätzlich daran, dass das Fernsehen als photographisches Medium auf reale Modelle angewiesen ist, welche es aufzeichnender Weise „wiedergibt“. Daher ist im Fernsehen Gezeigtes nie einfach gegeben. Beide Ebenen, jene der Ereignisse und jene des Bildschirmkommunikats, sind dabei über invisibilisierte Produktionshandlungen (Herstellung, Ausstrahlung) miteinander verbunden. Daher ist Fernsehen immer „doppelt gelagert“; es konstituiert sich durch die Verschränkung von Kamerahandlungen (Handlungen des Zeigens) einerseits und den Handlungen vor der Kamera (gezeigte Handlungen) andererseits (vgl. Reichertz 1992; 2005), die durch Erstere in ein mediales Produkt (hier: die Fernsehsendung) transformiert werden. Daher *muss eine Konzeption, die televisuelle Darstellungen angemessen zu behandeln versucht, zweierlei Rahmungs-*

69 Ansätze hierzu liefert etwa Ivany 2001.

70 Vgl. Goffman (1977:52ff.). Besonders fruchtbar für den vorliegenden Zusammenhang ist die Ausarbeitung eines „Theaterrahmens“ (ebd.: 143ff.) anhand spezifischer „Transkriptionsmethoden“ (ebd.: 158ff.).

71 Diese doppelte Anlage des Rahmenbegriffs besagt, dass Rahmen/Rahmungen als Sinnkonstruktionen in physikalischen Umwelten verankert sind, parallel also auch immer ein außerhalb des Rahmens (s. Goffman 1977: 224ff.) existiert, in welches gerahmte Prozesse eingebettet sind. Diese Einbettung bezeichnet Goffman als Verankerung (ebd.: 274ff.). In erweiterter Perspektive sind damit die in der Theatralitätsdebatte hervorgehobenen Komponenten der Korporalität und Performativität von Darstellungen/Aufführungen und damit letztlich die Ebene der „Materialität der Kommunikation“ (Gumbrecht/Pfeiffer 1988) angesprochen.

prozesse und deren Relationen berücksichtigen.⁷² Konkret bedeutet dies, dass grundsätzlich folgende Aspekte analytisch in Rechnung zu stellen sind:

- a) Das *Zusammenspiel* von medialen Rahmungsprozessen, Rahmungsprozessen auf Bildgegenstandsebene und mehr oder weniger expliziten Rahmenhinweisen auf beiden Ebenen mit Blick auf den Wirklichkeitsstatus des Gesamtprodukts;
- b) dadurch hervorgerufene *Inszenierungsbrüche*⁷³;
- c) und beides – Zusammenspiel der Ebenen und etwaige Brüche – wird in Hinblick auf Umschreibungs- und Verankerungsprozesse relevant.

Dabei ist das Goffman'sche Konzept von „Umschreibung und Verankerung“ unabdingbar, da es als Heuristik erst den Blick für die „Rückseiten“ der gewohnten Rahmung (= Fernsehsendung) öffnet. Dass Filme und Fernsehsendungen reale Modelle in eine mediale Darstellung transformieren müssen (= Umschreibung) liegt auf der Hand. Wie dies geschieht und was dadurch bewirkt wird, ist dem Resultat allerdings nicht ablesbar. D. h.: Das Produkt invisibilisiert bzw. verschleiert die Verankerungsdimension seiner Umschreibung, deren Kenntnis aber im Falle faktualer Fernsehformate unabdingbar für die Einschätzung tatsächlicher Vorgänge und Konsequenzen ist. Verliert man die Verankerungsdimension aus dem Blick, erscheint alles als Inszenierung oder Konstruktion (vgl. hierzu Weber 2002). Dies sei wiederum am Beispiel der Sendung „Die Super Nanny“ verdeutlicht: Die in der Sendung präsentierte „Märchen-Erzählung“ mit Happy-End (Prokop 2008a) erfordert auf der Herstellungsebene etwa, dass ältere Kinder überredet werden müssen, das herzustellende Produkt mitzutragen, da sie die Diskrepanzen zwischen therapeutischem und unterhaltendem Anspruch zu reflektieren beginnen und sich Spielanweisungen, die zu eindeutig einer Unterhaltungsentention entspringen, widersetzen. Solche (Interaktions-)Prozesse „verankern“ die Inszenierung in der Realität, werden jedoch am Bildschirmkommunikat nicht greifbar. Den einzigen Zugang zu solchen Interaktionen stellen Produktionsanalysen dar, deren Notwendigkeit sich damit aus der theoretischen Konzipierung einer Verankerungsdimension ergibt. Zudem steht Goffmans Modell literaturwissenschaftlichen Konzepten (etwa jenem der Paratexte)⁷⁴ grundsätzlich nicht entgegen. Vielmehr existieren Konvergenzen: Beide Ansätze fragen nach eingesetzten Mitteln und Ressourcen und danach, wie sie gebraucht werden, um etwas darzustellen oder zu behaupten. Im Gegensatz zum literaturwissenschaftlichen Konzept der Paratexte greift das soziologische Konzept Goffmans allerdings weiter: Es thematisiert nicht bloß „textuelle“ Mittel und dadurch angezeigte Kontexte und Paratexte (vergleichbar mit Goffmans Rahmen), sondern fragt zudem nach dem Verbrauch und der Kontinuität von eingesetzten Ressourcen in einem substanziellen, außertextuellen Sinn. Diese Perspektive verlässt den Spiel- bzw. „Text“-rahmen und fragt nach der Rahmenumwelt, also danach, wie Spiele oder „Texte“ in der „wirklichen“ Welt verankert sind. Gerade im Falle faktualer Fernsehformate, die reale Menschen benötigen, erscheint

72 Vgl. hierzu grundsätzlich Pietraß 2003 sowie am Beispiel von Reality-Formaten Müller 1999, Reichertz 2000 sowie Willems 2000a.

73 Zu unterscheiden sind *intrapersonelle* (etwa unkontrollierter Ausdruck, vgl. hierzu Müller 1999 sowie Willems 2009) und *intersituationelle* „Inszenierungsbrüche“ (mediale und personale Inszenierungshandlungen konfliktieren, vgl. Herzog 2001, Mikos et al. 2000: 80ff. sowie Schwäbe 2004).

74 Vgl. hierzu grundlegend Genette 2008. Eine Anwendung auf Medienprodukte findet sich bei Nickel-Bacon et al. 2000. Eine explizite Verbindung der Goffman'schen Rahmenanalyse und literaturwissenschaftlicher Konzepte auf faktuale Fernsehformate findet sich bei Pietraß 2003.

eine Erweiterung der Perspektive von der Frage, was solche Sendungen repräsentieren, zu der Frage, was sie tatsächlich bewirken, zwingend geboten.

2. Method(olog)ische Implikationen der Untersuchung von RPLF: Skizze eines Forschungsrahmens

Die oben entwickelte Vorstellung von RPLF als Formaten, die in „kreativer“ Weise an der konstitutiven Differenz (massen-)medialer bzw. visueller Darstellung ansetzen, indem sie deren doppelt gelagerte Realität dergestalt ausnutzen, dass sie Realitätsverankerungen zur Erzeugung von Realitätseffekten ausnutzen, macht es notwendig, einen spezifischen Untersuchungsrahmen zu formulieren. Denn erst unter Berücksichtigung der oben entwickelten, grundlegenden Faktoren (doppelte Inszenierung sowie Umschreibung/Verankerung) lassen sich Spielräume der Evokation unterschiedlicher Referenzmodalitäten (Wirklichkeitsstatus) unterstellen und ausloten. Eine Analyse von RPLF hätte daher grundsätzlich folgende Ebenen zu berücksichtigen:

1. *Sendungsebene: Inszenatorische Resultate* (Bildschirmkommunikat als televisuelle Performance⁷⁵) sowie *inszenatorische Handlungen* (bzw. deren Grenzen) auf der *Ebene dargestellter Ereignisse* (= Vorderbühne, die das dargestellte Verhalten der Kandidaten sowie der Fernsehprofessionellen (Personae) umfasst);
2. *Ereignis- oder Ebene der Herstellung: Inszenatorische Handlungen* auf der *Ebene hervorbringender Produktionshandlungen*, die nicht Teil sichtbar gemachter Frontregionen (= Bildschirmkommunikat) sind (= Hinterbühne);
3. *systematische Interdependenzen*⁷⁶ zwischen den ersten beiden Ebenen.

„Reality“ bedeutet dann zunächst in soziokommunikativer Hinsicht die *Beanspruchung eines spezifischen Realitätsbezugs* sowie in produktionsmaterialer Hinsicht die *Beanspruchung bestimmter Darstellungsressourcen* (insbesondere die Körper, Images und Biographien „echter Menschen“), was in darstellerisch-ästhetischer Hinsicht mit Fiktionalisierungsstrategien durchsetzt ist. Im Kern stützt sich Reality-TV zur Aufrechterhaltung des Eindrucks eines Realitätsbezugs daher auf das Zeigen von *Ereignissen*⁷⁷,

75 Vgl. hierzu Fiebach 2002.

76 Systematische Wechselwirkungen bestehen etwa im Verhältnis von (Kandidaten-)Körpern als (ausdrucks-)materielem Rohstoff, szenischer (alltäglicher) Darstellungskompetenzen und senderseitig formatierten transfigurativen Rollen (s. hierzu Müller 1999). Die Kollision dieser Bereiche kann etwa in „gelungenen“ Umsetzungen transfigurativer Rollen oder aber in „Reibungen“ zwischen szenischen Darstellungen/Darstellungsvermögen und senderseitigen Ansprüchen, also in spezifischen „Brüchen“ resultieren (solche Brüche haben etwa Müller 1999 für die Sendung „Herzblatt“ sowie Mikos et al. 2000 für die Sendung „Big Brother“ beschrieben). Ein solches Kräftefeld auszuloten, hieße, in systematischer Weise Interdependenzen zwischen Darstellungsansprüchen und faktischer (hier: bildschirmmaterialer) Performance zu bestimmen. Dies setzt voraus, dass man eine Datenbasis zur Verfügung hat, die neben Sendungsdaten auch Daten über die Produktion vor Ort umfasst.

77 Welchen Status solche Ereignisse in Hinblick auf ihre Verursachung und damit in Hinblick auf ihren Wirklichkeitsstatus beanspruchen können, muss an dieser Stelle offen bleiben (vgl. hierzu grundsätzlich Boorstin 1987, Dayan/Katz 1996, Hepp 2003 sowie Kepplinger 2001). Verwiesen sei an dieser Stelle lediglich auf die zentrale Bedeutsamkeit, die der Möglichkeit des Fernsehens zukommt, auf Ereignisse via (Live-)Übertragung Bezug zu nehmen (vgl. hierzu Eco 1998, Elsner et al. 1994, Kirchmann 2000, Rasmussen 2000) sowie auf die darin bereits angelegte Möglichkeit, Liveness als „Quasi-Liveness“ (Oevermann/Tytker 1991) oder

in und durch welche sich verhaltende *echte Personen reale Konsequenzen*⁷⁸ produzieren. Ausgangsproblem der Beschäftigung mit RPLF ist damit die Frage, *wie diese Grundkonstellation als Bildschirmkommunikat erzeugt wird* und wie dadurch Realitäten moduliert (d. h. „umgeschrieben“ und verankert) werden, ohne simplerweise einfach dem Bereich der *fiction* zugeschlagen werden zu können.

Im Folgenden soll ein Lösungsvorschlag für dieses Ausgangsproblem vorgestellt werden. Kern dieses *gegenstandsangemessenen Forschungsrahmens* für die Untersuchung von RPLF ist eine *dreigliedrige Gesamtanlage*, welche für die *Verschränkung theoretischer Konzepte zur Modellierung von Realitätsdarstellungen im Fernsehen mit empirischen Zugängen auf Produkt- sowie Produktionsebene* plädiert, wobei insbesondere dem oben skizzierten Umstand einer zweifachen (doppelten Inszenierung) sowie gegenläufigen (Umschreibung/Verankerung) Konstitution solcher Bildschirmkommunikate Rechnung getragen wird.

2.1 „Faction“⁷⁹ (Theorie und Konzepte)

Als theoretisch-konzeptionelles Fundament eines solchen Forschungsrahmens bieten sich pragmatische Konzeptualisierungen medialer Wirklichkeitsdarstellungen an, welche die Bestimmung von Graden der Bezugnahme auf Wirklichkeit zulassen⁸⁰, sowie vor allem Ansätze, die konkrete Modelle der Realitäts-Fiktions-Zuschreibung in Hinblick auf mediale Darstellungen formulieren⁸¹ bzw. Indikatorenmodelle vorschlagen.⁸² Ausgehend hiervon und in Auseinandersetzung mit konkretem Material ist ein Arbeitsmodell der Realitäts-Fiktions-Zuschreibung für faktuale Fernseh-Formate zu entwickeln, welches zunächst vor allem *Basisfaktoren* sowie deren mögliches *Zusammenspiel* (etwa die Relation von Paratextuellem, Inhaltlichem und Formalem) festhält, ohne dies materialiter zu konkretisieren. Ein solches *formales Gerüst* stellt die Grundlage für zwei weitere konzeptionelle Schritte dar, nämlich

- nach *Generierungsprinzipien der Hybridisierung* in Form des Zusammenspiels von faktualisierenden und fiktionalisierenden Anteilen zu fragen sowie
- die *Grenzen der fiktionalen Durchdringung von Non-Fiction* herauszuarbeiten.

Denn: Auffälligstes Merkmal und wiederkehrender Zug der Debatten um Reality-TV sei – so Holmes/Jermyn (2004) – „...the way in which it (the TV – Anm. d. Verf.) manipulates and constructs the ‚real‘“ (11). Statt also zu fragen, ob und wie „real“ Reality-

„Nowness“ (Fiske 1987) zu inszenieren, sowie die Möglichkeit, Ereignisse mehr oder weniger umfanglich medial zu durchwirken. Zudem ist televisuelle Eigenwirklichkeit als Ereignis selbst dokumentier- und berichtbar, wovon insbesondere Reality-TV-Formate wie Castingshows Gebrauch machen (vgl. hierzu auch Bleicher 2009).

78 S. o. sowie grundsätzlich Keppler 1994, 1995, Müller 1999 sowie zsf. Schmidt 2011: 497ff. Grundsätzlich geht es hier nicht um Echtheit im Sinne von authentischem Verhalten, sondern darum, dass Akteure als Personen mit einer Persönlichkeit und nicht als fiktive Figuren dargestellt und wahrgenommen werden (s. a. Hallenberger 2010).

79 „Faction“ ist ein Amalgam aus „fiction“ und „fact“ und bezeichnet grundsätzlich Phänomene der Mischung beider Wirklichkeitsbereiche (vgl. Kerr 1997 sowie Holmes/Jermyn 2004: 10).

80 Vgl. etwa Weber 2002.

81 Vgl. Nickel-Bacon et al. 2000, Pietraß 2002.

82 Vgl. etwa Wolf 2006: 128ff. oder Keppler 2006: 158ff. Indikatorenmodelle widersprechen dabei einem produktionsanalytischen Zugang nicht, sondern stellen das notwendige Komplementär dar, um die Sendungsebene (und deren unterstellte und/oder faktische) Rezeption mit Herstellungsprozeduren (und damit einhergehenden Intentionen auf Produzentenseite) zu vergleichen.

TV ist, liegt der Fokus auf den Arten und Weisen der „Produktion“ von Realität sowie den Techniken und Funktionsweisen, Realität zu behaupten bzw. Realitätsnähe zu suggerieren. Die Modellierung von Prozessen der Realitäts-Fiktions-Zuschreibung ist Voraussetzung, um das Zusammenspiel beanspruchter Realität auf pragmatischer (*truth claims*) sowie dargestellter Realität auf inhaltlicher wie formaler Ebene (textuelle Merkmale) und dadurch zwangsläufig (kollateral) erzeugter „Verankerungseffekte“ angemessen systematisieren zu können.

2.2 Inszenierungsbausteine (*Empirie I: Produktebene*)

Die Produktebene gilt als Brennpunkt televisueller Analysen⁸³, da das Produkt als „gesendet-empfangene Kommunikation“ (Hausendorf 2001: 190) in Form eines bildschirmgebundenen Klangbildverlaufs⁸⁴ die veröffentlichte und damit jedermann zugängliche Struktur schafft, die eine eigenständige televisuelle Wirklichkeitsebene konstituiert (ugs.: „was im Fernsehen gelaufen ist“). Auf dieser Ebene sind *sichtbar gemachte Inszenierungsweisen* zu rekonstruieren, anhand derer Funktionen einzelner Darstellungsformen und -strategien (was soll mit welchen Mitteln dargestellt werden?), mehr oder weniger explizite Hinweise auf den (beanspruchten) Realitätsstatus, idealtypisch zu unterstellende Bedeutungszuschreibungen und Realitäts-Fiktions-Zuweisungen, mögliche Verankerungsdimensionen der Darstellung sowie Hervorbringungsmechanismen (vorläufig) bestimmt werden können. Während auf *Text- bzw. Kommunikationsebene Form, Inhalt* sowie die *Struktur des Gesamtprodukts* zu berücksichtigen sind, spielen auf *Kommunikationsebene* paratextuelle Hinweise⁸⁵, Kommunikationsumfeld und -kontext (z. B. Werbung), Distribution (etwa Sendezeit/-platz, Sender) sowie beanspruchter bzw. vermittelter Wirklichkeitsstatus (unter Einbezug der Kommunikationsebene) eine Rolle. Besonders zu beachten sind *Inszenierungsresistenzen*, *Zählbarkeit von Materialitäten* und „*Basiskontinuitäten*“.⁸⁶ Dies betrifft etwa den darstellenden Körper und dessen Prozesse und Bedürfnisse, die Schaffung prekärer Situationsrahmen (etwa durch kontraintuitive Begegnungen), Darstellungs- und Inszenierungsgrenzen (etwa Sexualität, Ekel, Angst) sowie Authentieeffekte durch Inszenierungs-„Brüche“ (s. o.). *Sinn einer solchen Analyse* ist zunächst die Herausarbeitung von Formen und Funktionen typischer Darstellungsstrategien und Inszenierungsbausteine⁸⁷ in Hinblick auf ihr Potenzial, eigenstrukturierte Wirklichkeitsbereiche herzustellen, von Grenzen und Reichweiten der Verwendung von „Materialien“ (Körpern) und der Erzeugung von nachhaltigen Effekten (etwa: operative Eingriffe oder Karriereoptionen). Insgesamt soll damit eine Bestimmung von *Grenzen der Interpretierbarkeit in der Produktanalyse* erreicht werden, was als *Sample-Strategie für die Produktionsanalyse* dient.

2.3 Inszenierungshandlungen der *back region* (*Empirie II: Produktionsebene*)

Bildschirmkommunikate verweisen als menschliche Artefakte auf ihren Herstellungsprozess, der im Falle des Fernsehens insbesondere deswegen von besonderem Interesse ist, weil es sich um *zeitende Artefakte* handelt, welche zudem qua Darstellungsmodus gezwungen sind, wirklichkeitsanaloge Materialien (etwa menschliche Körper) in und

83 Vgl. Keppler 2006, Willems 2000.

84 Vgl. Keppler 2005a.

85 Vgl. hierzu grundlegend Genette 2008 sowie in Hinblick auf das Fernsehen Bleicher 2004.

86 Vgl. Goffman 1977: 316ff.

87 Vgl. für viele etwa Bleicher 2000.

durch „Umschreibe“-Prozesse in eine (unterhaltsame) Darstellung zu verwandeln. Während das *Produkt* das in seiner Materialität von real-weltlichen Prozessen abweichende Resultat dieses „Umschreibe“-Prozesses darstellt, gewährt die Betrachtung des *Produktionsprozesses Einblicke in die Verschränktheit von Umschreibe- und Verankerungsprozessen auf medial unvermittelter Ebene*. Hier lässt sich nach Prozessen der *Umschreibung* (wie und mit welchen Mitteln werden „Materialien“ in ein Bildschirmkommunikat „umgeschrieben“?) fragen sowie nach solchen der *Realitätsverankerung* (was widersetzt sich solchen „Umschreibe“-Prozeduren? Was entfaltet nachhaltige Effekte? Welche Dimensionen der Inszenierungsresistenz werden in welchem Grad produktionsseitig instrumentalisiert?). *Produktionsanalyse* meint hier in einem *engeren Sinn* zunächst die Erhebung von Daten, die Aufschluss über die Art und Weise der Herstellung des Produkts (Fernsehsendung) zu geben vermögen. Der Skizze einer Medienethnographie mit Fokus auf der Produktion folgend (Bachmann/Wittel 2006: 192ff.) ließe sich im vorliegenden Fall von einer *produktionsanalytischen Fernsehethnographie* sprechen, welche qualitative (Expert[inn]en-)Interviews und die Analyse produktionspezifischer Dokumente mit teilnehmender Beobachtung von Arbeitsabläufen und der Registrierung und Analyse entsprechender Interaktionsprozesse verbindet⁸⁸. Insbesondere Letzteres mündet in Untersuchungen, die im Stile von „work place-studies“⁸⁹ das handlungsförmige Zustandekommen spezifischer sozialer Wirklichkeitsbereiche rekonstruieren. In einem *weiteren Sinn* meint Produktionsanalyse darüber hinaus ein Ausloten des Handlungsfeldes, d. h. die Rekonstruktion von allgemeineren Kontexten und Strukturen, in die das konkrete Handeln eingebunden ist.⁹⁰ Dies stellt keinen Selbstzweck dar, sondern dient als Korrektiv für die Analyse der ersten, zentral zu fokussierenden Ebene der Handlungs- und Interaktionsprozesse.⁹¹ Als Ansatzpunkte und Beobachtungsfoki für die Durchführung von Produktionsanalysen auf der ersten Ebene können dabei zunächst die anhand des Bildschirmkommunikats rekonstruierten *Spezifika in Hinblick auf Basiskontinuitäten* dienen. Sie liefern einen gegenstandsbezogenen Einstieg, indem etwa besonders danach geschaut wird, wie konfliktäre, tränenreiche oder körperverändernde Inszenierungen hergestellt und umgesetzt werden. Zudem spielt die vom Bildschirmkommunikat abweichende Zeitlichkeit in der Produktion eine Rolle. Zusammengekommen erscheinen demnach *folgende Analysedimensionen zentral*:

88 Vgl. hierzu die Vorschläge in Kübler (2005: 185ff.), dessen methodische Zugänge – Expert[inn]en-Befragungen und teilnehmende Beobachtungen – um registrierende Verfahren (etwa Ton- und Videoaufzeichnungen) zu ergänzen wären.

89 Vgl. hierzu grundlegend Drew/Heritage 1992 sowie zsf. Bergmann 1995. Für den Medienbereich vgl. zsf. Ayaß 2004 und 2005.

90 Vgl. hierzu Kübler 2005: 183ff. sowie Altmeppen/Quandt 2004 für den Bereich des Journalismus. Dies schließt politisch-ökonomisch ausgerichtete Studien (vgl. etwa Banks 1996, zsf. Schmidt 1999) ebenso ein wie Studien zu einzelnen Branchen (vgl. Karstens/Schütte 1999; Göttlich 2001, 2004) oder einzelnen Firmen (vgl. etwa Denisoff 1988), wobei es letztlich darum geht, „Handlungsmuster in Medienstrukturen“ zu bestimmen. Zu einer ersten Orientierung s. Mayer/Banks/Caldwell 2009.

91 Beispielfhaft seien hier die Studien von Grindstaff (2002) zu Daily Talks sowie von Müller (1999) zur Dating-Show „Herzblatt“ angeführt.

A. Produktionshandlungen und -abläufe (Produktionsanalyse im engeren Sinn)

1. Davor:

- *Konzeption*: Idee; ‚Reality‘-Konzept⁹²; thematische Ausrichtung; fokussierte Problemkonstellationen; geplante „Geschichte“ (*story*); Konkretheit der Planungen (plot; Szenen/Abfolgen); Formatrichtlinien⁹³;
- *Entstehungsbedingungen*: Angestrebte Platzierung im Programm; Sendungslandschaft intern/extern (Konkurrenzformate); Zielgruppenausrichtung; finanzielle Rahmen/Werbepartner; Erfolg bisheriger Formate (Marktstudien);
- *Skript*: Konkretheit der Vorgaben (etwa Dialoge, *story/plot*); Abhängigkeit vom Gesamtkonzept/Thema;
- *Casting*: Art des Kandidatenbedarfs; Art der Kontaktherstellung/Agenturen; Selektionskriterien und Durchführung.

2. Während:

- *Art des Ereignisbezugs*: Vorgefundenes oder evoziertes Ereignis (Krisenerzeugung);
- *Verhältnis von Vorgaben* (Geschichte, Skript etc.) *und eigendynamischen Entwicklungen*;
- *Aufzeichnungsverhältnisse*: Kontinuität der Kamera- und Mikrofonpräsenz; Art und Umfang des Einsatzes von Aufzeichnungsinstrumenten;
- *Ablauf eines Drehs vor Ort*: Drehplan; Regieanweisungen; Mehrfachdreh;
- *Zurichtung von Alltagsmenschen als Darstellungsressource* (Briefing, Proben, Maske etc.) bzw. Art der *Zusammenarbeit des Darstellenden-Ensembles*⁹⁴.

3. Danach:

- *Aufbereitung des aufgezeichneten Roh-Materials*: Montage; Nachdreh; Verhältnis von Rohmaterial zu gesendetem Material (quantitativ und chronologisch);
- *Zusätze* wie Musik, Kommentare, Inserts etc.

B. Produktions-„Feld“⁹⁵ (Produktionsanalyse im weiteren Sinn)

- Ermittlung strukturell bedingter *Handlungslogiken* (vgl. hierzu Kübler 2005);
- „Guides“ (Reality-TV-Ratgeber) als spezifische Dokumente des Produktionsfelds⁹⁶;
- Produktions-„Landschaft“: Sender, Produktionsfirmen und Agenturen sowie deren Organisationsformen; Casting-Portale im Internet;
- Produktion: Ablauf/Instanzen und Zuständigkeiten (etwa Abnahme von Produktionen durch die Sendeanstalten); Finanz- und Kostenplan; Werbung; Relation von Production/Post-Production;
- „Formatierung‘ der Kandidaten“ (Müller 1999: 54) bzw. Verwendung von „Alltagsmenschen als inszenatorische Ressource“ (so der Titel eines Beitrags von Iványi 2001): Auswahlprozesse; Umgang mit Kandidaten/Betreuung; Informationspolitik/

92 Vgl. Essany 2008.

93 Zum Formathandel vgl. Lantzsich 2008.

94 Vgl. hierzu Iványi 2001.

95 Zur Vorstellung von Handlungsfeldern als transsituative Ordnungen, die situierte Aktivitäten regulieren, siehe Goffman 1983. Zur Fruchtbarkeit des Feld-Konzepts für die Medienforschung vgl. Willems 2009. Zu einer exemplarischen Studie des Produktionsumfeldes eines Formats siehe Müller 1999 (am Beispiel der Sendung „Herzblatt“) sowie eines Senders (am Beispiel von MTV) siehe Banks 1996.

96 Vgl. Thirkell 2010 sowie Essany 2008.

Einweihungsgrade; Bestimmung des Verhältnisses von (Alltags-)Person, (medialer) Rolle und dargestellter Figur; Verträge und Rechte; Nachbetreuungen;

- Ausloten des *Übergangs* zwischen einem Status als Kandidat, Prominenter/„Celebrity“ und (Reality-)TV-Persona⁹⁷.

Die Analyse faktualer Fernsehformate in Hinblick auf diese Dimensionen erfolgt dabei – entsprechend der oben eingeführten theoretischen Anlage – hinsichtlich folgender Analysefoki und -ziele: Anhand *eines Vergleichs von Produkt- und Produktionsanalyse* sind *erstens Prozesse der „Umschreibung“* zu rekonstruieren. Dies betrifft insbesondere folgende Aspekte:

- a) *Strategien der Narrativisierung*: Wie entsteht im Verlauf des Drehs eine *story*? Mit welchen Mitteln wird auf geplante Geschichten und Handlungen (plot) hingearbeitet?
- b) *Reihenfolgen und Abhängigkeiten*: Richten sich mediale Vorgaben nach Vorgefundenerem? Wie umfangreich und detailliert sind Konzepte/Skripte und mit welchen Mitteln wird auf deren Umsetzung hingearbeitet?
- c) *Zeitverhältnisse*: In welchem Verhältnis stehen Erzählzeit und erzählte Zeit; welche zeitliche Reihung weisen Ereignisse (Ereignis-Chronologie) im Gegensatz zu ihrer Darstellung auf (Erzähl-Chronologie)?

Zweitens sind *gegenläufige Prozesse der Verankerung* zu identifizieren und analysieren. Dies betrifft folgende (vorläufig benennbaren) Aspekte:

- a. Körperlichkeiten⁹⁸
 - Dimensionen: Körperflüssigkeiten, körpernahe Bereiche (Sexualität, Ekel, Angst) und Handlungen/Eingriffe (Operationen, Verletzungen) sowie körpervermitteltes Soziales (Habitus)⁹⁹;
 - (bewusste) Erzeugung von (emotionalen) Abhängigkeiten und deren Ausbeutung;¹⁰⁰
 - Evozierung entsprechender (konfliktärer, prekärer etc.) Situationen.
- b. Arten von *Ereignissen* bzw. deren Evozierung;
- c. *Handlungskonsequenzen* (Nachhaltigkeiten, insbesondere: Karrierewege, „Kollateralschäden“).

Die Verschränkung beider Analysefoki dient schließlich *drittens* dazu, *exemplarische Rekonstruktionen der Herstellung solcher Sendungen* sowie der *Evokation (inszenierter) Folgen* anzuleiten, wobei insbesondere der Vergleich von Herstellungsprozeduren mit Ausstrahlungsprodukten und deren Repräsentationsstrukturen zur Lösung des Problems beiträgt, mit welcher Art von Wirklichkeit man es zu tun hat.

Was dies konkret heißen kann, sei anhand zweier Aspekte aus unserer eigenen Forschung beispielhaft verdeutlicht: Nach Angaben eines in die Produktion des Schweizer Doku-Soap-Formats „Leichter Leben“ involvierten Mitarbeiters fertigte die Produktionsfirma aus ca. acht Stunden gedrehten Rohmaterials eine ca. dreiminütige Szene. Ähn-

97 Vgl. Andrejevic 2004, Biressi/Nunn 2008b, Curnutt 2009 sowie Jost 2011.

98 Hintergrund ist der Umstand, dass körpernahe Prozeduren/Prozesse mehr und mehr die Differenzierung von Darstellung und Vollzug verunmöglichen. Am augenfälligsten ist dies im Falle der Pornographie (Schäfer 2008). Eine Übertragung auf das unterhaltende „Realitätsfernsehen“ leistet Grindstaff (2002). Zum Aspekt der Korporalität vgl. auch Willems 1998 sowie Willems/Kautt 1999.

99 Vgl. Willems 1997.

100 Vgl. hierzu Biressi/Nunn 2005: 30f.

liches schildert die Produzentin der deutschen Doku-Soap „Frauentausch“ im Interview. Auf Nachfrage bestätigen beide, dass die Chronologie der Ereignisse angesichts der zu erzählenden Geschichte eine nur noch untergeordnete Rolle spiele. Um die Arbeit für die Cutter zu erleichtern – so die Produzentin von „Frauentausch“ – werde eine Art „Drehbuch im Nachhinein“ erstellt. Das heißt: Alles, was gedreht wird, wird akribisch mitgeschrieben und in Ordnern dokumentiert, was wiederum den Cuttern als Grundlage für die Auswahl der Szenen dient. Beides – sowohl das Verhältnis von gedrehtem Rohmaterial und gesendeter Endfassung von etwa 480:3 als auch die Arbeit mit Transkripten des faktischen Drehs – vermag einen Eindruck von der oben angesprochenen Erkenntnislücke (oder – Frith 2000 folgend – der „Black Box“) zu vermitteln, die sich jenseits des Bildschirmkommunikats auftut.

3. Ausblick oder die Bedeutsamkeit der Entschlüsselung solcher Wirklichkeitsdarstellungen

Reality-Formate können nicht nur erhebliche Marktanteile¹⁰¹, sondern auch hohen Zuschauerzuspruch¹⁰² verzeichnen und stellen daher einen stetig wachsenden Bereich im Programmangebot des Fernsehens dar.¹⁰³ Sie ziehen aufgrund ihrer „Übergriffigkeit“ allerdings nicht bloß Rezipienten in ihren Bann, sondern binden darüber hinaus Zuschauer massenhaft in die Programmproduktion ein¹⁰⁴, wodurch sie eine beispiellose mediale Berichts- und Empörungskultur anzustoßen vermochten¹⁰⁵, die nicht nur bis heute anhält, sondern sich als Geschäftsmodell, als Lebensentwurf sowie als Berichterstattungsroutine und Distinktionsfolie veralltäglicht hat.

Der vorliegende Beitrag plädierte angesichts dieser veränderten Rahmenbedingungen televisueller Unterhaltungsproduktion¹⁰⁶ für eine angemessene theoretische Konzipierung solcher Wirklichkeitshybride: Neben der Frage, wie Welt ins Bild gesetzt wird, erscheint es aufgrund des Einsatzes echter Menschen zudem zwingend, die Frage aufzuwerfen, wie ein solches Ins-Bild-Setzen faktisch bewerkstelligt wird und welche (in-

101 Vorliegende Daten der Media Control (Zuschauer in Mio./Marktanteile) zeigen, dass RPLF beachtliche Quoten erringen: So erreichte etwa die Sendung „Bauer sucht Frau“ 2009 und 2010 8 Mio. Zuschauer und einen Marktanteil von 25 %, die Sendung „Deutschland sucht den Superstar“ 6 Mio. Zuschauer und 20 % Marktanteil. Ein herausragendes Ergebnis mit 8 Mio. Zuschauern und 30 % Marktanteil konnte die Sendung „Ich bin ein Star – holt mich hier raus!“ verzeichnen.

102 Vgl. Grimm 2006: 73ff.

103 Nach eigenen Erhebungen werden im frei zugänglichen, bundesdeutschen Kabelprogramm derzeit pro Woche ca. 100 Reality-/RPLF-Formate in ca. 250 Folgen (ca. 330 Folgen inkl. Wiederholungen) gesendet. Im Tagesprogramm jener TV-Sender, die Reality-/RPLF-Formate ausstrahlen, beträgt deren Anteil zwischen 5 % und 62 %, der Anteil aller Reality-/RPLF-Formate im gesamten Kabelprogramm entspricht pro Tag ca. 12 %. Für das Sendegebiet Deutschland und die Europäische Union betrug der Marktanteil einschlägiger Reality-/RPLF-Formate im Zeitraum Januar 2009 bis März 2011 durchschnittlich ungefähr 9,5 % (entsprechende Daten der Firma Media Control liegen vor).

104 Vgl. Pörksen/Krischke 2010.

105 Vgl. für viele Pauer 2010.

106 Weiß/Trebbe (2011: 3ff.) diagnostizieren in ihrer Fernsehprogrammanalyse (Stichprobenbericht Frühjahr 2011) eine „Tendenz des Fernsehens zur Realitätsunterhaltung“ (3). Die Virulenz damit einhergehender Fragen dokumentiert sich im Programmbericht 2011 (ALM 2012), in welchem die Frage der durch den Bereich des „factual entertainment“ geschaffenen Wirklichkeit eine dominierende Rolle spielt (vgl. u. a. Wick 2012).

visibilisierten) Konsequenzen dies zeitigt. Hierfür – so wurde argumentiert – bietet sich in konzeptioneller Hinsicht das Goffman'sche Rahmenmodell an, welches Inszenierungen und Verankerungen gegenläufig aufeinander bezieht. Ohne die Perspektive einer Verankerung greift die Frage nach den Auswirkungen solcher Formate zu kurz. Nimmt man das intervenierende Potenzial des Genres allerdings ernst, so sind Produktionsanalysen unabdingbar.

Hieran möchte ich abschließend die Forderung knüpfen, Real-People/Life-Formate bzw. Reality-TV/factual entertainment nicht ausschließlich als Fernsehsendungen zu behandeln (was zunächst natürlich naheliegt und für viele Belange auch hinreicht), sondern als *fernsehinszenatorisch durchwirkte Alltagsinterventionen*, deren angemessene Untersuchung voraussetzt, an das reale Interaktionsgeschehen, das diese Kommunikate hervorbringt, heranzukommen. Phänomene wie „Die Super Nanny“ und andere alltagsinterventionistische Formate gewinnen ihre Sprengkraft gerade aus dem Umstand, dass die eigentlichen Realitätseffekte, die sie schaffen, eine „Black Box“ bleiben. Dies ist insbesondere dann heikel, wenn Schutzbefohlene zu Objekten der Darstellung werden.¹⁰⁷ Im Falle von Fernseh-Formaten, die in solcher Art Realitätsfragmente herstellen und verwenden, soll daher für einen Weg von der *Medienproduktanalyse* „zurück“ zur *Interaktionsanalyse* plädiert werden.

Literaturverzeichnis

- Adelmann, Ralf (2000): Verfahren des Authentischen. Überwachungskameras im Kontext des Fernsehens. In: Nach dem Film, No 2: show reality | reality shows. <http://www.nachdemfilm.de/content/verfahren-des-authentischen> [31.05.2012].
- Altmeppen, Klaus-Dieter/Quandt, Thorsten (2004): Organisationale und kulturelle Widersprüche der Medienproduktion. Zur Differenzierung von Produktionsprozessen in Medien. In: Friedrichsen, M./Göttlich, U. (Hg.): Diversifikation in der Unterhaltungsproduktion. Köln: von Halem, S. 167-186.
- Andrejevic, Mark (2004): Reality TV: The Work of Being Watched. Lanham: Rowman Littlefield.
- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) (2012) (Hg.): Programmbericht 2011. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs. Berlin: Vistas.
- Auslander, Philip (2006): Musical Personae. In: The Drama Review, 50, 1, S. 100-119.
- Ayaß, Ruth (2004): Konversationsanalytische Medienforschung. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 52, 1, S. 5-29.
- Ayaß, Ruth (2005): Konversationsanalyse. In: Mikos, L./Wegener, C. (Hg.): Qualitative Medienforschung. Konstanz: UVK, S. 416-424.
- Bachmann, Götz/Wittel, Andreas (2006): Medienethnographie. In: Ayaß, R./Bergmann, J. (Hg.): Qualitative Methoden der Medienforschung. Reinbek: Rowohlt, S. 183-219.
- Banks, Jack (1996): Monopoly Television. MTV's Quest to Control the Music. Boulder: Westview Press.
- Barnouw, Erik (1993): Documentary: a History of the Non-Fiction Film. New York: Oxford Univ. Press.
- Bateson, Gregory (1985): Eine Theorie des Spiels und der Fantasie. In: ders.: Ökologie des Geistes. Anthropologische, psychologische, biologische und epistemologische Perspektiven. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 241-261.
- Bennett, James (2008): The Television Personality System: Television Star System Revisited after Film Theory. In: Screen, 49, 1, S. 32-50.
- Bergmann, Jörg (1995): „Studies of Work“ – Ethnomethodologie. In: Flick, U. u. a. (Hg.): Handbuch Qualitative Sozialforschung. München: Beltz (PvU), S. 269-272.

107 Vgl. Funkner 2010, Grimm 2006, Heinen 2009, Ouellette/Hay 2008: 86ff., Prokop 2008.

- Bignell, Jonathan (2005): *Big Brother: Reality TV in the Twenty-first Century*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Biressi, Anita/Nunn, Heather (2005): *Reality TV: Realism and Revelation*. London: Wallflower.
- Biressi, Anita/Nunn, Heather (Hg.) (2008a): *The Tabloid Culture Reader*. Maidenhead: Open Univ. Press.
- Biressi, Anita/Nunn, Heather (2008b): *The Especially Remarkable: Celebrity and Social Mobility in Reality TV*. In: dies. (Hg.): *The Tabloid Culture Reader*. Maidenhead: Open Univ. Press, S. 149-162.
- Bleicher, Joan Kristin (2000): *Zwischen Menschenzoo, Panoptikum und Dauertheater. Inszenierungsstrategien im „Big Brother“-Container und ihre gesellschaftlichen Funktionen*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 48, 4, S. 518-536.
- Bleicher, Joan Kristin (2004): *Programmverbindungen als Paratexte des Fernsehens*. In: Kreimeier, K./Stanitzek, G. (Hg.): *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen*. Berlin: Akademie Verlag, S. 245-260.
- Bleicher, Joan Kristin (2006): *Reality-TV*. In: Bentele, G./Brosius, H.-B./Jarren, O. (Hg.): *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: VS, S. 237-238.
- Bleicher, Joan Kristin (2009): *Das Private ist das Authentische. Referenzbezüge aktueller Reality-Formate*. In: Segeberg, H. (Hg.): *Referenzen: zur Theorie und Geschichte des Realen in den Medien*. Marburg: Schüren, S. 111-119.
- Bondebjerg, Ib (2002): *The Mediation of Everyday Life. Genre, Discourse, and Spetacle in Reality-TV*. In: Jerslev, A. (Hg.): *Realism and 'Reality' in Film and Media*. Copenhagen: Museum Tusulanum Press, S. 159-192.
- Boorstin, Daniel (1987): *Das Image. Der amerikanische Traum*. Reinbek: Rowohlt.
- Brenton, Sam/Cohen, Reuben (2003): *Shooting People. Adventures in Reality TV*. London, New York: Verso.
- Brunsdon, Charlotte/Johnson, Catherine/Moseley, Rachel/Wheatley, Helen (2001): *Factual Entertainment on British Television. The Midlands TV Research Group's '8-9 Project'*. In: *Cultural Studies*, 4, 1, S. 29-62.
- Cavell, Stanley (2002): *Die Tatsache des Fernsehens*. In: Adelman, R. (Hg.): *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft*. Konstanz: UVK, S. 125-164.
- Clissold, Bradley D. (2004): *Candid Camera and the Origins of Reality TV: Contextualising a Historical Precedent*. In: Holmes, S./Jermyn, D. (Hg.): *Understanding Reality Television*. London: Routledge, S. 33-53.
- Corner, John (2000): *What Can We Say about Documentary?* In: *Media, Culture and Society*, 22, 5, S. 681-688.
- Corner, John (2002): *Documentary in a Post-Documentary-Culture? A Note on Forms and Their Functions. European Science Convention "Changing Media – Changing Europe" Programme. Team One (Citizenship and Consumerism), Working Paper No. 1*.
- Corner, John (2002a): *'Performing the Real'*. In: *Television and New Media*, 3, 3, S. 255-270.
- Curnutt, Hugh (2009): *'A Fan Crashing the Party': Exploring Reality-Celebrity in MTV's Real World Franchise*. In: *Television & New Media*, 10, 3, S. 251-266.
- Dayan, Daniel/Katz, Elihu (1996): *Media Events: the Live Broadcasting of History*. Cambridge: Harvard University Press.
- Denisoff, Ronald Serge (1988): *Inside MTV*. New Brunswick: Transaction Books.
- Döveling, Katrin/Mikos, Lothar/Nieland, Jörg-Uwe (2007): *Im Namen des Fernsehvolkes: neue Formate für Orientierung und Bewertung*. Konstanz: UVK.
- Döveling, Katrin/Mikos, Lothar/Nieland, Jörg-Uwe (2007a): *Einleitung. Orientierungsangebote im Spannungsfeld von Normen und Leistungen*. In: dies. (Hg.): *Im Namen des Fernsehvolkes: neue Formate für Orientierung und Bewertung*. Konstanz: UVK, S. 7-18.
- Dovey, Jon (2000): *Freakshow: First Person Media and Factual Television*. London: Pluto Press.
- Drew, Paul/Heritage, John (Hg.) (1992): *Talk at Work. Interaction in Institutional Settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dunkley, Christopher (2003): *It's Not New and It's Not Clever*. In: Cummings, D. (Hg.): *Reality TV – How Real is Real?* London: Hodder and Stoughton, S. 35-46.

- Eco, Umberto (1998): Zufall und Handlung. Fernseherfahrung und Ästhetik. In: ders. (Hg.): Das offene Kunstwerk. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 186-211.
- Eitzen, Dirk (1998): Wann ist ein Dokumentarfilm? In: *montage AV*, 7, 2, S. 13-44.
- Elsner, Monika/Gumbrecht, Hans Ulrich/Müller, Thomas/Spangenberg, Peter M. (1994): Zur Kulturgeschichte der Medien. In: Merten, K./Schmidt, S. J./Weichenberg, S. (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 163-187.
- Essany, Michael (2008): *Reality Check: the Business and Art of Producing Reality TV*. Amsterdam: Elsevier.
- Faulstich, Werner (2004): *Medienwissenschaft*. München: Fink.
- Fiebach, Joachim (2002): Theatricality: From Oral Traditions to Televised 'Realities'. In: *SubStance*, 98/99, Vol. 31, 2&3, S. 17-41.
- Fischer-Lichte, Erika (2001): Inszenierung – ein ästhetischer und/oder anthropologischer Begriff? In: dies.: *Ästhetische Erfahrung – das Semiotische und das Performative*. Tübingen: Francke, S. 291-300.
- Fischer-Lichte, Erika (2004): *Ästhetik des Performativen*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Fiske, John (1987): *Television Culture: Popular Pleasure and Politics*. London: Routledge.
- Friedman, James (2002): *Reality Squared: Televisual Discourse on the Real*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Frith, Simon (2000): The Black Box: the Value of Television and the Future of Television Research. In: *Screen*, 41, 1, S. 33-50.
- Funkner, Elena (2010): Inszenierte Lebenshilfe in prekären sozialen Verhältnissen: Die Formate „Super Nanny“ und „Die Ausreißer – der Weg zurück“ im Vergleich. In: Stach, A. (Hg.): *Von Ausreißern, Topmodels und Superstars*. Norderstedt: Books on Demand, S. 219-253.
- Gangloff, Tilmann P. (2010): Ehrlich wahr. Sieht aus wie Doku, ist aber Fiktion: Privatsender setzen auf Scripted Reality. In: *tv diskurs*, 53, 3, S. 76-79.
- Ganz-Blätler, Ursula (2004): Scripted and Staged Media Realities. In: *Studies in Communication Sciences*, 4, 1, S.111-128.
- Gehrau, Volker (2001): Fernsehgenres und Fernsehgattungen. Ansätze zur Rezeption, Klassifikation und Bezeichnung von Fernsehprogrammen. München: Reinhard Fischer.
- Genette, Gérard (2008): *Paratexte: das Buch vom Beiwerk des Buches*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1969): *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. München: Piper.
- Goffman, Erving (1977): *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrung*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1981): *Geschlecht und Werbung*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1983): The Interaction Order. In: *American Sociological Review*, 48, 1, S. 1-17.
- Göttlich, Udo (2001): Fernsehproduktion, factual entertainment und Eventisierung. Aspekte der Verrückung von Fernsehproduktion und Alltagsdarstellung. In: *montage AV*, 10, 1, S. 71-90.
- Göttlich, Udo (2004): Produzierte Wirklichkeiten. Zur Entwicklung der Fernsehproduktion am Beispiel von Factual Entertainment. In: Friedrichsen, M./Göttlich, U. (Hg.): *Diversifikation in der Unterhaltungsproduktion*. Köln: von Halem, S. 124-141.
- Götz, Maya (2012): Wie Kinder und Jugendliche Familien im Brennpunkt verstehen. In: *Television*, 25, 1, S. 2-8.
- Grimm, Jürgen (2006): *Super Nannys: Ein TV-Format und sein Publikum*. Konstanz: UVK.
- Grindstaff, Laura (2002): *The Money Shot. Trash, Class, and the Making of TV Talk Shows*. Chicago; London: University of Chicago Press.
- Gumbrecht, Hans Ulrich/Pfeiffer, Karl Ludwig (1988): *Materialität der Kommunikation*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Hajok, Daniel/Selg, Olaf/Hackenberg, Achim (Hg.) (2012): *Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen*. Konstanz: UVK.
- Hallenberger, Gerd (2002): Fernsehformate und internationaler Formathandel. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): *Internationales Handbuch Medien*. Baden-Baden: Nomos, S. 130-138.
- Hallenberger, Gerd (2010): Figurenkonzepte im Fernsehen. In: Leschke, R./Heidbrink, H. (Hg.): *Formen der Figur: Figurenkonzepte in Künsten und Medien*. Konstanz: UVK, S. 275-294.
- Hattendorf, Manfred (1994): *Dokumentarfilm und Authentizität. Ästhetik und Pragmatik einer Gattung*. Konstanz: UVK.

- Hausendorf, Heiko (2001): Warum wir im Fernsehen so häufig begrüßt und angeredet werden. Eine exemplarische Studie am Beispiel der Sendung mit der Maus. In: Sutter, T./Charlton, M. (Hg.): Massenkommunikation, Interaktion und soziales Handeln. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 185-213.
- Heinen, Christina (2009): Zuhause im Glück. Zwischen Voyeurismus und Anteilnahme, Fremdschämen und Empathie – sind die neuen Coaching-Reportagen rund um das Thema Familie ein Fall für den Jugendmedienschutz? In: tv diskurs 48, 2, S. 30-33.
- Heller, Dana A. (2007): *Makeover Television: Realities Remodelled*. London: Tauris.
- Helms, Dietrich/Phleps, Thomas (2005): Keiner wird gewinnen. Populäre Musik im Wettbewerb. Bielefeld: transcript.
- Hepp, Andreas (2003): Stefan Raab, Regina Zindler und der Maschendrahtzaun: Ein populäres Medienereignis als Beispiel der Eventisierung von Medienkommunikation. In: Hepp, A./Vogelgesang, W. (Hg.): Populäre Events: Medienevents, Spielevents, Späsevents. Opladen: Leske + Budrich, S. 39-112.
- Herzog, Katja (2001): Alles nur gespielt? Zum Verhältnis von Wirklichkeit und Fiktion bei Big Brother. In: Sonderhefte der Zeitschrift *medien praktisch* Nr.4: Big Brother. Die Eingeschlossenen von Hürth, S. 3-9.
- Hettlage, Robert (1991): Rahmenanalyse – oder die innere Organisation unseres Wissens um die Ordnung der sozialen Wirklichkeit. In: Hettlage, R./Lenz, K. (Hg.): Erving Goffman – ein soziologischer Klassiker der zweiten Generation. Bern; Stuttgart: Haupt, S. 95-154.
- Hickethier, Knut (1999): Genre oder Format? Veränderungen in den Fernsehprogrammformen der Unterhaltung und Fiktion. In: von Gottberg, J./Mikos, L./Wiedemann, D. (Hg.): *Mattscheibe oder Bildschirm*. Berlin: Vistas, S. 204-215.
- Hickethier, Knut (2005): „Bild“ erklärt den Daniel oder „Wo ist Küblböcks Brille?“. Medienkritik zur Fernsehshow „Deutschland sucht den Superstar“ (2003). In: Weiß, R. (Hg.): *Zur Kritik der Medienkritik: wie Zeitungen das Fernsehen beobachten*. Berlin: Vistas, S. 337-393.
- Hiebel, Hans H./Hiebler, Heinz/Kogler, Karl/Walitsch, Herwig (1998): *Die Medien. Logik – Leistung – Geschichte*. München: Fink.
- Hill, Annette (2005): *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*. London: Routledge.
- Hill, Annette (2007): *Restyling Factual TV: Audiences and News, Documentary and Reality Genres*. London: Routledge.
- Hippel, Klemens (1992): *Parasoziale Interaktion*. In: *montage AV*, 1, 1, S. 135-150.
- Hippel, Klemens (1998): *Prolegomena zu einer pragmatischen Fernsehtheorie*. Freie Universität Berlin. Dissertation.
- Hißnauer, Christian (2011): *Fernsehdokumentarismus: theoretische Näherungen, pragmatische Abgrenzungen, begriffliche Klärungen*. Konstanz: UVK.
- Hitzler, Ronald (1991): Goffmans Perspektive. Notizen zum dramatologischen Ansatz. In: *Sozialwissenschaft*, 20, 4, S. 276-281.
- Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (2002): Das elektronische Panoptikum – simuliert. Zum „spielerischen“ Umgang mit Überwachung. In: Schweer, M. K. W./Schicha, C./Nieland, J.-U. (Hg.): *Das Private in der öffentlichen Kommunikation. „Big Brother“ und die Folgen*. Köln: Halem, S. 163-174.
- Hoffmann, Kay/Kilborn, Richard/Barg, Werner C. (Hg.) (2012): *Spiel mit der Wirklichkeit: zur Entwicklung doku-fiktionaler Formate in Film und Fernsehen. Close up*. Konstanz: UVK.
- Hohenberger, Eva (1988): *Die Wirklichkeit des Films: Dokumentarfilm, ethnographischer Film, Jean Rouch*. Hildesheim: Olms.
- Hohenberger, Eva (1998): *Bilder des Wirklichen: Texte zur Theorie des Dokumentarfilms*. Berlin: Vorwerk 8.
- Holly, Werner/Püschel, Ulrich (Hg.) (1993): *Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Holmes, Sue/Jermyn, Deborah (2004): Introduction. In: dies. (Hg.): *Understanding Reality Television*. London: Routledge, S. 1-32.
- Hörisch, Jochen (2006): *Eine Geschichte der Medien. Von der Oblate zum Internet*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

- Horton, Donald/Wohl, Richard R. (2002 [1956]): Massenkommunikation und parasoziale Interaktion. Beobachtungen zur Intimität über Distanz. In: Adelman, R. et al. (Hg.): Grundlagen-texte zur Fernsehwissenschaft. Konstanz: UVK, S. 74-104.
- Iványi, Nathalie (2001): Alltagsmenschen als inszenatorische Ressource. Eine Skizze produktions-theoretischer Erklärungsansätze. In: montage AV, 10, 1, S. 55-70.
- Jäckel, Michael (1995): Interaktion. Soziologische Anmerkungen zu einem Begriff. In: Rundfunk und Fernsehen, 43, 4, S. 463-476.
- Jacobs, Lewis (1979): The Documentary Tradition. New York: Norton.
- Just, Francois (2011): When Reality TV is a Job? In: Kraidy, M./Sender, K. (Hg.): The Politics of Reality Television. London: Routledge, S. 31-43.
- Karstens, Eric/Schütte, Jörg (1999): Firma Fernsehen: alles über Politik, Recht, Organisation, Markt, Werbung, Programm und Produktion. Reinbek: Rowohlt.
- Keppler, Angela (1994): Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Prinzip der Fernsehunterhaltung. Frankfurt/M.: Fischer.
- Keppler, Angela (1995): Figur und Person. Identifikationsangebote in Fernsehserien. In: montage AV, 4, 2, S. 86-99.
- Keppler, Angela (2005): Fiktion und Dokumentation: zur filmischen Inszenierung von Realität. In: Wulf, C./Zirfas, J. (Hg.): Ikonologie des Performativen. München: Fink, S. 189-200.
- Keppler, Angela (2005a): Die Einheit von Bild und Ton. Zu einigen Grundlagen der Filmanalyse. In: Mai, M./Winter, R. (Hg.): Das Kino der Gesellschaft – die Gesellschaft des Kinos. Düsseldorf: Halem, S. 60-78.
- Keppler, Angela (2006): Mediale Gegenwart. Eine Theorie des Fernsehens am Beispiel der Darstellung von Gewalt. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Keppler, Angela/Seel, Martin (2002): Über den Status filmischer Genres. In: montage AV, 11, 2, S. 58-68.
- Kepplinger, Hans Mathias (2001): Der Ereignisbegriff in der Publizistikwissenschaft. In: Publizistik, 46, 2, S. 117-139.
- Kerr, Paul (1997): F for Fake? Friction over Faction. In: Goodwin, A./Whannel, G. (Hg.): Understanding Television. London: Routledge, S. 74-87.
- Kilborn, Richard (2003): Staging the Real: Factual TV Programming in the Age of Big Brother. Manchester: Manchester University Press.
- Kirchmann, Kay (2000): Störung und „Monitoring“ – Zur Paradoxie des Ereignishaften im Live-Fernsehen. In: Hallenberger, G./Schanze, H. (Hg.): Live is life: mediale Inszenierungen des Authentischen. Baden-Baden: Nomos, S. 91-104.
- Klaus, Elisabeth/Lücke, Stephanie (2003): Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 51, 2, S. 195-212.
- Klaus, Elisabeth/Lünenborg, Margret (2002): Fakten, die unterhalten – Fiktionen, die Wirklichkeit schaffen. In: Baum, A./Schmidt, S. J. (Hg.): Fakten und Fiktionen: über den Umgang mit Medienwirklichkeiten. Konstanz: UVK, S. 152-164.
- Krotz, Friedrich (2007): Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS.
- Kübler, Hans-Dieter (2005): Medienproduktionsforschung. In: Mikos, L./Wegener, C. (Hg.): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz: UVK, S. 181-192.
- Kurotschka, Mara (2007): Verschwimmende Grenzen von Realität und Fiktion – eine Analyse von „Deutschland sucht den Superstar“. In: Döveling, K./Mikos, L./Niemand, J.-U. (Hg.): Im Namen des Fernsehvolkes. Konstanz: UVK, S. 117-153.
- Labitzke, Nicole (2009): Ordnungsfiktionen: das Tagesprogramm von RTL, Sat.1 und ProSieben. Konstanz: UVK.
- Lantzsch, Katja (2008): Der internationale Fernsehformathandel: Akteure, Strategien, Strukturen, Organisationsformen. Wiesbaden: VS.
- Lauber, Achim/Würfel, Maren (2010): Coachingsendungen im Urteil ihrer Nutzer. In: tv diskurs, 51, 1, S. 66-71.

- Levin, Thomas Y. (2000): Die Rhetorik der Überwachung. Angst vor Beobachtung in den zeitgenössischen Medien. In: *Nach dem Film*, No 3: show reality | reality shows. <http://www.nachdemfilm.de/content/die-rhetorik-der-%C3%BCberwachung> [31.05.2012].
- Liedtke, Frank (2009): Handeln ohne Wahrheit: Performativität auf der Bühne und im Parkett. In: Buss, M. et al. (Hg.): *Theatralität des sprachlichen Handelns*. Paderborn: Fink, S. 117-141.
- Luhmann, Niklas (1996): *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Lünenborg, Margret (2004): Phänomene der Entgrenzung. Journalismus zwischen Fakt und Fiktion, Information und Unterhaltung. In: Friedrichsen, M./Göttlich, U. (Hg.): *Diversifikation in der Unterhaltungsproduktion*. Köln: Halem, S. 108-123.
- Lury, Karen (1996): Television Performance: Being, Acting and ‘Corpsing’. In: *New Formations*, 27, S. 114-127.
- Mayer, Vicki/Banks, Miranda J./Caldwell, John Thornton (Hg.) (2009): *Production Studies: Cultural Studies of Media Industries*. New York: Routledge.
- Meyrowitz, Joshua (1987): *Die Fernseh-Gesellschaft. Wirklichkeit und Identität im Medienzeitalter*. Weinheim u. a: Beltz.
- Meyrowitz, Joshua (1990): Redefining the Situation: Extending Dramaturgy into a Theory of Social Change and Media Effects. In: Riggins, S. H. (Hg.): *Beyond Goffman*. Berlin: Mouton de Gruyter, S. 65-97.
- Mikos, Lothar (1996): Parasoziale Interaktion und indirekte Adressierung. In: Vorderer, P. (Hg.): *Fernsehen als „Beziehungskiste“: parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 97-106.
- Mikos, Lothar/Feise, Patricia/Herzog, Katja/Prommer, Elizabeth/Veihl, Verena (2000): *Im Auge der Kamera. Das Fernsehereignis Big Brother*. Berlin: Vistas.
- Mikos, Lothar/Prommer, Elizabeth (2002): Das Fernsehereignis Big Brother. Analyse und Vergleich der drei Staffeln in der Bundesrepublik. In: Baum, A./Schmidt, S. J. (Hg.): *Fakten und Fiktionen: über den Umgang mit Medienwirklichkeiten*. Konstanz: UVK, S. 325-337.
- Müller, Eggo (1995): Television goes Reality. Familienserien, Individualisierung, Fernsehen des Verhaltens. In: *montage AV*, 1, 1, S. 85-106.
- Müller, Eggo (1999): *Paarungsspiele. Beziehungsshow in der Wirklichkeit des neuen Fernsehens*. Berlin: Edition Sigma.
- Müller, Eggo (1999a): „Reality“ als ein Spiel mit Rahmungen. Zur Ästhetik des Wirklichkeitsfernsehens. In: von Gottberg, J./Mikos, L./Wiedemann, D. (Hg.): *Mattscheibe oder Bildschirm*. Berlin: Vistas, S. 195-203.
- Müller, Eggo (2003): Show. In: Hügel, H.-O. (Hg.): *Handbuch Populäre Kultur*. Stuttgart: Metzler, S. 408-413.
- Neumann-Braun, Klaus/Schmidt, Axel (2000): Nichts ist authentischer als die Suche nach Authentizität. Real-People-Formate in Fernsehen (Big Brother) und Internet (Webcam). In: *Psycho-sozial*, IV, S. 65-80.
- Nichols, Bill (1991): *Representing Reality: Issues and Concepts in Documentary*. Bloomington: Indiana University Press.
- Nichols, Bill (1994): *Blurred Boundaries: Questions of Meaning in Contemporary Culture*. Bloomington: Indiana University Press.
- Nickel-Bacon, Irmgard/Groeben, Norbert/Schreier, Margrit (2000): Fiktionssignale pragmatisch. Ein medienübergreifendes Modell zur Unterscheidung von Fiktion(en) und Realität(en). In: *Poetica*, 3-4, S. 267-299.
- Odin, Roger (1990): Dokumentarischer Film – dokumentarisierende Lektüre. In: Blümlinger, C. (Hg.): *Sprung im Spiegel: filmisches Wahrnehmen zwischen Fiktion und Wirklichkeit*. Wien: Sonderzahl, S. 125-146.
- Oevermann, Ulrich/Tykwer, Jörg (1991): Selbstinszenierung als reales Modell der Struktur von Fernsehkommunikation. In: Müller-Doohm, S./Neumann-Braun, K. (Hg.): *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation*. Oldenburg: Bis, S. 268-315.
- Ouellette, Laurie/Hay, James (2008): *Better Living Through Reality TV Television and Post-Welfare Citizenship*. Malden: Blackwell Publishing.
- Ouellette, Laurie/Murray, Susan (2009): Introduction. In: dies. (Hg.): *Reality TV*. New York/London: New York University Press, S. 1-20.

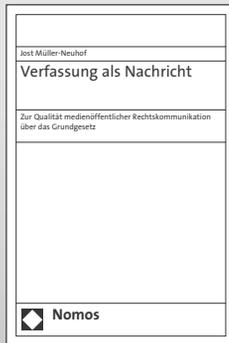
- Paech, Joachim (1990): Zur Theoriegeschichte des Dokumentarfilms. Einleitende Bemerkungen zu Problemen des Dokumentarischen Films. In: *Journal Film*, 1991/92, 23, S. 24-29.
- Pauer, Nina (2010): Der produzierte Prolet. In: *Zeit Online* <http://www.zeit.de/2010/32/Doku-soaps> [31.05.2012].
- Pietraß, Manuela (2002): Gestaltungsmittel als Interpretationshinweise. Eine rahmenanalytische Betrachtung des Infotainment nach E. Goffman. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 50, 4, S. 498-509.
- Pietraß, Manuela (2002a): Die Differenzierung medialer Wirklichkeiten bei der Bildrezeption. Grundlagen und Grenzen von Medienkompetenz am Beispiel von Big Brother. In: Baum, A./Schmidt, S.J. (Hg.): *Fakten und Fiktionen: über den Umgang mit Medienwirklichkeiten*. Konstanz: UVK, S. 367-378.
- Pietraß, Manuela (2003): Bild und Wirklichkeit: zur Unterscheidung von Realität und Fiktion bei der Medienrezeption. Opladen: Leske + Budrich.
- Pluschkowitz, Alois (2006): Das audiovisuelle Produkt am Beispiel des Fernsehens: Definitionen, Analysezugänge, aktuelle Entwicklungen. In: Paus-Hasebrink, I. et al. (Hg.): *Einführung in die audiovisuelle Kommunikation*. München: Oldenbourg, S. 147-179.
- Pörksen, Bernhard/Krischke, Wolfgang (Hg.) (2010): *Die Casting-Gesellschaft: die Sucht nach Aufmerksamkeit und das Tribunal der Medien*. Köln: Halem.
- Prokop, Ulrike (Hg.) (2008): *Erziehung als Unterhaltung in den populären TV-Ratgebern „Super Nanny“ und „S.O.S. Schule“*. Marburg: Tectum Verlag.
- Prokop, Ulrike (2008a): Vorwort. In: dies. (Hg.): *Erziehung als Unterhaltung in den populären TV-Ratgebern „Super Nanny“ und „S.O.S. Schule“*. Marburg: Tectum-Verlag, S. 7-32.
- Prokop, Ulrike/Friese, Nina/Stach, Anna (Hg.) (2009): *Geiles Leben, falscher Glamour. Beschreibungen, Analysen, Kritiken zu Germany's Next Topmodel*. Marburg: Tectum Verlag.
- Pross, Harry (1972): *Medienforschung: Film, Funk, Presse, Fernsehen*. Darmstadt: Habel.
- Rapp, Uri (1973): *Handeln und Zuschauen: Untersuchungen über den theatersoziologischen Aspekt in der menschlichen Interaktion*. Darmstadt: Luchterhand.
- Rasmussen, Tove A. (2000): *Construction of Authenticity. Television Talk as Situated Interaction*. In: Hallenberger, G./Schanze, H. (Hg.): *Live is life: mediale Inszenierungen des Authentischen*. Baden-Baden: Nomos, S. 47-67.
- Reichertz, Jo (1992): Der Morgen danach. Hermeneutische Auslegung einer Werbefotographie in zwölf Einstellungen. In: Hartmann, H. A./Haubl, R. (Hg.): *Bilderflut und Sprachmagie. Fallstudien zur Kultur der Werbung*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 141-164.
- Reichertz, Jo (2000): *Die frohe Botschaft des Fernsehens. Kulturwissenschaftliche Untersuchung medialer Diesseitsreligion*. Konstanz: UVK.
- Reichertz, Jo (2005): *Wissenssoziologische Verfahren der Bildinterpretation*. In: Mikos, L./Wegener, C. (Hg.): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK, S. 141-152.
- Reichertz, Jo/Fromm, Bettina (2002): „Zeig mir dein Gesicht, zeig mir, wer du wirklich bist“. Masken des Authentischen oder: The Comeback of the Public Man? In: Schweer, M. K. W./Schicha, C./Nieland, J.-U. (Hg.): *Das Private in der öffentlichen Kommunikation. „Big Brother“ und die Folgen*. Köln: Halem, S. 77-104.
- Roscoe, Jane/Hight, Craig (2001): *Faking It. Mock-documentary and the Subversion of Factuality*. Manchester: Manchester University Press.
- Rusch, Gebhard (1997): *Fiktionalisierung als Element von Medienhandlungsstrategien*. In: *Studia Poetica*, 10, S. 123-138.
- Sachs-Hombach, Klaus (2003): *Vom Bild zum Film. Zur begrifflichen Analyse wahrnehmungsnaher Kommunikation*. In: Ehrenspeck, Y./Schäffer, B. (Hg.): *Film- und Fotoanalyse in den Erziehungswissenschaften*. Opladen: Leske und Budrich, S. 121-134.
- Scannell, Paddy (1991): *Introduction: The Relevance of Talk*. In: dies. (Hg.): *Broadcast Talk*. London: Sage, S. 1-13.
- Schäfer, Robert (2008): *Zur Strukturlogik der Pornographie*. In: *Sozialer Sinn*, 9, 1, S. 197-217.
- Schechner, Richard (2006): *Performance Studies. An Introduction*. New York: Routledge.
- Schicha, Christian (2000): „Leb, so wie du dich fühlst?“. Zur Fiktion von Authentizität beim Sendeformat Big Brother. In: Weber, F. (Hg.): *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time*. Münster: Lit, S. 77-94.

- Schmidt, Axel (1999): Sound and Vision go MTV. Die Geschichte des Musikersenders bis heute. In: Neumann-Braun, K. (Hg.): *Viva MTV. Popmusik im deutschen Fernsehen*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 93-131.
- Schmidt, Axel (2011): *Medien | Interaktion. Zum Zusammenhang von Handeln und Darstellen am Beispiel faktualer Fernsehformate*. Baden-Baden: Nomos.
- Schmidt, Siegfried J. (1991): *Grundriss der empirischen Literaturwissenschaft*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Schmidt, Siegfried J. (1994): *Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Schneider, Wolfgang Ludwig (2001): *Intersubjektivitätsproduktion in Interaktion und Massenkommunikation*. In: Sutter, T./Charlton, M. (Hg.): *Massenkommunikation, Interaktion und soziales Handeln*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 84-110.
- Schorr-Neustadt, Martina/Schorr, Angela (2000): *Real People TV. Eine genrevergleichende Inhaltsanalyse zur dramatischen Inszenierung von Reality-TV- und Serienbeiträgen*. In: Schorr, A. (Hg.): *Publikums- und Wirkungsforschung: ein Reader*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 315-336.
- Schultz, Tanjev (2003): *Alles inszeniert und nichts authentisch? Visuelle Kommunikation in den vielschichtigen Kontexten von Inszenierung und Authentizität*. In: Knieper, T./Müller, M. (Hg.): *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*. Köln: Halem, S. 10-24.
- Schütz, Alfred (2003): *Über die mannigfaltigen Wirklichkeiten*. In: Endreß, M./Scrubar, I. (Hg.): *Alfred Schütz Werkausgabe Band V.1. Theorie der Lebenswelt 1: Die pragmatische Schichtung der Lebenswelt*. Konstanz: UVK, S. 177-247.
- Schwäbe, Nicole Helen (2004): *Realfabrik Fernsehen. (Serien-)Produkt „Mensch“: Analyse von Real-Life-Soap-Formaten und deren Wirkungsweisen*. Universität Tübingen. Online-Ressource.
- Schweinitz, Jörg (1994): „Genre“ und lebendiges Genrebewusstsein. In: *montage AV*, 3, 2, S. 99-118.
- Seel, Martin (2001): *Inszenieren als Erscheinenlassen. Thesen über die Reichweite eines Begriffs*. In: Früchtl, J./Zimmermann, J. (Hg.): *Ästhetik der Inszenierung*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 48-62.
- Soeffner, Hans-Georg (1989): *Handlung – Szene – Inszenierung. Zur Problematik des Rahmenkonzeptes bei der Analyse von Interaktionsprozessen*. In: ders.: *Auslegung des Alltags. Alltag der Auslegung*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 140-157.
- Spangenberg, Peter M. (1992): *Ereignisse und ihr Medium. Über das Verhältnis von Wahrnehmung, Interaktion und audiovisueller Kommunikation*. In: Balke, F./Méchoulan, E./Wagner, B. (Hg.): *Zeit des Ereignisses – Ende der Geschichte?* München: Fink, S. 89-109.
- Stach, Anna (Hg.) (2010): *Von Ausreißern, Topmodels und Superstars. Soziale Ungleichheit und der Traum vom sozialen Aufstieg als Spielthemen in populären Fernsehformaten*. Norderstedt: Books on Demand.
- Stäheli, Urs (2000): *Big Brother: Das Experiment „Authentizität“ – Zur Interdiskursivität von Versuchsarrangements*. In: Balke, F./Schwering, G./Stäheli, U. (Hg.): *Big Brother*. Bielefeld: transcript, S. 55-77.
- Steinmetz, Rüdiger (1999): *Kommunikative und ästhetische Charakteristika des gegenwärtigen Dokumentarfilms*. In: Leonhard, J.-F. et al. (Hg.): *Medienwissenschaft*. Berlin, New York: de Gruyter, S. 1799-1813.
- Sutter, Tillmann (1999): *Medienkommunikation als Interaktion? Über den Aufklärungsbedarf eines spannungsreichen Problemfeldes*. In: *Publizistik*, 44, 3, S. 288-300.
- Sutter, Tillmann/Charlton, Michael (1999): *Die Bedeutung einer konstruktivistischen Theorie sozialen Handelns für die Medienforschung*. In: Rusch, G./Schmidt, S. J. (Hg.): *Konstruktivismus in der Medien- und Kommunikationswissenschaft*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 79-113.
- Theunert, Helga (2006): *Erziehungsberatung via Fernsehen – Warum „Die Super Nanny“ kein Weg ist*. In: Wahl, K./Hees, K. (Hg.): *Helfen „Super Nanny“ und Co.? ratlose Eltern – Herausforderung für die Elternbildung*. Berlin: Cornelsen Scriptor, S. 71-76.
- Thirkell, Robert (2010): *C.O.N.F.L.I.C.T. An Insider's Guide to Storytelling in Factual/Reality TV and Film*. London: Methuen Drama.

- Thomas, Tanja (2010): Wissensordnungen im Alltag: Offerten eines populären Genres. In: Röser, J./Thomas, T./Peil, C. (Hg.): *Alltag in den Medien – Medien im Alltag*. Wiesbaden: VS, S. 25-47.
- Thompson, John B. (1995): *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Vorderer, Peter (Hg.) (1996): *Fernsehen als „Beziehungskiste“: parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wahl, Klaus/Hees, Katja (Hg.) (2006): *Helfen „Super Nanny“ und Co.?: ratlose Eltern – Herausforderung für die Elternbildung*. Berlin: Scriptor.
- Weber, Stefan (2002): Was heißt „Medien konstruieren die Wirklichkeit“? Von einem ontologischen zu einem empirischen Verständnis von Konstruktion. In: *Medienimpulse – Beiträge zur Medienpädagogik*, Themenheft „Medien und Wirklichkeitskonstruktionen“, 40, S. 11-16.
- Wegener, Claudia (1994): *Reality-TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information*. Opladen: Leske + Budrich.
- Wegener, Claudia (2000): Wenn die Information zur Unterhaltung wird oder die Annäherung des „factual television“ an das „fictional television“. In: Paus-Haase, I./Schnatmeyer, D./Wegener, C. (Hg.): *Information, Emotion, Sensation: wenn im Fernsehen die Grenzen zerfließen*. Bielefeld: Vorstand der GMK, S. 46-60.
- Wehner, Josef (1997): Interaktive Medien – Ende der Massenkommunikation? In: *Zeitschrift für Soziologie*, 26, 2, S. 96-114.
- Weiß, Hans-Jürgen/Ahrens, Annabelle (2012): *Scripted Reality. Fiktionale und andere Formen der neuen Realitätsunterhaltung*. In: *Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) (Hg.): Programmbericht 2011 – Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs*. Berlin: Vistas, S. 59-93.
- Weiß, Hans-Jürgen/Trebbel, Joachim (2011): *Fernsehprogrammanalyse der Medienanstalten. Stichprobenbericht Frühjahr 2011*. Berlin: Vistas.
- Wick, Klaudia (2012): *Leben und leben lassen. Das Fernsehen und sein Begriff von Wirklichkeit*. In: *Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) (Hg.): Programmbericht 2011 – Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs*. Berlin: Vistas, S. 207-210.
- Wiesing, Lambert (2006): *Artifizielle Präsenz: Studien zur Philosophie des Bildes*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Willems, Herbert (1997): *Habitus und Rahmen. Zum theoretischen und methodischen Ansatz Erving Goffmans: Vergleiche, Anschlüsse und Anwendungen*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Willems, Herbert (1998): *Inszenierungsgesellschaft? Zum Theater als Modell, zur Theatralität von Praxis*. In: Willems, H./Jurga, M. (Hg.): *Inszenierungsgesellschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 23-80.
- Willems, Herbert (2000): *Medienproduktion, Medienprodukt, Medienrezeption*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 48, 2, S. 212-225.
- Willems, Herbert (2000a): *Big Brother – We are watching you: Überlegungen zum Genre und zur Resonanz einer neuen Form der Fernsehunterhaltung*. In: Weber, F. (Hg.): *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time*. Münster: Lit, S. 23-36.
- Willems, Herbert (2009): *Theatralität als (figurationen-)soziologisches Konzept: von Fischer-Lichte über Goffman zu Elias und Bourdieu*. In: ders. (Hg.): *Theatralisierung der Gesellschaft – Bd. 1: Soziologische Theorie und Zeitdiagnose*. Wiesbaden: VS, S. 75-110.
- Willems, Herbert (2009a): *Zur Einführung: Medientheatralität und Medientheatralisierung*. In: ders. (Hg.): *Theatralisierung der Gesellschaft – Bd. 2: Soziologische Theorie und Zeitdiagnose*. Wiesbaden: VS, S. 13-38.
- Willems, Herbert/Kautt, York (1999): *Korporalität und Medialität. Identitätsinszenierung in der Werbung*. In: Willems, H./Hahn, A. (Hg.): *Identität und Moderne*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 298-362.
- Wolf, Fritz (2006): *Fiktionalisierung des Dokumentarischen. Der Trend zu Docutainment und Serialisierung*. In: Zimmermann, P./Hoffmann, K. (Hg.): *Dokumentarfilm im Umbruch*. Konstanz: UVK, S. 125-137.
- Wortmann, Volker (2003): *Authentisches Bild und authentisierende Form*. Köln: Herbert von Hellem.

- Wulff, Hans J. (1993): Phatische Gemeinschaft/Phatische Funktion. Leitkonzepte einer pragmatischen Theorie des Fernsehens. In: montage AV, 2, 1, S. 142-163.
- Wulff, Hans J. (1995): Reality-TV. Von Geschichten über Risiken und Tugenden. In: montage AV, 4, 1, S. 107-123.
- Wulff, Hans J. (1996): Parasozialität und Fernsehkommunikation. In: Medienpsychologie, 8, 3, S. 163-181.

Recht lebt – in den Medien und von den Medien



Verfassung als Nachricht

Zur Qualität medienöffentlicher
Rechtskommunikation über das
Grundgesetz

Von RA Jost Müller-Neuhof

2012, ca. 342 S., brosch., ca. 89,- €

ISBN 978-3-8329-7357-5

Erscheint ca. August 2012

Recht lebt davon, dass es mitgeteilt wird, auch über Massenmedien. Wie und mit welchen Folgen Recht medial vermittelt wird, untersucht die Arbeit. Sie erschließt einen für die empirische Praxis handhabbaren Begriff von Rechtskommunikation, prägt normative Qualitätsmaßstäbe und analysiert Begründungskontexte am Beispiel von Nachrichten über Verfassungsrecht.

Weitere Informationen: www.nomos-shop.de/14520



Nomos