

ZWISCHEN INSZENIERUNG UND AUTHENTIZITÄT. SPRACHE UND SPRECHEN IM REALITY-TV*

Der Autor ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Deutsche Sprache in Mannheim.

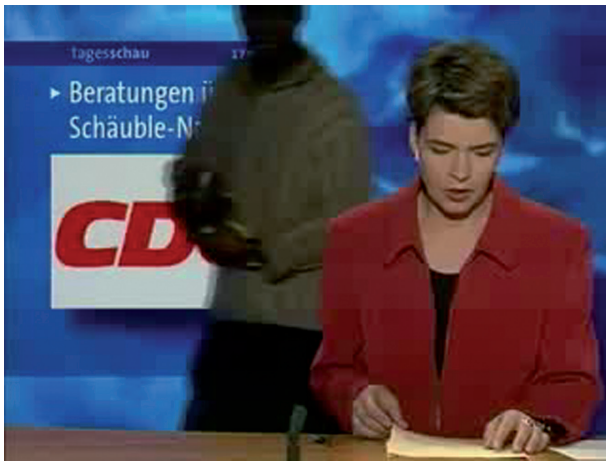
Einleitung

Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, auszuloten, wie Sprechen und Handeln, das wir aus dem Alltag kennen, einzuschätzen ist, wenn es im Fernsehen und vor allem im so genannten Reality-TV erscheint. Einen guten Einstieg, diese Problemstellung zu illustrieren, bieten Pannen, wie man sie etwa aus Nachrichtensendungen wie der Tagesschau kennt. Wenn etwa – wie in einer Morgenausgabe der Tagesschau geschehen – eine nicht zur Sendung gehörende Person (hier war es ein Putzmann) in die laufende Sendung ‚hineingerät‘ und nicht merkt, dass gerade gesendet wird, entsteht unerwartet eine neue Situation, mit der sich die Beteiligten, hier vor allem die Sprecherin Susanne Daubner, arrangieren müssen. Was in solchen Fällen passiert, lässt sich mit Blick auf das Entstehungsprinzip als – wenn auch natürlich unbeabsichtigtes – Reality-TV begreifen. Warum? Das Gesehene ist, verstanden als Panne, authentisch, im Sinne von ungeplant, spontan und unintendiert. Auch die Bemühungen von Frau Daubner, angesichts dieses temporären Zusammenbruchs der Normalität Contenance zu bewahren, erscheinen uns authentisch, weil sie spontan und unmittelbar auf eine unerwartete und plötzlich eintretende Situation reagieren muss. Der Ablauf ihres Verhaltens erscheint – verglichen mit dem ansonsten routinierten Vortrag der Nachrichten – zukunfts offen und birgt aufgrund dessen einen Moment der Spannung. Man fragt sich unwillkürlich: Wie wird sie mit dieser Situation umgehen? Tatsächliches Reality-TV legt es genau auf solche Situationen an, indem es – nach dem Vorbild von Pannen – Menschen in entsprechende Situationen bringt, um deren Verhalten zu testen und vorzuführen. Indem es – wenn man so möchte – auf wohl inszenierte ‚Realitätseinbrüche‘ setzt, bedient es sich eines Konstruktionsprinzips, das Inszenierung und Authentizität in eigentümlicher Weise miteinander verquickt.

Dies bringt mich zu meiner Ausgangsbeobachtung sowie meiner sich daraus ergebenden Fragestellung, die ich im weiteren Verlauf verfolgen möchte. Das Faszinierende an Reality-TV ist die Hartnäckigkeit, mit der es sich im Realitätsdiskurs festgesetzt hat. Dass im Reality-TV nichts so aussieht, wie es scheint, ist ein Allgemeinplatz geworden. Ob in Alltagsgesprächen oder in der Boulevardpresse, das Genre hat – was den Selbstanspruch der Realitätsdarstellung angeht – keinen guten Ruf: Partnerschaften, die in Formaten wie „Big Brother“ scheinbar naturwüchsig entstehen, sind – so kolportiert die Boulevardpresse – lange im Vorfeld abgesprachen. Szenen, die Paare beim Aufwachen in der Kuppelshow „Schwer verliebt“ zeigen, entstehen nur auf Drängen des Filmteams, und bei den Bauern bei „Bauer sucht Frau“ handelt es sich gar nicht um wirkliche Bauern, sondern – wie in einem Fall berichtet wurde – um Busfahrer. Trotz dieses schlechten Rufs hat das Genre aber eines geschafft, und das ist erstaunlich: Es wird nach wie vor im Modus der Tatsachenkonvention berichtet und diskutiert, was sich uns schwer daran erkennen lässt, dass notorisch danach gefragt wird: „Ist das gelogen?“ Folgt man dem Filmwissenschaftler Dirk Eitzen (1998), ist genau das die Frage, an der man erkennt, dass man es mit einem dokumentarischen Format zu tun hat. Dies provoziert die Folgefrage, was genau Reality-TV denn in der Realität verankert.

Meine erste These lautet, dass Reality-TV als Realität verhandelt wird, liegt daran, dass Sprache beziehungsweise Sprechen in einer bestimmten Weise eingesetzt wird. Und meine zweite These zielt darauf, dass dieser spezifische Einsatz des Sprechens als eine bestimmte Form inszenierter Authentizität begriffen werden kann. Beide Thesen möchte ich im Folgenden plausibilisieren. Dazu werde ich zunächst versuchen, die besondere Kommunikationsweise des Fernsehens zu skizzieren sowie einen Begriff von Reality-TV zu entwickeln, um mich dann im zweiten Teil dem Sprechen

Dieser Aufsatz ist eine überarbeitete Fassung des öffentlichen Vortrags im IDS-Sprachforum vom 26.6.2014.



Screenshot aus
„Tagesschau“
(Morgenausgabe vom
17.2.2000)

im Fernsehen allgemein bzw. im Reality-TV im Besonderen zu widmen. Dabei werde ich versuchen, ‚natürliches‘ Sprechen in seiner produkt- oder sendungsgebundenen Erscheinungsweise als Dargestelltes auf der einen Seite, seiner Inszenierung durch die Darstellung in der Produktion auf der anderen Seite gegenüberzustellen.

Fernsehkommunikation und Reality-TV

Kommunikationsweise des Fernsehens

Da man Fernsehen schaut und nicht bloß hört, kann es nicht nur um die Sprachlichkeit, Stimmlichkeit und Lautlichkeit des Sprechens gehen, sondern auch um dessen Bildlichkeit. Fernsehen visualisiert Sprechen in Form von laufenden Bildern, was vor allem bedeutet, dass die sprechenden Menschen, deren körperliche Erscheinungsweise, deren Art zu gestikulieren und deren Mimik sowie die konkrete soziale Situation, in der dieses Verhalten stattfindet, mit übermittelt wird. Dass die Entstehung des Fernsehens als Massenmedium die öffentliche Kommunikation revolutioniert hat, wird im Kern eben dieser Fähigkeit des Fernsehens zugeschrieben, nicht nur sprachliche Inhalte zu übermitteln, sondern auch die entsprechenden laufenden Bilder, die es in erhöhtem Maße ermöglichen, sich auf scheinbar Nebensächliches zu konzentrieren, etwa auf die Mimik von Nachrichtensprecherinnen und -sprechern oder auf das Verhalten bestimmter Personen im Publikum, das die Kamera einfängt. Das Fernsehen verschaffe Zuschauern damit Zugang zu Verhaltensweisen, die üblicherweise dem privaten Bereich angehören, und verändere auf diese Weise Gesellschaft nachhaltig – so der Medienwissenschaftler und Autor des Buches „Die Fernsehgesellschaft“ (im englischen Original: „No sense of place“) Joshua Meyrowitz (1987) bereits in den 1980er Jahren. Besonderes Gewicht kommt dabei dokumentarischen und vor allem Live-Bildern zu, da ihnen als filmbildli-

chen Fallbelegen das Potenzial zugeschrieben wird, die Authentizität von Ereignissen zu verbürgen. Das heißt, dem Tor etwa, das ich während eines live übertragenen Fußballspieles vom Fernsehen gezeigt bekomme, schreibe ich erstens Realität zu (es ist tatsächlich ein Tor gefallen) und zweitens – im Falle der Live-Übertragung – Aktualität (das Tor ist in diesem Moment gefallen).¹

Dies hängt mit der Besonderheit der Kommunikationsweise des Fernsehens zusammen, die darin besteht, dass Fernsehen in der Lage ist, Realitäten in ihrer Eigendynamik wahrnehmungsnah zu zeigen. Am eingangs erwähnten Beispiel lässt sich dies verdeutlichen: Im Gegensatz zu einer Nacherzählung der gezeigten Panne lassen sich bei einer Fernsehübertragung die Nuancen der Mimik der Sprecherin beobachten; man kann dann nicht nur sehen, dass, sondern vor allem auch wie Frau Daubner bemüht war, nicht die Fassung zu verlieren.

REALITY-TV INSZENIERT SPRECHEN IN EINER BESTIMMTEN ART UND WEISE, UM AUTHENTISCHER ZU ERSCHEINEN

Dennoch bildet Fernsehen Realität natürlich nicht einfach nur ab, sondern inszeniert sie zugleich auch für seine kommunikativen Zwecke, etwa durch bestimmte Kameraeinstellungen, durch Schnitte, das Unterlegen von Musik oder auch einfach nur dadurch, dass sich die Handelnden der Anwesenheit einer Fernsehkamera bewusst sind. Das Fernsehen macht dadurch – ähnlich einem ‚Vexierbild‘ – einerseits Personen bzw. deren Verhalten wahrnehmbar – hier hat die ‚Fenster zur Welt‘-Metapher ihre Wurzeln; zugleich kommuniziert und inszeniert es diese Personen und ihr Verhalten jedoch als Fernsehsender auch. Je nach Rezeptionshaltung schwankt Fernsehen daher zwischen Wahrnehmung und Kommunikation.

Bezieht man das auf die titelgebenden Stichworte der Inszenierung und Authentizität, so wird deutlich, dass Fernsehen im Gegensatz zu weniger wahrnehmungsnahen Medien zunächst einen inszenatorischen Kontrollverlust hinnehmen muss, da, aufgrund der – wenn man so möchte – ‚verräterischen‘ Bilder, zwangsläufig immer mehr zu sehen ist als kommuniziert werden soll und gezeigte Objekte und Ereignisse – wie argumen-

tiert wurde – schwer kontrollierbare Eigendynamiken entfalten können. Genau dieses Potenzial wusste das Fernsehen aber im Laufe seiner Entwicklung zu instrumentalisieren, indem es nicht nur werbestrategisch auf Ereignisnähe setzte, sondern der Eigendynamik von Ereignissen inszenatorisch mehr und mehr Raum gab. Einen vorläufigen Endpunkt dieser Entwicklung stellt das hier zur Debatte stehende, so genannte Reality-TV dar. Bevor ich mich diesem nun unter der oben skizzierten Problemstellung widme, möchte ich kurz klären, was man unter Reality-TV versteht.

Reality-TV

Mit Reality-TV wird heute eine weit ausdifferenzierte Genre-Familie mit diversen Subgenres (etwa Doku-Soap, Reality-Show) bezeichnet, die mit Sendungen wie MTV's „The Real World“ und „COPS“ (beide USA) Ende der 1980er Jahre ihren Anfang nahm. Die Bezeichnung *Reality-TV* rührt dabei von den Wurzeln dieser Genre-Familie, die in der personalisierenden und emotionalisierenden Katastrophenberichterstattung und -nacherzählung (im deutschen Fernsehen etwa „Notruf“) lag, wird aber bis heute als übergreifender Terminus beibehalten.

Reality-TV-Sendungen zeichnen sich dadurch aus, dass sie durch das Zeigen von vermeintlicher Wirklichkeit Unterhaltung zu erzeugen versucht sind. Obwohl offensichtlich inszeniert wird, zielt das Genre aber mit Blick auf den Selbstanspruch auf die Darstellung von Wirklichkeit, die sich im Wesentlichen am Auftreten ‚echter‘ Menschen in scheinbar ungeplanten Situationen sowie am Folgenreichtum für die beteiligten Personen auch über den Fernsehauftritt hinaus festmacht (vgl. Keppler 1994, Holmes / Jermyn 2004).

REALITY-TV HYBRIDISIERT GENRES UND VERMISCHT DADURCH FAKT UND FIKTION (‚FACTION‘)

Diese genrekonstitutiven Merkmale – 1. Wahrheitsanspruch, 2. starke Inszenierung bzw. ästhetische Überformung, 3. keine Schauspieler, kein Skript, 4. Konsequenzenreichtum und 5. Unterhaltungsprimat – haben Reality-TV-Formaten ihre wohl eingängigste Charakterisierung eingetragen: Von Beginn an und bis heute werden sie als Genre-Hybridisierungen behandelt. Das

heißt: Reality-TV scheint erstens im Sinne von Nachrichten oder dokumentarischen Genres Ereignisse zu dokumentieren, was bisweilen aber zugleich als Fernsehshow (televisueller Eigenwirklichkeit) erscheint. Beides unterliegt zudem vielfältigen Inszenierungen zur Konstruktion einer Narration (story), was Reality-TV-Formate drittens in die Nähe fiktionaler Genres wie etwa den Soaps rückt. Folglich wird der selbst gesetzte Anspruch, Realität zu zeigen, auf vielfältige Weise konterkariert. Das hat die systematische Vermischung von Fakt und Fiktion („Faction“²) als genrekonstitutives Prinzip zur Folge.

Ich möchte mich vor diesem Hintergrund nun dem Sprechen in solchen Formaten zuwenden.

Sprechen im (Reality-)TV

Sprechen im Fernsehen

Sprache bzw. Sprechen kommt im Fernsehen in vielfältigen Formen vor. Produktionstechnisch gesehen ist gesprochene Sprache neben Musik und der so genannten ‚Atmo‘ (=Umgebungsgeräusche) ein Teil des Tondesigns (vgl. Chion 1994), während Schriftsprache entweder in den gezeigten Ereignissen selbst vorkommt, etwa auf Bandenwerbung bei einem Sportereignis, oder Teil des Bilddesigns ist, etwa bei sog. Inserts oder Bauchbinden. Fernsehen als Audiovision konstruiert Bedeutungen im Wesentlichen über das montierte Zusammenspiel von Bild und Ton (vgl. Ellis 1982, Holly 2005), wobei dem Ton – folgt man Altman (1980) – eine dominante Rolle zukommt.

Wendet man sich unter dieser Prämisse nun der gesprochenen Sprache zu, um die es im Folgenden geht, so lassen sich auch hier verschiedene Ebenen und Einsatzformen unterscheiden: Gesprochenes im Fernsehen unterscheidet sich zunächst vornehmlich dadurch, wie mit der Tonquelle bildlich umgegangen wird. So sind so genannte On-Sprecher im Bild sichtbar, Off-Sprechende sind zwar anwesend, aber nicht sichtbar und Over-Sprechende sind weder anwesend noch sichtbar (vgl. Burger 2005). Während das Over-Sprechen, vergleichbar mit der Erzählstimme im Film, Situationsenthoheit zugeschrieben wird, erfahren On- und Off-Sprechende eine Verankerung im Hier und

Jetzt. Hierbei lassen sich mit Blick auf Nonfiction-Genres drei grundsätzliche Formen unterscheiden: einmal die explizite Kommunikation des Fernsehens mit dem Publikum durch Fernsehmoderatoren oder allgemeiner Angestellte des Fernsehens, die ich im Folgenden Fernsehpersonen nennen möchte. Wenn etwa die Fernsehperson Susanne Daubner – wie im anfangs erwähnten Beispiel – in die Kamera spricht, so richtet sie sich explizit an ein nicht-anwesendes Publikum, das sie – etwa in der Begrüßungsformel „Guten Abend meine sehr verehrten Damen und Herren“ – explizit adressiert. Diese eigentümliche Form der Ansprache, in der die Person, die ich sehe, mich anblickt, mich aber nicht sehen kann, gilt als Prototyp televisueller Kommunikation und wird häufig bemüht, um die einseitige und damit Interaktion verunmöglichende Kommunikationsweise des Fernsehens herauszustellen. Diese sog. „Talking Heads“ etablieren eine bemerkenswerte Beziehungsform, für die die amerikanischen Kommunikationswissenschaftler Donald Horton und Richard Wohl den bis heute gebräuchlichen Begriff der „parasozialen Interaktion“ geprägt haben (Horton/Wohl 1956; vgl. auch Hausendorf 2001). Hierunter verstehen sie eine von der alltäglichen Interaktion abgeleitete Form der Kommunikation und Beziehungsgestaltung. Neben solchen „Talking Heads“, die ein Publikum direkt adressieren, besteht eine zweite, gebräuchliche Kommunikationsform darin, dass Fernsehpersonen mit anderen Personen sprechen oder interagieren, dies jedoch nicht ‚auf eigene Rechnung‘ tun, sondern als Vermittler zwischen der Person, mit der gesprochen wird und einem Publikum, das hieran ein Interesse hat. Prototyp dieser zweiten Form sind Interviews (vgl. Claymann 1992) und so genannte Vox-Pop-Beiträge, in denen Journalisten Menschen von öffentlichem Interesse oder aber auch dem sprichwörtlichen ‚Mann auf der Straße‘ stellvertretend für eine Öffentlichkeit Fragen stellen.

Etwas anderes ist es drittens, wenn das Fernsehen Interaktionen zwischen ‚Nicht-Fernseh-Personen‘ zeigt, ohne durch die Vermittlung einer Fernsehperson zu verdeutlichen, dass ein Publikum entweder angesprochen oder zumindest der primäre Rezipient der gezeigten Interaktion ist.³ In solchen Fällen – etwa bei Talkshows, in denen Gäste anfangen, miteinander zu plaudern oder in dokumentarischen Formaten, in de-

nen etwa das Alltagsleben von Familien portraitiert wird – geht das Fernsehen dazu über, Interaktion als solche zu inszenieren, mit anderen Worten: Es wird (zunehmend) dokumentarisch.

DREI FORMEN DES SPRECHENS IM FERNSEHEN LASSEN SICH UNTERSCHIEDEN: PARASOZIALE INTERAKTION, INTERVIEW UND INTERAKTIONSSINZENIERUNG

Die drei skizzierten Formen des Sprechens im Fernsehen – parasoziale Interaktion, Interview und Interaktionsinszenierung – haben nun unterschiedliche Beteiligungsweisen (vgl. Goffman 1981) zur Folge: Während in den Fällen 1 und 2 offensichtlich ein Sender in Vertretung einer Fernsehperson kommuniziert, wobei der eigenverantwortliche Anteil der jeweiligen ‚Fernsehpersonen‘ je nach Funktionsrolle unterschiedlich sein kann, ist das im dritten Fall weniger augenscheinlich. Im Sinne des eingangs angesprochenen Vexierbildes, nämlich dass Fernsehrezeption zwischen Kommunikation und Wahrnehmung schwankt, bekommt man als Zuschauer in diesem dritten Fall weniger den Eindruck vermittelt, angesprochen zu sein (oder: kommunikativ adressiert zu sein), als vielmehr das Gefühl, Ereignisse wahrzunehmen. Folge ist eine ambivalente Beteiligungsweise: Obwohl die Ereignisse, da sie im Fernsehen laufen, unweigerlich für ein Publikum bestimmt sind, bekommt man als Zuschauer häufig den Eindruck vermittelt, man könne das, was andere Leute tun und sprechen, ohne deren Wissen mit anhören und -sehen. Mit anderen Worten: Das Fernsehen ist in solchen Fällen bemüht, seine Zuschauer als heimliche Beobachter bzw. als inoffizielle Teilnehmer zu positionieren. Hieran knüpft sich der häufig mit Reality-TV verbundene Vorwurf des Voyeurismus.

Schaut man nun nicht auf die Zuschauer, sondern auf die Sprechenden, lassen sich drei Ebenen des Beteiligungsseins unterscheiden: Erstens die Sprachproduktion selbst (‘animator’), zweitens die Gestaltung des sprachlichen Materials (‘author’) und drittens die Meinung, die durch das Gesagte zum Ausdruck kommt und damit auch die Verantwortung, die jemand für das Ge-

sagte zugeschrieben bekommt ('principal'). Während in den ersten beiden Fällen Fernsehpersonen je nach Sendung mehr oder weniger fremdproduzierte Texte sprachlich animieren, für die der Sender bzw. die Redaktionen Verantwortung übernehmen, werden Interaktionen im oben skizzierten dritten Fall so inszeniert, dass die Rollen zusammenzufallen scheinen: Hier agieren Personen, die das, was sie sagen ('animator'), selbst entworfen haben ('author') und dafür auch selbst Verantwortung tragen ('principal').

Sprechen im Reality-TV

Sprechen im Reality-TV 1: Produkt oder ‚natürliches‘ Sprechen als Authentizitäts-Anker

Im Folgenden und mit Blick auf Reality-TV geht es mir nun um Gespräche und Interaktionen im Bereich der Non-Fiction, die dem oben skizzierten Typ 3 entsprechen. Fasst man das bisher Gesagte zusammen, lässt sich solcherart Sprechen im Fernsehen als interaktives Handeln nicht-professioneller Teilnehmender begreifen, das durch das Fernsehen gezeigt und damit immer auch inszeniert wird. Dabei wirken solche Interaktionen umso authentischer, je weniger geplant und vorgegeben sie erscheinen. Im Idealfall scheinen die dargestellten Personen als sie selbst und wie sie selbst zu sprechen. Inwiefern das der Fall ist bzw. der Fall zu sein scheint, hängt vom inszenatorischen Rahmen ab, der bei vielen Sendungen allerdings nicht zwangsläufig transparent ist. Inszenierungen, die damit zu tun haben, dass Personen als sie selbst sprechen bzw. zu sprechen scheinen, möchte ich im Folgenden unter dem Stichwort der *Verankerung* behandeln und Inszenierungen, die damit zu tun haben, dass Personen wie sie selbst sprechen bzw. zu sprechen scheinen, unter dem Stichwort der *Spontaneität*.

Inszenierung von personaler und körperlicher Verankerung

Eine der wesentlichsten Voraussetzungen dafür, dass Reality-TV als Realität verhandelt wird, besteht darin, dass gezeigte Personen nicht als fiktive Figuren, sondern als reale Personen gerahmt bzw. wahrgenommen werden (vgl. Keppler 1995). Das hat zur Folge, dass Gesagtes und Getanes und etwaige Schlussfolgerungen den Handelnden selbst zugeschrieben werden und – wenn man so möchte – auf ihr ‚Identitätskonto‘ gehen (vgl. Liedtke 2009). Eine solche Inszenierung ist vergleichsweise einfach zu erreichen: Sie baut grundsätzlich auf die Kopplung von Körper bzw. Gesicht und bürgerlichem Namen. Während Körper und Gesicht als Identitätsausweis fungieren, schafft die Angabe von Namen, Herkunftsorten u. Ä. eine eindeutige Verbindung zwischen körpervermitteltem, wahrnehmbarem Eindruck der Person und sozialer Identität. Erreicht wird das im einfachsten Fall mittels so genannter Bauchbinden, in aufwändigeren Fällen werden Vorstellungsvideos angefertigt.

INSZENIERUNG VON VERANKERUNG UND SPONTANEITÄT LASSEN DARGESTELLTE PERSONEN REAL ERSCHEINEN

Neben einer solchen personalen Verankerung kommt der damit zusammenhängenden körperlichen Verankerung – wie sie oben bereits anklang – eine entscheidende zusätzliche Rolle zu: Die Identifizierbarkeit menschlicher Körper und Gesichter ist nicht nur Grundlage für Identitätszuordnungen (im Sinne einer Einzigartigkeit und Unverwechselbarkeit), sondern schafft zugleich Spielräume für Eigendynamiken: Körperliche Prozesse und Reaktionen sind nicht vollständig kontrollierbar; sie stellen damit ein beständiges Gegengewicht zu inszenatorischer Kontrolle dar, das sich einerseits störend auswirken, andererseits natürlich aber auch inszenatorisch ausgeschlachtet werden kann. Dies ist immer dann der Fall, wenn entsprechende Sendungen gezielt Verhaltensbereiche ansteuern, die nur bedingt willentlich kontrollierbar sind, wie etwa Ekel, Angst und Scham (vgl. Klug / Schmidt 2014). Die Inszenierung solcher Verankerungen ist nun insofern Voraussetzung für

den zweiten Punkt der Spontaneitätsinszenierungen, als das Sprechen durch Verankerung personal zuordenbar wird und eine körperliche Verwurzelung erfährt, die alltäglichen Erfahrungen nahekommt. Mit anderen Worten: Dass Menschen wie sie selbst sprechen, entfaltet erst vor dem Hintergrund, dass sie als sie selbst sprechen, authentifizierende Wirkung.

Inszenierung von Spontaneität

Spontanes Sprechen vereint zwei miteinander zusammenhängende Komponenten: erstens eine Produktionskomponente bestehend aus Entwurf und Vollzug, die die freie und ohne schriftliche Vorlagen (oder auch: ungescriptet) hervorgebrachte Rede betrifft (vgl. Ayaß 2001, Ochs 1979). Dabei bedingt ein geringer Entwurfscharakter Spontaneität, ein hoher dagegen Inszenierung. Und zweitens eine Gestaltungs-komponente, die auf Autorschaft abhebt. Beides hängt miteinander zusammen: Die Hervorbringung momentgebundener, freier Rede impliziert, dass das Gesagte vom Sprecher selbst aktuell gestaltet wird.

Im Fernsehen existieren letztlich zwei grundsätzliche Möglichkeiten, Spontaneität zu inszenieren: Einmal lässt sich spontanes Sprechen mehr oder weniger minutiös planen, indem spontan wirkende Dialoge gescriptet und eingeübt werden. Solche Inszenierungen unterlaufen das, was für Spontaneität als wesentlich erachtet wird, und können als uneigentliche, aber fernsehtypische Varianten begriffen werden. Eine zweite Möglichkeit besteht darin, Situationen zu arrangieren, in denen Menschen miteinander sprechen und interagieren, ohne hierfür detaillierte Vorlagen zu haben. Solche Inszenierungen setzen zum einen wesentlich auf Interaktionen, da Menschen hier zudem gezwungen sind, in der Situation wechselseitig aufeinander zu reagieren, was es erschwert, Vorentworfenen zu verfolgen bzw. die Wahrscheinlichkeit erhöht, Sprechende mit Unerwartetem zu konfrontieren. Zum anderen führt die Vorlagen- oder Skriptlosigkeit zu einer völlig anderen Form von Gesprächen: Während man uneigentlichen Spontaneitätsinszenierungen ihre Gemachtheit häufig an Phänomenen wie unmotivierten Themenwechseln, allzu reibungslosem Sprechen und auf

die Situation zugeschnittene Länge des Gesprächs anmerkt, weisen spontane Gespräche in arrangierten Situationen Merkmale auf, wie sie für gesprochene Sprache unter ‚natürlichen‘ Bedingungen vielfach beschrieben worden sind (vgl. für viele Schwitalla 1997; übertragen auf Fernsehshows Rasmussen 2000). Dies lässt sich etwa an Interaktionen, wie sie in der Reality-Show „Big Brother“ vorkommen, verdeutlichen: In vielen dieser Interaktionen wechseln die Sprecher frei, d. h., es existiert keine vorab festgelegte Sprecherzuordnung; zudem wird bisweilen gleichzeitig gesprochen, die Sprechenden überlappen oder unterbrechen sich gegenseitig; Sätze werden abgebrochen, es wird lautiert und gelacht, teilweise in Andeutungen gesprochen, und die Wortwahl ist umgangssprachlich; zudem ist keine erkennbare Publikumszentrierung vorhanden, das heißt, die gezeigten Personen scheinen sich weder Mühe zu geben, ihre Interaktionen für Außenstehende verständlich und nachvollziehbar zu gestalten, noch öffnen sie ihr Miteinander körperlich in irgendeiner Form zu Präsentationszwecken. Darüber hinaus existieren häufig weder Themenvorgaben noch Handlungsaufgaben, die unmittelbar mit dem Zweck einer Fernsehaufnahme und -ausstrahlung zu tun hätten. Die statischen Kameras sind bemüht, das laufende Geschehen durch Kamerawechsel und Zooms einzufangen. Sendungen wie „Big Brother“ operieren an der Schnittstelle der Genres Show (verstanden als Arrangement für ein Publikum) und Dokumentation (verstanden als der Versuch einer Repräsentation vorhandener Realität), woran sich gleichzeitig erkennen lässt, dass die ‚Natürlichkeit‘ der Gespräche und Interaktionen letztlich davon abhängt, welchen Spielraum die jeweiligen Sendungen ihren Akteuren einräumen. In diesem zweiten Fall – den spontanen Gesprächen in arrangierten Situationen – beschränkt das Fernsehen also durch

seinen inszenatorischen Rahmen höchstens, was die Teilnehmer sprechen und tun, und das je nach Sendung auch nur mehr oder weniger, nicht aber im Detail, wie das Sprechen gestaltet wird.

SITUATIONEN WERDEN PROVOZIERT, UM KONTROLLVERLUSTE ZU ERZEUGEN

Nimmt man beide Aspekte – Verankerung und Spontaneität – zusammen, wird deutlich, dass sie sich wechselseitig stützen: Während Verankerungen Voraussetzung für Zuschreibungen von Spontaneität darstellen, indem sie personale ‚Adressen‘ etablieren, tragen Spontaneitätseindrücke dazu bei, die gezeigten Personen als real – und das heißt hier vor allem als sie selbst – wahrzunehmen (vgl. Pietraß 2002).

Sprechen im Reality-TV 2: Produktion oder die Inszenierung ‚natürlichen‘ Sprechens

Ereignisse müssen, damit sie im Fernsehen gezeigt werden können, erstens geschehen und zweitens in irgendeiner Form zusammengestellt und präsentiert werden. Eine grundsätzliche Möglichkeit, spontanes Sprechen hervorzubringen, ist – wie wir oben gesehen haben – das Installieren einer vergleichsweise offenen Situation (wie im Fall „Big Brother“). Häufig genügt das aber den Präsentationsansprüchen entsprechender Sendungen nicht. Daher wird bei der ‚Ereignisverursachung‘ und der ‚Ereignisdarstellung‘ nachgeholfen. Ersteres bezieht sich auf Inszenierungsmöglichkeiten vor und während des Ereignisses, also Prozesse des Scriptens und Steuerns während des Drehs, der zweite Punkt auf die Postproduktion, also Schnitt, Bildbearbeitung und Vertonung.

Mit den Ereignisverursachungen hängt nun ein – über die oben erwähnten Spontaneitätsmerkmale der unmittelbaren Produktion und Autorschaft hinausgehender – dritter, eher optionaler, aber verstärkender Aspekt zusammen: eine gewisse Plötzlichkeit oder Unerwartetheit von Situationen bzw. Reaktionen darauf. Beides erhöht die Wahrscheinlichkeit spontaner Reaktionen, da feste Routinen versagen. So verlassen sich Sender in der Regel nicht darauf, dass interessante Dinge einfach geschehen. Vielmehr sind sie daran interessiert, ‚kalkulierte Störungen‘ (vgl. Kirchmann 2000)

zu produzieren. Dies geschieht in der Regel offen, in Form von so genannten „Ereignistaschen“ (vgl. Kurtschka 2007), durch welche Situationen inszenatorisch so angelegt werden, dass bestimmte Folgen erwartbar werden. Mit anderen Worten: Situationen werden nicht festgelegt und gesciptet, sondern provoziert. Vorteil ist, dass sie – wenn sie geschehen – authentischer wirken, Nachteil ist, dass das Risiko bestehen bleibt, dass nichts Verwertbares geschieht. Hierbei handelt es sich um ein, wenn nicht das zentrale Inszenierungskonzept realitätsbasierter Unterhaltungsformate, das vielfach und für unterschiedliche Formate und Subgenres beschrieben wurde (vgl. für viele Grindstaff 2002). Im Kern geht es um eine systematische Herstellung von Kontrollverlusten. Dabei kommen unerwartete Nachrichten, mit denen die entsprechenden Personen live konfrontiert werden, ebenso zum Einsatz wie Vaterschaftstests, körperliche Extremsituationen, unter Umständen verbunden mit Angst oder Ekel, konfliktgeladene Konstellationen von Kandidaten, Überraschungen, plötzliche Datings, herausfordernde Spiele, sozial extrem belastende Situationen und vieles andere mehr (die Liste ließe sich beliebig verlängern). Entscheidend an diesen Situationskonstruktionen ist weniger, was tatsächlich passiert, als vielmehr die Spannung, die sie erzeugen, und die damit im Vorfeld verbundenen Fragen „Was wird passieren? Wie wird die Situation bewältigt werden?“

Die Möglichkeit, Ursachen zu künstlich zu erzeugen, hängt bereits mit dem nächsten Punkt zusammen, nämlich den Möglichkeiten, die die filmische Darstellung von Ereignissen bietet. Während Ereignisse im Alltag kontinuierlich ablaufen und deren Wahrnehmung an den Strom der Ereignisse gebunden bleibt, erhalten Ereignisse im Film durch Montage eine zweite Ebene der Kontinuität, die beim Drehen oder nachträglich im Schnitt künstlich hergestellt wird. Neben der Ereignisverursachung sind es dann vor allem die Techniken der Postproduktion, die die Geschehnisse in Reality-TV-Sendungen im Wesentlichen formen. Während Reality-Shows wie „Big Brother“ künstliche Settings arrangieren und eher das sich dort entspinnde Geschehen als Anker der Realitätsdarstellung



Screenshot aus „Ich bin ein Star – holt mich hier raus“ (RTL/8. Staffel)



Screenshot aus „Big Brother“ (RTL II/11. Staffel)

dient, sind es im Falle von Doku-Soaps wie „Die Supernanny“ oder „Frauentausch“ die vorhandenen lebensweltlichen Umstände, an denen die jeweiligen Sendungen ansetzen und bemüht sind, diese Ausgangssituationen zu unterhaltsamen Geschichten zu verarbeiten.

ZUSÄTZE IN DER POSTPRODUKTION UND BILDAUSWAHL SIND PROBATE MITTEL, ANVISIERTE GESCHICHTEN ZU ERZÄHLEN

In diesem Bemühen lassen sich drei systematische Ansatzpunkte ausmachen:

Erstens repräsentiert die **Ebene einzelner Einstellungen** das Gesamt an gedrehtem Filmmaterial und stellt den Rohstoff für die entstehende Sendung dar. Häufig sind bereits diese Bilder mit Blick auf ihre spätere Verarbeitung entstanden. Im Fernsehjargon existieren entsprechende Funktionsbezeichnungen wie ‚Schnittbilder‘, die für Übergänge gebraucht werden oder so genannte ‚Beauties‘, die etwa bei Deko-Tainment-Formaten wie „Einsatz in 4 Wänden“ (RTL) aussagekräftige Bilder des wohnlichen Ambientes filmisch festhalten. Über solche eher formalen Anforderungen hinaus gehen Aufnahmen, bei denen bereits im Dreh auf den zukünftigen Stellenwert, den sie innerhalb einer anvisierten Geschichte einnehmen könnten, geachtet wird. Je nach Passung von anvisierter Geschichte und faktischer Realität vor Ort besteht die Möglichkeit, die anvisierte Geschichte entsprechend abzuwandeln oder die vorgefundene Realität soweit zu bearbeiten, dass sich die anvisierte Geschichte erzählen lässt. In der Praxis geschieht in der Regel beides, wobei im Großen und Ganzen auf Produzentenseite darauf geachtet wird, dass die Darstellungen inhaltlich einen realen Kern behalten. So ist es üblich, Szenen zu stellen oder Protagonisten zu bitten, bestimmte Handlungen zu vollziehen, insofern es sich um Dinge handelt, die Teil des darzustellenden Alltags der Protagonisten sind. Die Alltagsmenschen werden auf diese Weise zu Darstellern ihrer selbst.

Im Wesentlichen wird die einzelne filmische Einstellung jedoch durch die zuvor erörterten Ereignisverursachungen bedingt, sodass der nun folgende Punkt – nämlich zweitens die **Ebene des Bedeutungssinns** – im Zusammenhang mit der Frage der **Ereignisdarstellung bzw. -zusammenstellung** viel entscheidender ist: Während die wahrnehmbaren (phänomenalen) Anteile mehr oder weniger unverändert bleiben, da sie filmisch festgehalten sind, kann in der Postproduktion durch Zusätze der Status und damit auch der Sinn solcher Bilder innerhalb gewisser Grenzen verändert werden. Eine Szene, in der etwa Eltern mit ihrem Kind spielerisch raufen, kann durch entsprechende Off-Kommentare, Schnitte und tonale Verfremdung dramatisiert werden. Eine zweite Möglichkeit, die vorgefundene Realität einer anvisierten Geschichte anzupassen, liefert grundsätzlich die Auswahl der Bilder. Durch eine entsprechende Selektion lassen sich Eindrücke erwecken, die durch die vorgefundene Realität kaum mehr abgedeckt sind. So lässt sich innerhalb von Formaten, in denen es um Körpergewicht und Abnehmen geht, der Eindruck erwecken, die Protagonisten seien in einem fort am Essen, indem entsprechende Bilder häufig gezeigt werden. Oder – um obiges Beispiel des Familienalltags nochmal zu bemühen – lässt sich eine Familie als zerstritten porträtieren, indem in der Zusammenschau nur Konflikte gezeigt werden, obwohl der Familienalltag tatsächlich zu weiten Teilen harmonisch verlaufen ist.

ENTSCHEIDEND FÜR DIE KONSTRUKTION EINER GESCHICHTE IST DIE ZUSAMMENSTELLUNG DER BILDER (MONTAGE)

Die Auswahl der Bilder aus dem gedrehten Rohmaterial führt zum dritten und letzten Punkt, nämlich dem des Gesamtnarrativs. Spätestens mit der Auflösung der einzelnen Einstellung in einer montierten Folge von Einstellungen büßen die Filmbilder ihre Kraft als Fall-



Screenshot aus „Ich bin ein Star – holt mich hier raus“ (RTL / Staffel 5)



Screenshot aus „Popstars“ (Pro7 / 7. Staffel)

belege ein. Hier geht es darum, wie entsprechend bearbeitete und ausgewählte Bilder sich zu einer Geschichte montieren lassen. Geschichten zeichnen sich dadurch aus, dass sie durch die zeitliche Anordnung von Ereignissen (Ereignisfolgen) ein Geschehen kausal strukturieren (etwa in einen problematischen Anfang, einen Umgang damit und eine Problemlösung am Ende), dadurch greifbar machen und auch bewerten. Aufgrund dieser Merkmale wird der Geschichtenform Unterhaltsamkeit zugeschrieben. In der Montage der Bilder bestehen nun vielfältige Möglichkeiten, eine Geschichte zu konstruieren, da die Reihenfolge der Bilder einerseits grundsätzlich frei wählbar, andererseits aber ausschlaggebend dafür ist, welche Eindrücke erweckt und welche Geschichten erzählt werden. Im Zusammenhang mit Reality-TV ist es entscheidend, wie mit der Zeitlichkeit der Ereignisse umgegangen wird, da ein grundsätzlich dokumentarischer Anspruch reale Zeitabläufe in Rechnung zu stellen hat. Übliche Praxis ist es, die Chronologie der Ereignisse aufzulösen und für die ausgestrahlte Sendung neu zu arrangieren, ohne dies allerdings explizit zu markieren. Im Falle der Doku-Soap „Frauentausch“ (RTL II) etwa lässt sich zeigen, dass Bilder, die zu Beginn gedreht, aber am Schluss verwendet werden, dazu dienen, spezifische Aussagen zu stützen, etwa die, dass sich im Laufe der Sendung am Familienalltag rein gar nichts geändert hätte.⁴ Solche unmarkierten zeitlichen Sprünge suggerieren Kausalitäten beziehungsweise Folgen, die dem tatsächlichen Geschehen und seiner immanenten Entwicklung nicht entsprechen.

**WENN FERNSEHEN BEGINNT, SEINE
EIGENEN PRODUKTE ZU DOKUMENTIEREN,
WIRD VON ‚MADE-FOR-TV-FACTUALS‘
GESPROCHEN**

Hieran wird deutlich, dass ein Grundmoment televisueller Darstellungen, nämlich das Geschichtenerzählen, immanent dazu tendiert, Realität – neutral ausgedrückt – zu bearbeiten, um sie in eine unterhaltsame Form zu bringen. Grundsätzlich virulent ist daher im-

mer die Frage, inwiefern das Erzählen einer Geschichte durch die realen Verhältnisse auch gedeckt ist. Im Falle des Reality-TVs – so unsere Beobachtungen – vermittelt insbesondere die Ebene der Ereignisse, mit Abstrichen auch die Ebene des Bedeutungssinns einzelner Einstellungen und Szenen, Glaubwürdigkeit, wobei es vor allem die Ebene des Gesamtnarrativs ist, die das Geschehen stark fiktionalisiert. Sie tut das, indem sie aus einem heterogenen Sammelsurium von Ereignissen eine – wie für viele Reality-TV-Sendungen typische – geradlinige Story montiert, die zudem in ihren Grundstrukturen für die verschiedenen Folgen konstant bleibt. So verläuft etwa jede Supernanny-Folge mit Blick auf die Ereignisfolge in etwa gleich, was angesichts der Heterogenität der Fälle hoch unwahrscheinlich ist (vgl. Prokop 2008).

Fazit: Inszenierung von Authentizität

Wie deutlich geworden sein dürfte, setzt das Reality-TV-Genre zwar an realen Aspekten an, etwa der Echtheit der Personen, vermittelt durch individuellen körperlichen Ausdruck oder der relativen Ungescriptetheit ihres Verhaltens, verarbeitet diesen ‚Rohstoff‘ aber zu unterhaltsamen Geschichten, die erheblich vom ursprünglichen Geschehen abweichen können.

Die entscheidende Differenz zu Nachrichten und dokumentarischen Formaten ist daher darin zu sehen, dass es Formaten des Reality-TV-Genres nicht primär um die Rekonstruktion vorhandener Situationen geht; vielmehr steht die unterhaltsame Präsentation geschaffener Ereignisse in Geschichtenform im Vordergrund. Daher ist es nicht verwunderlich, dass die meisten Reality-TV-Formate nicht am Nachvollzug von schlichtem Alltag ansetzen, sondern sich eigene Welten schaffen, in denen mehr geschieht, und die sie dokumentieren können. Die amerikanische Medienwissenschaftlerin Annette Hill (2005) hat daher von „Made-for-TV-Factuals“ (S. 49) gesprochen. Eingriffe und spezielle Handlungsaufgaben sind deshalb unverzichtbarer Bestand-

teil der meisten einschlägigen Sendungen. Vielfach wurden diese Sendungen daher mit experimentellen Versuchsanordnungen verglichen. Reality-TV-Formate kreieren auf diese Weise Wirklichkeiten zweiter Ordnung, d. h. Verhaltenssettings, die durch die Initiative der Sendung als Experimente, als Spiele oder Herausforderungen gerahmt sind, und verwurzeln diese in Alltagsrealitäten, indem sie auf Alltagsmenschen und die Folgenhaftigkeit ihres Verhaltens setzen.

REALITY-TV SETZT AUF WOHL INSZENIERTE ,REALITÄTSEINBRÜCHE' UND ,REALITÄTSANKER'

Resultat ist eine spezifische Form inszenierter Authentizität, die nicht – wie üblich unterstellt – darin besteht, dass allein ästhetisch-formale Mittel die Echtheit einer Darstellung suggerieren, sondern zudem „Realitätsanker“ eingesetzt werden (Vgl. hierzu Schmidt 2011, 2012), die im Wesentlichen darin bestehen, dass das Fernsehen in Alltagswelten interveniert und dort Folgen produziert. Resultat sind – wenn man so möchte – ‚gemischte Wirklichkeiten‘, die ein Amalgam aus Fernsehinszenierung und realem Handlungsgeschehen darstellen.

Dabei lässt sich die Möglichkeit, Authentizität auf diese – effektive – Weise zu inszenieren, als systematische Ausbeutung der anfangs beschriebenen, fernsehtypischen Kommunikationsweise begreifen: Da Fernsehen in der Lage ist, Wirklichkeit wahrnehmungsnah zu zeigen, genügt es häufig, die Bilder für sich sprechen zu lassen. Mit der entsprechenden wahrheitsbeanspruchenden Rahmung sehen wir, wie andere Menschen

sich verhalten, wie sie sich kleiden, wie sie wohnen, wie sie sprechen, wie sie streiten, wie sie ihre Kinder erziehen, wie sie ihr Restaurant führen, wie sie sich umstylen usw. Mit anderen Worten: Eine lose Rahmung und der Detailreichtum der Filmbilder reichen häufig bereits aus, entsprechende Darstellungen in der Realität zu verankern. Das, was das Produkt oder die Sendung zeigt, ist jedoch – wie wir gesehen haben – vielfach gebrochen durch Prozesse, die in der Produktion ablaufen und sich kaum oder gar nicht im Produkt abbilden. Wie Ereignisse genau zustande kommen, bleibt aufgrund der vielfachen Eingriffe und Arrangements vor und während des Drehs daher ebenso intransparent wie die Regulierung des Ereignisverlaufs sowie insbesondere die nachträgliche Montage von Ereignissen.

INSZENIERTE AUTHENTIZITÄT IST EIN EFFEKTIVES PRODUKTIONSMITTEL DES MEDIUMS FERNSEHEN

Inszenierte Authentizität – so lässt sich resümieren – ist also kein Widerspruch in sich, sondern ein effektives und wesentliches Produktionsmittel des Mediums Fernsehen. Reality-TV zeigt zwar häufig für bestimmte Zwecke und in hohem Maße arrangierte Ereignisse. Die mit diesen Ereignissen konfrontierten Menschen handeln jedoch in aller Regel auf eigene Rechnung und evozieren Folgen, die sie selbst zu tragen haben. Reality-TV aufgrund dessen als fiktional zu begreifen, wäre vergleichbar damit, ähnlich künstlich arrangierten und inszenatorisch durchgeformten sozialen Anlässen wie Gerichtsverhandlungen oder Gottesdiensten den Charakter realer Ereignisse abzusprechen. Kurz: Das Reality-TV-Genre hat eine eigentümliche Form sozialer Realität geschaffen, die sich in unserer Kultur festgesetzt hat und mit einer Reihe anderer gesellschaftlicher Entwicklungen konvergiert wie jener der Starwerdung oder ‚Celebrification‘ von Alltagspersonen, der zunehmenden Inszenierung und Theatralisierung von Verhalten, zumindest in medienaffinen Bereichen (vgl. Willems 2009), sowie des Drangs zur Selbstdarstellung, wie ihn die sozialen Netzmedien auszeichnen, der zugleich ökonomisch verwertbar ist (Andrejevic 2004).



< <http://vulcanpost.com/10953/hate-loving-reality-tv/> >
(letzter Zugriff 24.09.2014)

Anmerkungen

* Im Text aufgeführte Hintergründe und Daten entstammen einem gesprächsanalytisch-ethnographischen Forschungsprojekt zur Produktion audiovisueller Medien, das zurzeit am Institut für Deutsche Sprache durchgeführt wird und in dem unter anderem Daten im Bereich der Fernsehproduktion erhoben werden <www1.ids-mannheim.de/prag/prof-handeln/medien1.html>. Alle Screenshots wurden vom Verfasser erstellt.

¹ Dass mit fotografischen und filmischen Bildern natürlich ‚gelogen‘ werden kann, braucht nicht eigens plausibilisiert zu werden (vgl. hierzu die Ausstellung „Bilder, die lügen“, die dies eindrücklich dokumentiert; zusammengestellt im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland 2003). Der Umstand, dass genau dieses Potenzial sich sehr gut zum Täuschen eignet, stützt die Fallbelegfunktion von technischen Bildern eher, als dass sie dadurch unterminiert würde.

² *Faction* ist ein so genanntes Kofferwort aus *Fiktion* und *Fakt* und dient der Kennzeichnung entsprechender Texte.

³ Dennoch weisen natürlich auch solche Kommunikationen Formen des Publikumsbezugs auf, wie insbesondere Wulff (1993) gezeigt hat.

⁴ Grundlage ist der Bericht betroffener Familien in der Sendung „ZAPP – Das Medienmagazin“ (NDR) vom 7.7.2011.

Literatur

Altman, Rick (1980): Moving lips: cinema as ventriloquism. In: Yale French Studies: Cinema / Sound, 60, S. 67-79.

Andrejevic, Mark (2004): Reality TV: the work of being watched. Lanham: Rowman Littlefield.

Ayaß, Ruth (2001): Inszenierung von Spontaneität im Fernsehen. Zum Verhältnis von Entwurf, Handlung und Vollzug. In: Sutter, Tillmann / Charlton, Michael (Hg.): Massenkommunikation, Interaktion und soziales Handeln. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 234-257.

Burger, Harald (2005): Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. Berlin: de Gruyter.

Chion, Michel (1994): Audio-vision: sound on screen. New York: Columbia University Press.

Clayman, Steven E. (1992): Footing in the achievement of neutrality: the case of news interview discourse. In: Drew, P. / Heritage, J. (Hg.): Talk at work. Interaction in institutional settings. Cambridge: Cambridge University Press, S. 163-198.

Eitzen, Dirk (1998): Wann ist ein Dokumentarfilm? In: Montage a/v, 7, 2, S. 13-44.

Ellis, John (1982): Visible fictions: cinema, television, video. London: Routledge and Kegan Paul.

Goffman, Erving (1981): Footing. In: Goffman, Erving (Hg.): Forms of talk. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, S. 124-159.

Grindstaff, Laura (2002): The money shot. Trash, class, and the making of TV talk shows. Chicago / London: University of Chicago Press.

Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hg.) (2003): Bilder, die lügen (Begleitbuch zur Ausstellung der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland). Bonn: Bouvier.

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, Tillmann / Charlton, Michael (Hg.): Massenkommunikation, Interaktion und soziales Handeln. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 185-213.

Hill, Annette (2005): Reality TV: audiences and popular factual television. London u.a.: Routledge.

Holly, Werner (2005): Zum Zusammenspiel von Sprache und Bildern im audiovisuellen Verstehen. In: Busse, Dietrich (Hg.): Brisante Semantik: neuere Konzepte und Forschungsergebnisse einer kulturwissenschaftlichen Linguistik. Tübingen: Niemeyer, S. 337-353.

Holmes, Sue / Jermyn, Deborah (2004): Introduction. In: Holmes, Sue / Jermyn, Deborah (Hg.): Understanding reality television. London: Routledge, S. 1-32.

Horton, Donald / Wohl, Richard R. (1956): Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. In: Psychiatry, 19, S. 215-229.

Keppler, Angela (1994): Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Prinzip der Fernsehunterhaltung. Frankfurt a. M.: Fischer.

Keppler, Angela (1995): Figur und Person. Identifikationsangebote in Fernsehserien. In: Montage a/v, 4, 2, S. 85-99.

Kirchmann, Kay (2000): Störung und ‚Monitoring‘ – Zur Paradoxie des Ereignishaften im Live-Fernsehen. In: Hallenberger, Gerd / Schanze, Helmut (Hg.): Live is Life. Mediale Inszenierungen des Authentischen. Baden-Baden: Nomos, S. 91-104.

Klug, Daniel / Schmidt, Axel (2014): Körper(-Darstellungen) im Reality-TV – Herstellung von Wirklichkeit im und über das Fernsehen hinaus. In: Sozialer Sinn, 1, S. 77-107.

- Kurotschka, Mara (2007): Verschwimmende Grenzen von Realität und Fiktion – Eine Analyse von „Deutschland sucht den Superstar“. In: Döveling, Katrin / Mikos, Lothar / Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): Im Namen des Fernsehvolkes: Neue Formate für Orientierung und Bewertung. Konstanz: UVK, S. 117-153.
- Liedtke, Frank (2009): Handeln ohne Wahrheit: Performativität auf der Bühne und im Parkett. In: Buss, Mareike / Habscheid, Stephan / Jautz, Sabine / Liedtke, Frank / Schneider, Jan Georg (Hg.): Theatralität des sprachlichen Handelns: eine Metaphorik zwischen Linguistik und Kulturwissenschaften. Paderborn: Fink, S. 117-141.
- Meyrowitz, Joshua (1987): Die Fernseh-Gesellschaft. Wirklichkeit und Identität im Medienzeitalter. Weinheim u.a.: Beltz.
- Ochs, Elinor (1979): Planned and unplanned discourse. In: Givón, Talmy (Hg.): Syntax and semantics. 12: discourse and syntax. New York: Academic Press, S. 51-80.
- Pietraß, Manuela (2002): Gestaltungsmittel als Interpretationshinweise. Eine rahmenanalytische Betrachtung des Infotainment nach E. Goffman. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 50, 4, S. 498-509.
- Prokop, Ulrike (Hg.) (2008): Erziehung als Unterhaltung in den populären TV-Ratgebern ‚Super Nanny‘ und ‚S.O.S. Schule‘. Kulturanalysen. Marburg: Tectum-Verlag.
- Rasmussen, Tove A. (2000): Construction of authenticity. Television talk as situated interaction. In: Hallenberger, Gerd / Schanze, Helmut (Hg.): Live is Life. Mediale Inszenierungen des Authentischen. Baden-Baden: Nomos, S. 47-67.
- Schmidt, Axel (2011): Medien | Interaktion. Zum Zusammenhang von Handeln und Darstellen am Beispiel faktualer Fernsehformate. Baden-Baden: Nomos.
- Schmidt, Axel (2012): Das „Reality-Prinzip“. Programmatisches Plädoyer für die Kombination produkt- und produktionsanalytischer Zugänge in der Erforschung faktualer TV-Formate. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 30, 3, S. 362-391.
- Schwitalla, Johannes (1997): Gesprochenes Deutsch. Eine Einführung. Berlin: Erich Schmidt.
- Willems, Herbert (Hg.) (2009): Theatralisierung der Gesellschaft. Bd. 2: Medientheatralität und Medientheatralisierung. Wiesbaden: VS.
- Wulff, Hans J. (1993): Phatische Gemeinschaft/Phatische Funktion. Leitkonzepte einer pragmatischen Theorie des Fernsehens. In: Montage a/v, 2, 1, S. 142-163.
- Mediografie**
- Big Brother, RTL 2 (und je nach Staffel weitere Sender: RTL, Tele 5, MTV2 POP).
- COPS, FOX (USA), 1989 (auf Sendung).
- Deutschland sucht den Superstar (DSDS), RTL, 2002 (auf Sendung).
- Die Supernanny, RTL, 2004 (2004-2011).
- Einsatz in 4 Wänden, RTL, 2003-2013.
- Frauentausch, RTL 2, 2003 (auf Sendung).
- Germany's Next Topmodel (GNTM), ProSieben, 2006 (auf Sendung).
- „Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!“, RTL, 2004 (auf Sendung).
- Nanook of the North. Regie: Robert J. Flaherty. USA 1922.
- Notruf, RTL, 1992-2006.
- Schwer verliebt, Sat.1, 2011-2013.
- Tagesschau, ARD, 1952 (auf Sendung).
- The Real World, MTV (USA), 1992 (auf Sendung).
- Verstehen Sie Spaß?, ARD, 1980 (auf Sendung).
- ZAPP – das Medienmagazin, NDR, 2002 (auf Sendung). ■