

suchungen einzelner Formate ist es gängig, das Genre theoretisch zu beleuchten, indem es in Subgenres unterteilt wird. In den folgenden Darstellungen wird analog vorgegangen und der Forschungsstand des deutschsprachigen Diskurses unterteilt in Kapitel zu Arbeiten zu Reality TV allgemein, zu Castingshows und zu *Germany's Next Topmodel*. Die angloamerikanische Forschung dagegen nimmt diese Art der Unterteilung nicht primär vor. Es fällt auf, dass es hier diverse Überblicks-/Sammelwerke gibt, die den Namen *Reality TV* im Titel tragen¹. Seit Beginn der 2000er Jahre erscheinen in regelmäßigen Abständen neue solcher Grundlagenwerke (u. a. Holmes/Jermyn 2004, Murray/Ouellette 2009, Skeggs/Wood 2012, Kopp 2013, Hill 2015, Deery 2015, Kraszewski 2017). Im Rahmen dieser befassen sich die AutorInnen i. d. R. mit einzelnen Sendungen und Facetten, die sie auf Metaebene gesellschaftstheoretisch verorten. Analog dazu werden in dieser Arbeit die Ausführungen zum Diskurs im angloamerikanischen Sprachraum im Kapitel zum Reality TV dargestellt, also sowohl die Theoretisierungen zur Bestimmung des (*Gesamt*-)Genres wie auch relevante Forschungen *thematisch* zusammengefasst.

3.1 Reality TV – Perspektiven auf ein populärkulturelles Genre

Das Genre Reality TV ist vor allem dadurch gekennzeichnet, dass es außerordentlich heterogen ist – die Inhalte und Formen sind in ständiger Entwicklung. Das macht eine Bestimmung, die ja immer auch eine Festlegung darstellt, schwierig. Lünenborg et al. (2011) schreiben mit Recht, Reality TV sei vielmehr ein »Metagenre [...], das unterschiedliche Programmformen umfasst« (ebd.: 17). In dieser Arbeit soll mittels eines Abrisses zu der historischen Entwicklung des Reality TV und den verschiedenen Definitionsansätzen und Forschungen eher ein *Überblick* zu den unterschiedlichen Facetten des Genres dargestellt werden und weniger eine *Synthese*, mit der das Genre in ein »Korsett« gezwängt und in eine Form gebracht würde, die seinem Wesen nicht gerecht wird.

Die Ursprünge des Reality TV lassen sich historisch nicht einfach abgrenzen. In der Literatur wird die Entstehung des Genres i. d. R. anhand der Entwicklung verschiedener Strömungen nachgezeichnet. Wegener (1994) macht jedoch zu Recht darauf aufmerksam, dass die Vorbilder für die meisten deutschen Reality TV-Formate – und auch für den Großteil aller internationalen Formate – in US-amerikanischen Sendungen zu finden sind. Erste Formen des Reality TV lassen sich bereits im US-Fernsehen der 1940er Jahre in Sendungen wie *Candid Camera* finden. In Deutschland stellen die TV-Talentwettbewerbe (*Talentschuppen*, 1966-1981) Vorläufer des Genres dar. Ende der 1980er Jahre entstanden in den USA sehr populäre Sendungen wie *The People's Court*, *Cops*, *Rescue 911*, *Ocean Quest*², aus denen sich die heutigen Formate des Reality TV entwickelten. Dies

-
- 1 In der deutschsprachigen Literatur überwogen in den Anfangsjahren der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Reality TV Monographien (vgl. u. a. Wegener 1994, Winterhoff-Spurk et al. 1994), die sich mit dem Genre im Ganzen auseinandersetzen. In den Folgejahren entstanden primär Arbeiten, die einzelne Subgenres beforschen.
 - 2 In den USA liefen Formate des Reality TV noch sehr viel erfolgreicher als in Deutschland. 2004 und 2005 starteten zwei Sender, die ausschließlich Reality TV Sendungen zeigten (vgl. Ouellette/Murray 2009: 6): *Reality Central* (seit 2003) wurde allerdings mit dem Start von *Fox Reality Channel* (seit

waren kurze Fernsehsendungen mit emotionalen und gewaltorientierten Inhalten. Auslöser für die Entstehung sehen Lücke (2002) und Hill (2005) in Entwicklungen wie der Deregulierung und Kommerzialisierung der Medienindustrie und damit einhergehend Veränderungen der Medien(-inhalte), die sich zusammengefasst als Boulevardisierung kennzeichnen lassen (vgl. Hill 2005: 15ff.), da das eine höhere Aufmerksamkeit der ZuschauerInnen verhiess. Anfang der 1990er Jahre übernahmen Fernsehsender in Deutschland die Formate: Mit Einführung des dualen Rundfunksystems Mitte der 1980er Jahren wurden erstmals privat-kommerzielle Fernsehsender zugelassen. Damit nahm die Programmvielfalt erheblich zu. Um sich erfolgreich zu präsentieren und gute Zuschauerquoten zu erreichen, begannen die Privatsender die in den USA bereits sehr populären Formate des Reality TV für Deutschland zu adaptieren. Entsprechend hatten die deutschen Reality TV Sendungen der ersten Generation vorwiegend Gewalt und Verbrechen zum Inhalt. Dazu gehörten u. a. *Notruf* (RTL, 1992-2006), *Augenzeugenvideo* (RTL, 1992-1993), *K – Verbrechen im Fadenkreuz* (SAT.1, 1992-1998). Wie in den USA liefen die Sendungen in Deutschland sehr erfolgreich. Im Laufe der 1990er Jahre wurden immer mehr Reality TV-Sendungen auf den Markt gebracht, auch die öffentlich-rechtlichen Sender entwickelten eigene Produktionen. Damit wurden die Inhalte zunehmend vielfältiger, bspw. entstanden *Verzeih mir* (RTL, 1992-1994), *Bitte melde Dich* (SAT.1, 1992-1998), *Die Fußbroichs* (WDR, 1990-2001), *Das wahre Leben* (Premiere, 1994). Mit dem Start von *Big Brother*, das 1999 zuerst in den Niederlanden und anschließend in rund 70 weiteren Ländern ausgestrahlt wurde, und den ersten Jahren des 21. Jahrhunderts erlebte das Genre global seine Hochzeit. Lünenborg et al. (2011) errechnen allein für Deutschland in den Jahren 2000 bis 2009 eine Anzahl von 418 erstveröffentlichten Reality TV-Formaten³.

Mit den 1990er Jahren begann sprunghaft der wissenschaftliche Diskurs rund um das Format Reality TV (u. a. Keppler 1994, Wegener 1994, Winterhoff-Spurk et al. 1994). 1992 unternahm das Institut für Medienanalyse und Gestalterkennung Essen (IMAGE) im Rahmen eines Projekts den ersten (deutschsprachigen) Versuch einer Begriffsbestimmung des Reality TV. Dafür teilten die Wissenschaftler das Genre in vier Darstellungsformen ein (vgl. Wegener 1994: 16): Filmdokumente, Dokumentationsdramen, Reality-Shows und Suchsendungen. In diesem frühen Beitrag zeichnet sich bereits eine Schwierigkeit ab, mit der sich alle Definitionsansätze konfrontiert sehen – das Genre ist äußerst vielfältig, diffus, hybrid und entwickelt sich kontinuierlich weiter. Viele AutorInnen, die sich mit Reality TV beschäftigen, nähern sich dem Genre daher über eine Systematisierung dessen verschiedener Formen an oder über eine Beschreibung der Merkmale. In der Forschung wird heute kaum noch auf die Arbeit des IMAGE referenziert, unter anderem da sich die Unterteilungen in der Anwendung als nicht trennscharf erwiesen. Wegener (1994) war eine der ersten AutorInnen, die sich umfassend mit dem Reality TV beschäftigte. Wegeners Begriffsbestimmung fasst zentrale Spezifika des Reality TV – wie es sich zum damaligen Zeitpunkt darstellte – zusammen und

2005) geschlossen und auch *Fox Reality Channel* wurde nach 5 Jahren Laufzeit im Jahr 2010 eingestellt.

3 Für den Zeitraum seit 2009 liegen keine offiziellen Statistiken im Jahresvergleich vor, nur vereinzelte Zahlen. Bspw. verweist Keppler (2017) für das Jahr 2014 auf eine Anzahl von 59 erstveröffentlichten Reality TV Formaten in Deutschland (ebd.: 245).

leistete damit eine für die Folgeforschung wichtige Systematisierung und Eingrenzung des Genres. Als zentrale (inhaltliche) Charakteristika des Reality TV resümiert Wegener Personalisierung, Dramatisierung, Stereotypisierung, die sie als »Kennzeichen emotionaler Informationsvermittlung« (ebd.: 12) analysiert. Als formale Charakteristika nennt Wegener die Aufteilung der Sendungen in Abschnitte. Von diesen stellt jeder eine abgeschlossene Erzählung dar, zusammengehalten werden sie durch eine/n ModeratorIn. Ferner sieht Wegener Reality TV durch vier Merkmale gekennzeichnet:

- »Realereignisse werden entweder wirklichkeitstreu nachgestellt oder durch originales Filmmaterial dokumentiert.
- Die Ereignisse haben in erster Linie keinen (oder nur selten) unmittelbaren Bezug zu aktuellen, gesellschaftlich-relevanten Themen.
- Die Ereignisse zeigen im Wesentlichen Personen, die entweder psychische und/oder physische Gewalt ausüben und/oder erleiden.
- Die einzelnen Beiträge thematisieren verschiedene Ereignisse, die in keinem unmittelbaren Zusammenhang miteinander stehen.« (Ebd.: 17)

Viele dieser Charakteristika sind nach wie vor relevant. Einige Momente allerdings muten inzwischen etwas veraltet an, da sie vor allem für Sendungen charakteristisch sind, die in der Anfangszeit des Reality TV in den 1990er Jahren entstanden. So analysiert Wegener im empirischen Teil ihrer Arbeit die Sendungen *Retter*, *Notruf* und *Augenzeugen-Video*.

Der Ansatz von Winterhoff-Spurk et al. (1994) erweitert die Perspektive insofern als die AutorInnen die Bezeichnung *Gewaltdarstellung* umformulieren in *negative Deviationen des Alltäglichen*. Diesen Aspekt definieren sie – analog zu Wegener (1994) – als kennzeichnend für Reality TV. Als ferner charakteristisch nennen Winterhoff-Spurk et al. die erfolgreiche Bewältigung der negativen Deviationen in Form nachgespielter Ereignisse mit meist männlichen Protagonisten. Sie begreifen Reality TV als Genre mit diversen Subkategorien, die sie nach inhaltlichen Kriterien einteilen in Sendungen, die kriminelles Verhalten, solche, die Unglücksfälle und solche, die nicht-kriminelles deviantes Verhalten zeigen (Winterhoff-Spurk et al. 1994: 205). Als formale Merkmale nennen Winterhoff-Spurk et al. die Aufteilung der Sendungen – hier bezeichnet als Schritte – in Vorgeschichte, Verbrechen, Ermittlung/Rettung sowie dramaturgische Inszenierungen unter Verwendung spezieller Kameratechniken, bspw. Groß- und Nahaufnahmen, Zooms in Auf- und Untersicht. Durch diese Engführungen eignen sich die Ausführungen von Winterhoff-Spurk et al. für zeitgenössische Formate kaum noch zur Diskussion.

Ebenfalls 1994 erschien mit Keplers Arbeit ein weiteres zentrales Werk im Rahmen der Forschungen zum Reality TV. Kepler (1994) geht hierbei einen neuen Weg zur Bestimmung des *Realitätsfernsehens*. Dessen konstituierendes Merkmal sieht Kepler darin, dass aus ZuschauerInnen AkteurInnen werden. Kepler stützt ihre Definition auf die Unterscheidung zwischen *narrativem* und *performativem Realitätsfernsehen*. Die zentrale Differenz denkt Kepler dabei weniger in den eigentlichen Inhalten der Sendungen. Als Charakteristikum sieht sie, inwieweit diese in die Alltagswirklichkeit eingreifen. Als Sendungen des narrativen Realitätsfernsehens definiert sie solche, bei

denen keine derartigen Interventionen vorkommen. In diesen Sendungen werden die ZuschauerInnen vielmehr »mit der authentischen oder nachgestellten Wiedergabe tatsächlicher Katastrophen unterhalten« (ebd.: 8). Der Schwerpunkt von Keplers Ausführungen liegt auf dem performativen Realitätsfernsehen, das Kepler definiert als »Unterhaltungssendungen, die sich zur Bühne herausgehobener Aktionen machen, mit denen gleichwohl direkt oder konkret in die Alltagswirklichkeit der Menschen eingegriffen wird.« (Ebd.: 8f.) Kepler misst dem performativen Realitätsfernsehen durch dieses Moment eine für Medien neue, zentrale Qualität zu, da hier das Leben, der Alltag der ProtagonistInnen durch die Sendung verändert wird – und zwar vor den Augen der Öffentlichkeit: Die Beteiligten stehen »als Subjekte ihres realen Lebens im Mittelpunkt der Sendung [...]. Jedesmal geben die Sendungen Formen vor [...], in denen die Menschen Alltägliches auf außeralltägliche Weise zu bewältigen haben« (ebd.: 111). Über diese Theoretisierungen hinaus beschäftigt Kepler die moralisch-normative Frage, in welcher Weise die Lebenswelten der TeilnehmerInnen und die der RezipientInnen grundlegend und/oder langfristig verändert werden. Kepler beantwortet diese Frage durchaus nicht eindeutig. Ihrer Meinung nach haben die Repräsentationen im performativen Realitätsfernsehen moderate Effekte auf die Alltagspraxen und Normensysteme, im Sinne einer Verstärkung oder Ergänzung bereits bestehender Muster. Dennoch verlaufe die Alltagswirklichkeit in ihrer Offenheit, Eigendynamik und Sozialität stabil gegenüber medialen Einflüssen nach eigenen Regeln. »Eine Ersetzung der alltäglichen Orientierungen durch die Handlungsformen, wie sie im performativen Realitätsfernsehen ausgeübt werden, ist gar nicht möglich und daher auch nicht zu befürchten.« (Ebd.: 112) Keplers Arbeit hat den Vorzug, dass sie über die inhaltliche Systematisierung qua Interventionen eine der bis heute für so gut wie alle Subgenres zutreffenden Konstanten erfasst. Ihr Ansatz ist nach wie vor relevant und erlaubt, weitere Formate bzw. Subgenres aufzunehmen. Auf Keplers Ausführungen stützen sich viele der AutorInnen, die sich seitdem mit dem Reality TV beschäftigen (bspw. Klaus/Lücke 2003, Müller 2011).

Im Jahr 1997 entwickelten Bente/Fromm einen Ansatz, der im weiteren Sinne zu den theoretischen Auseinandersetzungen mit dem Reality TV zählt. Die AutorInnen beschäftigen sich primär mit den Inszenierungsstrategien, die für das deutsche Fernsehen der 1990er Jahre kennzeichnend waren (Bente/Fromm 1997). Die (Medien-)PsychologInnen bedienen sich dafür des Begriffs *Affektfernsehen*. Als Charakteristika von Affektfernsehen begreifen Bente/Fromm – ähnlich wie Wegener (1994) – Strategien der Personalisierung, Authentizität, Emotionalisierung, Intimisierung (Bente/Fromm 1997: 20). Varianten des Affektfernsehens machen die AutorInnen sowohl in Unterhaltungswie auch in Informationssendungen aus. Reality TV schließen sie zwar theoretisch ein aufgrund der zutreffenden Charakteristika. In ihre (empirische) Untersuchung zu Formaten des Affektfernsehens jedoch nehmen sie Reality TV als »Variante« nicht auf. Bente/Fromm begründen dies mit der Definition Wegeners (1994) von Reality TV, der sie sich anschließen. Die für Sendungen des Reality TV zentrale Thematisierung von Gewalt treffe sonst auf keines der untersuchten Formate zu. Bente/Fromm schließen daher, dass Reality TV »einige Gemeinsamkeiten mit dem Affektfernsehen« aufweise, ansonsten jedoch »eher randständig im Sinne der Definition« sei (Bente/Fromm 1997: 21). Fromm (1999) erweiterte diese Ausführungen zwei Jahre später um den Begriff der

intimen Formate. Die konstitutiven Merkmale des Affektfernsehens übernimmt sie für ihre Bestimmung der intimen Formate. Reality TV schließt Fromm in diesem Rahmen nicht mehr aus, sondern bezeichnet es vielmehr als Vorläufer intimer Formate.

Als richtungweisende Arbeit im Forschungskanon zu Reality TV gilt der von Klaus und Lücke (2003). Die Kommunikationswissenschaftlerinnen favorisieren bei ihrer Analyse des Reality TV einen offenen Ansatz, der Spielraum für weitere Entwicklungen lässt. Wie sich anhand der o. g. Ausführungen erkennen lässt, entwickeln sich die Sendungen des Reality TV fortwährend weiter. Die Autorinnen interpretieren Reality TV daher dezidiert als eine Genrefamilie bzw. Fernsehgattung mit verschiedenen (Sub-)Genres. Die Zuordnungen zu diesen begreifen sie in dem Sinne als fließend, als dass sie davon ausgehen, dass Reality TV ein »lebendiges Sammelbecken erfolgreicher Formate« (ebd.: 210) darstellt, die sich laufend verändern und ausdifferenzieren, Schnittflächen mit anderen Genres haben, enden, neu entwickelt werden usw. Bezüglich der Begriffsbestimmung von Reality TV schließen Klaus/Lücke an Keplers Ansatz (1994) an und führen zwei Ausprägungen von Reality TV ein: *Narratives Reality TV* begreifen sie als »jene Sendungen, die ihre Zuschauer mit der authentischen oder nachgestellten Wiedergabe realer oder realitätsnaher außergewöhnlicher Ereignisse nicht-prominenter Darsteller unterhalten.« (Klaus/Lücke 2003: 199) *Performatives Reality TV* definieren die Autorinnen als jene Sendungen, »die eine Bühne für nicht-alltägliche Inszenierungen sind, jedoch zugleich direkt in die Alltagswirklichkeit nichtprominenter Menschen eingreifen.« (Ebd.) Als wichtigste Merkmale des Reality TV resümieren Klaus/Lücke auf der einen Seite den Inhalt betreffende innovative Grenzüber tretungen sowie die Form betreffende Inszenierungsstrategien (vgl. ebd.: 204). Bezüglich der Grenzüber tretungen konstatieren die Autorinnen, Reality TV löse als Sammlung von Hybridgenres vermeintliche Gegensätze von Authentizität und Inszenierung, Information und Unterhaltung, Alltäglichem und Außergewöhnlichem auf und vermische diese zu neuen Fernseh-Produkten. Als Inszenierungsstrategien bzw. dramaturgische Mittel nennen Klaus/Lücke Intimisierung, Personalisierung, Stereotypisierung, Emotionalisierung, Dramatisierung.

Eine der Leistungen der Autorinnen ist es, die (damals) vorhandenen Reality TV-Formate anhand der beschriebenen Merkmale zu analysieren und zu systematisieren. Zum Zeitpunkt des Entstehens des Aufsatzes zählten Klaus/Lücke zum narrativen Reality TV vier Genres: Gewaltzentrierte Sendungen, Real Life Comedy Formate, Gerichts-Shows sowie Personal Help-Shows. Für diese ist kennzeichnend, dass sie sich um »außergewöhnliche Ereignisse des Alltags, wie Misssgeschicke, Rechtsstreitigkeiten, Familien- oder Beziehungskonflikte sowie Verbrechen oder Unfälle« (ebd.) drehen. Zum performativen Reality TV gehörig sehen Klaus/Lücke Beziehungs-Show, Beziehungs-Game Shows, Daily Talks, Problemlösesendungen, Reality Soaps, Docu Soaps sowie Castingshows. Auf die von Klaus/Lücke genannten Definitionen und Merkmale beziehen sich bis heute die meisten (deutschsprachigen) Forschungen zum Reality TV im medienwissenschaftlichen Feld.

Die aktuellen Entwicklungen der Medienlandschaft, bspw. Einschaltquoten, Popularität oder Anzahl von Sendungen und Formaten des Reality TV, zeigen, dass der Großteil – trotz Abflachen der Hochkonjunktur des Reality TV im Speziellen und nachlassender Popularität des Fernsehens im Allgemeinen (vgl. Kapitel 2.3.2) – dem performa-

tiven Reality TV zuzurechnen sind. RezipientInnenorientiert lautet die Begründung, dass diese Medientexte den Bedürfnissen der ZuschauerInnen eher entsprechen als das narrative Reality TV. Als Erklärung dafür ist das ent- und unterscheidende Moment von performativem Reality TV naheliegend, nämlich, dass diese Sendungen »direkt in die Alltagswirklichkeit nichtprominenter Menschen eingreifen« (ebd.: 199). Dies korrespondiert mit den Ergebnissen aktueller (medien-)wissenschaftlicher Forschungen, die als bedeutungsvolles Kriterium für Relevanzentfaltung von Medientexten bei Rezipierenden die Anschlussfähigkeit dieser an lebensweltliche Themen der Personen nachweisen.

Die Diskurse um Reality TV im deutschen und angloamerikanischen Sprachraum entwickelten sich vergleichsweise autark, obwohl das Genre international erfolgreich ist und viele Formate global verbreitet sind. Verweise auf die englischsprachige Forschung sind in der Literatur aus dem deutschen Sprachraum eher marginal (vgl. u. a. Klaus 2008, Thomas 2010.). Trotz der zeitlich früheren Entstehung des Genres Reality TV in den USA entwickelte sich der wissenschaftliche Diskurs dort nicht wesentlich früher als in der deutschsprachigen Literatur⁴: Ähnlich wie im deutschsprachigen Raum fand mit den 2000er Jahren ein enormer Anstieg der englischsprachigen akademischen Literatur zu Formaten des Reality TV statt. Die theoretischen Perspektiven auf das Genre allerdings sind hier bis heute vielfältiger und umfangreicher. Ein Grund mag sein, dass das Reality TV im englischsprachigen Raum eine deutlich größere Vielzahl und -falt an Sendungen aufweist. Auch fällt auf, dass in der englischsprachigen Literatur andere Vorgehensweisen und Schwerpunkte gewählt werden. Während die deutschsprachigen AutorInnen i. d. R. zur Bestimmung des Genres den Weg über Theoretisierungen und systematische Einordnungen wählen, findet sich in der englischsprachigen akademischen Literatur eher selten die Herangehensweise, die verschiedenen Formate und Sendungen des Reality TV in Subgenres einzuordnen. Häufiger wird dagegen der Zugang gewählt, die diversen Sendungen in Entstehung und Verlauf zu systematisieren. Die englischsprachigen Arbeiten nähern sich dem Genre vielfach in Form inhaltsanalytischer Untersuchungen der Medientexte, die vergesellschaftend begriffen werden, unter dem Fokus virulent-aktueller gesellschaftspolitischer (Einzel-)Themen. In den deutschsprachigen Arbeiten wird zwar ebenso der Zugang gewählt, Sendungen des Reality TV als Blaupause zu verwenden, anhand der zeitgenössische Problemfelder sicht- und analysierbar werden. Häufiger aber werden universell-allgemeine Themen wie Identität, Arbeit oder Geschlecht verhandelt und empirisch medienanalytisch und/oder mit Rezeptionsstudien beforscht. Systematisierungen des Reality TV qua der Unterscheidungen über potenzielle Interventionen der Sendungen wie bei Keppler (1994) oder Klaus/Lücke (2003) finden sich in der englischsprachigen Literatur nicht. Die Definitionen des Genres sind i. d. R. allgemein gefasst und stellen die »Realitätsnähe« in Form »realer« ProtagonistInnen, Ereignisse oder Settings in den Vordergrund. So definiert Deery (2015) Reality TV als »preplanned but mostly unscripted programming with non-professional actors in non-fictional scenarios.« (Ebd.: 3) Für eine weitere Untergliederung schlägt die Autorin vor, das Genre zu systematisieren nach »topic« oder »format structure and dynamics« (ebd.: 12). Inhaltlich ähnlich ist Kraszewskis

4 Hill (2015) sieht als Auslöser für den wissenschaftlichen Diskurs den weltweiten Erfolg des *Big Brother*-Formats.

(2017) Definition, der Reality Television beschreibt als »programs that show real people (not trained and/or unionized actors) in real locations (not a television studio) functioning in situations that were constructed by television producers.« (Ebd.: 15) Kraszewski legt besondere Betonung auf den Ort, an dem die Sendungen stattfinden, anhand dieses Kriteriums systematisiert er das Genre. Dadurch schließt Kraszewski Sendungen wie Musik-Castingshows, die hauptsächlich in Studios gefilmt werden, aus dem Genre aus. Murray und Ouellette (2009) diskutieren Reality TV ebenfalls unter dem Fokus auf Realität und Authentizität. Für die Autorinnen stellen diese Formen der Inszenierungen das wesentliche Alleinstellungs- und Erfolgsmoment von Reality TV dar:

»What ties together all the various formats of the reality TV genre is their professed abilities to more fully provide viewers an unmediated, voyeuristic, and yet often playful look into what might be called the ›entertaining real‹. This fixation with ›authentic‹ personalities, situations, problems, and narratives is considered to be reality TV's primary distinction from fictional television and also its primary selling point.« (Ebd.: 5)

Mit zunehmender Popularität der Formate, so Murray/Ouellette, spielt die »tatsächliche« Wahrhaftigkeit des Inhalts und die Integrität der ProtagonistInnen immer weniger eine Rolle. Jedoch sind die RezipientInnen durch ihre Sozialisierung mit Formaten des Reality TV durchaus in der Lage, deren Inszenierungscharakter zu durchschauen, und sie erleben eben diese Mehrdeutigkeit als lustvoll. Überdies stellen die Autorinnen heraus, dass Reality TV ein Genre ist, das konvergent und häufig interaktiv genutzt wird und den RezipientInnen darüber Aktivität und Teilhabe bereitstellt. So ermöglichen Reality TV neue, demokratische Formen kultureller Partizipation, bspw. in Form von Podcasts, User Generated Content oder Webserien. Daneben fokussieren Murray/Ouellette auch die industriell-ökonomische Seite des Reality TV. Vor allem als relevant sehen die Autorinnen die sich wandelnden Produktionsbedingungen und die Kommerzialisierung der Fernsehindustrie, die Reality TV einst ermöglicht hat und deren Entwicklung inzwischen stark durch das Genre beeinflusst wird, bspw. die niedrigen Produktionskosten, Produktplatzierungen und neue Medientechniken. Ouellette (2016) verwendet den Terminus *Lifestyle TV* quasi als Hyperonym zu Reality TV⁵. Sie versteht *Lifestyle TV* im Sinne eines multidimensionalen Konstrukts als »platform for self-making, a dimension of marketing and branding strategies, and a cultural technology for shaping and regulating citizens.« (Ebd.: 5) Als eine der wenigen AutorInnen im angloamerikanischen Raum, die sich um eine umfassende theoretische Einordnung der Sendungen in ein Schema bemüht, unterteilt Ouellette das Genre in Untergruppen: Coachingshows/Ratgebersendungen (»How-To and Advice Programs«), Makeover-Sendungen, Talk Shows und Doku Soaps (vgl. ebd.: 11ff.). Als spezifisches Moment, das allen diesen Formaten innewohnt, konstatiert Ouellette das Nicht-Fiktionale der Sendungen sowie den Fokus auf Selbstführung und Lebensstil: »While their concerns and conventions vary, all of these formats contribute to the project of lifestyle and ›operate‹ as non-fiction focused on self-making and lifestyle« (ebd.: 20).

5 Sender (2014) zufolge ist der Begriff *Lifestyle TV* in Großbritannien gängig für Sendungen des Reality TV.

Auffällig ist, dass bei vielen der englischsprachigen Untersuchungen die RezipientInnen-Seite unberücksichtigt bleibt. Hill (2015) resümiert: »Given the wealth of studies on reality TV today, and the richness of interpretation on offer, it is surprising that audiences are still largely absent from this story.« (Ebd.: 19) Wenn überhaupt, so Hill weiter, würden ZuschauerInnen im negativen Sinne als passive NutzerInnen theoretisiert. Exemplarisch sollen als Ausnahmen die breit rezipierten Arbeiten von Skeggs/Woods (2012) und Hill (2015) genannt sein. Skeggs/Woods (2012) suchen durch ZuschauerInnen-Forschung einen empirischen Zugang zum Thema Reality TV. Ihr Schwerpunkt ist die affektive Seite der Rezeption von Reality TV und damit einhergehende Ambivalenzen. Theoretisch angelehnt an die Foucaultschen Konzepte zu Selbstinszenierung, Macht und biopolitischer Reg(ul)ierung befragten Skeggs/Woods ZuschauerInnen von Reality TV. Dabei setzen sie sich von der grundsätzlichen Annahme einer »einfachen« Übernahme der hegemonialen Lesart durch die RezipientInnen ab und nehmen bspw. soziale Ungleichheiten der sozial situierten ZuschauerInnen in den Blick, die die Autorinnen u. a. über die Variablen »race«, Schichtzugehörigkeit und Alter operationalisieren. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen eine starke Involviertheit im Sinne einer (affektiven) Bezugnahme der Befragten zwischen den medialen ProtagonistInnen und dem eigenen Leben. Darüber, so die Autorinnen, kann Reality TV auch in Prozesse der Identitätsbildung eingreifen: »Our research showed how research respondents placed themselves in the same circuits of value to those of the television participants, as if they too may be subject to similar judgments.« (Ebd.: 41) Auf dieser Ebene lehnen viele der befragten Frauen die im Reality TV inszenierten ideologischen Rahmungen, bspw. zur Anleitung als »good citizen«, partiell ab (ebd.: 155). Da die ZuschauerInnen die Brüchigkeiten und Ambivalenzen der ProtagonistInnen wahrnehmen, ist auch ihre Aneignung der Medientexte von Ambivalenzen geprägt, so die Autorinnen. Darüber, so resümieren sie, kann Reality TV auch in Prozesse der Identitätsbildung eingreifen. Teilweise wird den Autorinnen der Vorwurf gemacht, die aktive Haltung der RezipientInnen überzubewerten und zu idealisieren. Dennoch stellen die umfangreiche Untersuchung und das Resümee, dass die Rezeption ein wesentliches Moment ist, um Reality TV (auch) im wissenschaftlichen Rahmen verstehen zu können, einen relevanten Beitrag zum Diskurs um Reality TV dar.

Ebenso sind die Forschungen von Hill (2005, 2007, 2015) von zentraler Bedeutung; auch im deutschsprachigen Raum wird auf ihre Arbeiten referenziert. Wie für Skeggs/Woods (2012) ist es auch für Hill wesentlich, Reality TV nicht isoliert, sondern kontextbezogen als soziales Phänomen zu betrachten. Dessen Medientext versteht Hill nur als sinnhaft im Rahmen der Rezeption und gesellschaftlichen Diskurse, d. h. »its role in broader debates within popular culture, in social, political and cultural contexts.« (Hill 2015: 7) Hill bezieht dezidiert dazu Stellung, keine Definition von Reality TV liefern zu wollen. Sie analysiert Reality TV als »Gattungshybriden«, als un abgeschlossenes, »ungezähmtes« Genre, das sich einer Definition widersetzt (ebd.: 140). Die unterschiedlichen Sendungen systematisiert Hill – ähnlich wie Kraszewski (2017) – in Abhängigkeit vom Raum/Setting, in dem diese stattfinden. Auf der einen Seite sieht Hill die *reale Welt* (*real-world spaces*)(Hill 2015: 9), in der bspw. Serien wie *Duck Dynasty* oder *A Very British Airline* angesiedelt sind. Diese sieht Hill gekennzeichnet durch

einen Mix aus inszenierten und authentischen Elementen und dadurch, dass die ProtagonistInnen reale Personen sind (vgl. ebd.). Als zweite Kategorie verortet Hill Sendungen, die im Rahmen von *Fernsehräumen* (television spaces) in speziell geschaffenen Räumlichkeiten stattfinden. Als Beispiele dafür nennt Hill *Big Brother* oder *Pop Idol*. Die ProtagonistInnen in diesen Shows agieren sowohl als TeilnehmerInnen – i. d. R. an einem Wettbewerb – als auch »sie selbst«. Diese Formate als die populäreren sind es, die Hill in ihrem Buch ausführlich analysiert über vier zentrale Facetten, die im Ganzen zwar keine konsistente Einheit ergeben, aber dennoch einen differenzierten Blick auf die Komplexität und Vielschichtigkeit von Reality TV und dessen Rezeption erlauben⁶.

Deutlich wird im angloamerikanischen wissenschaftlichen Literaturkanon, dass die Mehrheit der AutorInnen das Genre Reality TV ernst nimmt als relevante Instanz, in der sich hegemoniale Diskurse zeigen und deuten lassen. Meist interpretieren die Monographien und Artikel bestimmte Sendungen unter einer generellen Einordnung in das Genre Reality TV, seltener mit einer weiterführenden Spezifizierung in ein Subgenre. Reality TV stellt dabei im Rahmen des wissenschaftlichen Diskurses ein Schlagwort dar, das als Common Sense Implikationen bezüglich aktueller gesellschaftlicher Verhältnisse enthält, bspw. Heteronormativität, Neoliberalismus, Benachteiligung von Minderheiten. Themen, die Forschungen behandeln, sind u. a. Rassismus (Bell-Jordan 2008, Hasinoff 2008), Stereotypisierung von minorisierten Gruppen (Scott 2007, Cooke-Jackson/Hansen 2008), Klassenzugehörigkeit (Allen/Mendick 2012), Gewalt (Brenton/Cohen 2003) oder die Repräsentationen homosexueller/queerer Identität (Pullen 2004). Turner (2006) diskutiert die Verschiebung der Grenzen zwischen Gewöhnlichem und Prominenz durch Reality TV. Banet-Weiser/Portwood-Stacer (2006) stellen in einem Vergleich die veränderten Normalisierungen zur Herstellung von »Frau-Sein« in TV-Miss-Wahlen und Makeover Shows dar. Auch die industrielle

6 Hill (2015) bezieht sich bei jedem dieser Aspekte auf ein Format von Reality TV: Einen Abriss über die historische Entwicklung des Genres konturiert sie anhand des Aufschwungs von *Big Brother*. Hier zeigt sich nach Hill der Einfluss der ZuschauerInnen – durch die Popularität, die die Sendung erlangte, wurde sie zu einem global gehandelten Format und stellte den Beginn einer großen Welle von weiteren Reality TV-Sendungen dar. In *Performance of the Self* diskutiert Hill unter Bezug auf Goffmans *Wir alle spielen Theater* (2003) die Relevanz, die Reality TV in der zeitgenössischen Gesellschaft für die Selbstdarstellung gewonnen hat. Hill zeichnet dies anhand der Entwicklungen der (Selbst-)Inszenierungen von TeilnehmerInnen in Formaten des *Competitive Reality TV* nach. Im Laufe der Zeit, so Hill, wurde die Relevanz von Polarisierung, Übertreibung, Exaltiertheit immer zentraler und damit im Zusammenhang auch die Wahrnehmung und die Erwartungen der ZuschauerInnen an die TeilnehmerInnen sowie ihr eigenes Verhalten. Anhand von *Reality TV Experience* untersucht Hill, wie kommerzialisierte Erlebnisse, die in *Celebrity Formaten* geschaffen werden – bspw. in Form von Interaktivität durch (kostenpflichtige) ZuschauerInnen-Votings – und die Hervorbringung von professionellen Show-TeilnehmerInnen bei den ZuschauerInnen einerseits Identifikationsprozesse auslösen, andererseits Abwertungsprozesse. Hill betont wiederholt, dass die ZuschauerInnen den Sendungen und medialen Figuren nicht passiv/reaktiv gegenüberstehen sowie dass ZuschauerInnen Macht innehaben, bspw. in der Form, dass sich die TV-ProduzentInnen in einem wechselseitigen (Abhängigkeits-)Verhältnis zu den ZuschauerInnen befinden, die mittels Quoten über den Erfolg der Sendungen entscheiden. Am Beispiel von *Reality and Sports Entertainment* zeigt Hill, wie ZuschauerInnen über/in Reality TV zu ExpertInnen werden.

und/oder ökonomische Seite der Produktion von Reality TV ist Gegenstand vieler Arbeiten. Bspw. weist Magder (2009) einen Einfluss der verschiedenen »Wellen« des Reality TV auf die Fernsehindustrie nach. Jenkins (2009) diskutiert die von Industrie und ProduzentInnen geförderten Strategien, in denen Markenbindung und Interaktivität der ZuschauerInnen von *American Idol* stehen. Ein weiteres – kulturspezifisches – Untersuchungsfeld im Zusammenhang mit Reality TV ist die Hervorbringung von Bürgersein bzw. des guten Bürgers⁷ (McMurria 2008, Elliott 2012, Ouellette/Hay 2013). Ouellette/Hay (2013) zeigen, wie in Sendungen des Reality TV ZuschauerInnen durch gouvernementale Anleitungen zur (Selbst-)Disziplinierung als gute Bürger angerufen werden, die zu einem »happier, healthier, fitter America«⁸ beitragen sollen. Häufig sind die Untersuchungen (gesellschafts-/ideologie-)kritisch, thematisiert wird etwa die »Qualität« der Sendungen oder die reaktionären Ansichten, die sich hier zeigen.

3.2 Castingshows – Ein Subgenre und dessen Facetten

Castingshows stellen ein Subgenre des Reality TV dar, das in den frühen Jahren des 21. Jahrhunderts entstand und damit erst rund 20 Jahre nach Verbreitung der ersten Sendungen des Reality TV. Nichtsdestotrotz gibt es eine Vielzahl an wissenschaftlichen Arbeiten dazu. Die hohe Popularität, die Castingshows innehaben, sowie die zahlreichen Thematisierungen in der medialen Berichterstattung legen nahe, dass die Inhalte bedeutsame gesellschaftliche Felder berühren und ansprechen. In der deutschsprachigen Literatur wird *Germany's Next Topmodel* in das Reality TV-Subgenre Castingshows eingeordnet⁹. Dieses Subgenre ist inzwischen so ausdifferenziert, dass sich wiederum Sub-Subgenres bilden lassen, bspw. Model-Castingshows, Musik-/Musical-Castingshows, Tanz-Castingshows, allgemeine Talent-Castingshows, Beziehungs-Castingshows, Koch-Castingshows oder Berufs-Castingshows (vgl. Lünenborg/Töpfer 2011). Wie eingangs in diesem Kapitel erwähnt, sind die Grenzen des Reality TV bzw. dessen Subgenres fließend. Da sich aufgrund dessen keine allgemeine Definition durchgesetzt hat, die Trennschärfe leisten kann, obliegt es den einzelnen AutorInnen, aufgrund welcher Kriterien die Zuordnungen zu den Subgenres erfolgen. So ließen sich etwa Kochsendungen, bspw. *The Taste* oder *Die Höhle der Löwen*, durch das Castingprinzip ebenfalls der Castingshow zuordnen. In dieser Arbeit wird im Anschluss an Hill (2015) und Kraszewski (2017) das Kriterium des Settings/der Räumlichkeiten zugrunde gelegt. Sendungen mit Castingprinzip, die ausschließlich in Fernsehstudios stattfinden, sollen außen vor gelassen werden. Denn insbesondere für diejenigen Szenen, die außerhalb der Fernsehstudios gedreht werden, ist kennzeichnend, dass sie über Strategien der Personalisierung, Dramatisierung

7 Für die Begriffe »citizenship« und »the good citizen«, die im englischen Sprachraum durchaus verbreitet sind, gibt es im Deutschen kein geläufiges Äquivalent.

8 So lautet der Claim, mit dem die analysierte Sendung *Shaq's Big Challenge* vermarktet wurde.

9 Im angloamerikanischen Diskurs ist der Begriff Castingshow nicht vorhanden. Dort werden Formate wie *America's Next Top Model*, wenn sie überhaupt in Form von (Sub-)Genres benannt werden, *talent shows*, *reality competitions*, *job search* oder *fashion-themed reality television show format* zugeordnet.