

Matthias Herz

Das Privat-Fernsehen

Reality TV als Trägerkonzept medienvermittelter
Privatheit im deutschen Fernsehen

SCHÜREN

Inhalt

Vorwort und Dank	9
1 Das Privat-Fernsehen und sein Millionenpublikum	11
1.1 Reality TV als privacy programming	11
1.2 Untersuchungsbereiche und Zielsetzungen	13
1.3 Aufbau der Arbeit	20
2 Theoretische Grundlagen und Modellbildung	21
2.1 Medienvermittelte Privatheiten im Lichte von Mediensemiotik und Systemtheorie	21
2.1.1 Privatheit im Modell von Welt – mediensemiotische Perspektive	22
2.1.2 Die ‹Reality› der Massenmedien – systemische Überlegungen	33
2.2 Begriffsklärungen und definitorische Annäherungen	41
2.2.1 Authentizität, Inszenierung und Personenkonzepte	42
2.2.2 Reality TV	47
2.2.2.1 Wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Gegenstand	48
2.2.2.2 Reality TV im Rahmen dieser Arbeit	56
2.2.3 Privatheit	61
2.2.3.1 Modifikation des liberalen Privatheitsbegriffs	62
2.2.3.2 Privates in den Massenmedien	64
2.3 Modellbildung auf der Grundlage der theoretischen Vorarbeiten	73
3 Das Privat-Fernsehen – Analyse von Schlüsselformaten	77
3.1 Zu den Kriterien der Formatauswahl	77
3.2 Inszenierte Ereignisse im Container – Reality TV als Sozialexperiment	83
3.2.1 Big Brother als ‹massenmediales Panopticon›	84

3.2.1.1	Das Konzept, Skandalisierungen und die Entwicklung im Staffilverlauf	85
3.2.1.2	Die institutionalisierte Instrumentalisierung von Privatheit	96
3.2.1.3	Zusammenfassung: Das Skandalkonzept und seine Normalisierung	113
3.2.2	Liebe und Körperlichkeit in Reality-Formaten – DER BACHELOR	116
3.2.2.1	Zwischen Game Show und Liebesgeschichte	117
3.2.2.2	Die Beziehungssuche als vorstrukturiertes Narrativ	123
3.2.2.3	Zusammenfassung: DER BACHELOR als ‹fairy tale narrative›	139
3.2.3	Die Konstruktion von Stars – Deutschland sucht den Superstar	141
3.2.3.1	Zur Suche nach dem Superstar als Sendungskonzept	142
3.2.3.2	‹Ganz privat› zwischen Alltagswelt und Showbühne	148
3.2.3.3	Zusammenfassung: Zwischen Privat-Figur und Medienprominenz	161
3.2.4	Medienprominenz in PROMI BIG BROTHER und ICH BIN EIN STAR – HOLT MICH HIER RAUS!	164
3.2.4.1	Prominente im Käfig – zu den Sendungskonzepten	165
3.2.4.2	Die De- und Rekonstruktionen von Prominenz	171
3.2.4.3	Zusammenfassung: Der Dschungel als Gleichmacher	181
3.2.5	Zusammenfassung der Ergebnisse: Das Reality-Experiment	183
3.3	Der Ausbruch aus dem Experimentallabor – die ‹echte Welt› im Fernsehen	184
3.3.1	Unbekannter Alltag als Reality-Doku – DIE GEISSENS UND DIE LUDOLFS	187
3.3.1.1	Die Inszenierung des Lebens zwischen Schrottplatz und Luxusjacht	189
3.3.1.2	Fokus auf die Familie als Kernbereich privater Lebensgestaltung	197
3.3.1.3	Zusammenfassung: Der dokumentarische Modus des Reality-Alltags	202
	Exkurs: Helden des Alltags – Securitainment im dokumentarischen Modus	205
3.3.2	Leben nach Drehbuch – BERLIN TAG UND NACHT	206
3.3.2.1	Der fiktionale Realismus des Reality TV	208
3.3.2.2	Die Erfindung des Privaten in scripted reality	215
3.3.2.3	Zusammenfassung: Die fiktional entgrenzte Privatheits-Dokumentation	221
	Exkurs: Investigativ geprägte scripted reality-Formate – DIE TROVATOS	223

3.3.3 Reality TV als Lebenshilfe – DIE SUPER NANNY	225
3.3.3.1 Problemlösung als Sendungskonzept	226
3.3.3.2 Der Blick in die Wohnzimmer konfliktreicher Familien	232
3.3.3.3 Zusammenfassung: Lebenshilfe aus der Voyeurs- Perspektive	245
3.3.4 Der Alltag des Reality TV – Zusammenfassung der Ergebnisse	247
4 Die vielen Veröffentlichungen des Privaten – Ergebnisse und Perspektiven	251
Ausblick, Anknüpfungspunkte und Vertiefungspotenziale	259
Literaturverzeichnis	263
Wissenschaftliche Quellen	263
Diskursquellen	272
Herangezogene Filmbeispiele	279

1 Das Privat-Fernsehen und sein Millionenpublikum

1.1 Reality TV als privacy programming

Whatever your opinion of Cops, Neighbours from Hell, Big Brother, or Survivor, reality TV is here to stay.
– Hill 2005, S. 2

Die britische Medienwissenschaftlerin Annette Hill bringt mit ihrer Einschätzung zur Zukunft von Reality TV dessen gegenwertigen Stellenwert auf den Punkt: In seiner jungen Geschichte¹ war diese Programmform bereits Gegenstand zahlreicher Definitionen, Hoffnungen für aufklärerische Impulse und scharfer Kritiken. Vielfach drehen sich letztere um die Angst vor der Totalaufgabe und dem Ausverkauf des Privatlebens und sogar dem Verfall von Sitte und Moral. Dennoch – oder gerade deshalb – hat sich Reality TV inzwischen fest auf Fernsehmärkten in aller Welt etabliert. Forscher, Zuschauer, Produzenten und Kritiker sind sich dabei seit jeher uneinig, wie diese Entwicklung zu verstehen und zu bewerten ist. Das lässt sich alleine daran illustrieren, dass bislang nicht einmal im Hinblick auf die Dimension und Bedeutung des Begriffs *Reality TV* selbst ein umfassender Konsens besteht.

Mögliche Ursachen hierfür sind ohne Zweifel dessen inhärente (vermeintlichen) Paradoxien und eine rasche und breite konzeptuelle Ausdifferenzierung. So

1 Natürlich kann für einen derart heterogen verstandenen Begriff wie Reality TV weder ein klarer Anfangs- noch Endpunkt gesetzt werden. Im Folgenden wird im Rückgriff auf bestehende Arbeiten gezeigt, dass das Prinzip dieser hybriden Programmform gewissen Traditionslinien entspringt und diese auch in gewisser Weise fortführt.

oszilliert Reality TV vielfach zwischen Skandalisierung und Normalisierung sowie zwischen vordergründiger öffentlicher Ablehnung und dazu gegenteiligen Einschaltquoten.² Die rasanten Innovationen, Verwerfungen und Ausdifferenzierungen von Programmen, die unter dem Begriff Reality TV subsumiert werden, leisten zusätzlich ihren Teil zur ständigen Veraltung gewonnener Erkenntnisse. Vielfach findet in der Auseinandersetzung damit deshalb ein problematischer Rückzug auf das unscharfe Schlagwort der Hybridität statt.

Die tatsächlichen Anteile an Reality-Formaten im deutschen Fernsehen werden dabei je nach Verständnis des Begriffs unterschiedlich groß, aber stets als bedeutend eingeschätzt. Die Programmanalyse 2015 des Fachmagazins *media Perspektiven* betont deren nachhaltigen Einfluss:

Zwischen 2008 und 2011 erhöhte RTL den Sendezeitanteil der Doku-Soaps/Realityformate von 15 auf 29 Prozent und blieb bis 2015 in etwa auf diesem Niveau. [...] Auch bei Sat.1 dominierten Fernsehserien und Formate des Factual Entertainment die Unterhaltungsangebote. Ab 2012 forcierte Sat.1 dann Realityformate noch intensiver als RTL. Seitdem erhöhte Sat.1 das Angebot an Doku-Soaps und Realityformaten von 20 auf 38 Prozent der Sendezeit im Jahr 2015.

(Krüger 2016, S. 176)

Mit Blick auf diese Zahlen wird zugleich deutlich, dass Reality TV ein zentrales Programmangebot der privaten Rundfunkanbieter ist, denn

[u]nter den nonfiktionalen Unterhaltungsformen des Ersten entfiel auf keine mehr als 5 Prozent der Sendezeit. [...] Doku-Soaps/Realityformate im Stil der privaten Sender gab es nicht, sondern hauptsächlich Zoo-Dokus, sie stiegen bis 2015 auf 4 Prozent der Sendezeit.

(Krüger 2016, S. 176)

Gerade mit Blick auf die heterogenen Zugänge zu diesem einflussreichen Forschungsfeld wird in dieser Arbeit eine synthetisierende und paradigmatische Annäherung versucht: Reality TV wird mit Fokus auf (massen-)medial vermittelte und inszenierte Privatheit betrachtet. Es wird davon ausgegangen, dass gerade mit der Untersuchung dieser vordergründigen Paradoxie – dem Privaten im Öffentlichen – zentrale Charakteristika von Reality TV beschrieben und erfasst werden können. Im Folgenden wird der Untersuchungsgegenstand unter dem Schlagwort des *privacy programming* gebündelt. Dieser Begriff ist von Genre- und Gattungslogiken losgelöst und auf die mediale Inszenierung und Verhandlung des Paradigmas des Privaten unter bestimmten programmatischen Voraussetzungen bezogen. Damit ist eine wesentliche Hypothese dieser Arbeit vorausgeschickt: Reality TV lebt von der authentischen Darstellung des vermeintlich echten (Privat-)Lebens

2 Man denke z.B. an den großen medialen Aufschrei bei der ersten Staffel von Big Brother bei gleichzeitigen Rekord-Einschaltquoten.

und dort situierter Probleme und Ereignishaftigkeiten. ‹Echtheit› muss in diesem Zusammenhang weniger mit gesellschaftlicher Realität gleichgesetzt werden, sondern ist vielmehr ein fragmentierter Rückbezug auf Aspekte und Domänen sozialer Praxis einer Alltagswelt der Zuschauer.

Als Grundlage der Analysen dient ein topologisches Kultur- und Analysemodell. Reality-Formate werden hierbei mit Blick auf ihre jeweiligen (topologischen) Settings betrachtet, innerhalb derer mediale (Re-)Konstruktionen von Privatheiten zu sehen sind. Reality TV ist dabei von einer wesentlichen Neuerung im Gegensatz zu programmatischen Vorläufern geprägt: Zuvor waren das Private primär Gegenstand fiktionaler Programmangebote, von Boulevard-Berichterstattung und einiger weniger Show-Formate. Nach der Talkshow-Ära der 1990er-Jahre³ ist Privatheit nun plötzlich mit einer neuen Generation von Reality TV⁴ in vielfältigen Verortungen und Ausprägungen zum öffentlichen Gegenstand geworden. Ob panoptisches Sozialexperiment, Familienprobleme im Wohnzimmer, die Suche nach dem Partner fürs Leben oder die filmisch begleitete Schönheitsoperation: Reality TV *zeigt* Privates unter einem expliziten Authentizitätsanspruch, anstatt, wie etwa in Daily Talks üblich, lediglich darüber zu sprechen.

Diese Arbeit wird wiederum zeigen, *wie* Reality TV diese Leistung erbringt, *welche* (diskursiven und programmatischen) Strukturen dem zugrunde liegen und *was* das für die deutsche Fernsehlandschaft bedeutet. Am Ende wird eine hypothesengeleitete Aufarbeitung davon stehen, wieso Reality TV als *privacy programming* gelten muss.

1.2 Untersuchungsbereiche und Zielsetzungen

Zugrundeliegende Prämissen

Ein Massenmedium wie das Fernsehen adressiert vornehmlich einen passiven⁵ und dispersen, also unbestimmten und prinzipiell ungeschlossenen Zuschauerkreis

- 3 Talkshows können gerade im Hinblick auf die Verhandlung des Privatheits-Paradigmas in enger Verknüpfung mit Reality TV gesehen werden. Die Rheinische Post kommentiert etwa: «Anfang der 90er aus der Taufe gehoben, entwickelten sich die Quasselrunden schnell zu Quotenbringern mit Themen gerne unter der Gürtellinie [...]. Affekt-Talks wurden diese Runden deshalb auch genannt, immer ging es um privates Erleben [...]. Der Niedergang des Nachmittagstalks hängt eng zusammen mit dem Erfolg des Reality-Fernsehens. Tägliche Sendungen wie ‹Familien im Brennpunkt›, ‹Mitten im Leben› oder ‹Familien-Fälle› zeigen mittlerweile in bewegten Bildern das, worüber bei den Talk-Shows nur geredet wurde – ein unschlagbarer Wettbewerbsvorteil.» Isringhaus 2013, unpag.
- 4 Zum nachfolgend herangezogenen und kritisch diskutierten Generationenbegriff im Zusammenhang mit Reality TV s. u. a. Kavka 2008 und Kavka 2012.
- 5 Absolut ist diese Grenzziehung dabei natürlich nicht: Neben Telefon- und Online-Abstimmungen sind hierbei die partizipatorischen Mechanismen des Social TV zu nennen, wie sie anhand von BERLIN TAG UND NACHT behandelt werden. Reality TV versucht vielfach durchaus, die Zuschauer

über die Veröffentlichung eines medialen Textes. Das verändert auch den Blick auf die ›Privatheit‹ der Charaktere in Reality-Formaten, die über diesen Umstand im Bilde bzw. bei scripted reality-Formaten lediglich Figuren einer fiktionalen Diegese sind. Bindeglied zwischen dem Medienproduzenten und den Rezipienten ist in diesem Sinne das als Artefakt vorliegende Format, das ausgestrahlt wird. Die (Re-)Präsentation eines Privaten ist im Lichte des verwendeten mediensemiotischen Ansatzes im Folgeschluss als *zeichenhaft* anzusehen. Mediale Artefakte transportieren damit über werkimmanente zeichenhafte Strukturen Repräsentationen und Inszenierungen privater Informationen, Entscheidungen und Räume.

In dieser Arbeit werden zudem Wertungen über die Qualität dieser Artefakte zunächst zurückgestellt.⁶ Wenn auch das Miteinbeziehen derartiger Prädikate für ein tieferes Verständnis der daran anschließenden Diskurse wichtig und ergiebig ist, werden sie im Rahmen der Analyse nur in diesem spezifischen Kontext im Anschluss an die Analysen eingebunden und nicht als bereits im Vorfeld angewandtes Unterscheidungs- bzw. Definitionskriterium dienen. Erst dadurch wird eine fundierte und interdisziplinär anschlussfähige Diskussion des Medienphänomens Reality TV auf der Grundlage der Analyseergebnisse ermöglicht. In diesem Sinne wird die Arbeit in erster Linie nicht Dichotomien wie ›wahr vs. falsch‹ und ›gut vs. schlecht‹ an den Untersuchungsgegenstand herantragen.⁷

Unabhängig von der jeweiligen Einschätzung der jeweiligen Qualität fungieren das Fernsehen bzw. audiovisuelle Medien neutral gesprochen als potenzielle Reflexionsebenen und Vorbilder für den eigenen Lebensentwurf und im Sinne einer Feedback-Schleife auch für die Weiterentwicklung von Reality-Formaten. Die Inhalte von Fernsehprogrammen werden dabei nicht nur konsumiert, sondern ebenso evaluiert und fortgeführt, sei es explizit durch Paratexte und Metadiskurse in Zeitungen und Foren oder implizit durch Einschaltquoten. Diese Produktivität lässt sie Teil diskursiver und gesellschaftlicher Wissensbestände werden. Deren zugrundeliegende Haltung zum jeweiligen Gegenstand sowie daraus resultierende Diskurse über Privatheit werden nicht zuletzt durch werkimmanente Strukturen mitbestimmt. Anders gesprochen: Reality TV (re-)konstruiert Konventionen von

zu aktiver Teilnahme zu bewegen, sei es durch das Suggestieren von Entscheidungsmacht durch Abstimmungen bei Casting- und Talentshows oder über pseudosoziale Interaktionsangebote bei crossmedialen Storyworlds, etwa in sozialen Onlinenetzwerken. Sie bleiben aber in Bezug auf das konkrete Medienprodukt nach wie vor im Wesentlichen eines: Zuschauer.

6 In Bezug auf den Begriff der Wertfreiheit sei dabei relativierend auf Max Webers Idee der Wertneutralität verwiesen. Die vorliegende Arbeit versucht, der Frage nach dem Wesen des Untersuchungsgegenstandes nachzugehen. Hierfür sind Werturteile zunächst nicht von Interesse, da diese erst auf der Grundlage einer solchen Untersuchung adäquat gefällt werden können, vgl. Weber 1991. Nichtsdestotrotz wird natürlich anerkannt, dass eine umfassende Wertfreiheit schon alleine aufgrund kultureller Einbettungen von Gegenstand und Forscher nicht erreichbar ist.

7 Zur Klärung und Operationalisierung der Begriffe *Wahrheit*, *Authentizität* und *Inszenierung* s. 2.2.1

Realitätskonzeptionen und sozialer Praxis, die sowohl innerhalb der Massenmedien als auch im Hinblick auf die Alltagswelt der Zuschauer das Verständnis dieser Konzepte potenziell beeinflussen. In diesem Sinne werden die strukturalistisch⁸ geprägten Analysen medialer Artefakte in Verbindung mit einer systemischen Entwicklung im Fernsehmarkt betrachtet und untersucht.

Zentrale Hypothesen dieser Arbeit

Reality TV kann zunächst relativ wertfrei als konsequente Nutzung und Umsetzung der technisch-apparativen, institutionellen und semiotischen Möglichkeiten des Fernsehens im Versuch eines *Fernseh-Realismus* verstanden werden.⁹ Dieser funktioniert in erster Linie über eben jenes implizite oder explizite Versprechen der Darstellung von Privatheit, welches ein anhaltendes Konsuminteresse anspricht.¹⁰ Das ist auch der Grund, warum Reality TV nicht ohne weiteres wieder aus der deutschen Fernsehlandschaft verschwinden wird. Vielmehr hatten und haben die entwickelten Hybridisierungen in diesem Zusammenhang nachhaltigen Einfluss auf das Verständnis und die Konstruktion einer *Fernsehrealität*, die maßgeblich von der Inszenierung von Privatheit unter dem Diktat des Authentischen geprägt ist.¹¹ Reality TV hat sich über die Verwertung des Paradigmas Privatheit in verschiedenen Ausprägungen damit eine Kernkompetenz des Fernsehens zunutze gemacht. Oder mit den Worten Misha Kavkas: «I argue that reality television has proven successful with viewers not because it reflects reality, but because it is fully appropriate to the medium of television as a technology of intimacy.» (Kavka 2008, xi)

Reality TV als *privacy programming* verhandelt damit medienvermittelte Privatheiten im Rahmen einer tiefgreifenden programmatischen Hybridität. Mit diesem vorherrschenden Paradigma ist um Reality TV zunächst eine perspektivische Klammer geschlossen, auf der diese Arbeit aufbaut. Das bedeutet, dass die ohnehin

8 Zur konkreten Verortung des strukturalistischen Ansatzes s. u. a. Krah 2006 und Titzmann 1993.

9 Der Begriff Realismus wird dabei mit Borstnar et al. als «ästhetische Strategie innerhalb eines Kommunikats [verstanden], durch die die dargestellten Handlungen, Personen und Sachverhalte als möglich in dem Sinne klassifiziert werden können, dass sie mit den herrschenden Realitätskonzeptionen zu vereinbaren sind. Realistische Sachverhalte müssen demnach nicht real, also nicht faktisch geschehen sein. Realistisch ist die Darstellung eines Sachverhaltes dann, wenn er sich so zutragen könnte.» Borstnar et al. 2008, S. 41.

10 Die Inszenierung des Privaten im Fernsehen ist generell keine neue Entwicklung. Sie lässt sich bis in die Anfänge der Programmgeschichte des deutschen Fernsehens zurückverfolgen. S. dazu u. a. Bleicher 2002, Pundt 2002 und Pundt 2008. Interessant sind vielmehr die zugrundeliegenden Ansprüche und filmischen Darstellungsmodi, die hierfür in Reality TV gewählt werden.

11 Dieser Begriff ist dabei von dem eines Fernseh-Realismus zu unterscheiden. Gerhards betont in Bezug auf Niklas Luhmanns Überlegungen zur Realität der Massenmedien, «dass Medienangebote keine Abbilder einer systemexternen Wirklichkeit sein können, sondern eigene Fernsehrealitäten konstruieren.» Gerhards 2005, S. 289. Unter Berücksichtigung der genannten Prämissen zur Referenzialität der behandelten Formate und ihrer Realitätskonstruktionen wird deshalb von der Modellhaftigkeit der jeweiligen Weltentwürfe ausgegangen.

zunächst semantisch leere Dichotomie¹² *privat/öffentlich* diskutiert und hinsichtlich des Feldes Reality TV untersucht und modifiziert werden muss. Hinsichtlich der komplexen Struktur des Forschungsgegenstands sind dabei alle weiteren Untersuchungsschritte dieser Arbeit von folgender Hypothese abzuleiten:

Das Konzept der Privatheit ist als konstitutives Element des Reality TV einer kontextgebundenen Implementation in das Fernsehsystem unterworfen.

Reality-Formate versprechen Einblicke in das Leben anderer Menschen in verschiedensten Situationen. Es wird dabei explizit von privaten, intimen und geheimen Informationen, Entscheidungen, Beziehungen und Orten gesprochen, die die Zuschauer im Verlauf der jeweiligen Sendung zu sehen bekommen. Das ‹Private› wird innerhalb der Formate im Rahmen einer spezifischen medialen Aufbereitung verhandelt und inszeniert. Dieser Prozess wird stets in Rückbindung an den gesellschaftlichen Kontext und daran anschließende Debatten vollzogen. Was gezeigt wird, bezeichnen Grimm und Neef als eine veröffentlichte Privatheit. Demnach ist es unabhängig davon, «ob nun die Medien als Seismograf, Motor oder Verstärker gesellschaftlicher Entwicklungen gelten, [...] ersichtlich, dass mit der Etablierung und Ausweitung der Massenmedien der Raum des Öffentlichen partiell für Privates durchlässig wurde» (Grimm und Neef 2012, S. 59–60). Die Begriffe *öffentlich* und *privat* werden hierbei nicht als Gegensatzpaar betrachtet, denn diese «durch Massenmedien erzeugte Infiltrierung des öffentlichen Raums mit privaten Darstellungen lässt sich als Hybridisierung 1. Ordnung beschreiben, wobei das Private immer noch durch seine Differenz zum Öffentlichen signifiziert ist — und eben als ‹Privates› erkennbar bleibt» (Grimm und Neef 2012, S. 60).¹³

Das erfordert eine spezifische Annäherung an den Begriff des Privaten: Reality-Sendungen zeigen Einblicke in Lebensbereiche der auftretenden Charaktere, die unter dem Prädikat *privat* filmisch zu einer modellhaften und *veröffentlichen Privat-Identität* formatiert werden. Dabei muss im medialen Kontext stets von der *Inszenierung* bestimmter Sujets ausgegangen werden. Da jeder Text und damit Film ein Modell von Welt entwirft, geschieht die Etablierung bestimmter Semantiken durch Parameter der Darstellungsweise, die spezifische filmische Wirklichkeit und das filmische Erzählen.¹⁴ Es wird diesbezüglich der Behauptung nachgegangen,

12 Leer ist sie zunächst deshalb, weil sich Privates immer erst *von* etwas abgrenzen muss. Erst dadurch wird es als ebensolches sinnhaft erkennbar. Bevor dies geschieht, verbleibt das Begriffspaar in seiner konkreten Bedeutung immer ein Stück weit abstrakt.

13 Während also im Rahmen sozialer Praxis Privates erst durch eine konkrete *Grenzziehung* als ebensolches erkannt wird, findet im Rahmen medienvermittelter Privatheiten eine zeichenhafte Konstruktion dieser Grenze in einem veröffentlichten Weltentwurf statt. Auf diese Unterscheidung wird die Annäherung an die Inszenierung des Privaten im Rahmen dieser Arbeit wesentlich gestützt sein.

14 Die hier vorgestellte Unterteilung wird u. a. in Gräf et al. 2011 weiterführend behandelt.

dass diese Dimensionen zentral an der Instrumentalisierung des Privatheits-Paradigmas ausgerichtet sind. In diesem Sinne wird folgende Hypothese überprüft:

Das Versprechen öffentlich gemachter Privatheit im Reality TV wird durch spezifische, mediensemiotisch fassbare Inszenierungsstrategien in Rückbindung an dominante Paradigmen und Sujets dargestellt.

Die damit verbundene fortlaufende Ausdifferenzierung muss dabei zwangsläufig Grenzüberschreitungen bzw. ‹Verjüngungen› beinhalten, um dem andauernden Innovationsdruck gerecht zu werden.¹⁵ Ein Blick auf Diskurse um Reality-Programme im zeitlichen Verlauf zeigt, dass die Bewertung der Veröffentlichung konkreter Inhalte und genereller Themen in einem Wechselspiel aus Skandalisierung und Normalisierung erfolgt.¹⁶ Grund dafür ist die fortwährende Fokussierung auf wesentliche *Ereigniswerte*,¹⁷ die Grenzüberschreitungen hinein in als privat signifizierte Domänen beschreiben. Der Erfolg von Reality-Programmen muss deshalb als Resultat einer nachhaltigen Entwicklung und Fortführung der audiovisuellen Angebote im Fernsehbereich auf der Grundlage dieser ständigen Grenzverschiebungen und Rückbezüge verstanden werden. Diese Vorgänge, Modifikationen und konsistenten Ausprägungen können im Rahmen von theoriegeleiteten Analysen herausgearbeitet und bis zu einem gewissen Punkt in Verbindung zueinander gebracht werden. Wenn also dem Zuschauer neue entsprechende Einblicke versprochen werden, so die dritte Hypothese, wird medienvermittelte Privatheit stets im Lichte systemischer Entwicklungen und Rückbezüge in spezifische Kontexte eingebettet und bewertet:

Es erfolgt kontextbezogen eine mediale Instrumentalisierung der Dichotomie privat/öffentlich. Diese Funktionalisierung des Privaten ist als Ereigniswert mit kultureller und zeitlicher Einbettung zu begreifen.

- 15 Dieser Umstand ist wiederum von großer Bedeutung, wenn es um die definitorische Annäherung an Reality TV geht. John Hartley stellt diesbezüglich richtig fest: «A recent generic phenomenon of television broadcasting, reality TV, is difficult to define owing the rapid development of programmes of its nature», Hartley 2007, S. 196.
- 16 Die Darstellung besonders tiefgreifender Grenzüberschreitungen führt dabei vielfach zu heftigen Reaktionen. Die Qualität einer Grenzüberschreitung divergiert dabei aber ggf. im zeitlichen Verlauf: Formate wie ICH BIN EIN STAR, HOLT MICH HIER RAUS! gelten nach anfänglichen Skandalisierungen trotz andauernder gezielter Bloßstellungen der Kandidaten inzwischen als salonfähig und werden auch in der Qualitätspresse eifrig rezensiert.
- 17 Der Begriff *Ereigniswert* illustriert anschaulich das Zusammenspiel aus Grenzüberschreitungen und Veraltung der gezeigten Inhalte: während mit dem Begriff des Ereignisses ein fixer, statischer Punkt innerhalb des Modells von Welt bezeichnet wird, ist der jeweilige Wert dieses Ereignisses stets als relativ zum Mediensystem zu sehen, in das das jeweilige Produkt eingebettet ist. Ein spezifischer Inhalt kann etwa zum einen Zeitpunkt t_n im Zuge einer Skandalisierung einen besonders hohen Ereigniswert aufweisen, zu einem t_{n+1} hingegen aber nicht mehr als relevante Grenzüberschreitung evaluiert werden.

Gerade im Hinblick auf die mediale Konstruktion von Privaträumen und der stückweisen intradiegetischen Auflösung konventioneller Grenzen ist es interessant, inwiefern sich das auf das Verständnis absoluter und relativer Grenzen des Zeigbaren auswirkt.¹⁸ Welche Selbstoffenbarung und welche Darstellung eines vermeintlichen Privaten führen also zu regem Diskurs, zu Widerstand oder werden im System der Massenmedien letztlich abgelehnt? Derartige Verschiebungen eröffnen Anknüpfungspunkte hinsichtlich medienethischer und medienrechtlicher Aspekte und werden mit Blick auf folgende Hypothese untersucht:

Der medial transformierte Privatheits-Diskurs stößt in seiner zeitlichen Entwicklung auf relative und absolute Grenzen. Diese lassen sich anhand von Diskursen über die relevanten Artefakte herausarbeiten.

Damit ergeben sich ausgehend von den formulierten Hypothesen wesentliche Arbeitsfelder, die anhand ausgewählter Fallstudien bearbeitet werden. Durch die Analysen wird folgenden Aufgabenstellungen und Ziele nachgegangen.

Forschungsinteressen und Zielsetzung

Die Analysen können nicht ausschließlich auf eine Untersuchung der jeweiligen Primärtexte beschränkt sein. Sie müssen viel mehr damit beginnen, nach den semantischen Zuweisungen und Verständnissen der zentralen Gegenstände und Paradigmen zu forschen. Das umfasst vor allem den Begriff Reality TV und weiterführend das angesetzte Verständnis von medienvermittelter Privatheit. Ausgehend von einer Analyse werkimmanenter Strukturen ist es dabei gewinnbringend und notwendig, die daran anschließenden (Meta-)Diskurse und (Para-) Texte durch Medienakteure und Zuschauer in die Untersuchung miteinzubeziehen. Unter Berücksichtigung dieser zentralen Komponenten erfolgt eine ergebnisorientierte Aufarbeitung der Inszenierung des Privaten im deutschen Reality TV. Die Frage nach dem Wesen, der Struktur und der Entwicklung des Untersuchungsgegenstandes finden hierbei Berücksichtigung. Das erste Ziel dieser Arbeit lautet deshalb, eine funktionale Handhabe für die Annäherung an medienvermittelte Privatheit im Fernsehen auf der Grundlage bestehender Ansätze zu entwickeln. Diese muss von Verständnissen absoluter Dichotomien wie etwa *privat vs. öffentlich* im Wesentlichen losgelöst sein. Die Notwendigkeit dafür resultiert aus der konstitutiv

18 Der Begriff des Absoluten unterliegt in diesem Zusammenhang jedoch wie der des Ereigniswerts einer gewissen Relativierung: Eine absolute Grenze kann immer nur rückblickend durch die Analyse rechtlicher, institutioneller und diskursiver Beurteilungen ausgemacht werden. Wird eine Grenzüberschreitung im Rahmen juristischer Urteile oder durch die Ablehnung der Zuschauer als nicht zeigbar eingestuft und im Verlauf des anschließenden Diskurses nicht den Mechanismen einer Normalisierung unterzogen, kann sie zum jeweiligen Systemzustand t_n als absolut gelten. Das erlaubt zwar gewisse Prognosen mit Blick auf einen Zeitpunkt t_{n+1} , aber gerade im Lichte des Verständnisses eines komplexen adaptiven Systems keine zwangsläufige Festlegung. Unter diesem Vorbehalt sind auch die Ergebnisse dieser Arbeit in diesem Bereich zu lesen.

geltenden «Grenzverwischung von Öffentlichkeit und Privatheit bzw. Intimität» (Göttlich 2001, S. 79).

Klaus erkennt in der vielschichtigen Hybridisierung vermeintlicher Dichotomien eine signifikante Entwicklung, die mit Reality TV einhergeht:

Wenden wir uns diesen Grenzüberschreitungen nun systematischer zu, dann zeigt sich, dass diese auf allen Ebenen des Medienprozesses geschehen: Auf der Ebene der Produktion, ebenso wie auf der Technik, der Ökonomie, des Medientextes und der Publikumsansprache. (Klaus 2008, S. 162)

Wenn in diesem Kontext oftmals von Reality TV als einem Genre gesprochen wird, muss angemerkt werden, dass dies der Komplexität, der Hybridität und der raschen Ausdifferenzierung des Gegenstandes kaum gerecht werden kann.¹⁹ Die Anwendung eines Genrebegriffs bzw. geschlossener Typologien erscheint zumeist bereits antiquiert, sobald sie formuliert wurde, da die dahinterstehende Logik meist bereits durch neue hybride Angebote unzureichend erscheint. Das zweite Ziel dieser Arbeit lautet deshalb, eine funktionale definitorische Annäherung an die Programmform Reality TV zu entwickeln und analysebasiert vorzustellen. Das geschieht im Abgleich mit einer Kritik etablierter Modelle und ist unter Mitbeziehung aktueller Entwicklungen des Untersuchungsgegenstands konzipiert. Ausgehend von der Hypothese, dass sich Reality TV wesentlich über die mediale Konstruktion und Instrumentalisierung des Paradigmas des Privaten etabliert, wird somit aus dieser Perspektive ein definitorisch möglichst flexibler Ansatz verfolgt. Dieser wird im Anschluss im Rahmen der Analysen auf die Entwicklung des Untersuchungsgegenstandes seit 2000 angewandt und dient als Framework für die Überprüfung der formulierten Forschungshypothesen.

Die Eingrenzung des Untersuchungszeitraumes bedeutet nicht, dass die Inszenierung von «Privatem» im Fernsehen eine Erfindung des neuen Jahrtausends ist. Seit der Erstausstrahlung von BIG BROTHER ist aber zweifelsohne eine Beschleunigung dieser Entwicklung mit einem zeitgleichen Bedeutungszuwachs derartiger Formate eingetreten. Diese fand jedoch nicht im luftleeren Raum bzw. ohne Vorläufer auf dem Fernsehmarkt statt. Reality TV hat vielmehr den Blickwinkel auf dieses Sujet erweitert und den Prozess diskursiver Aushandlungen relevanter Grenzen seit 2000 erheblich beschleunigt. Das dritte Ziel lautet, darauf aufbauend entsprechende Grenzverschiebungen und –verhandlungen seit 2000 nachzuzeichnen und in einen diskursiven Zusammenhang zu stellen.

19 Nachfolgend werden in diesem Zusammenhang bestehende Versuche aufgezeigt und kritisch betrachtet, die sich dieser Problematik widmen. S. dazu u.a. etwa Klaus und Lücke 2003 oder auch Kavka 2008 und Kavka 2012.