

Skandalisierung als Geschäftsmodell

Tabubrüche im Reality-TV

Die Zielsetzung klingt, als wollte man für lang gehegte Empörung nun endlich eine wissenschaftliche Bestätigung finden. Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat eine Untersuchung in Auftrag gegeben, die herausfinden soll, ob der Trend zur Skandalisierung im Fernsehen zunimmt, wenn die Sender in wirtschaftlich schlechten Zeiten um Zuschauer buhlen. Vor allem Castingshows

stehen bei der Medienaufsicht im Verdacht, zugunsten hoher Quoten jede Rücksicht auf die Befindlichkeit der Kandidaten aufzugeben, sie zu beleidigen und zur Schau zu stellen. *tv diskurs* sprach mit Dr. Margreth Lünenborg, Professorin für Journalistik an der Freien Universität Berlin, die die Untersuchung geleitet hat.



Der Titel Ihrer Untersuchung klingt, als sollten Sie alte Vorurteile nun endlich wissenschaftlich bestätigen.

Die Grundfrage war tatsächlich: Wird alles immer schlimmer? Haben wir es mit einer zunehmenden Brutalisierung, einer Skandalisierung und einer steigenden Zahl von Tabubrüchen zu tun, und zwar in den spezifischen Formaten des Reality-TV? Diese Formate stehen offenbar im bzw. unter Verdacht – nicht zuletzt auch unter den Bedingungen der Wirtschaftskrise und dem entsprechenden Druck –, Quoten produzieren zu müssen und dabei Skandale und Tabubrüche vermehrt und radikaler einzusetzen, um Aufmerksamkeit zu generieren. Von dem anfänglichen pastoralen Duktus der Fragestellung, ob alles wirklich schlimmer wird, haben wir uns verabschiedet und ein komplexes Methodensetting entwickelt. Wir wollten theoriegeleitet beschreiben, was Tabus und Tabubrüche ausmachen und dieses Verständnis schließlich operationalisieren, um es empirisch fassbar zu machen. Dafür haben wir uns in einer quantitativen Langzeituntersuchung zwischen 2000 und 2009 vor allem Casting-Formate und ihre Entwicklung hinsichtlich von Tabubrüchen und Skandalisierung angeschaut und miteinander verglichen. In dieser Zeit haben wir die enorme Anzahl von 418 Formaten gezählt, die im deutschen Fernsehen im Zeitraum von 2000 bis 2009 auf 29 privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehkanälen erstausgestrahlt wurden. Wir wollten zum einen quantitativ erfassen, ob wirklich ein Anstieg von Tabubrüchen zu verzeichnen ist. Zum anderen wurde in ausgewählten Fallstudien geprüft, ob sich in der Art, wie Tabus inszeniert und gebrochen werden, etwas verändert hat und ob wir es hier mit ästhetischen, formalen oder narrativen Verstärkungen und Radikalisierungen zu tun haben. Begleitend beobachteten wir, wie darüber in den Medien berichtet wird, welche Interaktion es also zwischen starker Skandalisierung in den Boulevardmedien und den Fernsehprogrammen gibt. Es ist hochinteressant, wie Skandale strategisch gemanagt werden, um entweder im Vorfeld schon Aufmerksamkeit zu generieren oder den Aufregungspegel dann noch einmal hochzuschieben, wenn es im Verlauf einer Staffel zu einem Einschaltquotenrückgang kommt. Wir haben uns angeschaut, wie sich Quoten über eine Staffel hinweg entwickeln und das mit den Werbedaten korreliert. Zumindest bei einem Format, bei Erwachsenen auf Probe, ist öffentlich bekannt geworden, dass große Vermarkter und Firmen ihre Werbung stornierten, weil sie einen Imageschaden befürchteten.

Verbände wie der Kinderschutzbund haben zum Werbeboykott aufgerufen, weil sie durch die Sendung die Psyche der teilnehmenden Kinder in Gefahr sahen.

Richtig. Wir wollten uns eingehender damit beschäftigen und haben Experteninterviews sowohl mit gesellschaftlichen Protagonisten wie dem Kinderschutzbund oder der evangelischen Kirche als auch mit Medienproduzenten, Programmachern und Journalisten geführt. Wir haben nach der persönlichen Einschätzung gefragt, in welche Richtung sich das Ganze weiterentwickeln wird. Außerdem haben wir Gruppendiskussionen mit Jugendlichen und teilweise auch deren Eltern zur Rezeption geführt. Dabei wollten wir wissen, was Skandale und Tabus für sie bedeuten, welche Konflikte und Verhandlungen es dazu in den Elternhäusern gibt. Wir haben das bewusst qualitativ und explorativ mit einigen Fokusgruppen gemacht, die nicht auf statistische Generalisierbarkeit abzielen.

Sind Sie dabei zu einem zentralen Ergebnis gekommen?

Wie so häufig sind simple Kausalaussagen am Ende nicht möglich. Die schlichte Annahme, dass es eine durchgängige Verstärkung und Häufung von Skandalisierungen gibt, lässt sich in der Weise nicht halten. Wir haben auch festgestellt, dass man da format-spezifisch deutlich unterscheiden muss. Die einzige Sendung, bei der im zeitlichen Vergleich ein wirklich eklatanter Anstieg an Skandalen und Tabubrüchen, vor allem in Form von verbalen Beleidigungen und Diskreditierungen der Jurymitglieder gegenüber den Kandidaten messbar war, ist die Castingshow Deutschland sucht den Superstar. Hier wurde im Setting der Jury, in der Dramaturgie der Sendungen und in der Auswahl der Kandidaten gezielt auf solch verbale Beleidigungen gesetzt. Das war zwar schon immer ein Markenzeichen der Sendung, aber wir konnten im zeitlichen Verlauf einen merklichen Anstieg nachzeichnen. Demgegenüber existiert z. B. bei Germany's Next Topmodel offensichtlich das strategische Ziel, Markenwerbung zu platzieren. Man ist bedacht darauf, ein attraktives redaktionelles Umfeld zu bieten und setzt dabei offensichtlich nicht auf eine Vulgär-Radikalisierung. Die Grenzverletzungen, mit denen wir es hier zu tun haben, sind klar erkennbare Formen der Sexualisierung und der stark körperlich betonenden Ausstellung der jungen Teilnehmerinnen – und das ist durch das Thema des Formats bereits angelegt. Solche Bilder finden wir fortlaufend immer wieder, aber es ist eben keine systematische Zunahme erkennbar. Da wird ganz bewusst auf einem schmalen Grad balanciert, den man immer wieder justiert. Letztlich geht es für die Werbetreibenden darum, was verkaufbar und unter Marktbedingungen günstig ist. Das wird rein ökonomisch bewertet und kalkuliert, es gibt da keine externen moralischen Maßstäbe. Aus diesem Zusammenhang – das ist eines unserer Fazits – lässt sich herleiten, dass es wichtig ist, medienpolitisch und medienpädagogisch über diese Kontexte nachzudenken und auch die werbetreibende Industrie ganz frühzeitig in solche Diskussions- und Entscheidungsprozesse einzubeziehen, weil man genau deren ökonomisches Kalkül mitnutzen kann.

Neben diesen beiden Sendungen gibt es noch eine ganze Reihe anderer Formate, denken wir z. B. an Scripted-Reality-Formate wie Familien im Brennpunkt, Mitten im Leben oder die Gerichtsshows. Haben Sie die auch untersucht?

Mit einem Blick in die Geschichte der Reality-Formate haben wir dargestellt, welche Subgenres und -formate sich entwickelt haben. Wir unterscheiden grundsätzlich, wie in der Literatur auch, zwischen narrativem und performativem Realitätsfernsehen. Für unser Problemfeld erweist sich gänzlich das performative Reality-TV als relevant. Untersucht haben wir dabei Stichproben aus Castingshows, Dokusoaps, Coaching-Formaten, Beziehungsshows und Swap-Formaten – in all diesen Formen tauchen Provokationen und Tabubrüche auf. Und darin sind Castingshows rein im Volumen der Sendezeit das größte Element. Während andere Formate oft nur über einen kurzen Zeitraum laufen, werden die Castingshows meist über mehrere Staffeln lang ausgestrahlt. Scripted Reality ist – angesichts der Systematik – definitiv noch einmal eine ganz andere Baustelle. Dieses Subgenre ist in unserer Studie nicht berücksichtigt. Die thematisierte Problematisierung bei den Skandalen betrifft beim Reality-TV immer zwei mögliche Gruppen: einerseits das Publikum, das mit solcher Art von normverletzenden Konflikten konfrontiert wird, andererseits aber auch die Akteure selbst, wie beispielsweise die Sorge bei Erwachsenen auf Probe, dass Kinder daran Schaden nehmen könnten.

Was aber rechtlich ein ganz anderes Thema ist...

Genau, aber in der Problematisierung und auch in dem moralischen Diskurs, der in der Medienöffentlichkeit stattfindet, werden immer beide Ebenen tangiert, also die Frage, was es für das Publikum bedeutet und inwiefern wir Sorge tragen müssen für diese Menschen, die nicht wissen, was sie tun. Insbesondere sorgt man sich dabei um Kinder und Jugendliche, die sich vielleicht zu irgendetwas hinreißen lassen. Bei Scripted Reality haben wir es mit einem anderen Setting zu tun. Für das Publikum ist es vielleicht nicht immer erkennbar, ob eine Story authentisch ist oder nach einem Drehbuch abläuft, aber auf der Ebene der Akteure handelt es sich auf alle Fälle um Laiendarsteller, die bestimmte Rollen spielen. Von der Systematik her war es deshalb nicht Teil unserer Untersuchung, ohne das Problem in irgendeiner Weise kleinreden zu wollen.

Man müsste im Hinblick auf Scripted Reality natürlich ganz andere Fragen stellen. Kritiker bezweifeln, dass die Zuschauer erkennen, dass die Szenarien nicht real, sondern Teil eines gespielten Plots sind.

Ja, wobei die große Frage nach dem, was echt oder was gespielt ist, zu schlicht scheint für die komplexen Facetten, um die es geht. Das wissen alle, die sich schon einmal mit der Historie des Dokumentarfilms beschäftigt haben. Reality-TV verspricht dem Publikum einen authentischen Einblick in alltagsweltliches Leben. Gleichwohl ist es Fernsehen, Medienproduktion, ein spezifisch mediales Konstrukt, das für ein Publikum geschaffen wird. Selbst wenn da normale Menschen etwas tun, erlebe ich als Zuschauerin vor dem Bildschirm eine dramaturgische Konstruktion, die in einem sehr komplexen Produktionsprozess geschaffen und gestaltet wurde. Auch Nachrichten sind spezifische mediale Konstruktionen, sie bilden gar nichts ab. Das war ein wesentlicher Punkt in den Gruppendiskussionen: Wir haben dort erlebt, dass es Jugendliche gibt, die mit Genuss Sprüche von Dieter Bohlen anhören, dabei aber sehr wohl reflektieren, dass das manchmal unter die Gürtellinie geht und tatsächlich sehr verletzend ist. Einerseits sind sie froh, dass sie so etwas selbst nicht abbekommen müssen, andererseits können sie hämisch mitlachen und dabei zugleich auch mitfühlen. Da wird ein innerer Konflikt verhandelt, der ganz viel mit Grenzverletzung und mit jugendlichen Prozessen des Überschreitens von Regeln zu tun hat, die die Eltern gesetzt haben. Das ist Jugendkultur, die wir z. B. beim Musikgeschmack, bei Sprachstilen oder Umgangsformen in Peergroups kennen.

Dabei geht es doch auch um die spielerische Simulation gesellschaftlicher Realität. Auch Erwachsene müssen sich oft viel gefallen lassen, denken wir nur daran, wie viele Menschen täglich im Job unter Mobbing leiden und wie oft wir uns mit Situationen konfrontiert sehen, in denen wir bewertet werden und über uns gerichtet wird.

Genau – damit liefert Reality-TV Gesprächsstoff, über den Zugehörigkeit zu gesellschaftlichen Gruppen verhandelt wird. Man kann natürlich fragen, ob es gut ist, genau das auch noch im Fernsehen zu zeigen – aber es knüpft offenkundig an gesellschaftliche Debatten an. Natürlich ist es kein pädagogisches Aufklärungsfernsehen, was im Reality-TV betrieben wird. Aber andererseits ist die simple Annahme, dass Jugendliche diesen fiesen Einflüssen hilflos ausgeliefert sind und sie eins zu eins internalisieren und reproduzieren, eine zu schlichte Sichtweise. Wir haben uns intensiver damit beschäftigt, was Reality-TV in dieser Gesellschaftsformation bedeutet. Das Dogma einer neoliberalen Einstellung, die da lautet: „Mach was aus Dir! Du hast die Chance dazu! Aber das musst Du auch in jeder Sekunde in bester Performance unter Beweis stellen!“ – das erleben wir hier als mediale Narration.

Aber dieses Dogma ist keine Erfindung des privaten Fernsehens.

Das stimmt. Und zugleich kann man sagen, Fernsehen verstärkt solche Tendenzen, treibt sie voran und sogar auf die Spitze. Das sind Wechselwirkungen. Die grundlegende Frage ist, wo wir es mit Tabubrüchen zu tun haben. Wir haben uns lange damit beschäftigt, wie wir das über einen langen Zeitraum von zehn Jahren analysieren können, wo sich doch innerhalb dieser Jahre, nicht zuletzt auch durch das Fernsehen, Tabus und Grenzen als Folge permanenter Aushandlungsprozesse gewandelt haben. Die Frage, was man sehen darf und was nicht, wie viel Nacktheit, wie viel angedeutete und explizit erkennbare Sexualität auf dem Bildschirm gezeigt werden darf, wandelt sich offenkundig gesellschaftlich. An diesem Wandel sind auch Medienbilder maßgeblich beteiligt. Und von daher haben wir es nur teilweise mit normativ gesetzten Regeln zu tun, sondern zugleich mit permanenten Verhandlungsprozessen, die im Fluss sind. Wir haben also eine Vielzahl an möglichen Normbrüchen benannt – aus den Bereichen Sexualität, Privatsphäre, Krankheit, Tod oder Menschenfeindlichkeit sowie Strafdelikte. Was wir hauptsächlich finden, sind Grenzübertretungen im Bereich von Sexualität und Beleidigungen von

individuellen Personen. Wir haben im Untersuchungsmaterial keine rassistischen, antisemitischen, homophoben oder religionsfeindlichen Äußerungen gefunden.

Bei den Provokationen und Grenzverletzungen handelt es sich nicht allein um ein Phänomen der privaten Fernsehsender. Tabubrüche finden wir auch bei den Öffentlich-Rechtlichen, z. B. in den Living-History-Formaten. Es gibt hier also nicht die Guten und die Bösen. Nach den Häufigkeiten skaliert, finden wir eine intensiv betriebene Skandalisierung, die dann auch im publizistischen Diskurs gespiegelt wird, besonders bei RTL und RTL II.

Was vielleicht auch daran liegt, dass die Sender verschiedene Programmschwerpunkte haben.

Wobei wir keine Bestandsaufnahme des Gesamtprogramms gemacht haben, sondern die Reality-Formate, die für uns relevant waren, analysiert und zueinander in Relation gesetzt haben. Wie gesagt, wir finden es fast überall, wir finden die Häufigkeit nur unterschiedlich verteilt. Interessant ist jedoch mit Blick auf die öffentlich-rechtlichen Sender, dass die Thematisierung im medienöffentlichen Diskurs bei ihnen nur unter dem Aspekt der Legitimität solcher Formate geführt wird und keine Auseinandersetzung mit den expliziten Normverletzungen stattfindet, die im Programm sichtbar sind. Hier geht es um eine moralische Empörung, die wir als Moral Panic oder Media Panic analysiert haben, letztlich um einen selbstreferenziellen Diskurs. Die tatsächliche Verletzung der Akteure oder explizite Moralverstöße werden nicht öffentlich thematisiert.

Nicht nur derjenige, der einen Tabubruch begeht, sondern auch derjenige, der sich darüber öffentlich empört, will Aufmerksamkeit generieren?

Faktisch ist es so: Die Akteure tragen oft dazu bei, Aufmerksamkeit für etwas herzustellen, von dem sie sich moralisch abgrundtief distanzieren. Die Kritiker generieren damit erst die Währung, die erforderlich ist, damit so etwas auf dem Markt überhaupt Fortbestand haben kann. Das gibt, das konnte man in dem Fall Erwachsenen auf Probe sehr präzise nachzeichnen, dem Sender die Möglichkeit, sich als pädagogisch verantwortungsvoll darzustellen, indem er sehr kleinteilig sichtbar machte, wie keines der Babys auch nur einen Moment lang unbeaufsichtigt oder ohne die wirklichen Eltern war. Es wird also erst der Aufreger produziert, der tatsächlich alle beugend vor dem Fernseher sitzen lässt, bevor sie überhaupt das erste Bild gesehen haben. Was wir dann tatsächlich auf dem Bildschirm zu sehen bekommen, entspricht beileibe nicht dem dramatischen Risikopotenzial, das vorher kommuniziert wurde.

Werden nicht genau über diesen Interaktionsprozess die Werte und Normen unserer Gesellschaft verhandelt? Das, was früher Aufgabe von Kirche und Staat war, findet heute im gesellschaftlichen Diskurs statt, der über die Medien moderiert und bedient wird.

Ich stimme Ihnen zu, dass die Medien heute viel stärker das Verhandeln von Regeln übernommen haben. Dass dabei auch Grenzen, vermeintlich statische Grenzen von Privatem und Öffentlichem, längst nicht mehr als saubere Grenzen erkennbar sind, sondern Überschreitungen und die Auflösung von Trennschärfe damit einhergehen, finde ich in zahlreichen Fällen gar nicht so bedauerlich. Das führt auch zu einer höheren gesellschaftlichen Transparenz. Wir haben uns in diesem Zusammenhang allerdings mit der Frage beschäftigt, ob dabei auch moralische Grenzen verloren gehen. Das ist eine Sorge, die oft mit verstärkter Skandalisierung einhergeht und die auch den Jugendschutz berührt. Dafür haben wir jedoch keine Beweise gefunden. Jugendliche, die regelmäßig Formate des Reality-TV schauen, lassen keine Formen der moralischen Abstumpfung erkennen. So wird z. B. Gewalt gegen Kinder, wie sie zuweilen bei der Super Nanny zu sehen war, bei Heranwachsenden und Eltern als absolutes No Go eingeschätzt. Gewalt explizit zu zeigen und nicht beschützend einzugreifen, wird eindeutig abgelehnt. Auch das sehr nahe und explizite Zeigen einer trauernden Teilnehmerin von Popstars, die in der Sendung erfährt, dass ihr Vater gestorben ist, begreifen die Jugendlichen als etwas, was sie nicht im Fernsehen sehen wollen. Bei den Fragen, wie viel nackte Haut, wie viel Sexualität und wie viel Beleidigung im Fernsehen gezeigt werden sollte, gab es dagegen durchaus unterschiedliche Meinungen zwischen Jugendlichen und Erwachsenen, aber das halte ich auch für altersgemäße Grenzverhandlungsprozesse. Wir haben festgestellt, dass es viele gute kommunikative Versuche der Eltern gibt, über diese Programme mit ihren Kindern zu sprechen und sie nicht einfach nur zu verbieten.

Bei DSDS liegt der Tabubruch ja nicht nur in der Art, wie Kandidaten behandelt werden, sondern auch darin, dass dies vor dem Fernsehpublikum öffentlich geschieht. Was ist daran für den Zuschauer so interessant?

In den Vor-Castings ist es Teil der Dramaturgie, aus der Masse der Bewerber sogenannte Verlierer herauszusuchen und sie als Tölpel oder peinliche Versager mit körperlichen, sprachlichen und stimmlichen Mängeln derart zugespitzt darzustellen, dass sie als beschämte Personen die Bühne verlassen. Auch bei denen, die sich als fernsehtauglich erweisen und in den weiteren Prozess einsteigen, gibt es eine präzise gestaltete Dramaturgie. Hier geht es nicht um Persönlichkeiten, sondern um das Generieren von geradezu archaischen Prototypen: der Zicke, dem Monster, dem Darling. Hier werden Medienfiguren geschaffen, auf die in der sendereigenen Magazinberichterstattung Bezug genommen werden kann. Das ist im Skandalisierungsprozess extrem wichtig. Es geht hier überhaupt nicht um Menschen, die ein besonderes Talent haben, sondern es geht immer um bestimmte konflikthafte Situationen, die forciert werden.

Bei einer Untersuchung im Auftrag der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) ist herausgekommen, dass gerade jüngere Kinder stark emotional involviert sind und das Verhalten von Dieter Bohlen regelrecht ablehnen. Nur die 14- bis 16-jährigen männlichen Zuschauer vertreten die Meinung, dass diejenigen, die sich da bewerben, ganz genau wüssten, auf was sie sich einließen und es ihre eigene Schuld sei, wenn sie sich, obwohl sie nicht singen können, bei einer solchen Sendung bewerben würden. Sie erachten es für richtig, dass ehrlicher Klartext geredet wird. Deckt sich das mit Ihren Beobachtungen?

Ich denke, dass diese Jugendlichen die dominante Position der Jury übernehmen und wie ein Dieter Bohlen argumentieren. Die Macht, die ich mir als Zuschauer aneigne, indem ich selbst die Position der Machthabenden in der Sendung verinnerliche, ist auch ein Stück der Sehnsucht. Dass die Jüngeren dabei noch stärker mit jenen mitfühlen, denen die üblichen verletzenden Bohlen-Sprüche um die Ohren fliegen, zeigt, dass sie rein biografisch noch nicht in diese Rollen schlüpfen können oder wollen. Auch dass es geschlechterspezifisch differiert, ist sofort nachvollziehbar. Die Bohlen-Position ist eine dominant männliche und bietet damit für das männliche Publikum Identifikationspotenzial.

Der Aspekt der Empathie bei der Rezeption hat bisher wenig Beachtung in den Debatten gefunden. Es scheint so zu sein, dass die jungen Zuschauer gleichzeitig Schadenfreude, Bewunderung und Empathie empfinden können.

Dem würde ich zustimmen. Die emotionale Absorbiertheit ist das, was Fernsehen ausmacht. Auch wenn der Zuschauer weiß, dass alles produziert und inszeniert ist – und das ist übrigens auch Kindern und Jugendlichen durchaus klar –, verhindert diese Einsicht trotzdem nicht die emotionale Involviertheit. Und die kann parallel stattfinden. Ich schalte den Kopf nicht ab, wenn ich mitfühle und die Tränen bei mir laufen. Das bedeutet allerdings nicht, dass ein empathisches Mitfühlen ein trivialer Mechanismus ist, bei dem man einfach der Absicht der Redaktion folgt. Wenn ich in einem rationalen Aufklärungsprozess das emotionale Potenzial von Fernsehen abstellen wollte, dann wäre das Medium tot. Zudem sind uns solche Mechanismen auch alltagsweltlich vertraut. In der Schulklasse z. B. passiert so etwas jeden zweiten Tag: Ein Freund neben mir wird von der Lehrerin abgemahnt, weil er Mist gebaut hat und ich denke gleichzeitig: „Mann, der traut sich was!“ Und: „Scheiße, der Arme!“ Das sind soziale Praktiken, die erprobt, reglementiert und immer neu ausgetestet werden.

Welche Schlüsse ziehen Sie aus dieser Untersuchung? Wo gibt es Handlungsbedarf?

Ich möchte daraus den Schluss ziehen, dass wir uns noch stärker mit der Förderung von Medienkompetenz beschäftigen müssen. Hier schließt sich der Bogen zum anfänglich Gesagten: Die Auseinandersetzung mit solchen Formaten gehört unbedingt in den Schulunterricht. Eine Abwehrhaltung der Erwachsenen greift nicht, weil die Sendungen für Jugendliche ein realer Gegenstand sind und sie sich damit auseinandersetzen. In den medienpolitischen Diskurs gehört es unbedingt mit hinein, alle Akteure – auch die Werbewirtschaft – im Gespräch zusammenzubringen und den Eskalationsprozess in Form der Media Panic nicht zu bedienen. Da muss backstage agiert werden, um sich nicht ungewollt zum Agenten der Interessen von Fernsehsendern zu machen. Aber die Sorge um den moralischen Verfall der Jugendlichen durch Reality-TV kann man, jedenfalls in dieser so schlichten Form, aus der Welt schaffen.

Das Interview führte Prof. Joachim von Gottberg.