



Joan Kristin Bleicher:
Reality TV in Deutschland.
 Geschichte – Themen – Formate.
 Hamburg 2017: Avinus. 456 Seiten,
 58,00 Euro

Reality-TV in Deutschland

Joan Kristin Bleicher ist eine der besten Kennerinnen des deutschen Reality-TV. Wie kaum eine andere hat sie die Entwicklung dieser Sparte (nicht nur) im deutschen Programm medienwissenschaftlich begleitet und fernseh-historisch reflektiert – sei es in der Lehre, sei es in ihrer Forschungsarbeit. Als (vorläufiges) Fazit und in Ergänzung ihrer vielfältigen Einzelbetrachtungen und -analysen hat sie nun die Überblicksarbeit *Reality-TV in Deutschland. Geschichte, Themen, Formate* vorgelegt. Diese gliedert sich in drei Teile: 1) Forschungsüberblick, Geschichte und Kontexte, 2) Themen und Genrespektrum des deutschen Reality-TV und 3) Dramaturgie und Wertung. Gewisse Redundanzen sind dabei nicht zu vermeiden. Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, „die ökonomischen, gesellschaftlichen, medialen und kulturellen Kontexte der Angebotslandschaft“ aus „historischer, ästhetischer und angebotsorientierter Perspektive“ herauszuarbeiten (S. 15). Dabei bezeichnet Bleicher „die Frage, welche kollektiven und individuellen Realitätsmodelle auf welche Weise in den Realityformaten inszeniert und dargestellt werden“, als den „Kernbereich der Untersuchung“ (ebd.). Damit will der Band viel; vielleicht zu viel. Die Darstellung bleibt oft verkürzt, manchmal wirkt sie sogar wie auf Schlagworte verdichtet. Beispiele werden eher selten ausführlicher beschrieben bzw. analysiert, oft werden sie lediglich genannt. Auch die Argumentation erscheint oft reihend und zuweilen sprunghaft und unstrukturiert. Positionen werden nicht ausdiskutiert, sondern in Bezug auf eine Quelle lediglich benannt. So wirken viele Ergebnisse und Aussagen eher behauptet als analytisch belegt. Unbefriedigend ist beispielsweise auch, wenn es im Fazit zum Kapitel „Geschichte des deutschen Reality-TV“ heißt: „Alle bisherigen Entwicklungsphasen des Reality-TV lassen Kombinationen aus Bestandteilen und Darstellungsformen dokumentarischer und fiktionaler Fernsehsendungen erkennen“ (S. 76). Dem ist zwar nicht zu widersprechen, doch gerade diese Hybridität ist ja ein wesentliches, bestimmendes Merkmal des Reality-TV (vgl. S. 12f.).

Reality-TV-Stars, von denen Bleicher gerne auch – pejorativ – als „Z-Promis“ (S. 194) oder „Pseudo-Prominenten“ (S. 168) spricht, wirft sie mit Bezug auf Daniel J. Boorstins berühmte tautologische Formel vor, sie seien lediglich bekannt für ihre Bekanntheit („well-known [sic!] for his well-knownness“, S. 168). Sie suggeriert damit, dass dies eine *neue* Qualität der Starproduktion durch das Reality-TV sei – doch Boorstins kulturpessimistische Stardefinition stammt aus einer Zeit lange vor dem Reality-TV. Er stellte sie bereits 1961 auf (Stars beschreibt er dabei auch als „menschliche Pseudo-Events“, vgl. Daniel J. Boorstin: *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*. New York 1961). Interessant in diesem Zusammenhang sei daher nicht der Umstand, dass Celebrities nur wegen ihrer Prominenz prominent sind, sondern warum und wie das Reality-TV Stars produziert.

Mit Bezug auf die neuere Forschung ließe sich zeigen, dass die populäre Serialität des Reality-TV zwingend Prominenzen erzeugt – als direkte Folge der seriellen Strukturen und inhaltlichen Fokussierung dieser Programmform, seit es Formate wie *Big Brother* gibt (vgl. Christian Hißnauer: *Die Geschichte ist weitergegangen – die im wirklichen Leben. Real-Life-Storytelling und die dreifache Formstruktur nicht-fiktionaler Serialität*. In: D. Klug (Hrsg.): *Scripted Reality: Fernsehrealität zwischen Fakt und Fiktion. Perspektiven auf Produkt, Produktion und Rezeption*. Baden-Baden 2016, S. 65–88). – Auch Aussagen, nach denen „[d]er Prominentenstatus von Reality-Stars [...] im Vergleich zu früheren Startypen aus dem Film- und Musikbereich vergleichsweise kurz an[dauert]“ (S. 169), erscheinen vor dem Hintergrund einer Vielzahl von One-Hit-Wondern oder kurzlebigen Filmkarrieren auf der einen und langjährigen Reality-Stars wie den Geissens oder Daniela Katzenberger auf der anderen Seite zumindest etwas fragwürdig. Reality-TV ist auch aufgrund seiner zunehmenden Selbstreferenzialität immer mehr zu einer „celebrity industry“ (Kavka) geworden, was selbst erzeugte Prominenz, einem Perpetuum mobile gleich, aufrecht erhält.

Arbeiten, die sich mit dem aktuellen Programm befassen, sind – das lässt sich nicht verhindern – in dem Moment ihrer Veröffentlichung bereits veraltet. Welchen Sinn macht es aber vor diesem Hintergrund, im Anhang eine zum Zeitpunkt der Veröffentlichung bereits sechs Jahre alte Darstellung der Programmplätze für Reality-TV-Formate beizufügen? Hier wäre eine vergleichende Gegenüberstellung zielführender gewesen, die z. B. Veränderungen in der Programmierung bestimmter Formate, Formen und/oder thematischer Fokussierungen (vielleicht sogar visuell) herausarbeitet. So bleibt die Übersicht kontingent und ist kaum aussagekräftig.

Dr. Christian Hißnauer