

Fake Reality – inszenierte Wirklichkeiten in TV & Web 2.0



Simone Mühlbeyer-Kniehl © 2012 – www.familien-medien.de
Referentin im LandesNetzwerk der Aktion Jugendschutz Baden-Württemberg

Inszenierte Realität im Überblick

Scripted Reality-Formate sind Sendungen, in denen die Handlungen erfunden sind.

Sie werden jedoch ästhetisch so produziert, dass sie aussehen wie ein dokumentarisches Format.

2012 © www.familien-medien.de

Scripted-Reality in TV & Internet

Gerichts-Shows

Das Familiengericht / Richterin Barbara Salesch / Richter Alexander Hold

Casting-Shows

DSDS / Germany's next Topmodel / Supertalent

Reality-Shows

Big Brother / The biggest Loser / Dschungelcamp

Doku-Soaps

Bauer sucht Frau / Schnulleralarm - Wir bekommen ein Baby / We are Family - So lebt Deutschland

Reality-Dokus: Taskforce-Shows / Hilfesendungen

[Die strengsten Eltern](#) / [Einsatz in 4 Wänden](#) / [Raus aus den Schulen](#) / [Christopher Posch](#) / [Die Schulumitter](#)

Scripted Reality / Pseudo-Doku-Soaps

Familien im Brennpunkt / [Berlin Tag & Nacht](#) / [Betrugsfälle](#) / [X-Diaries – love, sun & fun](#)

2012 © www.familien-medien.de

Was X-Diaries für Jugendliche attraktiv macht ...

- „spannende“ Geschichten, attraktives Setting, „ablachen“ können, Inszenierung romantischer Liebe mit Happy End
- kribbelige Themen (Erotik und Moral)

2012 © www.familien-medien.de

pädagogische Problembereiche ...

- Sexualität mit einem anderen Partner wird zu einer Normalität im Urlaub stilisiert und als Konsequenz aus einem Partnerstreit inszeniert
- Beziehung und Annäherung werden auf sexuelle Begegnungen reduziert
- Berufsgruppen aus überwiegend sozial niedrigen Milieus verkörpern die Hauptdarsteller -> Stereotypisierung
- Protagonisten werden zum Mittelpunkt von Spott und „Ablachen“
- über 80 % der regelmäßigen X-Diaries Zuschauer/-innen erkennen die Sendung als gescripted
- Dargestelltes wird von den meisten dennoch als sehr realitätsnah eingestuft

Quelle: Maya Götz, Sophia Koenen - LIM-Dokumentation Band 43 / Online März 2012

2012 © www.familien-medien.de

Scripted-Reality - WOZU ?

- **Neugier will bedient werden**
- **die richtige Mischung aus Fakten und Fiktion sorgt für hohe Quoten**

Fast die Hälfte der redaktionellen Sendezeit bei RTL und VOX entfallen auf Reality-Formate.

Mit den hohen Werbeeinnahmen werden andere Sendeinhalte finanziert.

2012 © www.familien-medien.de

Merkmale von Reality-Formaten

- vor allem in Privatsendern zu sehen
- 25 % Marktanteil bei den 3- bis 13-Jährigen¹
- knapp 30 % Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen²
- gecastete Laiendarsteller, z.T. kombiniert mit Profischauspielern
- Inszenierung einer möglichst dokumentarische Realität nach Drehbuchvorlage
- filmische Stilmittel werden eingebunden wie:
bewusst verwackelte Kamerabilder, schlechte Beleuchtung

¹ Auszug aus dem Stichprobenbericht Frühjahr 2011 zur kontinuierlichen Fernsehprogrammforschung der Medienanstalten
² Ergebnis für RTL mit der Sendung „Mitten im Leben“ und „Familien im Brennpunkt“ Marktforschungsfirma Media Control 2011

2012 © www.familien-medien.de

Lügenfernsehen was reizt daran?

„Seit ich **Familien im Brennpunkt** sehe, weiß ich, dass es viele Leute gibt, die echt gemein sind.“
Meinung von über 60 % der 6-14-Jährigen.

„Seit ich **X-Diaries** sehe, will ich unbedingt nach Rimini.“
Aussage von 81 % der regelmäßigen X-Diaries-Seher/-innen.

„Im Urlaub geht es nur um Sex. Hartz-IV-Empfänger sind dick, dumm und dämlich.“

„Seit ich **Familien im Brennpunkt** sehe, weiß ich, dass es viele richtig dumme Menschen gibt.“

Identitätsentwicklung, Abgrenzung gegenüber Akteuren und deren Verhalten
„Problemlösungsstrategien“ erkennen, besser sein, lustig machen über Antheilenden

Gefahr: Fiktion = Wirklichkeit, damit wird eine verzerrte Realität vermittelt

2012 © www.familien-medien.de

Stilmittel zur Emotionalisierung am Beispiel

Pseudo-Doku-Soap „Betrugsfälle“

2012 © www.familien-medien.de

Lügen haben gute Quoten, weshalb?

- Erzeugung eines hohen Grades an Emotionalität
- Geschichten, die so hätten passiert sein können
- Nähe zu realen Themen der Zuschauer
- Bezug zur Realität der Protagonisten
- Darstellung von Konkurrenzsituationen erzeugt Showcharakter
- Problemlösung durch Einblick in die Privatsphäre anderer
- crossmediale Verflechtung (TV + Internet z.B. auf Facebook, Youtube)

2012 © www.familien-medien.de

Lügenfernsehen und die Folgen?

- 22 % der befragten Kinder/ Jugendlichen zwischen 6 - 18 Jahren können Scripted-Reality-Sendungen als fiktiv erkennen
- knapp 50% meinen, es würden echte Fälle nachgespielt
- 30 % glauben, es würden tatsächliche Erlebnisse der gezeigten Menschen dokumentiert
- 51 % meinen, dass die Reality-Soaps mit erdachter Handlung bei der Lösung von Problemen helfen
- 51 % finden auch, man könne mal so richtig über dumme Leute ablachen
- bei höherer Nutzungshäufigkeit steigt die Wahrscheinlichkeit, dass v.a. jüngere Zuschauer die Inhalte nicht als Fiktion erkennen können

Quelle: Gesellschaft zur Förderung des internationalen Jugend- und Bildungfernsehens 2011

2012 © www.familien-medien.de

Thematisierung im Unterricht



Reality-TV in der Klasse hinterfragen:

„Schon mal jemandem aufgefallen, dass die Darsteller in der Doku jede Woche die gleichen Klamotten an haben oder dass gleiche Personen in 2 verschiedenen Dokus unterschiedliche Rollen spielen?“

2012 © www.familien-medien.de

Medienkritik als Orientierungsprozess

Stichwort: reflektierte Mediennutzung

Unterstützung von Jugendlichen, die derzeit in den Medien dargestellten Wirklichkeiten unserer Gesellschaft angemessen einzuordnen?

Unterrichtsmaterial: [SCHEIN & SEIN](#)

2012 © www.familien-medien.de

Reality-TV: Unterhaltung und/ oder Orientierung?

- eigene und gezeigte Werte- und Normvorstellungen überdenken
- emotionale Vermarktung von Lebensgeschichten bewerten
- eigene und dargestellte sprachliche Ausdrucksfähigkeit vergleichen
- zwischen Lebenswirklichkeit und Medieninszenierung Distanz entwickeln
- Vorbild / Antibild für Real-Situationen nutzen
- Intimisierung der Kandidaten durch eine allgegenwärtige Kamera erkennen
- echte Emotionen von künstlichen Emotionen/Welten trennen
- Sympathieentwicklung für Darsteller, die in einem Art Sozialbiotop agieren, bewusst steuern

2012 © www.familien-medien.de

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!



Simone Mühlbeyer-Kniehl

Diplom-Sozialpädagogin (BA) / Medienreferentin / Referentin im LandesNetzWerk der Aktion Jugendschutz BW

info@familien-medien.de / www.familien-medien.de

Weitere Informationen zum Nachlesen auf meiner Homepage unter

[DOWNLOAD](#) und [Material](#)