



Daniel Hajok/Olaf Selg/
Achim Hackenberg (Hrsg.):
*Auf Augenhöhe? Rezeption von
Castingshows und Coachingsendungen*. Konstanz 2012: UVK.
272 Seiten, 29,00 Euro

Auf Augenhöhe

Seit zehn Jahren gibt es *Deutschland sucht den Superstar*. Ebenso lange fragen sich Jugendschützer, welche Schäden Jugendliche durch *DSDS* davontragen; und zwar nicht als Teilnehmer, sondern als Zuschauer. *Germany's Next Topmodel* hat der Diskussion neue Nahrung gegeben. Die Kritik entzündet sich in erster Linie am Umgang Dieter Bohlen's und Heidi Klums mit ihren Schutzbefohlenen. Jugendschützer fürchten, das junge Publikum könne das Verhalten der TV-Persönlichkeiten vorbildlich finden. Tatsächlich ist die Kritik an dieser Art Fernsehen bereits 20 Jahre alt: Schon bei der Ausstrahlung von *Notruf* (RTL, 1992), dem ersten deutschen Format des damals noch neuen Genres „Reality-TV“, gab es heftige Debatten, die sich kurz darauf durch Nachmittagstalkshows noch verstärkten.

Diese Aufsatzsammlung bietet eine sehr nützliche Einführung in die gesamte Thematik. Die Texte im ersten Teil referieren die Geschichte des Genres, analysieren ihre voll und ganz auf Emotionalisierung ausgerichtete Konzeptions- und Wirkungsweise, beschreiben den Aufmerksamkeitswettbewerb zwischen den Sendern und reflektieren die Diskussion über die Castingshows sowie ihre Bedeutung für den Jugendmedienschutz. Bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) waren entsprechende Sendungen bis 2004 kaum der Rede wert, während sie heute ein Drittel der gesamten Prüfarbeit ausmachen; allerdings inklusive Sendungen wie *Familien im Brennpunkt*, die als Scripted Reality reine Fiktion sind. Im weitaus umfangreicheren zweiten Teil werden die Er-

gebnisse einer Studie beschrieben, die die Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und neue Medien (AKJM) im Auftrag der FSF durchgeführt hat. Die Beiträge gehen den Fragen nach, welche Motive und Erwartungen diese Formate gerade aus Sicht der jugendlichen Zielgruppe so interessant und erfolgreich machen, wie sie wahrgenommen und verarbeitet werden und welche Bedeutung sie im Leben der jugendlichen Zuschauer haben.

Gerade der erste Teil bietet mit seinen fernsehwissenschaftlichen Abhandlungen einen perfekten Überblick über das Genre, das streng genommen in Deutschland sogar bereits seit über 50 Jahren existiert. Ab 1958 moderierte Peter Frankendorf mit *Toi, toi, toi* die erste Talentshow im deutschen Fernsehen. Heute haben diese Formate dank ihrer großen Doku-Soap-Anteile viel stärkeren Hybridcharakter. Am umstrittensten an den Castingshows, die den Dauerbrenner *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* längst aus den TV-Hitlisten der Jugendlichen verdrängt haben, waren von Anfang an die Rollen der beiden Hauptfiguren Dieter Bohlen (*DSDS*) und Heidi Klum (*Topmodel*). Kommunikationswissenschaftler Friedrich Krotz (Universität Bremen) weist in seinem meinungsfreudigen Beitrag jedoch auf einen Aspekt hin, den er für deutlich gravierender hält: Für ihn sind diese Sendungen „grandiose Täuschungsmanöver“ (S. 80), schließlich gaukelten sie vor, soziale Verhältnisse gerecht zu gestalten; tatsächlich aber handele es sich um Lotterien. Reality-TV ist für ihn ein „Kochbuch der Möglichkeiten für einen sozialen Aufstieg. Wenn man Glück hat. Und nur für einige wenige. Eine Zeit lang“ (S. 82).

Medienwissenschaftlerin Maya Götz, Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) in München, kann den Shows allerdings auch positive Seiten abgewinnen: Hier könne die junge Zielgruppe fürs Leben lernen. Allerdings seien Heranwachsende deutlich unzufriedener mit ihrem Körper, seit es *Germany's Next Topmodel* gebe. Ohnehin, das zeigen die Ergebnisse im zweiten Teil, gehen Jugendliche offenbar weitaus differenzierter mit den vermeintlichen Vorbildern Bohlen und Klum um, als es besorgte Erwachsene befürchten: Der einstige Popstar hat wenig Sympathiewerte und wird keineswegs als Identifikationsfigur betrachtet; und Klum erfüllt eher den Status einer Trainerin. Viel wichtiger aus Sicht der Zielgruppe sind die Teilnehmer, denn an ihnen misst sich das junge Publikum, sie bilden die Reibungsfläche, ihr Umgang mit Sieg und Niederlage bietet Anlass zum „Ablästern“.

Interessante Erkenntnisse liefert das Buch auch bei der Analyse des bislang kaum untersuchten Phänomens der gezielten Provokationen. Auch in diesem Fall gibt es, wenig überraschend, auffällige Diskrepanzen zwischen den Aussagen von Jugendlichen und Erwachsenen: Während junge Zuschauer intime Momente oder die Preisgabe privater Details als Merkmal von Authentizität schätzen, sprechen ältere viel eher von Tabubruch; bei ihnen überwiegt der Schutzgedanke.

Tilmann P. Gangloff