

# Scripted-Reality-Formate: Skandal oder normal?

Ein Orientierungsvorschlag

Hans-Jürgen Weiß und Annabelle Ahrens

Vor dem Hintergrund der Debatte über das Fake-TV nimmt der Beitrag zunächst eine Klärung des Begriffs „Scripted Reality“ vor und beleuchtet anschließend den Stellenwert, den Scripted-Reality-Formate derzeit im Programm der großen privaten Fernsehsender haben. Schließlich werden mit „Glaubwürdigkeit und Vertrauen“, „Professionalität“, „Rezeption“ sowie „Wirkung“ die nach unserer Auffassung wichtigsten Argumentationsfelder dieser Debatte umrissen.



Eine *Panorama-Reportage* über *Das Lügenfernsehen* hat im Sommer 2011 eine öffentliche Diskussion über den letzten Schrei des Reality-TV – die sogenannten Scripted-Reality-Formate – ausgelöst, die bis heute anhält. Verfolgt man diese Diskussion, werden allerdings sehr schnell zwei Dinge deutlich. Zum einen artikuliert sich in dieser Diskussion vor allem das allgemeine Unbehagen vieler professioneller Medienbeobachter an den verschiedenen Erscheinungsformen des Reality-TV. Zum anderen (was damit zusammenhängen dürfte) ist vielen gar nicht so richtig klar, was derzeit mit dem Begriff des Scripted-Reality-Formats bezeichnet wird – und was nicht.<sup>1</sup> Tatsächlich ist das auch gar nicht so einfach, weil Inszenierungen zu den festen Bestandteilen des Fernsehens insgesamt und des Realitätsfernsehens im Besonderen zählen (pointiert dazu Mikos 2012). Nur geht es hier nun um das „Scripten“, also um die Inszenierung erfundener Geschichten, als Bauprinzip eines bestimmten Formats. Will man sich damit kritisch auseinandersetzen, muss man schon genau klären, auf welchen Programmausschnitt des Fernsehens man sich konkret bezieht.

So gesehen verstehen wir unseren Beitrag in zweifacher Weise als Klärungsversuch. Zum einen wird der Versuch unternommen, Scripted-Reality-Formate im Kontext der gesamten Formatpalette von Reality-TV-Angeboten zu verorten und gegenüber anderen Formaten in diesem Programmsegment abzugrenzen. Zum anderen werden nach einem kurzen Blick auf den Stellenwert der Scripted-Reality-Formate in privaten Fernsehvollprogrammen diejenigen Aspekte angesprochen, die nach unserer Auffassung bei der Diskussion dieser Formate in den Blick genommen werden sollten.<sup>2</sup>

### Was sind Scripted-Reality-Formate – und was nicht?

Eine der besten Beschreibungen dieses Formats findet sich in einem internen Papier des Norddeutschen Rundfunks (NDR):

„Scripted Reality ist eine konsequente Weiterentwicklung der bisherigen Doku-Soaps, kombiniert mit den Erfahrungen, die bei Gerichtsshows und den Nachmittagstalks gewonnen wurden. Jeder Folge liegt ein festes Drehbuch zugrunde. Die Szenen werden von Laien oder Schauspielern in eigenen Worten nacherzählt oder nachgespielt. [...] Die gescrripteten Formate zeichnen sich dadurch aus, dass sie zumindest vom Zuschauer von echten dokumentarischen Formaten kaum unterschieden werden können. Eine möglichst hohe Glaubwürdigkeit ist zentral für den Erfolg. So wird z. B. darauf geachtet, dass die Kamera konsequent im Doku-Stil eingesetzt wird. Abgesetzte O-Töne sorgen als zentrales Element für die Authentizität. Sie suggerieren persönliche Aussagen und kommentieren das Geschehen. Ein natürliches Licht ist wichtig. Lediglich im Abspann der Folgen wird darauf hingewiesen, dass Handlungen und Personen frei erfunden wurden“ (Stichler 2010).

Ohne Zweifel sind Scripted-Reality-Formate im programmstrukturellen Kontext der Realitätsunterhaltung zu lokalisieren (zum Begriff der Realitätsunterhaltung siehe Weiß/Ahrens 2012, S. 59). Daher kann man in diesem Kontext auch bestimmen, aus welchen Formaten heraus sie entwickelt wurden und von welchen Formaten sie sich unterscheiden. In diesem Zusammenhang ist es nach unserer Auffassung hilfreich, von einem relativ eng gefassten Verständnis der Doku-Soap-Formate einerseits und der Realityshow-Formate andererseits auszugehen (zur Begründung vgl. ebd., S. 62 ff.; siehe Abb. 1).

### Anmerkungen:

1 Die generelle Unschärfe der Begrifflichkeit in der wissenschaftlichen, professionellen und öffentlichen Debatte über Reality-TV-Formate beklagt u. a. auch Wolf (vgl. Wolf 2011, S. 40).

2 Wir stützen uns dabei insbesondere auf folgende Beiträge und Quellen: Weiß/Ahrens 2012; Weiß 2012; Ahrens u. a. 2012, insbesondere Abschnitt 2.3: Zur Kategorisierung von Reality-TV-Formaten (S. 245–252); Vortrag von Hans-Jürgen Weiß auf dem ZAK-Workshop „Wirklich. Fernsehen. Wirklicher? Scripted Reality – eine Praxis in der Diskussion“ (vgl. auch S. 130f. in dieser Ausgabe) am 10. Mai 2012 in Berlin (abrufbar unter: [http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Veranstaltungen/ZAK-Workshops/ZAK-Workshop\\_Scripted\\_Reality/Kurzvortrag\\_Prof\\_Weiss\\_Scripted-Reality-Formate\\_10-05-2012.pdf](http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Veranstaltungen/ZAK-Workshops/ZAK-Workshop_Scripted_Reality/Kurzvortrag_Prof_Weiss_Scripted-Reality-Formate_10-05-2012.pdf))



Abb. 1:  
Gesciptete Formate als narrative Realitätsunterhaltung

Quelle: Weiß/Ahrens 2012, S. 67

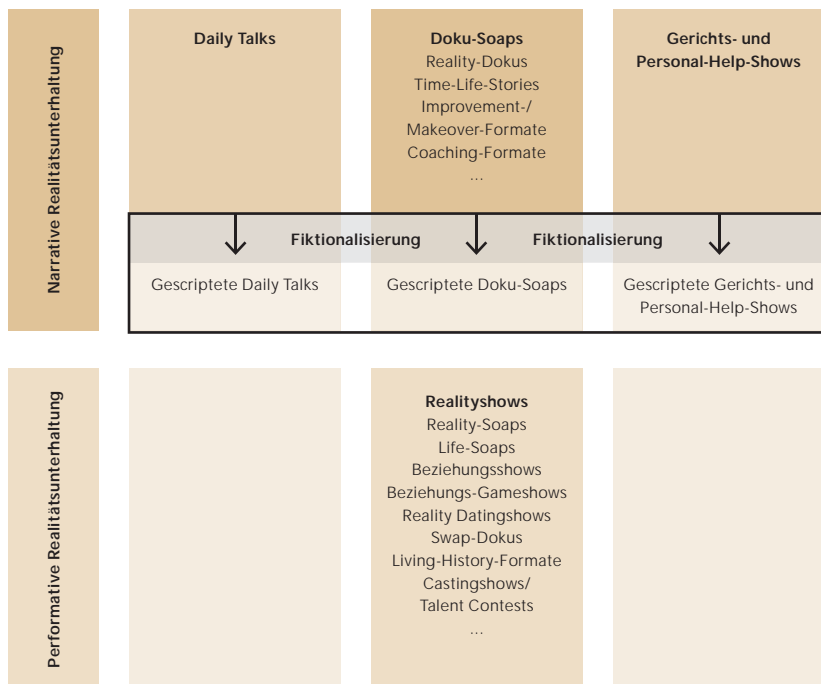


Abb. 2:  
Stellenwert der Realitätsunterhaltung in privaten Fernsehprogrammen  
(Herbst 2011, Zeitumfang in %)\*

Formate	RTL	VOX	RTL II	Sat. 1	Pro Sieben	kabel eins
REALITÄTSUNTERHALTUNG	43	45	32	40	10	9
Scripted-Reality-Formate	20	8	12	35	1	—
Gesciptete Doku-Soaps	18	8	12	11	1	—
Gesciptete Gerichts- und Personal-Help-Shows	2	—	—	24	—	—
Script-affine Formate	16	30	13	5	5	6
Doku-Soaps	16	30	13	2	5	6
Daily Talks	—	—	—	3	—	—
Realityshows	7	7	7	—	4	3
ANDERE SENDUNGEN	57	55	68	60	90	91
Gesamt	100	100	100	100	100	100

\* Anteil an der täglichen redaktionellen Sendezeit – ohne Werbung, Sponsoring, Teleshopping und Trailer etc.;  
Quelle: GöfaK Medienforschung GmbH 2012

Bei den Scripted-Reality-Formaten, die heute in der Diskussion stehen, handelt es sich ausnahmslos um die Fiktionalisierung erzählender Formen der Realitätsunterhaltung, d. h. um die Fiktionalisierung von Doku-Soaps in dem von uns vorgeschlagenen *narrativen* Verständnis dieser Kategorie.<sup>3</sup> Einen guten Beleg hierfür liefert der Vergleich der Themenbereiche, auf die sich (nach Angabe der Sender) nicht gesciptete und (nach Angabe der Sender) gesciptete Formate dieses Genres beziehen. In beiden Formatgruppen werden gleichermaßen Geschichten aus dem Alltagsleben, den Bereichen „Familie“, „Wohnen“, „Freizeit“, „Polizei“, „Kriminalfälle“ etc. dokumentiert bzw. (nach-) gespielt.

Diese Form der Fiktionalisierung von Doku-Soaps hat nach unserer Auffassung nichts zu tun mit dem breiten Spektrum der Realityshow-Formate, denen bei allen Unterschieden im Detail eines gemeinsam ist: ein Skript als Handlungsrahmen für die an der Show beteiligten Akteure. In all diesen Fällen handelt es sich um speziell für das Fernsehen eingerichtete *Performance*: Spiele, Wettbewerbe, quasi-experimentelle Laborsituationen etc. Und dabei sind es immer die Medien, die die Rollen an die Akteure verteilen, einschließlich der gezielten Berücksichtigung von potenziellen Winner- und Losertypen im Rahmen des Akteurcastings. Den Akteuren bleibt in diesem Zusammenhang nur noch ihre „Performance“: der Versuch, die eigene Person in die vorgegebene Rolle einzubringen und sie so erfolgreich bzw. zumindest so authentisch wie möglich zu spielen. Dabei ist es gleichgültig, ob es sich um Beziehungsshow, Castingshows, Swap-Dokus, Living-History-Formate oder Reality-Soaps wie *Big Brother* oder *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* handelt. Dieser grundsätzliche Unterschied muss besonders dann im Auge behalten werden, wenn man sich mit Phänomenen der Fernsehrealität befasst, die den Kontrast zwischen diesen beiden Formatgruppen etwas verschwimmen lassen.

Da ist das Argument, dass alle hier diskutierten Formatgruppen – nicht gesciptete Doku-Soaps, gesciptete Doku-Soaps und Realityshows – in irgendeiner Weise inszeniert seien. Vorgetragen wird dieses Argument vor allem, um deutlich zu machen, dass kein Dokumentationsformat frei von Inszenierung ist und dass in diesem Zusammenhang jede Form der Doku-Soap besonders inszenierungsanfällig ist (so z. B. Sichtermann 2011). Dem ist im Grundsatz zuzustimmen. Nach unserer Beobachtung trifft das insbesondere dann zu, wenn zwar an dem Alltags- oder Berufsleben der Menschen angesetzt wird, dann jedoch – wie es in Coaching- oder Improvement-Formaten der Fall ist – nicht nur dokumentiert, sondern zusätzlich – von externen, natürlich vom Fernsehen gestellten Akteuren (Pädagogen, Schuldenberatern, Köchen, Gärtnern etc.) – in diesen Alltag interveniert wird. Allerdings zeigen gerade diese Beispiele,

dass es nie um „Inszenierung im Fernsehen an sich“ geht, sondern um den jeweiligen konkreten Inszenierungskontext eines Fernsehformats. Und hier unterscheiden sich Dokumentation, Fiktion und Spiel dann doch substantiell. Während Doku-Soaps je nach Spezifikation als unterschiedliche Mischungen von passiv beobachtetem und aktiv stimuliertem Geschehen zu kennzeichnen sind, werden bei gescrripteten Formaten Fiktionen, d. h. erfundene Geschichten präsentiert. Und in den Realityshows müssen sich schließlich von den Sendern gecastete Mitspieler in künstlichen Spielanordnungen behaupten.

Außerdem werden die Handlungen der Realityshows tatsächlich immer häufiger in die extramediale Realität, d. h. in die Welt außerhalb von Studios, Bühnen und Containern verlegt. Die Folge davon ist, dass sich ein großer Teil der äußeren Rahmenbedingungen, in denen sie gedreht werden, kaum mehr von denen der Doku-Soaps unterscheidet. Parallel dazu – aber nicht allein in Abhängigkeit von den lokalen Settings, in denen die eigentliche Show abläuft – haben sich die medialen Gestaltungsformen, in denen die Shows den Zuschauern nahegebracht werden, immer mehr in Richtung auf Reportage-, Dokumentations- und Magazinformate verlagert. Das gilt besonders für die Castingshows, bei denen Bühnenauftritte eine zentrale, aber eben nicht die einzige Rolle spielen. Das Ergebnis ist, dass heute weder die lokalen Settings noch die medialen Gestaltungsformen der verschiedenen Formate der Realitätsunterhaltung im Fernsehen hinreichende Indizien für eine Unterscheidung zwischen Realityshows und (gescrripteten oder nicht gescrripteten) Doku-Soaps liefern.

Betrachtet man diese beiden Aspekte im Zusammenhang, den generellen Trend zur Inszenierung sowie die starke Alltagsorientierung in den Präsentationsformen, ist es nicht verwunderlich, dass es selbst den professionellen Medienbeobachtern zunehmend schwerfällt, die verschiedenen Formatgruppen des Reality-TV als unterschiedliche Erscheinungsformen der Realitätsunterhaltung im Fernsehen zu begreifen und zu unterscheiden.

#### Zum aktuellen Stellenwert der Scripted-Reality-Formate im deutschen Fernsehen

Dass die Realitätsunterhaltung im deutschen Privatfernsehen schon seit Langem Hochkonjunktur hat, wird durch die Daten der kontinuierlichen Programmforschung nachhaltig belegt, die seit 1998 im Auftrag der Medienanstalten durchgeführt wird (vgl. Ahrens u. a. 2012). Dabei sind schon einige Programmmoden durchs Land gegangen und auch wieder abgeebbt. Erinnerung sei nur an die Flut der Daily Talks in den 1990er-Jahren, von der heute nur noch ein Format bei Sat. 1 (*Britt*) übrig geblieben ist. Die Programme der RTL Group favorisieren seit einiger Zeit die Doku-Soap als Schwerpunktformat in

ihrem Reality-TV-Angebot und auch deren Weiterentwicklung zu gescrripteten Formaten. Bei den Programmen der ProSiebenSat. 1 Media AG ist dieser Trend (derzeit noch) weniger stark ausgeprägt. Allerdings haben bei Sat. 1, anders als bei RTL, die – ja ebenfalls gescrripteten – Gerichts- und Personal-Help-Shows immer noch einen hohen Stellenwert (siehe Abb. 2).

Fasst man alle Formate der Realitätsunterhaltung zusammen, sieht man an den Daten der Programmanalyse für den Herbst 2011, dass dieses Programmsegment in vier der sechs reichweitestärksten privaten Fernsehvollprogrammen einen hohen quantitativen Stellenwert hat. Am stärksten ist dieser Trend bei den Programmen der RTL Group, insbesondere auch mit Spitzenwerten für den Marktführer dieser Senderfamilie, RTL. Mehr als 40 % der täglichen redaktionellen Sendezeit (ohne Werbung, Trailer etc.) von RTL sind diesem Programmsegment zuzurechnen. Die Werte von VOX sind sogar noch etwas höher, bei RTL II ist es ungefähr ein Drittel des gesamten redaktionellen Programmangebots. In der konkurrierenden Programmfamilie, der ProSiebenSat. 1 Media AG, folgt nur Sat. 1 diesem Trend (40 %); bei ProSieben und kabel eins hat die Realitätsunterhaltung einen deutlich niedrigeren quantitativen Stellenwert (ca. 10 % des redaktionellen Angebots).

Die gescrripteten Reality-TV-Formate folgen in etwa dem Strukturmuster der gesamten Realitätsunterhaltung in den privaten Fernsehprogrammen. In den drei Programmen der RTL Group haben explizit gescrriptete Doku-Soaps (im Zusammenspiel mit Doku-Soaps, zu denen es keine Hinweise auf ein Skript gibt) einen zentralen Stellenwert. Bei Sat. 1 ist es der Mix aus gescrripteten Gerichts- und Personal-Help-Shows und gescrripteten Doku-Soaps, der die Realitätsunterhaltung dominiert. Dabei zeigt ein Blick auf die aktuellen Programmschemata dieser Sender, dass mit diesen Formaten der Realitätsunterhaltung breite Flächen des Tagesprogramms vom Vormittag bis zum Einstieg in das Abendprogramm bestritten werden.

#### Argumente zur Diskussion von Scripted-Reality-Formaten

Was ist nun so problematisch daran, wenn ein ohnehin primär auf Unterhaltung angelegtes Format wie die Doku-Soap fikionalisiert wird? Oder von der anderen Seite her betrachtet: wenn fiktive Geschichten mit den Format-techniken der Doku-Soap erzählt werden?

Der Begriff des „Lügenfernsehens“ für dieses Formatprinzip ist moralisch hoch aufgeladen. Ein unmittelbarer Handlungsbedarf für die Programmaufsicht, also z. B. für die Medienanstalten, ist daraus jedoch nicht abzuleiten. Mit Sicherheit wären jedoch Gespräche mit den Programmveranstaltern sinnvoll, in denen zumindest eine

3 Dabei wird in der aktuellen Debatte häufig übersehen, dass schon sehr viel früher auch eine Fiktionalisierung von Gerichts- und Personal-Help-Shows vorgenommen wurde (vgl. Weiß 2009, S. 205 ff.).



4

Theoretisch ist diese Forschung in das Kultivierungskonzept einzuordnen. Deswegen These, dass das Fernsehen in der Lage sei, das Weltbild der Fernsehzuschauer zu prägen, beschränkt sich heute nicht mehr ausschließlich auf fiktionale Programmangebote und auch nicht mehr nur auf die Frage, wie sich Gewaltdarstellungen im Fernsehen auf das Weltbild der Fernsehzuschauer und hier wiederum insbesondere auf das der „Vielseher“ auswirken (vgl. dazu die Forschungsübersicht in Wunsch/Nitsch/Eilders 2012, S. 177 ff.).

klare *Kennzeichnung* aller Scripted-Reality-Formate im Rahmen der Programmausstrahlung gefordert werden sollte. Die öffentliche Debatte zu diesem Format hat immerhin dazu geführt, dass diese Kennzeichnung nur noch in wenigen Fällen fehlt. Das trifft nach unserem Kenntnisstand derzeit auf drei Formate zu: *Mitten im Leben* (RTL), *Family Stories* (RTL II) und *Pures Leben – Mitten in Deutschland* (Sat. 1). Eine andere, in diesem Kreis offen anzusprechende Frage wäre, ob es im Bereich der Doku-Soaps so etwas wie eine *Dunkelziffer* gescripteter Formate gibt.

Jenseits der Programmaufsicht gewinnt die Kategorie des „Lügenfernsehens“ jedoch durchaus an Relevanz – wenn man sie nicht zur Moralisierung, sondern zur nüchternen Analyse und Diskussion einer Programmpraxis nutzt, hinter der ein ebenso nüchteres Geschäftsmodell steht: die kostengünstige Produktion von Programmmaterial, mit dem sich außerhalb der Primetime, über den Tag hinweg, gute Reichweiten erzielen lassen (vgl. Weiß/Ahrens 2012, S. 61 f.). Vier Aspekte sollten in der wissenschaftlichen, professionellen und öffentlichen Diskussion dieser Programmpraxis in den Blick genommen werden. Zwei sind eher grundsätzlicher Art, sie betreffen einerseits das Verhältnis der Programmveranstalter zu ihrem Publikum und andererseits ihr Selbstverständnis als Gestalter und Auftraggeber fiktionaler Programmangebote. Die beiden anderen Punkte beziehen sich in einem engeren, sozialwissenschaftlichen, psychologischen und (medien-) pädagogischen Verständnis auf die Frage, wie Fernsehzuschauer Scripted-Reality-Formate wahrnehmen, wie sie sie nutzen und welche Folgen das für sie hat. Hierzu im Folgenden – allein schon aus Platzgründen – einige wenige Stichworte, die unbedingt weiter vertieft werden sollten (vgl. dazu ausführlicher Weiß 2012).

#### *Glaubwürdigkeit und Vertrauen*

„Camouflage“ ist das zentrale Bauprinzip der Scripted-Reality-Formate. Das heißt, de facto werden auf der Ebene der formalen Gestaltung alle Register gezogen, um die Zuschauer hinters Licht zu führen und den fiktionalen Charakter der gezeigten Szenen, Konflikte, Handlungen etc. zu vertuschen. Unabhängig davon, ob sie das merken oder nicht, stellt sich die grundsätzliche Frage, ob das Vertrauen der Zuschauer in die „Formattreue“ der Sender missbraucht wird. Denn ihr tägliches Fernsehverhalten beruht auf einem erfahrungsbasierten Formatwissen, das hier absichtlich unterlaufen wird. Den Veranstaltern bringt das zeitweise gute Zuschauerreichweiten, aber sie gefährden langfristig dadurch ihre Glaubwürdigkeit.

#### *Professionalität*

In Bezug auf die Personen, die in Scripted-Reality-Formaten als Akteure eingesetzt werden, stellt sich in mehrfacher Hinsicht die Frage, ob man sie wirklich als „Schauspieler“ bezeichnen sollte (auch der Begriff des „Laienschauspielers“ passt hier nicht wirklich). Im Regelfall fehlt das Prinzip der Rollenvarianz, d. h. sie werden als Typen für ein bestimmtes Format gecastet, um sich selbst – wenn auch im Kontext einer fiktiven Situation – zu spielen. Und mehr, als sich selbst zu spielen, haben sie auch nie gelernt. Eine auch rechtlich und medienaufsichtlich interessante Frage schließt sich daran: Angeblich kann es in diesen Formaten, anders als in echten Doku-Soaps, ja keine Verstöße gegen die Menschenwürde etc. geben, weil alles nur gespielt ist. Aber ist das bei solchen Rollenbesetzungen wirklich so? Fällt nicht doch alles auf den zurück, der stets nichts anderes als sich selbst spielt ...?

Sozusagen im Rücken dieser Entwicklung stellt sich die Frage nach den Arbeitsmöglichkeiten „gelernter“ Schauspielerinnen und Schauspieler in fiktionalen Fernsehproduktionen bzw., institutionell und kulturell betrachtet, die Frage nach der Rolle der privaten Programmveranstalter als Auftraggeber für fiktionale Fernsehproduktionen, die man uneingeschränkt auf allen Produktionsebenen als professionell bezeichnen kann. Tatsächlich nämlich war der Anteil „normaler“ fiktionaler Angebote (Serien, Filme) am Gesamtprogramm von RTL und Sat. 1 noch nie so niedrig wie seit dem Siegeszug der Scripted-Reality-Formate (vgl. Weiß/Ahrens 2012, S. 84 ff.).

#### *Rezeption*

Eine der am stärksten umstrittenen Fragen in der öffentlichen Diskussion der Scripted-Reality-Formate betrifft den Umgang der Fernsehzuschauer mit diesen Programmangeboten. Die Programmveranstalter bemühen in diesem Zusammenhang gerne den mündigen Zuschauer, der die Formatspielregeln durchschaut und das, was dabei herauskommt, genießt. Und wer das in Frage stellt, wird schnell in die Ecke einer unangemessenen Bewahrpädagogik gestellt. Das Dumme ist nur, dass es „den“ Fernsehzuschauer gar nicht gibt, weshalb auch die Umfrageergebnisse, die in diesem Zusammenhang präsentiert werden, kein einheitliches Bild ergeben (vgl. Weiß 2012, S. 214 ff.). Jedoch gibt es bei den Zuschauern ganz offensichtlich Gruppen wie z. B. Heranwachsende und Personen mit niedrigem Bildungsniveau (vgl. Fauth 2008; siehe auch Götz u. a. 2012), denen es nicht gut gelingt, Fakten und Fiktionen auseinanderzuhalten. Wie groß die Zahl der durch Scripted-Reality-Formate irreführenden Zuschauer ist, ist dabei – grundsätzlich betrachtet – von sekundärer Bedeutung. Wichtiger wäre es,

mehr über die individuellen Faktoren und sozialen Milieus zu erfahren, die die Zuschauer für solche Täuschungen anfällig machen.

### Wirkung

Am wichtigsten ist jedoch die Klärung der Anschlussfrage: Wenn die (zur Erinnerung: von der Formatlogik her ja zweifellos intendierte) Täuschung erfolgreich ist, ist sie dann für die Getäuschten folgenreich? Denn noch weiß man kaum etwas darüber, ob solche Fehlwahrnehmungen letztlich banal, d. h. für den Einzelnen und die Gesellschaft weitgehend irrelevant sind oder ob sich daraus sozial unerwünschte Folgen ergeben. Auf der Grundlage neuerer Forschung spricht einiges dafür, dass der Annahme, das Gesehene wäre „real“, eine Art Katalysatorfunktion im Medienwirkungsprozess zukommt.<sup>4</sup> In diesem Fall wären zwar nicht alle, jedoch durchaus diejenigen Zuschauer, die die Fiktionalität der Scripted-Reality-Formate nicht durchschauen, besonders anfällig für die durch diese Formate vermittelten Botschaften. Im Moment sind das nicht mehr als „Wirkungsspuren“; sie sollten aber auf jeden Fall ernsthaft weiterverfolgt werden.

### Literatur:

**Ahrens, A./Schwotzer, B./Weiß, H.-J.:**  
*Konzeption, Methode und Basisdaten der ALM-Studie 2010/2011.* In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): Programmbericht der Medienanstalten 2011. Fernsehen in Deutschland. Berlin 2012, S. 241 – 291

**Fauth, B. C.:**  
*Zur Unterscheidung zwischen Realität und Fiktion im Fernsehen als Bestandteil praxisbezogener vermittelter Medienkompetenz. Evaluation eines Trainings für HauptschülerInnen.* Diplomarbeit an der Universität Freiburg. Freiburg 2008.  
Abrufbar unter:  
[http://www.freidok.uni-freiburg.de/volltexte/6301/pdf/Diplomarbeit\\_Fauth.pdf](http://www.freidok.uni-freiburg.de/volltexte/6301/pdf/Diplomarbeit_Fauth.pdf)  
(letzter Zugriff am 26.04.2012)

**Götz, M. u. a.:**  
*„Man sieht, wie es wirklich in anderen Familien zugeht“. Kinder und Jugendliche und ihr Verständnis von Familien im Brennpunkt.* In: TELEVISION, 25/2012/1, S. 55 – 59

**Mikos, L.:**  
*Das Spiel mit der Realität. Darstellungsformen im Reality-TV.* In: TELEVISION, 25/2012/1, S. 48 – 51

**Sichtermann, B.:**  
*Doku-Soaps. Wahrheit als Ware.* In: Der Tagesspiegel vom 8. August 2011

**Stichler, C.:**  
*Scripted Reality – eine Chance für den NDR?* In: epd medien, 85/2010, S. 22 – 24

**Weiß, H.-J.:**  
*Konzeption, Methode und Basisdaten der ALM-Studie 2007/2008.* In: ALM Programmbericht 2008. Berlin 2009, S. 201 – 257

**Weiß, H.-J.:**  
*Laissez faire? Argumente zur Präzisierung der Kritik an Scripted-Reality-Formaten.* In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): Programmbericht der Medienanstalten 2011. Fernsehen in Deutschland. Berlin 2012, S. 211 – 217

**Weiß, H.-J./Ahrens, A.:**  
*Scripted Reality. Fiktionale und andere Formen der neuen Realitätsunterhaltung.* In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): Programmbericht der Medienanstalten 2011. Fernsehen in Deutschland. Berlin 2012, S. 59 – 93

**Wolf, F.:**  
*Wa(h)re Information – Interessant geht vor relevant.* Wiesbaden 2011

**Wünsch, C./Nitsch, C./Eilders, C.:**  
*Politische Kultivierung am Vorabend. Ein prolonged-exposure-Experiment zur Wirkung der Fernsehserie „Lindenstraße“.* In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 60/2012, S.176 – 196

Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß war bis 2009 Hochschul-lehrer an der Freien Universität Berlin. Er leitet die GöfaK Medienforschung GmbH, Potsdam, und ist seit 1998 zusammen mit Prof. Dr. Joachim Trebbe verantwortlich für die kontinuierliche Fernsehprogramm-forschung der Medienanstalten.



Annabelle Ahrens, M. A., ist seit dem Abschluss ihres Studiums für inhalts-analytische Forschungsprojekte verantwortlich – 2009 bis 2012 als Projektleiterin der GöfaK Medienforschung GmbH, seit 2012 als Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Freien Universität Berlin und an der Universität Düsseldorf.

