

Die Show „*Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*“ und ihre jugendlichen Zuschauer

Inszenierungsstrategien und Rezeptionsmuster

Ergebnisbericht

Eine Studie der



im Auftrag der



Leitung der Studie: Prof. Dr. Lothar Mikos

Mitarbeit: Anke Bergmann, Dirk Gerbode, Sabrina Schäfer, Claudia Töpfer

Dokumentation: Jesko Jockenhövel

Berlin, Mai 2004

Inhalt

1. Einleitung	5
1.1 Anlage und Methode der Untersuchung	9
2. Reality Shows im globalen Fernsehmarkt	15
2.1 Reality Shows im deutschen Fernsehen	21
3. Die Show <i>Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!</i>	23
3.1 Die Spielregeln	29
3.2 Figuren und Akteure	32
3.2.1 Die Moderatoren	32
3.2.2 Die Kandidaten	37
3.2.3 Vergleich mit <i>I'm a celebrity – Get me out of here!</i>	42
3.3 Narration und Dramaturgie	45
3.3.1 Der Erzählrahmen	45
3.3.2 Die Moderatoren als Erzählinstanz	46
3.3.3 Die Kandidaten als Objekte der Narration	50
3.3.4 Narrative Strukturen	54
3.3.5 Kennzeichen der Narration: Bezüge zu Boulevardthemen	55
3.3.6 Wissensvorsprünge	61
3.3.7 Interventionen als narratives Steuerungselement	62
3.3.8 Vergleich der Narration mit <i>I'm a celebrity – Get me out of here!</i>	66
3.4 Ästhetik und Gestaltung	69
3.4.1 Kamera und Montage	69
3.4.2 Musik	70
3.4.3 Effekte	70
3.5 Kontexte	72
3.5.1 Authentizität versus Fiktionalisierung	75
3.6 Fazit: Die Aspekte der Show <i>Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!</i>	80

4. Die Nutzung durch Kinder und Jugendliche	82
4.1. Die befragten Kinder und Jugendlichen	82
4.2 Umgang mit der Sendung	88
4.2.1 Die Nutzung von <i>Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!</i>	88
4.2.2 Die Nutzung der Berichterstattung über die Sendung	90
4.2.3 Wissen über die Inszenierungsstrategien	91
4.2.4 Wissen über das Genre der Sendung	93
4.3 Bewertung der Sendung	96
4.3.1 Gründe für die Ablehnung	96
4.3.2 Gründe für die Zustimmung	99
4.4 Umgang mit den Figuren	102
4.4.1 Die Kandidaten	103
4.4.1.1 Daniel Küblböck	103
4.4.1.2 Costa Cordalis	104
4.4.1.3 Lisa Fitz	106
4.4.2 Moderation	106
4.5 Moralische Bewertungen der Sendung	110
4.5.1 Allgemeine medienethische Überlegungen zur Sendung	110
4.5.2 Kategorien moralischer Urteilsfähigkeit	111
4.5.3 Moralische Beurteilung der Sendung	113
4.5.4 Die Rolle von Mitleid und Schadenfreude	129
4.6. Wertesystem der Kinder und Jugendlichen	132
4.6.1 Persönliche Wertesysteme der Befragten	132
4.6.2 Bedeutende Faktoren in Fernsehsendungen	133
4.6.3 Zusammenhang zwischen der Sendung und dem eigenen Leben	134
4.6.3.1 Alltagsbezug	134
4.6.3.2 Ekel und Angst	136
4.6.3.3 Teilnahme am Dschungelcamp	137
4.7 Die Grenzen des Fernsehens aus Sicht der Kinder und Jugendlichen	140
4.8 Fazit: Die Nutzung der Show <i>Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!</i>	144

5. Medien, Sozialisation und Reality Shows	149
5.1 Medienkompetenz, Medienwissen, Bildung	154
5.2 Zusammenfassung	158
6. Anhang	162
6.1. Literatur	162
6.2 Dokumentation:	
Reality Shows und Casting Shows im globalen Fernsehmarkt	169

1. Einleitung

Das Fernsehen braucht Ereignisse, weil die vielen Programme sonst im Einerlei des Bilder-rausches untergehen. Immer wieder gelingt es den Sendern mit verschiedenen Formaten öffentliche Aufmerksamkeit zu erlangen. In der Regel hängt die öffentliche Beachtung mit dem Erfolg beim Publikum zusammen. Je erfolgreicher eine Sendung ist, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie auch Gegenstand öffentlicher Verhandlung wird. Das war schon bei *Big Brother* so, das war bei *Popstars* so, das war bei *Deutschland sucht den Superstar* so, und das war auch zu Beginn des Jahres 2004 bei *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* so. Zwischen dem 9. Januar, einem Freitag, und dem 20. Januar, einem Dienstag, sahen durchschnittlich 6,98 Millionen Zuschauer die zwölf Ausgaben der Show. Beim Finale waren gar 8,33 Millionen Zuschauer dabei und erlebten mit, wie Costa Cordalis mit ihrer Hilfe zum Dschungel-König gekrönt wurde. Das Format war vor allem bei Frauen und generell bei Zuschauern unter 50 Jahren sehr beliebt. Während des Finales saßen auch 170.000 Kinder (von 3 bis 13 Jahren) bis kurz vor Mitternacht vor dem Fernseher, um das Ende mitzuerleben. An den Wochenenden schauten teilweise bis zu 650.000 Kinder zu. Der durchschnittliche Marktanteil des Formats lag bei den Kindern (53,5 %) und bei den 14- bis 29-jährigen Frauen (51,6 %) am höchsten.

Der große Erfolg beim Publikum ging einher mit einer breiten Resonanz in anderen Fernseh-sendungen und in den Zeitungen und Zeitschriften. Kein Tag verging, ohne dass ein Boulevard-Magazin im Fernsehen, die *BILD*-Zeitung oder ein anderes Blatt über die Kan-didaten und das Leben im so genannten „Dschungel-Camp“ berichteten. Schnell machten Begriffe wie „Ekel-TV“ und „Trash TV“ die Runde, einige Kritiker sahen nicht nur die Grenzen des guten Geschmacks verletzt, sondern befanden auch, dass die Menschenwürde der Kandidaten missachtet werde. Die Frage „Unterhaltung oder Skandal?“ (*Bunte*) wurde laut. Das überrascht umso mehr als das englische Original der Show *I'm a Celebrity – Get Me out of Here!*, von dem zu dem Zeitpunkt bereits seit August 2002 zwei Staffeln auf dem Sender ITV1 mit Marktanteilen von bis zu 50 Prozent gesendet worden waren, in Großbritannien mit mehreren Fernsehpreisen ausgezeichnet worden war. Sie bekam einen BAFTA (British Academy of Film and Television Award), einen RTS Award für Crafts and Design, einen TV Quick Award und den National Television Award für die beste Reality Show. In den Begründungen für die Preise wurde unter anderem hervorgehoben, dass die Show den höchsten Standards des Fernsehhandwerks genüge und daher das Ansehen

des britischen Fernsehens im Hinblick auf Qualität stärke. Eine moralische Diskussion wie in Deutschland fand in Großbritannien nicht statt.

Die öffentliche Diskussion hierzulande veranlasste auch die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM), sich mit der Sendung zu befassen. In einer Pressemitteilung vom 23. Januar 2004 wurde festgestellt, dass *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* „grundlegende medienethische Fragen“ aufwerfe. Das Gremium verneinte zwar für zwei Sendungen, die vor 22 Uhr ausgestrahlt worden waren, eine Beeinträchtigung von 12- bis 16-Jährigen in ihrer Entwicklung zu gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten. Jugendschutzbestimmungen seien daher nicht verletzt worden. Die Sendung bewege sich jedoch an der Grenze zum Verstoß, der bei „einer weiteren Steigerung problematischer Elemente in Folgeformaten jedoch durchaus möglich“ sei. „Die Gründe dafür: Häme, Spott und Schadenfreude ziehe sich durch alle Sendungen der Dschungelshow hindurch. Diese Wirkung werde vor allem durch die Kommentare der Moderatoren noch erhöht. Die bei Kindern und Jugendlichen ohnehin vorhandenen Tendenzen zu Ausgrenzungen und Hänseleien könnten dadurch legitimiert oder noch verstärkt werden. Die Vermittlung wichtiger sozialer Werte wie Verständnis, Achtung und Respekt anderen gegenüber werde somit konterkariert“, heißt es weiter in der Pressemitteilung der KJM (http://www.alm.de/gem_stellen/presse_kjm/-pm/230104.htm, Zugriff am 27.1.2004). Damit sind grundsätzlich zwei Fragen aufgeworfen, die in dieser Studie zum Gegenstand gemacht werden: Einerseits die Frage, wie die Kandidaten und die Moderatoren inszeniert sind und welches Werte- und Moralverständnis dabei eine Rolle spielt, und andererseits die Frage, wie

Kinder und Jugendliche vor dem Hintergrund ihrer eigenen Wert- und Moralvorstellungen mit dem Format *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* umgehen.

Die Relevanz dieser Frage ergibt sich auch aus der generellen Bedeutung, die das Fernsehen und andere Medien im Rahmen der Sozialisation von Kindern und Jugendlichen haben, nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ. Fernsehen gehört zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen von Kindern und Jugendlichen. Im Durchschnitt verbringen die 3- bis 13-Jährigen täglich 94 Minuten vor dem Fernsehgerät. Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen (14 bis 29 Jahre) schauen gar 143 Minuten täglich fern (Quelle: AGF/GFK Fernsehforschung, PC#TV Aktuell).

Die Medien, insbesondere das Fernsehen sind in den Alltag der Kinder und Jugendlichen integriert. Neben dem Elternhaus, dem Hort und der Schule bilden die Medien eine wichti-

ge Sozialisationsinstanz. In der Phase des Übergangs von der Kindheit ins Jugendalter kommt dann noch die Gruppe der Gleichaltrigen, die Peer Group hinzu, in der die Jugendlichen untereinander ihre medialen Vorlieben, ihre Werte und Normen, ihre sozioethische Orientierung sowie ihre persönliche und soziale Identität aushandeln. Medien, insbesondere das Fernsehen sind in den Prozess der Identitätsbildung von Kindern und Jugendlichen integriert. Medienerlebnisse werden mit Bezugspersonen wie Eltern, Geschwistern, Großeltern, Freunden, Mitschülern usw. kommunikativ angeeignet und in ihrer Bedeutung ausgehandelt. Gleichzeitig liefern Fernsehsendungen Orientierungen für die eigene persönliche und soziale Identität, da das Fernsehen als kulturelles Forum die Zuschauer mit den verschiedenen Lebensauffassungen und Lebensstilen, die in einer pluralen Gesellschaft existieren, bekannt macht. Zur Orientierung tragen nicht nur klassische Informationssendungen wie die *Tagesschau* bei, sondern vor allem auch Unterhaltungssendungen wie *Wetten dass...?*, eine Sendung, die vor allem bei Kindern sehr beliebt ist, und *Wer wird Millionär?*, Soaps und Serien wie *Gute Zeiten, Schlechte Zeiten* oder *Verbotene Liebe*, *Lindenstraße* oder *Die Wache*, Gerichtsshow wie *Das Familiengericht* oder *Richterin Barbara Salesch*, Talkshows wie *Arabella* oder *Die Oliver Geissen Show*, Sitcoms wie *Mein Leben & ich* oder *Ritas Welt*, Boulevardmagazine wie *taff* oder *Explosiv*, Casting Shows wie *Deutschland sucht den Superstar* oder *Star Search*, Dating Games und Beziehungsshow wie *Der Bachelor* oder *Nur die Liebe zählt*, aber auch Reality Shows wie *Big Brother* und *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*.

Die Identitätsarbeit mit Medien vollzieht sich einerseits, indem die Kinder und Jugendlichen anhand ihrer Werte, Normen und sozioethischen Vorstellungen mit Medienprodukten wie Fernsehsendungen umgehen und diese bewerten. Umgang und Bewertung werden in einem weiteren Schritt mit den direkten Bezugspersonen im sozialen Umfeld diskutiert. Auf diese Weise wird die Bedeutung der Fernsehsendung kommunikativ ausgehandelt. Außerdem werden in den verschiedenen Fernsehsendungen, die von den Kindern und Jugendlichen rezipiert werden, neue Werte und Normen, Rollenmuster sowie Handlungs- und Verhaltensweisen kennen gelernt, die im direkten sozialen Umfeld keine Rolle spielen oder unbekannt sind. In der Identitätsarbeit bauen die Kinder und Jugendlichen so einerseits auf Bekanntem aus der eigenen Lebenswelt auf, setzen sich aber auch mit Neuem auseinander, das sie über das Fernsehen kennen lernen. In Bezug auf den Umgang und die Bedeutung von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* werden daher in der vorliegenden Untersuchung drei Aspekte berücksichtigt: 1) die Inszenierung und Repräsentation von

Werten, Normen, Verhaltens- und Handlungsweisen in der Fernsehshow; 2) das Medienwissen und die Medienkompetenz der Kinder und Jugendlichen, die ihren Medienumgang bestimmen; und 3) die Normen und Werte sowie die sozialetischen Vorstellungen der Kinder und Jugendlichen, die eine Rolle spielen, wenn sie mit dem Format umgehen.

Im Zentrum der vorliegenden Untersuchung stehen die folgenden Fragen: Sind Häme und Schadenfreude fester Bestandteil der Show? Welche Rolle spielen die Moderatoren? Werden die Prominenten durch Spiel- oder Gruppensituationen vorgeführt? In welcher Weise werden Emotionen inszeniert? Werden Prominente als Identifikationsfiguren aufgebaut? Wird durch die Inszenierung Nähe oder Distanz zu den Prominenten hergestellt? Haben Kinder zwischen 10 und 14 Jahren bereits genügend Medienkompetenz, um bewusst wertend mit dem Format umzugehen? Spielt Schadenfreude in der Rezeption eine Rolle? Wie gehen Jugendliche zwischen 14 und 29 Jahren mit dem Format um? Sind sie kompetenter als die Kinder? Welche Rolle spielen Schadenfreude und Spott in ihrem Leben? Haben sie Erfahrungen mit Ausgrenzungen und Hänseleien gemacht? Sehen sie bei diesen Themen einen Zusammenhang mit der Sendung? Wie beurteilen sie die Sendung? Ekeln sie sich vor den Aufgaben? Fiebern sie mit den Prominenten mit? Welche Ängste kennen sie? Haben sie Angst vor Spinnen, Schlangen und Würmern? Haben sie ein entwickeltes Genrebewusstsein? Identifizieren sie sich mit den Stars oder bauen sie Distanz zu den Celebrities auf? Vermischen sie Show und Wirklichkeit? Nehmen sie die Show ernst oder finden sie sie eher lustig? Welche Rolle spielt die Moderation bei der Bewertung? Wie wichtig sind Werte wie Respekt und Achtung anderer für sie? Welche anderen, ähnlichen Sendungen kennen und sehen sie? Welche Medien nutzen sie und wie oft? Im Mittelpunkt der Untersuchung zur Nutzung der Show steht die Frage nach den ethischen Standards und Werthaltungen der Jugendlichen, die in ihrem Leben allgemein, aber auch in der Rezeption der Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* eine Rolle spielen.

1.1 Anlage und Methode der Untersuchung

Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* ist keine Erfindung des deutschen Fernsehens, sondern die deutsche Ausgabe eines in Großbritannien entwickelten TV-Formats. Außerdem muss sie im Kontext der Entwicklung des Unterhaltungsfernsehens in Deutschland gesehen werden, das inzwischen Teil eines globalen Fernsehmarktes ist, auf dem weltweit mit Fernsehformaten gehandelt wird. Daher wird in der vorliegenden Studie zunächst kurz der internationale Fernsehmarkt dargestellt, bevor die Geschichte der Fernsehunterhaltung mit dem Schwerpunkt auf den so genannten „Reality Shows“ in knapper Form nachgezeichnet wird. Anschließend wird die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* beschrieben und in ihren Strukturen analysiert.

Im Mittelpunkt des zweiten Teils der vorliegenden Studie steht dann die Nutzung der Show durch Kinder und Jugendliche. Abschließend werden die Ergebnisse der Studie in den Kontext des Zusammenhangs von Medien und Sozialisation gestellt, vor allem in Bezug auf Medienkompetenz und Medienwissen der Kinder und Jugendlichen.

Die Analyse der Show als Fernsehtext orientiert sich theoretisch an einem rezeptionsästhetischen Ansatz. Das methodische Vorgehen vollzieht sich auf der Grundlage der strukturfunktionalen Film- und Fernsehanalyse (vgl. Mikos 2003). In der rezeptionsästhetischen Perspektive wird das Verhältnis von Fernsehtext und Zuschauer als eine Interaktion bestimmt, innerhalb der sich Sinn entfaltet und die Zuschauer aktiv an der Bedeutungsproduktion beteiligt sind. Das Text-Zuschauer-Verhältnis wird dabei reziprok und dialogisch gesehen: Der Text ist ästhetisch vorstrukturiert und leitet auf diese Weise die kognitiven und emotionalen Aktivitäten der Zuschauer. Die Analyse wird dabei von dem Gedanken geleitet, den der italienische Medienwissenschaftler Francesco Casetti folgendermaßen benannt hat: „Was einen Text ausmacht, können wir erst dann ganz begreifen, wenn wir untersuchen, wie sich die Texte an ihre Leser oder Zuschauer wenden und wie die Leser (oder Zuschauer, d.A.), für sich oder als Gruppe betrachtet, Texte interpretieren und in ihre alltägliche Lebenspraxis integrieren, d.h.: wenn wir analysieren, wie Texte in einem bestimmten gesellschaftlichen Raum zirkulieren und Wirkung entfalten“ (Casetti 2001, S. 156). Jede Fernsehsendung ist dabei zum Wissen der Zuschauer geöffnet, d.h., der Zuschauer muss sein Wissen einbringen, um Bedeutungen herstellen zu können, und er ist durch den Text aufgefordert, Lücken durch seine Vorstellungen zu schließen. Andererseits ist jede Fernsehsendung auch zu den Emotionen und zum praktischen Sinn der Zuschauer

hin geöffnet. Auf diese Weise macht der Fernsehtext dem Zuschauer ein Bedeutungs- und Gefühlsangebot. Eine rezeptionsästhetische Analyse des Formats kann somit zum Beispiel auf die Frage antworten, ob – und falls ja, wie – in *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* Schadenfreude und Häme als Wissens- und Gefühlsangebot an die Zuschauer inszeniert werden. Auf welche Weise der Zuschauer während der Rezeption an die Angebote des Textes anknüpft und sich diese aneignet, ist wiederum durch dessen soziokulturelle Kontexte, Rezeptionskontexte und seinen Wissenshorizont vorstrukturiert. Diese Aspekte können in der Untersuchung zur Nutzung des Formats erfasst werden und lassen sich mit den Ergebnissen der Textanalyse verknüpfen.

Die Rezeptionsangebote werden sowohl durch den Inhalt als auch durch die ästhetische Gestaltung des Textes vorstrukturiert. Aus diesem Grund müssen in der Analyse verschiedene Ebenen des Textes berücksichtigt werden, auf denen sich Strukturen finden, die funktional für die Rezeption sind (vgl. Mikos 2003, S. 37 ff.). In der Methode der strukturfunktionalen Analyse lassen sich fünf Textebenen aufgliedern, die sich gegenseitig bedingen und komplex miteinander verknüpft sind: 1) Auf der Ebene der Repräsentation geht es darum, welche Aspekte der sozialen Wirklichkeit die Sendung aufgreift und wie diese repräsentiert werden, z.B. Boulevardklatsch, Schadenfreude, Teamgeist, Problembewältigung etc.. 2) Die Analyse von Narration und Dramaturgie untersucht, in welchen narrativen Rahmen die Sendung stattfindet, wie die soziale Dynamik und die Konflikte im Camp inszeniert werden oder wie Spannung durch die Spielelemente erzeugt wird. 3) Auf einer weiteren Ebene wird die Inszenierung der Akteure analysiert, zum einen die Campbewohner als Prominente, als Spielshowkandidaten und als Mitglieder einer Gruppe in einer bestimmten sozialen Situation, zum anderen die Moderatoren in ihren unterschiedlichen Funktionen. 4) Die Analyse von Ästhetik und Gestaltung untersucht die Inszenierungsstrategien in Bezug auf Montage, Lichtgestaltung, Kameraperspektiven und -bewegungen, Einstellungsgrößen, Tongestaltung, Tricks und Effekte und die Ausstattung. 5) Eine analytische Perspektive auf die Kontexte der Sendung betrachtet schließlich die Verweise auf gesellschaftliche Diskurse und andere Texte (Intertextualität). Nur wenn diese Ebenen berücksichtigt werden, lässt sich das Angebot der Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*, das die Grundlage für die Produktion von Bedeutung durch die Zuschauer, in diesem Fall durch die Kinder und Jugendlichen ist, darstellen.

Die Nutzung der Show und der Umgang mit der Sendung wurden mit einem Mehrmethoden-Design erhoben. Neben einer Auswertung der Daten zu Einschaltquoten und Markt-

teilen von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* wurden Gruppendiskussionen und Einzelinterviews mit Kindern und Jugendlichen durchgeführt. Dabei wurde darauf geachtet, möglichst homogene Gruppen in Bezug auf das Alter, den Bildungsgrad und das Geschlecht der Teilnehmer zu bilden. Insgesamt wurden acht Gruppendiskussionen durchgeführt: 1) eine gemischt-geschlechtliche Gruppe mit 10- bis 12-jährigen Schülern geringer Bildung aus einem Schülerladen; 2) eine Gruppe mit 11- bis 14-jährigen Mädchen geringer bis mittlerer Bildung aus einem Jugendzentrum; 3) eine Gruppe mit 11- bis 13-jährigen Jungen geringer bis mittlerer Bildung aus einem Jugendzentrum; 4) eine Gruppe mit 13-jährigen männlichen Gymnasiasten; 5) eine Gruppe mit 12- bis 13-jährigen Gymnasiastinnen; 6) eine Gruppe mit 17- bis 20-jährigen männlichen Berufsschülern mit geringer Bildung; 7) eine Gruppe mit 17- bis 23-jährigen Berufsschülerinnen mit geringer Bildung; und 8) eine gemischtgeschlechtliche Gruppe mit 25- bis 29-jährigen Studenten (vgl. zu den einzelnen Gruppen Kap. 4.1). Die Gruppen wurden über die entsprechenden Einrichtungen (Schülerladen, Schule, Jugendzentrum) rekrutiert, die Teilnehmer in den Gruppen kannten sich untereinander. Die Diskussionen wurden anhand eines strukturierten Leitfadens geführt, nach dem thematische Komplexe wie der Umgang mit der Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*, das Genrewissen, die allgemeine Einschätzung des Fernsehens, die besondere Einschätzung der Sendung sowie der Akteure, die Werte und ethisch-moralischen Kriterien sowie die Auffassungen von Grenzen des Darstellbaren und Zeigbaren im Fernsehen thematisiert wurden. Daneben mussten alle Diskussionsteilnehmer einen standardisierten Fragebogen zu ihrem allgemeinen Fernsehkonsum ausfüllen.

Im Anschluss an die Gruppendiskussionen wurde mit jeweils einer Person aus der Gruppe noch ein Einzelinterview geführt, um die in der Diskussion angesprochenen Aspekte zu vertiefen. Die Befragten für die Interviews wurden danach ausgewählt, ob sie sich innerhalb der Diskussion durch eine besondere Position hervorgehoben hatten oder ob sie sich deutlich weniger äußerten als die übrigen Diskussionsteilnehmer. Die Interviews wurden leitfadengestützt geführt und waren thematisch fokussiert. Im Mittelpunkt des Interesses stand dabei einmal allgemein die Vertiefung des bereits in der Gruppendiskussion Gesagten. Zum anderen wurde gezielt nach den persönlichen Wertvorstellungen der Interviewten gefragt.

Dabei ging es einerseits um Werte, die sich auf das eigene Leben der Befragten bezogen, und andererseits um Werte, die sich auf ihre Fernsehvorlieben bezogen. Dazu wurden den Befragten einzelne Kärtchen mit jeweils drei auf Werte bezogenen Stichworten vorgelegt,

und sie wurden aufgefordert, eine Rangfolge festzulegen, von dem, was ihnen am wichtigsten und zu dem, was ihnen am wenigsten wichtig war. Die Werte waren unterteilt nach den Kategorien Beruf / Karriere, Freundschaft / persönliche Beziehungen und Selbstverständnis. Es wurden fünf Kärtchen gezeigt, die folgende Begriffe enthielten: 1) Aufregendes Leben – Achtung der Privatsphäre – Enger Zusammenhalt in Familie und Freundeskreis; 2) Selbstachtung – Berühmtheit – Freundschaft; 3) Ehrlichkeit – Durchhaltevermögen – Anerkennung; 4) Erfolg in Schule / Beruf – Achtung anderer – Nein sagen können; 5) Mut – Reichtum – Fairness. An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass es nicht Ziel der Studie war, die allgemeinen Wertvorstellungen von Kindern und Jugendlichen zu untersuchen, sondern dass es darum ging herauszufinden, welche Werte bei der Rezeption einer Sendung wie *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* eine Rolle spielen und ob die Befragten einen Bezug zu ihrem Alltagsleben und ihrer Lebenswelt herstellen. Daher wurden nicht alle Werte, die sich auf den Werteskalen anderer Untersuchungen finden (vgl. Fischer u.a. 2000, S. 395 ff; Gensicke 2003, S. 153; Regenbogen 1998, S. 230 ff.), hier berücksichtigt, sondern lediglich solche, die in Bezug auf die Sendung wichtig sein konnten. Die abgefragten Werte waren so gewählt, dass in der Auswertung die Möglichkeit bestand, moralische Konflikte herauszuarbeiten.

Neben den Werten, die sich auf das eigene Leben der Befragten bezogen, wurde ebenfalls mittels Kärtchen abgefragt, was ihnen am und im Fernsehen wichtig war. Dazu wurden ihnen vier Kärtchen vorgelegt, die jeweils drei Begriffe enthielten: 1) Spannung – Humor – Action; 2) Prominente – sympathische Charaktere – Attraktivität; 3) Grenzüberschreitungen – Fairness – Harmonie; 4) Wahrung der Privatsphäre – echte Menschen – Neues. Hier mussten die Befragten die Begriffe in eine Reihenfolge bringen, in der sie zuerst den Begriff nennen sollten, der ihnen am wichtigsten in Bezug auf das Fernsehen war. Durch die getrennte Abfrage der allgemeinen Werte und der Werte und Vorlieben, die beim Fernsehen eine Rolle spielen, war es möglich, festzustellen, ob sich die allgemeinen Werte auch auf das Fernsehen Anwendung finden oder ob es hier zu Widersprüchen zwischen den Werten im eigenen Leben und dem, was die Kinder und Jugendlichen beim Fernsehen für wichtig erachten, kam.

Die Gruppendiskussionen und die Interviews wurden transkribiert. Diese Transkriptionen bildeten die Basis für die Auswertung, bei der die Aussagen zu bestimmten Themenkomplexen zusammengefasst und codiert wurden. Die Themenkomplexe waren der Umgang mit der Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*, die allgemeine Bewertung der

Sendung, der Umgang mit den Akteuren (Kandidaten und Moderatoren), die moralische Bewertung der Sendung, das Wertesystem der Kinder und Jugendlichen sowie die Grenzen des Fernsehens aus der Sicht der Kinder und Jugendlichen. Das erschien sinnvoll, da es keinen allgemeinen „Königsweg“ der Auswertung von Diskussionen und Interviews gibt. Stattdessen soll nach Lamneck (1989) angestrebt werden, die Auswertungsmethode dem spezifischen Erkenntnisinteresse und den theoretischen Vorannahmen anzupassen.

Mit Hilfe dieser qualitativen Verfahren der Sozialforschung war nicht angestrebt, Repräsentativität zu erzielen. Davon ausgehend, Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen als ein soziales Handeln, mit dem Bedeutung konstruiert wird, zu verstehen (vgl. dazu auch Mikos 2004), wurde der Forderung Renckstorfs (1989, S. 332 f.) entsprochen, eine Abkehr „vom Muster der bevölkerungsrepräsentativen Surveys“ hin „zugunsten kleiner, absichtsvoll konstruierter Stichproben“ und „„verstehender“ Methodik im Allgemeinen“ zu vollziehen. Generell wurde in der vorliegenden Studie versucht, mehrere methodische Schritte im Sinne der Triangulation (vgl. Flick 1991; Flick 2000; Loos/Schäffer 2001, S. 72 ff.) miteinander zu verbinden. Während die Textanalyse der Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* die textuellen Strukturen herausarbeitet, die funktional die Aktivitäten der Zuschauer in der Rezeption vorstrukturieren und anregen, werden in den Gruppendiskussionen die Handlungsmuster der Kinder und Jugendlichen, die bei der Rezeption der Sendung eine Rolle spielen, herausgearbeitet. In den Interviews findet eine Vertiefung des Gesagten aus den Gruppendiskussionen statt. Der Vorteil der Diskussionen liegt darin, dass sie, auch durch die Gruppendynamik der Teilnehmer, spontane Äußerungen fördern (vgl. Lamneck 1989, S. 161). Da sich die Teilnehmer der Gruppendiskussionen aus realen Gruppen zusammensetzten, bestand für die vorliegende Untersuchung ein wesentlicher Vorteil darin, dass sich die Mitglieder „durch gemeinsame Normen bzw. einen gemeinsamen Handlungsrahmen charakterisieren lassen“ und so eine größere Bereitschaft zeigen, „individuelle Meinungen und Einstellungen“ zu äußern (vgl. Paus-Haase u.a. 1999, S. 43). Der Nachteil, dass sich Meinungsführer bilden und manche Teilnehmer nicht zu Wort kommen, wurde mit den Einzelinterviews aufgefangen. Hier war ein genaueres, themenspezifischeres Nachfragen möglich als in den Gruppendiskussionen, in denen insbesondere bei Kindern und Jugendlichen der Gruppendruck eine nicht unwesentliche Rolle spielt (vgl. zu den hier genannten Verfahren auch Bohnsack 2000; Froschauer/Lueger 2003; Hopf 2000; Lamneck 1989, S. 35 ff. und S. 121 ff.; Loos/Schäffer 2001). Insgesamt entstand bei den Diskussionen und Interviews der Eindruck, dass die Kinder und Jugendlichen

weitgehend spontan und offen diskutierten und antworteten, auch wenn sie zu Beginn der Diskussionen manchmal Aussagen machten, die darauf schließen ließen, dass sie durchaus eine vermeintliche soziale Erwünschtheit bestimmter Antworten bzw. Ansichten annahmen. Im Verlauf der weiteren Diskussionen spielte das jedoch kaum noch eine Rolle.

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung können aufgrund der gewählten qualitativen Verfahren keine Repräsentativität beanspruchen. Es war jedoch möglich, allgemeine Muster und Strukturen herauszuarbeiten, die in der Rezeption der Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* eine Rolle spielten. Zudem wurden die Wertvorstellungen und ethisch-moralischen Kriterien der Kinder und Jugendlichen deutlich, die im Umgang mit der Sendung im Besonderen, im Umgang mit dem Fernsehen im Allgemeinen sowie im Umgang miteinander in der eigenen Lebenswelt bedeutsam waren. Aus den gefundenen Mustern und Strukturen lassen sich allgemeine Erkenntnisse ableiten, die sich auf das Medienwissen und die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen beziehen lassen und die Rolle der Medien, insbesondere des Fernsehens, in der Sozialisation verdeutlichen.

2. Reality Shows im globalen Fernsehmarkt

Nachdem in den 1990er Jahren zunächst so genannte „Dokusoaps“ einen wahren Boom erlebten, in denen dokumentarische Aufnahmen von Orten oder Personen nach den Regeln der Soap Operas zu einer mehrteiligen Sendung aufbereitet wurden (vgl. Eggert 1999; Lücke 2002, S. 63 ff.; Paget 1998), kann das Jahr 2000 als das Geburtsjahr der so genannten „Reality Shows“ gesehen werden. Mit dem weltweiten Erfolg von *Big Brother* (vgl. Kirsch 2001; Mikos 2002; Mikos u.a. 2001) wurde ein Boom von Reality Shows ausgelöst, der im Jahr 2004 noch lange nicht beendet ist (vgl. Kap. 6.2). Die Formate des Realitätsfernsehens haben sich aufgrund ihrer Vielfalt und des Erfolgs bei den Zuschauern in vielen Ländern etabliert. Vor allem Sender mit einem eher jungen Publikum profitieren nach wie vor vom Erfolg dieser Formate. Zugleich hat sich das Genre in mehrere Subgenres ausdifferenziert. Im Folgenden soll kurz dargestellt werden, warum Reality Shows im globalen Fernsehmarkt so erfolgreich sind, und es wird die Ausdifferenzierung des Genres beschrieben. Denn *Big Brother* und *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* haben zwar einige Gemeinsamkeiten, dennoch trennen die beiden Sendungen auch wieder Welten, wenn man sie eines genaueren Blickes für würdig erachtet.

Die Entwicklung von Reality Shows ist untrennbar mit der Entwicklung der Fernsehunterhaltung im dualen Rundfunksystem verbunden (vgl. Mikos u.a. 2000, S. 33 ff.), nicht nur in der Bundesrepublik, sondern weltweit. Die Kommerzialisierung des Fernsehens führt zu einer stärkeren Orientierung am Zuschauer als Kunden und Konsumenten denn am Zuschauer als Staatsbürger, der im Blick der Programmverantwortlichen öffentlich-rechtlicher Sender war. Man kann daher von einer zunehmend lebensweltlichen Orientierung des Fernsehens in einem konvergierenden Medienmarkt ausgehen. Das hat nicht nur zur Folge, dass die Bedürfnisse und Wünsche der Zuschauer, die in spezifischen Zielgruppen als Werbekunden zusammengefasst werden, in den Blick geraten, sondern dass die Zuschauer als „normale Leute“ auch als Akteure im Fernsehen zunehmend an Bedeutung gewinnen. Das Fernsehen stellt daher nach Auffassung von Casetti und Odin (1990, S. 12 f.) keinen geordneten Raum der Repräsentation mehr da, sondern einen Raum, in dem der Zuschauer als Gast teilnimmt. Auf diese Weise wird das Alltagsleben zum bevorzugten Referenten des Fernsehens – und die Realität zu einer beliebten Quelle (vgl. Friedman 2002, S. 6). Zugleich verschieben sich dadurch die Grenzen von Privatheit und Öffentlichkeit, weil das alltägliche Leben von Menschen Gegenstand der performativen Praxis des Fernsehens wird.

Reality Shows können im Wesentlichen als Shows definiert werden, in denen „normale Leute“ für das Fernsehen agieren. Sie tun dies entweder in gewöhnlichen Situationen oder aber in außergewöhnlichen, für die Inszenierung im Fernsehen aufbereiteten Situationen. In diesen Situationen müssen sie sich verhalten und handeln. Das Material, das dabei von den Kameras aufgenommen wird, unterliegt anschließend einer dramaturgischen Aufbereitung, bei der das quasi authentische Material dramatisiert und damit auch fikionalisiert wird. Dabei findet eine Orientierung an bestehenden Genres wie z.B. Soap Operas statt. Es geht also bei den Reality Shows nicht um die reine Beobachtung der „einfachen Leute“ wie in den klassischen dokumentarischen Formen, sondern um performative Formen, die zudem auch nach den Mustern fiktionaler Genres aufbereitet werden. Daher werden Reality Shows auch als Hybrid-Formate bezeichnet (vgl. Bondebjerg 2002, S. 159 ff.; Lücke 2002, S. 57 f.; Holmes/Jermyn 2004, S. 1 ff.; Mikos u.a. 2000, S. 24 ff.). Neben Talkshows, Bekenntnis- und Beziehungsshow können die Reality Shows zum performativen Realitätsfernsehen gezählt werden. Darunter versteht die Soziologin Angela Keppler (1994, S. 8 f.) „Unterhaltungssendungen, die sich zur Bühne herausgehobener Aktionen machen, mit denen gleichwohl direkt oder konkret in die Alltagswirklichkeit der Menschen eingegriffen wird“. Die sozialen Handlungen, die die Kandidaten in solchen Shows ausüben, verändern ihr Leben, oft nicht nur für die Dauer der Teilnahme an der Sendung, sondern auch darüber hinaus. Auch wenn vielfach festgestellt wird, dass vor allem „normale Leute“ in den Shows auftreten (vgl. exempl. Cummings 2002, S. XI f.), gibt es inzwischen eine wachsende Zahl von Formaten, in denen Prominente als Kandidaten auftreten, die entweder in ihrer gewöhnlichen Umgebung agieren wie in *Die Osbournes* oder in für sie ungewohnte und ungewöhnliche Situationen gesteckt werden wie in *The Simple Life* oder in *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* oder die in existierende Settings von Reality Shows mit „normalen Leuten“ gesetzt werden wie z.B. in *Celebrity Big Brother*, das in Großbritannien mit großem Erfolg lief. Auch wenn diese Shows mit Prominenten auf den ersten Blick im Widerspruch zum Konzept von Reality Shows stehen, nach dem vorwiegend „normale Leute“ auftreten, vereint sie doch ein wesentliches Element: das Alltagsleben als referentieller Bezug. Ebenso wie die „normalen Leute“ müssen auch die Prominenten in den Shows einen Alltag leben bzw. für Zuschauer aufführen, und zwar in einer für sie ungewohnten Umgebung und ungewöhnlichen Situation. So müssen die prominenten Kandidaten von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* zwölf Tage im australischen Dschungel aushalten, oder in *The Simple Life* müssen die beiden Töchter aus reichen Hause, Paris Hilton und Nicole Ritchie, auf einer Farm leben und dort auch den Bewohnern zur Hand gehen. Gera-

de durch die Reality Shows mit Prominenten wird noch deutlicher, was eigentlich bereits die Shows mit „normalen Leuten“ zeigen: In einer pluralisierten Gesellschaft gibt es *das* Alltagsleben nicht mehr, sondern es gibt viele verschiedene Lebensformen und Lebensstile, die einen je anderen Alltag bedingen. Alltag wird damit als Option verhandelbar. Die Identität der Kandidaten wird ebenso auf eine Probe gestellt wie die der Zuschauer. Diese gesellschaftliche Tendenz wird vom Fernsehen aufgegriffen. So ist es kein Wunder, dass in Zeiten, in denen die Identitäten flexibler und zugleich spielerischer werden, Reality Shows, die genau dies vorführen, populär werden (vgl. Bondebjerg 2002, S. 160 ff.; Mikos u.a. 2000, S. 46 ff.). Sie durchdringen nicht nur den „popular zeitgeist“ (Ouellette/Murray 2004, S. 2), sondern sie sind auch Ausdruck desselben.

Obwohl Reality Shows ein relativ neues Phänomen im Fernsehen sind, bedienen sie sich einerseits aus den vielfältigen Sendeformen in der reichhaltigen Geschichte des Fernsehens, und haben andererseits bereits zahlreiche Subformen ausgebildet, die wiederum auf unterschiedliche Traditionen von Formaten und Sendeformen der Fernsehunterhaltung verweisen (vgl. Holmes/Jermyn 2004, S. 5 ff.; Lücke 2002, S. 51 ff.; Mikos u.a. 2000, S. 33 ff.; Ouellette/Murray 2004, S. 3 f.). Reality Shows, die zum performativen Realitätsfernsehen zählen, umfassen die Subgenres:

- Beziehungsshow und Dating Games wie *Nur die Liebe zählt*, *Herzblatt*, *Der Bachelor* oder *El, der Millionär*;
- Makeover/Lifestyle-Formate oder Deko-Shows wie *Wohnen nach Wunsch – Einsatz in vier Wänden* oder *New Life*;
- Casting Shows und Talentwettbewerbe wie *Deutschland sucht den Superstar*, *Popstars*, *Star Search* oder *Fame Academy*;
- Stunt Shows wie *Fear Factor*, *Jackass* oder *Ihr seid wohl wahnsinnig!*;
- Real Life Shows wie *Big Brother* oder *Inselduell*;
- Verhaltensshows wie *Versteckte Kamera* oder *Scare Tactics*.

Alle diese Subgenres der Reality Show zeichnen sich dadurch aus, dass sie zwar ein kennzeichnendes dominierendes Element haben, sie aber in der Regel Elemente verschiedener Subgenres miteinander verbinden. Die Deko-Shows stellen zwar die Umgestaltung der Wohnung in den Mittelpunkt, doch haben sie auch Elemente von Verhaltensshows, z.B. bei der Beobachtung der Menschen, wenn sie in ihre neu gestaltete Wohnung kommen. Real Life Shows vereinen zwar eine bestimmte Anzahl Kandidaten für eine bestimmte Zeit in einem definierten Raum, doch nehmen sie zudem Elemente von klassischen Gameshows, von Stunt Shows oder auch von Casting Shows auf. Gerade die Verbindung ver-

schiedener Elemente macht den Reiz für die Zuschauer aus, weil die immer auf Überraschungen gefasst sein können. Zugleich besteht bei einigen Subgenres für die Zuschauer die Möglichkeit zu partizipieren und den Verlauf der Show durch Abstimmungen zu beeinflussen.

Die Show *Versteckte Kamera* kann gewissermaßen als Mutter aller Reality Shows angesehen werden, die in den USA zunächst unter dem Titel *Candid Microphone* und dann ab 1949 unter dem Titel *Candid Camera* vom Network ABC ausgestrahlt wurde (vgl. Clissold 2004). In Deutschland ging das Format erstmals am 18. Juli 1961 unter dem Titel *Vorsicht Kamera* mit Chris Howland auf Sendung, wurde aber zwei Jahre später wieder abgesetzt, weil es Bedenken gab, dass in der Sendung die Intimsphäre der Überraschten verletzt werde. In den folgenden Jahren wurden kleine Filmchen mit *Versteckte Kamera*-Spielen als Einspieler in große Unterhaltungsshows eingebaut, bevor dann 1980 Kurt Felix mit seiner Show *Verstehen Sie Spaß?* in der ARD auf Sendung ging, die bis heute mit wechselnden Moderatoren gesendet wird. Das ZDF zog 1994 mit *Versteckte Kamera* nach, zunächst von Fritz Egner und ab 1996 von Tommy Ohrner moderiert. Sat.1 kehrte dann von 1998 bis 2002 zum Originaltitel zurück und zeigte *Vorsicht Kamera – Das Original* mit Fritz Egner. Das *Versteckte Kamera*-Prinzip bildet noch heute die Grundlage für alle Reality Shows. Zunächst wurden „normale Leute“, später dann auch Prominente, in außergewöhnliche, inszenierte Situationen gebracht, in denen sie bei parodistischen Sketchen mitwirkten, ohne dass ihnen der inszenierte Charakter der Situation bekannt war. Das Publikum ist eingeweiht und weiß, dass die Kandidaten an einer Art Verhaltensexperiment teilnehmen. Die Spannung für das Publikum resultiert daraus, wie sich die Kandidaten verhalten.

Der weltweite Boom der Reality Shows hat seine Ursache u.a. darin, dass sich die Shows hervorragend zum Verkauf auf dem globalen Fernsehmarkt eignen (vgl. dazu am Beispiel vom *Big Brother* Mikos 2002). Reality Shows werden als Formate konzipiert, als serielle Sendungen, die der Optimierung von Sendeformen sowohl im Hinblick auf ästhetische Standards als vor allem auch im Hinblick auf die Einschaltquote und Marktanteile dienen. Der Begriff Format wurde im Lizenzhandel geprägt. Um international ein ähnliches Erscheinungsbild von einzelnen Sendungen zu gewährleisten, wurden beim Lizenzerwerb von Sendungen oder Sendungskonzepten auch Vereinbarungen über Inszenierungsstile, Ausstattungsmerkmale, Formen der Präsentation, Abläufe etc. getroffen (vgl. Hickethier 1998, S. 526; Moran 1998, S. 13 ff.). Mit der Lizenz eines Formats wird in der Regel eine so genannte „Bibel“ verkauft, in der nicht nur alle Bedingungen über die Ausstattung, die

Abläufe und das Erscheinungsbild, sondern auch die Zielgruppen und Zuschauerstrukturen aus dem Herkunftsland beschrieben sind. Ein Format enthält so die unveränderlichen Merkmale einer Sendung bzw. einer Serie, auf deren Basis die verschiedenen einzelnen Sendungen und Episoden mit variablen Elementen produziert werden. Im Fall von „Big Brother“ sind die Grundregeln des Spiels sowie die räumliche Anordnung des Containers identisch, doch sowohl die unterschiedlichen realen Personen, die als Kandidaten im Haus leben, als auch die Ausstattung des Hauses, konkrete Spielaufgaben sowie die Anzahl der Kandidaten variieren von Land zu Land. Unter dem Begriff Format werden so „alle Elemente des Erscheinungsbildes einer Sendung“ (Hickethier 1998, S. 526) zusammengefasst. Formate lassen aber zugleich genügend Freiraum für den Käufer, um sie lokalen Gegebenheiten anzupassen.

Genau das macht ihren Vorteil auf dem globalen Fernsehmarkt aus. Denn in den verschiedenen Ländern, in denen eine Reality Show ausgestrahlt wird, bleibt der Rahmen wie das ästhetische Erscheinungsbild und der Ablauf identisch, aber die einzelnen Elemente wie die Spiele und zu bewältigenden Aufgaben als auch die Kandidaten selbst, seien es nun „normale Leute“ oder Prominente, werden den nationalen bzw. lokalen Gegebenheiten angepasst. So traten in den nationalen Ausgaben von *Big Brother* Kandidaten aus den jeweiligen Ländern auf, die in der Regel einen Querschnitt der (zumeist jüngeren) Bevölkerung repräsentierten. Lediglich in Afrika gab es eine pan-afrikanische Variante, in der Kandidaten aus mehreren Ländern für die Dauer der Show zusammenleben mussten, ebenso wie es eine pan-arabische Variante von *Deutschland sucht den Superstar* gab. Die nationalen, lokalen Adaptionen der Formate lassen eine größere Nähe zur kulturellen Praxis der Zuschauer in den jeweiligen Ländern entstehen. So waren die drei Staffeln von *I'm a Celebrity – Get me out of here!* mit britischen Prominenten besetzt, während in der deutschen Ausgabe Prominente als Kandidaten vertreten waren, die aus dem einheimischen Pop- und Sportbusiness sowie dem einheimischen Fernsehmarkt bekannt waren. Da, wo diese kulturelle Nähe fehlt, lassen dann in der Regel die Einschaltquoten zu wünschen übrig – das trifft z.B. für die auf ProSieben ausgestrahlte Show *The Simple Life* zu, die nicht dem kulturellen Kontext angepasst wurde. Hier wurde lediglich das amerikanische Original mit deutschen Untertiteln gezeigt. Die beiden prominenten Mädchen, Paris Hilton und Nicole Ritchie, waren den deutschen Zuschauer kaum bekannt.

Reality Shows sind gewissermaßen ein ideales Genre für den kommerzialisierten und professionalisierten globalen Fernsehmarkt. Garantieren sie doch hohe Marktanteile, weil sie

einerseits in einer Gesellschaft mit vielfältigen Lebensformen den Alltag der Zuschauer als Konsumenten aufgreifen und andererseits aufgrund ihrer Struktur dem Alltag und der kulturellen Praxis der Zuschauer auf verschiedenen nationalen bzw. lokalen Märkten angepasst werden können. Im globalen Fernsehmarkt gibt es daher immer auch spezifische nationale Entwicklungen, doch kein Land kann sich generell von den internationalen Entwicklungen abkoppeln. In diesem Sinn hängt auch der deutsche Fernsehmarkt vom weltweiten Fernsehmarkt ab und hat die populären Reality Shows auch für sich entdeckt. Von erfolgreichen Formaten werden nicht nur Lizenzen erworben, sie werden auch abgeändert und nachgeahmt. Diese Praxis führt unter anderem auch dazu, dass es zunehmend zu einem Mix der verschiedenen Formate kommt. Besonders auf dem deutschen Markt fällt auf, dass es nur selten Hinweise auf das gleiche Format in anderen Ländern gibt. Oftmals wird so dem hiesigen Publikum vorenthalten, dass das gleiche oder ein ähnliches Format bereits in seinem Herkunftsland oder auch in weiteren Ländern erfolgreich war.

2.1 Reality Shows im deutschen Fernsehen

Als Vorläufer der Reality Shows im deutschen Fernsehen können sowohl die ersten Docu-soaps bzw. Langzeitbeobachtungen von „normalen Leuten“ gelten, die ihre Vorbilder vor allem in Großbritannien hatten. Hier sind vor allem *Berlin, Ecke Bundesplatz* (seit 1986 in der ARD) und *Die Fußbroichs* (seit 1990 beim WDR) zu nennen. Wichtiger noch als diese Sendungen, die Menschen in ihrer natürlichen Umgebung beobachteten, war die Serie *Das wahre Leben*, die 1994 auf Premiere ausgestrahlt wurde. Sie war nach dem Vorbild von *The Real World* bei MTV gestaltet, das dort in verschiedenen Ausgaben bis heute noch läuft. Sieben jungen Menschen, die sich vorher nicht kannten, mussten drei Monate lang in einer speziell für sie eingerichteten Wohnung in Berlin-Mitte zusammenleben und wurden dabei zehn Stunden am Tag von Kameras beobachtet. Sie machten dabei ihr eigenes Leben öffentlich und präsentierten ihr Selbstverständnis und ihre Lebensform(en) einem Fernsehpublikum. Im Unterschied zu Formaten wie *Versteckte Kamera* wussten die Teilnehmer, dass sie von Kameras beobachtet wurden und konnten ihr Verhalten und ihr Handeln daran ausrichten. Andere Vorläufer der Reality Shows lassen sich in vielen Unterhaltungsshow des deutschen Fernsehens finden, vom *Spiel ohne Grenzen*, einem Import aus Italien, über *Der goldene Schuss*, bei dem die Zuschauer über Telefon mitspielen konnten, und *Wünsch Dir was* mit Vivi Bach und Dietmar Schönherr, bei dem die Kandidaten Mutproben bestehen mussten, bis hin zur *Rudi Carrell Show*, in der sich junge Talente als Sänger bzw. Doubles von Pop- und Schlagergrößen versuchen durften.

Der Durchbruch für Reality Shows kam im deutschen Fernsehen dann im Jahr 2000 mit *Big Brother* (vgl. Böhme-Dürr/Sudholt 2001; Mikos u.a. 2000; Weber 2000). Die erste Staffel der Show war so erfolgreich, dass der Sender RTL II in Kooperation mit RTL noch im gleichen Jahr eine zweite Staffel sendete, der bereits im Frühjahr 2001 eine dritte folgte, allerdings mit einem eher dürftigen Ergebnis im Hinblick auf die Einschaltquoten und Marktanteile. In der Folge wurden Reality Shows bereits von der Fernsehkritik für tot erklärt, zumal auch einige andere Formate wie *Big Diet* oder *The Club* aufgrund mangelnden Zuschauerzuspruchs vorzeitig wieder eingestellt worden waren. Reality-Formate waren jedoch in anderen Ländern weiterhin sehr erfolgreich. So war es nur eine Frage der Zeit, bis sie auch im deutschen Fernsehen wieder vertreten waren. Selbst die öffentlich-rechtlichen Sender partizipierten mit *Das Schwarzwaldhaus* (ARD) und *Sternflüstern* (ZDF) an dem Boom. Spätestens mit der vierten Staffel von *Big Brother*, die 2003 als *Big Brother – The Battle* in veränderter Form erfolgreich lief, waren die Reality Shows wieder

auf den Bildschirm zurückgekehrt. Insbesondere kleinere Sender wie RTL II oder Spartenkanäle wie MTV, die sich vorwiegend an eine jüngere Zielgruppe richten, sendeten immer wieder neue Reality-Formate. Viele fanden und finden zwar die Zustimmung des Publikums, bleiben aber von der großen Öffentlichkeit weitgehend unbeachtet. Lediglich einige Shows wie *Der Bachelor* (RTL), *Jackass* (MTV) oder *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* (RTL) fanden die Aufmerksamkeit der medienkritischen Öffentlichkeit und der Aufsichtsgremien.

Reality Shows sind inzwischen zu einem alltäglichen Bestandteil des Programms zahlreicher Sender geworden. Sie haben sich als Fernsehgenre durchgesetzt, auch wenn nicht jedes Format einen so großen Zuschauerzuspruch erfährt wie die ersten Staffeln von *Deutschland sucht den Superstar*, *Star Search*, *Popstars* oder *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*. Sie finden ähnlich wie zahlreiche Arzt- und Anwaltsserien, Comedysendungen, Daily Talks, Familienserien, Krimis, Sitcoms oder Soaps ihr Publikum. Daher gehören sie zum Portfolio vor allem der Sender, die ein jüngeres Publikum im Visier haben. So laufen z.B. auf dem Musiksender MTV täglich mehrere Reality Shows: *The Osbournes*, *Celebrity Death Match*, *Jackass*, *Scare Tactics*, *Rich Girls*, *DisMissed*, *The Real World*, *I Bet You Will*, *Wild Boyz*, *One Bad Trip* oder *Vive La Bam*. Zugleich zeigt sich, dass oft lediglich die erste Staffel solcher Shows mit überdurchschnittlichen Zuschauerzahlen rechnen können, die zweite Staffel häufig noch recht gute Marktanteile erzielt, sie anschließend ab der dritten Staffel aber in der Gunst des Publikums sinken.

3. Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*

Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* wurde vom 9. bis 20. Januar 2004 zu unterschiedlichen Zeiten in unterschiedlicher Länge auf dem Sender RTL gesendet. Die Anfangszeiten variierten zwischen 21:13 Uhr und 23:02 Uhr, die Länge zwischen 49 Minuten und einer Stunde und 47 Minuten.

Datum:	Sendebeginn:	Sendelänge:
09.01.2004	22:13:18	01:34:10
10.01.2004	21:51:57	01:07:08
11.01.2004	22:20:07	00:59:09
12.01.2004	23:02:13	00:55:06
13.01.2004	22:11:37	00:57:49
14.01.2004	21:14:11	01:47:25
15.01.2004	21:13:34	01:38:35
16.01.2004	22:13:57	00:51:33
17.01.2004	22:51:31	00:55:44
18.01.2004	22:21:42	00:49:24
19.01.2004	22:14:10	00:55:33
20.01.2004	22:14:52	01:28:36

Tabelle: Ausstrahlungsdaten

Die Differenzen in der Länge und der Ausstrahlungszeit deuten bereits auf spezifische Charakteristika der Show hin, die sie von anderen Formaten unterscheidet. Offenbar ist sie vom Ablauf her nicht so streng formatiert wie andere Shows, die auf dem globalen Fernsehmarkt kursieren und in Sendelänge und -ablauf festgelegt sind. Zudem besteht die Show aus einem Live-Teil, der zeitlich nicht fest limitiert ist, und eingespielten Zusammenfassungen des Lebens der Prominenten im Dschungel. Dadurch ergeben sich zeitliche Differenzen zwischen den einzelnen Folgen. Das Format ist also durch eine flexible Zeitstruktur gekennzeichnet – ein Aspekt, der in der Programmplanung eigentlich nicht gern gesehen wird.

Bevor der Ablauf und die Spielregeln der Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* genauer beschrieben werden, sollen noch einige grundlegende Anmerkungen zum Charakter von Reality Shows angestellt und auf das vorliegende Format bezogen werden. Der Reiz an so genannten „performativen Realitätsformaten“ besteht darin, dass sie mehrfach gerahmt sind. Innerhalb eines Showrahmens finden sich weitere Rahmungen wie der Spielaspekt oder die soziale Wirklichkeit der Kandidaten (vgl. Müller 1999a; Mikos u.a. 2000). Jeder dieser Rahmen kann für die Zuschauer als ein Interpretationsschema fungieren. Auf diesen Umstand hatte in Bezug auf das Alltagsleben bereits der Sozialwissenschaftler Erving Goffman (1980) hingewiesen, der in der sozialen Wirklichkeit der Menschen primäre und sekundäre Rahmen sowie Modulierungen von Rahmen unterschied, nach denen die jeweiligen Situationen, in denen die Menschen handeln, interpretiert werden. Auf Fernsehshows bezogen heißt dies, dass manche eine Show wie *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* unter dem Gesichtspunkt des Spiels wahrnehmen mögen, andere wiederum orientieren sich bei der Interpretation an den Kandidaten, deren Auftreten in der Show Folgen für ihre soziale Wirklichkeit haben kann. Welcher dieser seitens der Produktion angelegten und miteinander verschachtelten Rahmen als der primäre Rahmen seitens der Rezipienten verstanden wird, hängt mit der „kulturellen Orientierung“, den „individuellen Rezeptionserfahrungen“ und der „grundsätzlichen Einstellung gegenüber dem Medium“ zusammen (Müller 1999b, S. 199).

Das „Dschungelcamp“ ist eine Show, innerhalb der ein Spiel gespielt wird und die mit Mitteln aus verschiedenen Genres inszeniert wird, wobei sich wirkliche Folgen für die Akteure ergeben können. In dem Format *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* verbinden sich also unterschiedliche Genrelemente, so dass es als Hybridgenre (vgl. Schweinitz 2002) bezeichnet werden kann. Das Showformat ist durchsetzt von Elementen aus Spiel, Reality Soaps, Boulevard und Comedy. Die entsprechenden Strukturen im Text schaffen unterschiedliche Bedeutungsangebote für das Publikum, das in der Rezeption abhängig von situativen und sozio-kulturellen Kontexten unterschiedliche Schwerpunkte setzen kann.

Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* zeichnet sich einerseits durch die primäre Spielebene aus, auf der prominente Kandidaten für die Dauer von zwölf Tagen in einem Dschungelcamp untergebracht werden. In dem Camp müssen sie ohne spezielle Luxusartikel zusammenleben. Andererseits wird dieser Rahmen durch tägliche in das Spiel integrierte Spiele, wie die Schatzsuche oder die Dschungelprüfung, erweitert. Insbesondere die

Dschungelprüfung zeichnet sich dadurch aus, dass sich jeweils ein Mitglied der Gruppe in eine für westeuropäische Maßstäbe ungewöhnliche Situation begeben muss, in der es darum geht, persönliche Ekelempfindungen und Ängste zu überwinden, um infolgedessen das monotone Campessen durch zusätzliche Essensrationen aufzustocken. Durch diese Spielregeln entstehen hauptsächlich *zwei Spannungsbogen*: Zum einen interessiert die Frage, wie sich prominente Personen unter diesen besonderen Umständen verhalten und die Neugier, wie „Der-Mensch-hinter-dem-Star“ wirklich aussieht bzw. was seine „echte“, menschliche Persönlichkeit ausmacht (vgl. Hallenberger / Foltin 1990); zum anderen ist „der öffentliche Raum dadurch gekennzeichnet, dass man sich in ihm hoch kontrolliert verhält“, nicht aus der Rolle fällt und darauf bedacht ist eine „gute Figur“ zu machen (vgl. Mikos/Wulff 1990). Diese Kontrolle bezüglich der eigenen Verhaltensweisen ist in Anbetracht der Dschungelaufgaben, bei denen die Kandidaten sich ihren möglichen, zivilisationsbedingten Phobien stellen müssen, nicht unbedingt gewährleistet und erzeugt Spannung, ob oder wie die Aufgabe angegangen wird. Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* kann unter mehreren Aspekten zu den von Johan Huizingas (1987) herausgestellten Spielmerkmalen in Verbindung gesetzt werden, wobei betont wird, dass die „Spiel-Wirklichkeit“ von dem „gewöhnlichen Leben“ deutlich zu unterscheiden ist und es sich dabei viel mehr um „eine zeitweilige Sphäre von Aktivität mit eigener Tendenz handelt“ (vgl. ebd. S. 13): „Der Form nach betrachtet, kann man das Spiel also zusammenfassend eine freie Handlung nennen, die als ‚nicht so gemeint‘ und außerhalb des gewöhnlichen Lebens stehend empfunden wird und trotzdem den Spieler völlig in Beschlag nehmen kann, an die kein materielles Interesse geknüpft ist und mit der kein Nutzen erworben wird, die sich innerhalb ihrer eigens bestimmten Zeit und eines eigens bestimmten Raums vollzieht, die nach bestimmten Regeln ordnungsgemäß verläuft und Gemeinschaftsverbände ins Leben ruft, die ihrerseits sich gern mit einem Geheimnis umgeben oder durch Verkleidung als anders von der gewöhnlichen Welt abheben“ (ebd., S. 22). Zudem lässt sich feststellen, dass Spiele eigenen Regeln folgen. Diese „sind unbedingt bindend und dulden keinen Zweifel“ (ebd., S. 20). Spiele sind außerdem durch „Abgeschlossenheit“ und „Begrenztheit“ (vgl. ebd. S. 15) gekennzeichnet. All diese Merkmale treffen auch auf das der Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* zu Grunde liegende Spiel zu, in dem Prominente ein Spiel für die Fernsehzuschauer zur Aufführung bringen. Inwieweit Häme und Spott als Bestandteile dieser Spielsituation auszulegen sind, soll durch die separate Betrachtung der struktur-funktionalen Ebenen (vgl. Mikos 2003) herausgearbeitet werden.

Allerdings sind nicht immer alle Ebenen gleich gewichtet und können auch nicht ganz unter Ausschluss der jeweils anderen Ebenen betrachtet werden.

Da die Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* nicht nur als Spiel- oder Game-show, sondern auch als verhaltensorientierte Reality Show zu verstehen ist, stellt sich die Frage, wie das „wirkliche“ Leben der Kandidaten während ihres zwölf-tägigen Dschungel-aufenthalts medial aufbereitet wurde. Die Zuschauer bekommen eine tägliche Zusammenfassung mit den Höhepunkten des Tages geliefert. Einige Elemente, wie die Dschungelprüfung, beziehen sich auf den Vortag und sind somit weder „live“ noch tagesaktuell. Daher ist davon auszugehen, dass dieses Material hinsichtlich narrativer bzw. spannungsfördernder Mittel in die Gesamterzählung des jeweils aktuellen Geschehens eingearbeitet wurde. In diesem Zusammenhang wird auch davon ausgegangen, dass den Kandidaten im Sinne des seriellen Charakters des Formats bestimmte narrative Funktionen zugeschrieben werden, um hierdurch den Fluss einer Erzählung oder zumindest bestimmte temporäre thematische Narrationsblöcke entstehen zu lassen. Die Inszenierung kann bestimmte Aspekte der Kandidaten und „bestimmte soziale Rollen in spezifischen Handlungskontexten hervorheben“ (vgl. Mikos 2003, S. 159). Daher ist auch zu untersuchen, ob manche Kandidaten eher als Identifikationsfiguren aufgebaut werden bzw. ob Empathie oder Sympathie hergestellt wird.

Ein wichtiges Element, das von dem Format aufgegriffen wird und das auf Strukturen aus Sendungen wie *Brisant* (ARD), *Leute heute* (ZDF), *Explosiv* (RTL) oder *Blitz* (Sat.1) zurückgreift, ist die Boulevardberichterstattung. Die Campbewohner sind als Prominente typische Akteure dieser Boulevardmagazine, im Falle von Caroline Beil sogar eine ehemalige Moderatorin – ein Beispiel für die intertextuellen Verweise des Formats. In einer Studie zu Themenstruktur und Inszenierung von Boulevardmagazinen wurde festgestellt: „[Der] Emotionalisierung und Personalisierung von Ereignissen entsprach bei den Berichten über Prominente und Adel die „Privatisierung“ dieser Personen, der Versuch hinter das öffentliche Gesicht zu gucken und den Star privat zu zeigen, um ihn so dem Alltag des Publikums näher zubringen“ (Mikos 1998, S. 70). Eine wichtige Rolle spielen dabei emotionale und soziale Ausnahmesituationen, in denen in besonderem Maße die öffentliche Maske fällt (vgl. ebd.). In *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* wird eine solche Situation als Rahmen künstlich inszeniert und dadurch eine Blickweise auf die Prominenten als „wirkliche“ Menschen ermöglicht.

Die Repräsentation sozialer Wirklichkeit findet in Boulevardmagazinen vor allem über emotionalisierte Sensationsberichte und „Klatsch“ statt (vgl. ebenda, S. 67), ein Aspekt, der sich auch in *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* wiederfindet. Der Klatschaspekt wird hier auf zwei Ebenen inszeniert: zum einen innerhalb der dargestellten sozialen Dynamik im Camp (die Bewohner klatschen über die anderen Campbewohner), zum anderen, analog zu Boulevardmagazinen, in der Berichterstattung über das Campgeschehen durch die Moderation und kommentierten Zusammenschnitte des Tagesgeschehens. Dabei ist interessant, dass dem „Klatsch“ immer ein moralischer Diskurs zugrunde liegt. So schreibt der Soziologe Jörg R. Bergmann: „Der Klatschproduzent [macht] aber auch deutlich, dass er die Sünden und Schattenseiten eines Dritten nicht um ihrer selbst willen – oder gar aus Schadenfreude – thematisiert, sondern dass der Weitergabe seines Wissens ein ehrbares Motiv: die Missbilligung devianten oder unvernünftigen Verhaltens und damit indirekt die Orientierung an gemeinsamen Normen und Werten, zugrunde liegt“ (Bergmann 1987, S. 169).

Auf allen Ebenen von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* spielt Comedy eine wichtige Rolle. In unterschiedlichem Maße werden die verschiedenen Kernelemente der Sendung komisch inszeniert. In einer sehr allgemeinen Form lässt sich Film- und Fernsehkomik als die Inszenierung eines Spannungsverhältnisses von Kongruenz und Inkongruenz beschreiben (vgl. Palmer 1987; King 2002). Das bedeutet: Eine Darstellung bricht einerseits mit Normen, Erwartungen und Wissen der Zuschauer, andererseits ist sie unter einem anderen Blickwinkel für die Zuschauer kongruent. Ein grundsätzlicher Mechanismus ist dabei die Distanzierung des Zuschauers von dem dargestellten Gegenstand bzw. des repräsentierten Verhältnisses. Der Filmwissenschaftler Gerald Mast (1979, S. 15) beschreibt als ein wesentliches Merkmal von Comedy, dass wir als Zuschauer nicht an die Wirklichkeit der Comedy glauben, da wir uns immer der Imitation als Imitation bewusst sind, ebenso wie wir uns beim Spiel immer bewusst sind, dass es sich um ein Spiel handelt. Dadurch entsteht eine „intellektuell-emotionale“ Distanz von dem komischen Film oder der komischen Fernsehsendung. Jeder Inhalt kann in diesem Sinn in einem komischen Modus dargestellt werden (vgl. King 2002, S. 3).

In der Analyse von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* wird herausgearbeitet, wie die Sendung Komik inszeniert, an welchen Stellen das Angebot zur komischen Distanzierung besteht und in welchen Momenten der komische Modus zurückgestellt wird. Das steht in

einem engen Zusammenhang mit den im öffentlichen Diskurs über das Format thematisierten Normenbrüchen und der Inszenierung von Schadenfreude und Spott.

3.1 Die Spielregeln

Zehn Kandidaten sind für zwölf Tage, die auch den zwölf aufeinander folgenden Ausstrahlungstagen entsprechen, in einem kleinen Camp im australischen Dschungel isoliert. Die genaue geographische Lage ist unbestimmt. Das Camp besteht aus Feldbetten, die um ein Lagerfeuer gruppiert sind. An dem Lager fließt ein kleiner Bach entlang, der in einem Teich mündet und durch einen Pfad erreichbar ist. In näherer Umgebung finden sich die Toilette, das Buschtelefon – eine kleine Hütte, die die Kandidaten betreten, um mit der Produktion zu kommunizieren oder das Publikum direkt über eine Kamera zu adressieren – und eine Erste-Hilfe-Station, die jedoch nicht in der Sendung auftaucht.



(Quelle: RTL)

Über einige Hängebrücken ist das Lager mit einem Baumhaus verbunden, aus dem der Hauptanteil der Moderation erfolgt. Über diese Brücken gelangen die Kandidaten auch zu den Dschungelprüfungen, deren genaue Geographie ebenfalls nicht deutlich wird.

Für ihren Aufenthalt darf jeder der Kandidaten zwei Luxusgegenstände, z.B. Schminkutensilien, mit ins Camp nehmen, ansonsten sind ihre materiellen Güter stark eingeschränkt. Ihr Trinkwasser holen sie aus dem Teich, in dem sie sich auch waschen. Das Wasser müssen sie auf dem Lagerfeuer abkochen, um es trinken zu können. Täglich bekommen sie eine

ausreichende Menge Reis und Bohnen zur Deckung ihres Grundbedarfs an Lebensmitteln. Zusätzliche Nahrung können sie durch die Spiele gewinnen. Jeden Tag ist ein Kandidat Teamchef, am nächsten Tag bestimmt dieser den neuen Teamchef. Der Teamchef steht über das Buschtelefon mit der Produktion in Kontakt und verteilt die täglichen Aufgaben: Abwaschen, Feuerholz besorgen, Wasser abkochen und Essen zubereiten. Zwei Kandidaten müssen täglich auf Schatzsuche gehen, d.h., sie müssen in der näheren Umgebung eine Truhe suchen und diese in das Camp bringen. Dabei müssen sie einige Geschicklichkeitsaufgaben bewältigen. Die Truhe hat zwei Kammern, in einer ist jeweils als Gewinn ein Luxusgut, z.B. Tee. Ob die Gruppe die richtige Kammer öffnet, hängt von der gemeinsamen Antwort auf eine Frage mit zwei vorgegebenen Möglichkeiten ab. Die Schatzsucher werden jeweils von der Produktion bestimmt. Jeden Tag tritt ein Kandidat zur Dschungelprüfung an. Die Aufgaben erfordern eine Mischung aus sportlichem Geschick und Selbstüberwindung, es müssen Plastiksterne unter besonderen Bedingungen eingesammelt werden, z.B. mit dem Mund aus Glaskästen mit Schlangen, Spinnen und anderen Tieren. Für jeden erlangten Stern gibt es für das Abendessen eine Essensration zusätzlich, welche die Ernährung der Bewohner um Gemüse und Fleisch erweitert.

Die tagesaktuelle Dschungelprüfung wird den Kandidaten vor der Absolvierung anhand von einer kurzen assoziativen oder metaphorischen Umschreibung mitgeteilt: „Teufelsbrücke“ (Folge: 10.01.2004); „Kakerlakensarg“ (Folge: 11.01.2004); „Terroraquarium“ (Folge: 12.01.2004); „Hack-Attacke“ (Folge: 13.01.2004); „Kaffeklatsch in der Hölle“ (Folge: 14.01.2004); „Sternenfänger“ (Folge: 15.01.2004); „Dschungel-Houdini“ (Folge: 16.01.2004), „Tunnel des Grauen“ (Folge: 17.01.2004); „Auf der Rolle“ (Folge: 18.01.2004); „Höllische Bootsfahrt“ (Folge: 19.01.2004); „Buschfreude“ „Hosen voll“, „Spinnennetz“ (Finalfolge: 20.01.2004).

Die ersten fünf Tage im Camp wird der Prüfungskandidat durch eine telefonische Publikumswahl bestimmt. Danach wählen die Campbewohner per geheimer Abstimmung jemanden aus ihrer Mitte, der oder die zur Dschungelprüfung antreten muss. Das Zuschauer-voting bestimmt ab dem fünften Tag, welcher Kandidat das Camp verlassen muss. Die letzten drei Kandidaten müssen in der Finalrunde alle eine Dschungelprüfung bestehen, dann wählen die Zuschauer telefonisch den Dschungelkönig bzw. die Dschungelkönigin als Sieger des Spiels. Das ganze Geschehen wird rund um die Uhr aufgezeichnet und ausschnittsweise in den täglichen Sendungen präsentiert. Die beiden Moderatoren Sonja Zietlow und Dirk Bach führen durch die Sendung, übernehmen die Funktion der Spielleitung

und gestalten die Gesprächsrunde mit den Gästen, die aus dem Camp gewählt wurden. Als Kandidaten treten zehn Prominente an, jeweils fünf Frauen und Männer: Mariella Ahrens (Schauspielerin), Caroline Beil (Ex-*Blitz*-Moderatorin), Lisa Fitz (Kabarettistin), Antonia Langsdorf (RTL-Astrofee), Susan Stahnke (Ex-*Tagesschau*-Sprecherin und Schauspielerin), Werner Böhm (Schlagersänger, bekannt als Gottlieb Wendehals), Costa Cordalis (Schlagersänger), Daniel Küblböck (Teilnehmer der ersten Staffel von *Deutschland sucht den Superstar*), Dustin Semmelrogge (Schauspieler) und Carlo Thränhardt (Ex-Hochspringer und Moderator). Daniel Küblböck ist mit 18 Jahren der jüngste Kandidat, Werner Böhm mit 62 Jahren der älteste.

3.2 Figuren und Akteure

3.2.1 Die Moderatoren

Die Moderatoren Dirk Bach und Sonja Zietlow erfüllen innerhalb der Show verschiedene Funktionsrollen, von Stand-up-Comedy, über Kommentierung des Geschehens bis zur Funktion der Spielleitung und Gestaltung der Talksituation mit den abgewählten Kandidaten. In jeder Funktionsrolle werden unterschiedliche Inszenierungsschwerpunkte deutlich. Den größten Raum nehmen die Live-Moderationen aus dem Baumhaus ein. Sie rahmen die gesamte Sendung und stellen die Verbindungen zwischen den einzelnen Elementen der Show her, von den Prüfungen bis zu den Einspielern des Campgeschehens. Das Publikum wird hier direkt adressiert, d.h., die Moderatoren blicken in die Kamera und sprechen das Publikum persönlich an. Auf diese Weise wird eine parasoziale Verbindung zum Zuschauer hergestellt, indem sozusagen eine Face-to-Face-Situation zwischen Moderatoren und Zuschauern simuliert wird. Beide Seiten agieren, als ob sie auf den Interaktionspartner reagieren würden. Dadurch wird Intimität hergestellt, die Zuschauer können die Moderatoren als ein tatsächliches Gegenüber wahrnehmen (vgl. Mikos 2003, S. 171 ff.). Speziell diese Rolle der Moderatoren wird nun weitgehend mit komischen Mitteln inszeniert. Schon der Kontrast in ihrer Körperlichkeit – Dirk Bach ist klein und korpulent, Sonja Zietlow groß und schlank – ist eine typische Form, die von den Regeln und der Ernsthaftigkeit der „normalen“ Welt distanziert und das Anknüpfen an eine komische Weltsicht erlaubt, in der die geltenden Normen der Gesellschaft umgekehrt und verfremdet werden. Die Moderatoren werden so gezielt als komische Figuren inszeniert. Hier wird ein karnevalistisches Prinzip deutlich, dass seinen Ausdruck in körperlichen Gegensatzpaaren wie groß und klein, dick und dünn findet (vgl. Bachtin 1990, S. 53). Ihr mimischer und gestischer Ausdruck wird von komischen Elementen bestimmt, also Grimassen und übertriebene, unnatürliche Bewegungen. Zum Beispiel wird ihr Weg über die Brücken vom Baumhaus ins Lager, wenn sie am Schluss der Sendung den Kandidaten das Ergebnis der telefonischen Herauswahl mitteilen, häufig von einer choreographierten gemeinsamen Drehung eingeleitet, gefolgt von einem übertrieben ausladendem Schreiten – eine Parodie auf militärisches Marschieren. Auf diese Weise wird durch die Inszenierung der Moderation der spielerische und lustige Aspekt des Geschehens betont.

Die Inhalte der Moderation sind auf dieser Ebene häufig in der Form von Witzen strukturiert. In der Folge vom *17.01.2004* kommt es nach einer Einspielung über Daniels despotische Neigungen als Teamchef zu folgender Kommentierung:

Dirk Bach: „Ich fand, er [Daniel Küblböck] hatte eher etwas von einem Hobby-Honecker, abgesehen mal von Hut und Brille.“

Sonja Zietlow: „Das passt ja auch irgendwie. Überall sind Kameras. Keiner kommt raus. Es gibt keine Bananen und einstimmige Wahlergebnisse.“

In Dirk Bachs Satz wird eine Erwartungshaltung bezüglich der Klärung des nicht ganz schlüssigen Vergleichs zwischen Daniel Küblböck und Erich Honecker aufgebaut, die unerwartet dadurch aufgelöst wird, dass diese Situation im Camp mit der Situation in der ehemaligen DDR verglichen wird. Dabei kommt es in beiden Stadien des Witzes zu einem Inkongruenz/Kongruenz-Spannungsverhältnis. Zum einen erscheint ein Vergleich zwischen Honecker und Küblböck absurd, da es sich in jeder Hinsicht um völlig unterschiedliche Personen handelt, zum anderen ist der Vergleich auf der speziellen Ebene von Daniels bestimmendem und anordnendem Verhalten und Honeckers Position als Staatschef der DDR nachvollziehbar. Das gleiche Prinzip greift bei Sonja Zietlows Auflösung, da die reduktive Charakterisierung der DDR auf bestimmte Stereotypen auch auf Besonderheiten des Camplebens zutrifft und auf dieser Ebene die absurde Gleichstellung nachvollziehbar wird. Dies ist eine typische Witzstruktur (vgl. Freud 2001, S. 32 ff.), die sich im Fernsehen in zahlreichen Comedy Shows findet.

Neben ihrer Funktion, durch die Sendung zu führen und die Ereignisse durch Kommentierungen „auf den Punkt zu bringen“, erfüllen die Moderatoren auch die Rolle bestimmte Verhaltensweisen und Handlungen der Kandidaten in den moralischen Konsens der Gesellschaft einzubinden. In Bezug auf die ritualisierte Kommunikationssituation bei den täglichen Talkshows wurde festgestellt, dass der „moralische Konsens [...] ethische Imperative [setzt], die für alle zu gelten scheinen, weil sie als von allen akzeptierte ausgegeben werden“ (Mikos 1999, S. 239). Dirk Bach und Sonja Zietlow – eine ehemalige Talkshow-moderatorin – heben in diesem Sinne abweichendes Verhalten als normverstoßend hervor.

Bei dem Einführungsteaser in der Folge vom *12.01.2004*, fasst Dirk Bach die vergangenen Ereignisse analog zu der üblichen Boulevardberichterstattung (vgl. Kapitel 3.3.5) wie folgt zusammen:

„Sie haben Hunger (Einblendung von Caroline Beil: ‚Bohnen kann ich nicht mehr sehen!’), sie haben geweint (Einblendung von Daniel Küblböck, nach der Verkündung, dass er zur Dschungelprüfung antreten muss), sie haben sich gestritten (Einblendung: Daniel Küblböck, der sich an Caroline Beil wendet: ‚Du kannst mich mal am Arsch lecken!’), doch sie hielten zusammen – heute nach nur vier Tagen fällt die Fassade: Carlo und Caroline *analysieren* die Gruppe (Einblendung von Carlo Thränhardt und Caroline Beil bei ihrer Lästerei über Daniel Küblböck), während sich der Rest für Daniel stark macht (Einblendung der anderen Campbewohner, die sich im Sprechzimmer als Kandidaten für die Dschungelprüfung anpreisen).“

Mit diesem Kommentar wird „das Gute“ und „das Böse“ personalisiert und gegenübergestellt:

Auf der einen Seite befinden sich die ehrbaren Campbewohner, die trotz der Entbehrungen (Hunger) und Reibereien (Weinen, Streit) zusammenhalten und füreinander einstehen. Dadurch wird das Fortbestehen der Gemeinschaft gesichert. Auf der anderen Seite stehen die intriganten Akteure, die sich hinter ihrer Fassade verstecken und durch ihr heimtückisches Verhalten eine Bedrohung für die Gemeinschaft darstellen. Die vor allem in Talkshows manifestierte Prämisse, dass „jeder auf seine Art glücklich werden kann, solange er oder sie nicht die Gemeinschaft stört oder gar in ihren Grundfesten erschüttert“ (vgl. ebd.), wird hier polarisierend gegenübergestellt. Als Caroline Beil und Carlo Thränhardt beim Lästern gezeigt werden und Dirk Bach ihre Unterhaltung als Analyse der Gruppe kommentiert, kommt es allerdings zu einer Bild-Tonschere die wiederum Komik und ironische Distanz erzeugt.

In der gleichen Folge wird Caroline Beil nach einer Live-Schaltung, in der die Dschungelbewohner Hypothesen über die Wahl des Dschungelkönigs äußern, von Sonja Zietlow mit den Worten zitiert: „Richtig Caroline, die Zuschauer sehen, was jeder macht. [...]“. Dirk Bach entgegnet hierauf: „Gut erkannt. Die Zuschauer hören aber auch, was alle sagen, Caroline. Aber vielleicht – das merkt sie noch.“ Die vorangegangene Live-Schaltung nehmen Sonja Zietlow und Dirk Bach zum Anlass, um spontan auf Caroline Beils unkollegiales Verhalten des Vortages einzugehen und auf mögliche Sanktionen („Das merkt sie noch.“) hinzuweisen.

In der direkten Überleitung kündigen die Moderatoren die Schatzsuche von Caroline Beil und Mariella Ahrens an und erklären somit ihre Abwesenheit während des Sportprogramms von Carlo Thränhardt, welches in einem zuvor gezeigten Themenblock präsentiert wurde:

Sonja Zietlow: „Vielleicht hatten Sie eben den Eindruck beim Sport, bei den schönen Leibesübungen die Trainer Thränhardt vorgemacht hat, dass Mariella und Caroline sich ein wenig zurückgehalten haben. (Übertriebener Tonfall:) Aber Sie würden von *uns nie* ein böses Wort darüber hören.“

Dirk Bach: „Nein, kein böses Wort über die beiden. Erstens, weil es ist nicht unser Stil, zweitens, die beiden haben auch eine gute Ausrede – nämlich die Schatzsuche.“

Dieser Dialog verdeutlicht, dass die Moderatoren – wenn auch auf ironische Weise – das Verhalten von Caroline Beil als unrechtmäßig beurteilen und sich selbst davon abgrenzen. Obwohl Sonja Zietlow und Dirk Bach sich ebenfalls, wie Caroline Beil, in der Rolle befinden Verhaltensweisen anderer Personen zu kritisieren, liegt ihnen ein „ehrbares Motiv“ zugrunde, nämlich, „dass die Sünden und Schattenseiten eines Dritten nicht um ihrer selbst willen – oder gar aus Schadenfreude – thematisiert [werden, sowie] die Missbilligung devianten oder unvernünftigen Verhaltens und damit indirekt die Orientierung an gemeinsamen Normen und Werten“ (vgl. Bergmann 1987, S. 169). Hierbei ist allerdings hervorzuheben, dass die Moderatoren durch die Diskrepanz von Inhalt (Lästerei als unrechtmäßiges Verhalten) und Repräsentation (ironischer Tonfall, übertriebene Wortwahl, Montage als Mittel, um Sinnzusammenhänge zu produzieren) nicht a priori als moralische Instanz aufzufassen sind. Die Zuschauer werden vielmehr in die Lage versetzt, zwischen den Bedeutungsebenen, die der Text offeriert, zu wählen bzw. die Bedeutung des Textes anhand ihres individuellen Wertesystems auszuhandeln.

Die im öffentlichen Diskurs viel diskutierte Häme und Schadenfreude, die *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* vor allem in der Moderation auszeichnet, wird ebenfalls mit komischen Mitteln inszeniert. In der Folge vom 13.01.2004 kommt es zur folgendem Moderation über die Lästerei von Carlo und Caroline:

Dirk Bach: „Das [die Lästerei vom Vortag] hatte nicht die Frische des ersten Tages, diese Klasse, diese Schärfe, diese Verve. Ich hatte das Gefühl, da muss noch ein bisschen Fleisch ran ...“ (Augenzwinkern)

Sonja Zietlow: „...und deswegen haben sie Mariella mit ins Boot genommen.“ (verzieht das Gesicht zu einer schielenden, dummlichen Grimasse)

Dieser spöttische Kommentar zu der Lästerei der Campbewohner hat wiederum die Struktur eines Witzes. In der Pointe von Sonja werden zwei verschiedene Aussagen zu einer

Aussage verdichtet (vgl. ebd.). Der Begriff „Fleisch“ ist einerseits ein Bild für die inhaltliche Substanz der Lästerei, andererseits bezieht er sich auf Mariellas Rolle als Sexobjekt des Camps.

In der gleichen Folge findet sich eine typische Inszenierung von Schadenfreude durch das komische Mittel der Übertreibung.

Dirk Bach (sitzt vor einem aufgehäuften Berg Konditoreiwaren): „Das ist alles so lecker hier. Wir würden es zu, zu gerne einem unserer Stars hier gönnen, seinen abgestorbenen Gaumen zu reanimieren.“

Sonja Zietlow (besonders deutlich betont): „Ich glaube zwar nicht, dass die anderen acht es ihm gönnen, aber sie müssen es ja nicht wissen. Es kann ja unser kleines, süßes Geheimnis bleiben.“ (übertriebenes Augenzwinkern)

Dirk Bach: „Gemein, nicht? Aber schön!“ (Grinsen, betont genüssliches Beißen in ein Schokostück)

Die Schadenfreude darüber, dass die Prominenten im Camp auf Luxusnahrung verzichten müssen, wird „augenzwinkernd“ präsentiert. Durch die Übertreibungen in der Requisite (Süßwarenberg) und die Übersteigerung und Verfremdung von Tonfall und Mimik wird wieder das Angebot einer komischen Distanzierung geschaffen. Außerdem wird für diese Inszenierung ein relativ harmloser Rahmen gewählt, der freiwillige Verzicht auf ein Luxusgut, der keinen wirklichen Schaden für die Beteiligten bedeutet.

Michail M. Bachtin schreibt über den Karneval: „Die Gesetze, Verbote und Beschränkungen, die die gewöhnliche Lebensordnung bestimmen, werden für die Dauer des Karnevals außer Kraft gesetzt“ (Bachtin 1990, S. 48). In der entsprechenden Form des Lachens ist dann manches erlaubt, was ansonsten im Ernst des Lebens unzulässig ist (ebd., S. 54). Die Moderation von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* ist sehr stark von dieser karnevalistischen und komischen Gestaltung geprägt. Durch die direkte Adressierung und den komischen Modus wird der Zuschauer besonders aufgefordert, die Inhalte nicht ernst zu nehmen und das Geschehen quasi unter einem karnevalistischen Blickwinkel zu betrachten, unter dem das Lachen über bestimmte Regelverletzungen erlaubt ist.

Während der Dschungelprüfungen und in den Talksituationen mit den abgewählten Kandidaten ändert sich die Inszenierung der Moderation. Hier wird der komische Modus stark zurückgenommen, bzw. es wird völlig darauf verzichtet. Dafür wird eine quasi natürliche Kommunikationssituation zwischen den Moderatoren und den Kandidaten hergestellt, die

speziell in den Prüfungen auf Zuspruch, Ermutigung und Lob abzielt. Zum Beispiel wird Costa Cordalis' Prüfung in der Folge vom 15.01.2004 durch folgende Sätze begleitet: Dirk Bach: „Sehr gut gemacht!“; „Costa, du bist sehr tapfer.“; Sonja Zietlow: „Acht Sterne – großartig gemacht!“

In diesem Element der Show dominiert eine Spannungsdramaturgie, in der der Distanzierungsmechanismus von Komik zurückgestellt werden muss, um die Möglichkeit zur Empathie mit den Kandidaten in diesen schwierigen Situationen zu schaffen. Die unterschiedliche Gestaltung der Moderation ist also funktional für die jeweiligen Rezeptionsangebote an den Zuschauer.

3.2.2 Die Kandidaten

Die Kandidaten bei *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* müssen einerseits ihre Rolle als Spielteilnehmer innerhalb des Show- und Spielrahmens erfüllen. Andererseits haben sie angesichts der zwölf Tage andauernden Show, in denen die Präsentation ihres Lebensalltag als zentraler Bestandteil des Spiels inszeniert ist, die Möglichkeit, ihre Funktionsrolle als Spielteilnehmer in eine aktive Handlungsrolle zu überführen. Da bei großen Teilen der Sendung die Erzählzeit allerdings nicht mit der erzählten Zeit korrespondiert (vgl. Kapitel 3.3), bedeutet dies wiederum eine Reduktion der ausgeführten Handlungen auf bestimmte Schwerpunkte. Diese „Inszenierung bestimmter Aspekte“ eines Kandidaten, „hebt bestimmte soziale Rollen in spezifischen Handlungskontexten“ (vgl. Mikos 2003, S. 159) hervor. Da es sich bei der Dschungelshow jedoch nicht um ein fiktives, sondern um ein Reality-Format handelt und die Kandidaten zudem als prominente Medienpersönlichkeiten bereits über einen showexternen „Starttext“ (vgl. Mikos 2003, S. 163) verfügen, stellt die Zuordnung der Akteure als Figuren mit konkreten sozialen Rollen keine unwiderrufliche Festlegung dar.

Kennzeichnend für soziale Rollen ist zwar, dass sie „herrschende, positiv sanktionierte Normen und Werte ebenso wie negativ besetzte“ (Mikos 2001, S. 197) verkörpern können, dennoch muss betont werden, dass die Kandidaten durch den komplexen Spielrahmen (Bewältigung des Alltags mit reduzierten Mitteln an einem ungewöhnlichen Ort; permanentes Zusammenleben mit mehr oder weniger vertrauten Personen; Teilnahme an zusätzlichen, den Alltag strukturierenden Spielen) in „spezifischen Interaktionssituationen“ agieren, wodurch es auch zur Übernahme von „vielfältigen sozialen Rollen“ (vgl. Mikos 2003,

S. 162) kommen kann. Die Stilisierung der „Stars“ als bestimmte soziale Typen, welche im Alltag des Campgeschehens verschiedene Aufgaben und Funktionen übernehmen, sowie die „Aufbrechung“ sozialer Rollen erfolgt auf mannigfaltige Weise, insbesondere werden bestimmte Funktionsrollen oder auch „Charaktereigenschaften“ thematisiert, verstärkt oder auch verändert, z.B. durch die Kommentierung bei der Präsentation der Voting-Nummern. Allgemein ist festzustellen, dass einige der Campbewohner, wie Daniel Küblböck, Caroline Beil und mit Einschränkungen auch Werner Böhm, in ihren sozialen Rollen stärker polarisieren als die übrigen Campbewohner und in Folge dessen ihre Sympathie- oder Antipathiewerte variieren können.

Obwohl Caroline Beil durch ihre anfänglichen „Lästerstunden“ mit Carlo Thränhardt (Folgen 11. und 12.01.2004) bzw. mit Mariella Ahrends (Folge 13.01.2003) als intrigante Figur präsentiert wird („Sie hat das Herz am rechten Fleck, und zwar auf der Zunge.“, Folge 12.01.2004) und diese Rolle ihr auch bis zum Ende der Show anhaftet („Die Joan Collins des Regenwaldes“ Folge 17.01.2004), wird sie auch immer wieder als coole und selbstbewusste Frau charakterisiert, was im Wesentlichen mit ihrem Auftreten bei den Dschungelprüfungen zusammenhängt. Nach ihrer Dschungelprüfung „Hack-Attacke“ stellt Dirk Bach (zu den Zuschauern sprechend) bewundernd fest: „Caroline, du kannst austeilern, aber auch wirklich einstecken.“ Sonja bekundet ihr Mitgefühl in derselben Folge mit den Worten: „Und ehrlich gesagt, war ich noch nie so verlockt, in dieses Nest zu springen, um sie da rauszuholen, mitzubuddeln, ihr irgendwie zu helfen.“ Als es um das Dschungelfinale geht, schwächt Sonja Zietlow Caroline Beils unkollegiales Verhalten wieder ab, indem sie nicht mehr als intrigant, sondern „als Frau mit Meinung“ bezeichnet wird, die „polarisiert“, aber „prima ins Finale passen“ würde.

Auch Daniel Küblböck werden in seiner Campzeit verschiedene soziale Rollen zugeschrieben, die vom „Generationenrebell“ zum „Helden“ des Camps bis hin zum „Pfleger“ von Werner Böhm und zum „Verehrer“ von Mariella Ahrens nachgezeichnet werden können. Während die Rolle des „Pflegers“ nur temporär von Bedeutung ist, wenn Daniel Küblböck in einer Szene Werner Böhm bei der morgendlichen Wäsche behilflich ist („Daniel leistet seinen Zivildienst ab“, Folge 14.01.2004), und daher eher den Charakter einer Statusrolle aufweist, wird seine Rolle als Verehrer von Mariella Ahrens über zwei Folgen (17.01. und 18.01.2004) thematisiert.

Insbesondere durch die erfolgreiche Absolvierung der Dschungelprüfungen („Teufelsbrücke“, Folge 10.01.2004; „Kakerlakensarg“, Folge 11.01.2004) wird Daniel Küblböck als

mutig und männlich hervorgehoben, da Sonja Zietlow in dem Teaser vom *10.01.2004* ankündigt: „Erleben Sie, wie Daniel der Welt beweist, dass er doch ein ganzer Kerl ist.“ und in der Folge vom *11.01.2004* ausruft: „Welche Wende! Semmelrogge gibt auf und Küblböck ist der Held und der Mann der Nation!“.

Einen Schwerpunkt in Daniel Küblböcks Darstellungsprofil bildet allerdings seine Rolle als rebellischer Jugendlicher, die handlungsübergreifend immer wieder im Zentrum steht:

Während er in der Folge vom *16.01.2004* bei einem Konflikt mit Lisa Fitz bezüglich der Zubereitung des Abendessens als kurzsichtig und infantil (Lisa: „Denk doch mal für zwei Minuten nach!“) inszeniert wird, positioniert er sich angesichts seiner Rollenausübung als Teamchef am folgenden Tag als „Diktator“, der laut Sonja Zietlow „die Gelegenheit nutzt, um sich einmal quer durchs Camp zu pubertieren“. Am *19.01.2004* gerät er in einen Konflikt mit Costa Cordalis, der Daniels Protesthaltung, sowie seine noch nicht ausgereifte Persönlichkeit ins Zentrum rückt (Costa Cordalis: „Du musst noch so viel lernen.“).

Der letzte Kandidat, der im Zusammenhang polarisierender sozialer Rollen zu erwähnen wäre, ist Werner Böhm. Sein Rollenrepertoire stilisiert ihn zur Vaterfigur (Sonja Zietlow: „Papa Werner würde für den jungen Freund sogar in die Kakerlakenbresche springen.“, *11.01.2004*), zum uneitlen Campbewohner, der seinen Körper hemmungslos zur Schau stellt (Sonja Zietlow: „Die größte Oberweite, aber definitiv keine Frau: Werner!“, *11.01.2004*; Dirk Bach (ironisch auf Werner bezogen): „Angeklagt, wegen Zurschaustellung und Erregung öffentlichen Ärgernisses!“, *18.01.2004*), zum latent geistesverwirrten Lichtgestaltensucher (Dirk Bach: „Wenn man etwas sieht, das nicht da ist, nennt man das Fata Morgana, und wenn man trotzdem daran glaubt, nennt man das Halluzination.“, *11.01.2004*), zum Rattentotschläger (*18.01.2004*), zum unerschrockenen und mutigen Dschungelprüfungsteilnehmer (Sonja Zietlow: „Also wenn das nicht ein tapferer Werner ist! [...] Werner du bist ein Hammerpfundskerl.“, *18.01.2004*; Dirk Bach: „Werner, geh stolz zurück ins Camp!“), zum faulen Spielteilnehmer, der seine Aufgaben nicht ordnungsgemäß erledigt (Costa Cordalis: „Unser schwarzes Schaf ist im Moment der Werner, weil er sehr lethargisch ist.“, *18.01.2004*; Lisa Fitz: „Werner lässt alles liegen und spült nicht ab und deswegen kommen auch die Ratten.“, *18.01.2004*). Demzufolge kann festgestellt werden, dass Werner nicht nur ein insgesamt breites Rollenrepertoire zugewiesen wird, sondern dass seine sozialen Rollen auch am häufigsten alternieren.

Eine spezielle soziale Rolle ist nicht an eine Person gebunden, sondern kann im Verlauf der Narration auch auf andere übertragen werden. Als Werner Böhm, der als Vaterfigur der Gruppe (insbesondere für Daniel Küblböck) inszeniert wurde, am *18.01.2004* das Camp zu verlassen hatte, wurde zeitweise Costa Cordalis als neue Vaterfigur aufgebaut. Entsprechend verkündete Dirk Bach in der Folge vom *19.01.2004* bei der morgendlichen Live-Schaltung ins Camp: „Die Kinder (Daniel Küblböck und Caroline Beil) schlafen noch, die Eltern (Costa Cordalis und Lisa Fitz) kümmern sich um das Feuer.“ Beim Generationskonflikt zwischen Costa Cordalis und Daniel Küblböck fungiert wiederum Costa Cordalis in der Rolle des autoritären Erziehers, der dem jugendlichen Rebellen Lebensweisheiten eines erfahrenen Erwachsenen vermitteln will.

Ebenso kann die Hervorhebung positiv besetzter Rollen, die im weitesten Sinne mit „Opferbereitschaft“ oder der allgemeinen Umsorgung des Camps zu tun haben, zur Sympathieerzeugung der Kandidaten mit beitragen. Dies geschieht besonders oft im Fall der Kandidatin Lisa Fitz. Obwohl sie mit ihrer Organisationsbereitschaft (Caroline Beil: „Die hat sich das alles genau überlegt. Die nimmt das total ernst“, Folge *11.01.2004*) und ihrem Temperament (Carlo Thränhardt: „Es ist so ruhig, wenn Lisa nicht im Camp ist, ich finde das sehr angenehm“, Folge *11.01.2004*) nicht nur auf Gegenliebe stößt, heben die Moderatoren (insbesondere Dirk Bach) sie immer wieder als sympathische Figur hervor. Dies geschieht sowohl durch Kommentierungen bei den Einspielern als auch bei der Verkündung der Voting-Nummern, wobei Lisa Fitz als eine mütterliche Figur dargestellt wird („Mutter Courage des Dschungels“, *14.01.2004*; „Unser Ammenhai“, *16.01.2004*). Häufig findet sich bei ihr auch der Einsatz des Personalpronomens „unser“, wodurch eine gewisse Nähe und Vertrautheit aufgebaut wird. So resümiert beispielsweise Dirk Bach in der Folge vom *17.01.2004* Lisa Fitz' resolutes Statement zu Trunkenheit am Steuer: „Und unsere Lisa fasst gleich wieder schön zusammen.“ Neben ihrer „Mütterlichkeit“ wird ihr in der Folge vom *14.01.2004* darüber hinaus auch eine Leitfunktion zugeschrieben, indem sie als „heimliche Regentin des Camps“ (Dirk Bach) titulierte wird oder in Bezug auf sie die Frage gestellt wird: „Wer soll sonst dieses Team führen?“ (Sonja Zietlow).

Einige Kandidaten mit einem insgesamt eher schwächeren Figurenprofil, wie Antonia Langsdorf, die hauptsächlich als sensible „Heulsuse“ bzw. esoterische „Astrofrau“ präsentiert wird, oder Mariella Ahrens als „Bikini-tragende Sexbombe“ und temporäres Lustobjekt von Daniel Küblböck werden im Gegensatz zu den eher polarisierenden Campbewohnern auch nicht als Kandidaten zu den Dschungelprüfungen gewählt.

Eine Sonderrolle im Ensemble bildet die Kandidatin Susan Stahnke, die von den Moderatoren bei den Ansagen und bei den Kommentierungen der Einspieler sowie zusätzlich durch die ästhetische Inszenierung annähernd in jeder Folge als dümmliche und latent affektierte Figur präsentiert wird. Die Moderatoren urteilen über Susan Stahnke bei ihren Anmoderationen häufig in einem ironisch-abwertenden Tonfall und stellen sie als eine naive und fremdbestimmte Figur dar:

Dirk Bach: „Hier im Dschungel ist wirklich alles möglich, bald glaube ich sogar, dass Susan Stahnke ihr Tagebuch selbst schreibt.“

Sonja Zietlow: „Glaubst du wirklich?“

Dirk Bach (erhabener Seufzer, leicht die Augen verdrehend): „Wie denn?“
(Folge 11.01.2004)

Als Dirk Bach seine Co-Moderatorin als „Mrs. Überleitung 2004“ (Folge 18.01.2004) lobt, entgegnet Sonja Zietlow: „Besser als Susan, Mrs. Auf-der-Leitung 2004.“ Auch bei den Teasern wird Susan als begriffsstutzig und langsam charakterisiert:

Sonja Zietlow: „Und gleich sehen Sie, was Langbein Carlo und Trödelsuse Susan unter klassischer Rollenverteilung verstehen.“ (Einblendung Susan Stahnke, die etwas übertrieben-aufgesetzt lächelt und erklärt: „Ich mag das gern, wenn der Mann vorgeht.“)

Nach der erfolgreichen Suche des „Schatzes“ wird ein Statement von Carlo hervorgehoben, in dem er verlautet: „Im Prinzip konnte sie (Susan Stahnke) nicht wirklich helfen bei der Nummer“, was Sonja Zietlow in ihrer Abmoderation noch einmal aufnimmt („und Susan kann gar nichts“, hat er (Carlo Thränhardt) doch fast gesagt.“) und somit Carlos Aussage für die Zuschauer in überspitzter Weise auf den Punkt bringt. In ähnlicher Art und Weise hebt Sonja Zietlow in einem Einspieler (Folge 12.01.2004) Susan Stahnke als eher belastende Figur für die anderen Campmitbewohner hervor, wenn sie in Bezug auf das monotone Essen kommentiert: „Heute im Angebot Reis mit Reis und als Beilage Reis und dazu ein Eimer Wasser – wenn da Susan nicht wäre“, worauf Antonia Langsdorf eingeblendet wird, die Susan Stahnke angreift, sie habe abgekochtes Trinkwasser weggeschüttet und nach einem Schnitt in Großaufnahme amüsiert-genervt die Augen verdreht, wobei nicht eindeutig ist, ob sich diese Geste wirklich auf Susan Stahnke bezieht.

Als die Bewohner in der Folge vom 14.01.2004 im Sprechzimmer Eigenwerbung machen, um weiter im Camp zu bleiben, trägt wiederum die Schnittinszenierung dazu bei, Susan Stahnke unvoreilhaft zu präsentieren, indem ein missglückter Versuch ihrer Ansprache gezeigt wird (Susan Stahnke: „Es kommt gerade eine Riesenameise vor – Ja, guten Tag, ich freue mich,...“, blickt verstört und irritiert nach unten, Schnitt). Dies kommt im gesamten Verlauf der Sendung bei keinem anderem Kandidaten vor. Ein Höhepunkt in der Inszenierung Susan Stahnkes als unbedarft wird in der gleichen Folge erreicht, da sie hier mit einer Voice-Over-Stimme als kindlich-naiv vorgeführt wird. Während bei den anderen Kandidaten Kommentierungen oder Überleitungen betonen, wie die Kandidaten sich fühlen, wird hier bewusst fiktionalisierend in das Geschehen eingegriffen. Nachdem die Voice-Over-Stimme Susan Stahnke als trotziges Kind charakterisiert („Liebes Tagebuch, gestern waren die anderen irgendwie total gemein zu mir. Auch der blöde Werner hat mich total gezanzt und ganz doofe Sachen gesagt – nur weil ich ihn mein geheimes Tagebuch nicht lesen lasse.“). Dirk Bach greift auf ihren showexternen Startext zurück und unterstellt ihr indirekt Geltungsdrang und Sensationsgier („und das leider so geheim war, dass die halbe Nation es in der Zeitung nachlesen konnte.“) (vgl. Kapitel 3.5).

Insgesamt lässt sich sagen, dass die Kandidaten nicht als Identifikationsfiguren aufgebaut werden, da die komisch inszenierten Kommentare der Moderatoren sowie der Einsatz ästhetisch-gestalterischer Mittel (vgl. Kapitel 3.4) zur Verfremdung und Distanzierung des Geschehens beitragen. Empathie wird gegebenenfalls im Rahmen der Dschungelprüfungen erzeugt, da hier der komische Modus zurückgestellt und durch spannungsfördernde Mittel ersetzt wird. Ob gelegentliche subjektive Einstellungen, welche die Dschungelprüfungen im Vorfeld bildlich in Szene setzen (z.B. zur Kamera pickende Sträuße/„Kakerlakenregen“) zum Mitfühlen der Kandidaten beitragen, hängt von den individuellen Empfindungen der Zuschauer ab.

3.2.3 Vergleich mit *I'm a celebrity – Get me out of here!*

Der Vergleich mit der englischen Fassung *I'm a celebrity – Get me out of here!* bezieht sich auf drei Folgen (29.01.2004, 05.02.2004 und 06.02.2004) aus der dritten Staffel, die im Anschluss an die deutsche Show in demselben Areal in Australien produziert wurde und die vom 26. Januar bis zum 08. Februar 2004 auf dem Sender ITV ausgestrahlt wurde. *I'm a celebrity – Get me out of here!* wird von Anthony McPartlin und Declan Donnelly moderiert. Es handelt sich bei ihnen um ein Komikerduo, das in England sehr bekannt ist,

zahlreiche Fernsehshows moderiert und mit einigen Popsongs erfolgreich war. Ihre Moderation ist in ihrer Funktion in der Sendung mit der deutschen Moderation von Dirk Bach und Sonja Zietlow vergleichbar. Sie findet ebenfalls fast durchgängig in einem komischen Modus statt, das Duo entspricht auch einem karnevalistischen Paar, hier nicht durch Gegensätzlichkeit, sondern durch große Ähnlichkeit (vgl. Bachtin 1990, S. 53) – beide sind klein und schwächling, sie wirken sehr „jungenhaft“. Der wesentliche Unterschied besteht im Stil der Moderation. Die englische erscheint „natürlicher“, da die Moderatoren häufig spontan miteinander interagieren und sich auch übereinander lustig machen. In der Folge vom 29.01.2004 verspricht sich Declan in einer Moderation bei den Worten „and as other“, woraufhin Anthony in karikierend nachahmt und immer wieder seine Versuche, den Satz zu beenden verhindert, bis schließlich beide in Lachen ausbrechen: Declan: „And as oth... oth... oth...“, Anthony: „OZZ, ozz, ozz“, Declan: „And as...“, Anthony: „OZZ, ozz, ozz“, Declan: „...other“, Anthony: „OZZ, ozz“ (beide müssen lachen).

Weiterhin zeichnet sich ihre Moderation sehr stark durch Selbstironie aus, z.B. gibt es einen Running Gag in jeder Folge, in dem Declan versucht, Anthony davon abzuhalten, komische Anspielungen auf die Queen zu machen, da er Ärger mit seiner Mutter befürchtet, z.B. am 29.01.2004:

Anthony (nachdem sie eine redaktionelle Mitteilung erhalten haben, dass die Queen die Show guckt): „Wow, what will she think of the impressions you do?“ Declan: „Pssh, ... what impressions, I don't know what you are talking about... (unsicheres Lachen, schuldbewusst in die Kamera blickend) mum...“; (während Anthony weitermoderiert, übertrieben nervöses Händezittern) Declan: „I'm proper dead.“

Die Moderatoren machen sich ebenso häufig zu Objekten der Komik wie die Kandidaten, in der selben Folge wird das Verhältnis sogar umgedreht. Als Anthony und Declan im Lager ankommen, um den Bewohnern das Zuschauer-Voting zu verkünden, wird ihnen von dem Kandidaten Mike Read der Mund mit Lippenstift geschminkt, bevor sie mit ihrer Moderation fortfahren dürfen („I will not gonna pay any attention to you, unless you are wearing lipstick!“). In *I'm a celebrity – Get me out of here!* werden Kandidaten und Moderatoren gleichermaßen zu Objekten der Komik. In der deutschen Fassung gibt es ein eindeutiges Gefälle (mit gelegentlichen Ausnahmen, in denen Dirk Bach selbstironisch agiert), in dem die Kandidaten die Objekte der komischen Kommentierung durch die Moderatoren sind. Aus diesem Grund können in der Rezeption von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* die Zuschauer eher mit Konzepten wie „Arroganz“ oder „Spott“ an die Strukturen der Moderation anknüpfen.

Der englische Kandidat Lord Brocket zeichnet sich häufig durch eine ironisch-distanzierte Haltung zu dem Spiel aus, die ihn von allen deutschen Kandidaten unterscheidet und durch die *I'm a celebrity – Get me out of here!* gelegentlich eine komische Brechung seitens eines Kandidaten erfährt. Dies wird in seiner Dschungelprüfung am 05.02.2004 besonders deutlich. In dieser Prüfung muss er sieben Minuten in einem Wasserbecken stehen und jede Minute einen Stern vom Grund aufheben, während immer mehr Schlangen, Wasserspinnen, Aale und weitere Dschungeltiere in den Tank gelassen werden. Während in *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* entsprechende Prüfungen von einer Spannungsdramaturgie gekennzeichnet sind, wird diese von Lord Brocket schon bei seiner Ankunft durch ein komisches Auftreten und Witze untergraben:

Lord Brocket kommt bei den Moderatoren an (Überraschung spielend): „Oh it's you again“ (kurze Pause) „Do I need an umbrella?“

Es kommt erneut zu einer Umkehrung des Komik-Verhältnisses, indem der Lord nicht nur Witze über die Situation macht, sondern auch über die Moderatoren:

Anthony: „You will be joined by various jungle critters.“ Lord Brocket (übertrieben): „Oh, how nice, how kind of you.“ Anthony: „What wouldn't you like in the tank?“ Lord Brocket: „I wouldn't like you in the tank.“

In der Dschungelprüfung von Costa Cordalis am 15.01.2004 kommt es zu einer Situation, in der eine große Spinne direkt auf seiner Schutzbrille auf seinem Gesicht sitzt. Diese Sequenz wird in Verbindung mit der Inszenierung als sehr starkes Spannungsmoment benutzt. Die Großaufnahme des Bildes wird im weiteren Verlauf der Show immer wieder eingeblendet, als Symbol für die (vermeintliche) Gefährlichkeit des Spiels und die Überwindung von Phobien. In der Prüfung von Lord Brocket entsteht eine vergleichbare Situation: eine Schlange windet sich einmal um seinen ganzen Hals. Es kommt jedoch wieder zu einer komischen Brechung durch den Lord, wodurch eine Involvierung des Zuschauers in eine Spannungsdramaturgie verhindert wird, da er die Situation für einen komischen Kommentar nutzt. Lord Brocket (Schlange um den Hals, augenzwinkernd): „Can I say something nice to him, so he will go of?“ (alle lachen).

3.3 Narration und Dramaturgie

3.3.1 Der Erzählrahmen

Abgesehen von der Pilotfolge (09.01.2004), in der das Setting, die Spielregeln und die Ankunft der Kandidaten im Dschungelcamp präsentiert werden, sind die übrigen Folgen durch ein nahezu gleiches Narrationsschema gekennzeichnet. Zu Beginn der Sendung definieren die Moderatoren den Erzählrahmen in einem formal ähnlichen Intro, welches für den Zuschauer sowohl durch die übertriebene Wortwahl (z.B. Dirk Bach: „Fernab von zu Hause, mitten im australischen Regenwald werden zehn Stars in der Wildnis ausgesetzt. In der Heimat der giftigsten Tiere der Welt sind sie zwei Wochen auf sich allein gestellt“, Folge 10.01.2004; Dirk Bach: „Fernab von der Zivilisation, mitten im australischen Dschungel bestreiten zehn Stars das Abenteuer ihres Lebens“, Folge 16.01.2004) als auch durch die ästhetische Gestaltung (Überblickseinstellung des Regenwaldes, Kameraschwenk durch den Dschungel, Nah- oder Detailaufnahmen einheimischer Tiere) hohen Wiedererkennungswert hat und das Format abhängig vom Genrewissen der Zuschauer in einen Show- oder Comedy-Rahmen stellt. Überleitend wird in Form von Teasern das bisherige Geschehen ironisierend zusammengefasst bzw. die Höhepunkte der aktuell folgenden Sendung präsentiert, wodurch Spannung und Komik in Bezug auf die zu erwartenden Ereignisse erzeugt wurden. Anschließend begrüßen die Moderatoren, auf einer Dschungelbrücke stehend, die Zuschauer und bilden zumeist im Rückblick auf den vorher gezeigten Teaser Hypothesen über den weiteren Verlauf der Geschehnisse. Anschließend stoßen sie im Namen der Stars, auf ritualisierte Weise den gleichnamigen Titel der Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* aus. Nachdem analog zu gängigen Soap Operas der Vorspann mit den Stars als Protagonisten, , gezeigt wurde, sitzen Sonja Zietlow und Dirk Bach in ihrem Baumhaus und starten mit der Live-Schaltung ins Camp, die gemäß der australischen Tageszeit, die „Stars“ zumeist beim Aufstehen oder Frühstück einfüngt. Danach folgen Einspieler, welche die Geschehnisse des Vortages narrativ aufbereitet darstellen. Die beiden Moderatoren fungieren hierbei als Haupterzählinstanz, welche die Ereignisse für die Zuschauer kommentiert, interpretiert und Überleitungen zwischen den einzelnen Narrationsblöcken schafft. Ebenso inszenieren sie die beiden Plotpoints, die zentralen Wendepunkte der Handlung, welche der Spielrahmen der Show als feste dramaturgische Bestandteile festlegt: Den ersten Plotpoint markiert die Dschungelprüfung, die durch die Inszenierung von Cliffhangern vor der Werbepause auch den Höhepunkt in der Spannungsdramaturgie bildet und deren Ausgang einen entscheidenden Einfluss auf die weite-

ren Geschehnisse (Essenversorgung, psychische Zustände der Kandidaten) im Camp nimmt. Der zweite Plotpoint wird kurz vor Ende der Sendung erreicht, wenn Sonja Zietlow und Dirk Bach in einer ritualisierten, spannungsförderndem Prozedur den Kandidaten im Camp verkünden, wen die Zuschauer für die nächste Dschungelprüfung ausgewählt haben (09.01. bis 14.01.2004) bzw. wer das Camp zu verlassen hat (15.01. bis 20.01.2004). Außerdem begrüßen die Moderatoren die herausgewählten Kandidaten jeweils am nächsten Tag in ihrem Baumhaus und gestalten deren Perspektive auf das Campgeschehen zum Gegenstand der Narration aus.

3.3.2 Die Moderatoren als Erzählinstanz

Die beiden Moderatoren Sonja Zietlow und Dirk Bach stellen die Haupterzählinstanz der zwölf-tägigen Dschungelshow dar, indem sie von Beginn an den Erzählrahmen definieren, die verschiedenen Narrationselemente dramaturgisch miteinander verknüpfen und zudem die narrativ aufbereiteten Ereignisse für die Zuschauer kommentieren und interpretieren.

Bereits am Anfang von Fernsehsendungen werden die Rahmenbedingungen für die erzählte Welt geschaffen, denn „dramaturgisch gesehen steht am Anfang die Exposition, in der Zeit und Ort der Handlung sowie die handelnden Figuren vorgestellt werden“ (Mikos 2003, S. 123). Betrachtet man dahingehend die Pilotfolge der Dschungelshow (09.01.2004), so sind es Sonja Zietlow und Dirk Bach, die den zeitlichen Rahmen der Show festlegen (Sonja Zietlow: „In der Heimat der gefährlichsten Tiere der Welt sind sie [die Kandidaten, d.A.] für zwei Wochen auf sich allein gestellt“), in einem „Rundgang“ durch das Dschungelsetting den Ort des Geschehens vorstellen und die Protagonisten in Form von kurzen Einführungsclips präsentieren.

Durch das Arrangement, dass die Moderatoren sich als Erzählinstanz bereits vor der Ankunft der Protagonisten am Handlungsort befinden und den Zuschauern auf ironisch-komödiantische Weise (vgl. Kapitel 3.2.1) ankündigen, was in den folgenden zwei Wochen auf die prominenten Kandidaten zukommt, wird zugleich ihre Perspektive auf die Handlung dramaturgisch eingeführt.

Während die Kandidaten bei ihrer Ankunft in einem glamourösen Luxushotel gezeigt werden, machen die Moderatoren am Handlungsort darauf aufmerksam, welche Entbehrungen (rationiertes monotones Essen, Abgeschiedenheit von der Außenwelt) und Unannehmlichkeiten (gefährliche Tiere, Ekel erregende Dschungelprüfungen) auf die Kandidaten zu-

kommen werden. Diese Kontrastierung erzeugt Komik und impliziert einen auktorialen Blick auf die kommenden Ereignisse, in die der Zuschauer als Art mitwissender „Komplize“ einbezogen wird. Diether Krywalski definiert die auktoriale Perspektive als „Erzählsituation, in der ein allwissender Erzähler die Handlung berichtet und sich selbst immer wieder in das Gesehen einbindet“ (Krywalski 1999, S. 680). Diese Erzählsituation findet sich sehr häufig in den Wortwechseln von Sonja Zietlow und Dirk Bach, wenn sie ihr kalkuliertes Vorgehen als allwissende Erzähler demonstrieren und dabei die Kandidaten zu nichtsahnenden Objekten der Narration werden lassen, wobei die Wortwahl und Tonalität stets eine komische Distanzierung hervorrufen (vgl. Kapitel 3.2):

Sonja Zietlow: „Was haben wir gemacht? Wir haben unsere Kandidaten in ein richtig schönes Luxushotel gesteckt und sie von vorne bis hinten verwöhnt.“

Dirk Bach: „Wie sagt ein altes australisches Sprichwort: Erst Zuckerbrot, dann Hungersnot.“

Die Zuschauer werden analog zu den Moderatoren von Anfang an dazu verleitet, einen distanzierten, karnevalistischen Blickwinkel auf die gesamte Erzählung einzunehmen, in dem die übliche gesellschaftliche Ordnung für die Dauer der Show außer Kraft gesetzt ist. Dieser Aspekt wird darüber hinaus noch durch die Möglichkeit der Zuschauer, aktiv in das Geschehen einzugreifen, verstärkt. Sie können somit im übertragenen Sinn Anteil an der Umkehrung der gesellschaftlichen Verhältnisse nehmen, indem sich die „Stars“ aufgrund des Votings der Zuschauer in ungewöhnliche Situationen begeben müssen. Diese Macht der Zuschauer, einen Teil zur Gesamterzählung der Sendung beizutragen, wird ebenfalls durch die Moderatoren in der ersten Folge hervorgehoben:

Sonja Zietlow (mit einer zeigenden Geste direkt an die Zuschauer appellierend): „Und Sie zu Hause, Sie spielen Schicksal. Ist das nicht wunderbar? Mit ihrem Anruf können Sie entscheiden, wer zur eher unangenehmen Dschungelprüfung antreten muss, und Sie haben es auch in der Hand, wer am Ende zum Dschungelkönig gekürt wird.“

Während des Marsches der prominenten Kandidaten vom Fünf-Sterne-Hotel in den Dschungel, der den Übergang von der Welt des Luxus' in die Welt des einfachen, primitiven Lebens symbolisiert, wird von den Moderatoren die Metapher des Karnevals als Umkehrung gesellschaftlicher Machtstrukturen selbst thematisiert: Nachdem Werner Böhm in Bezug auf die Anstrengungen der Dschungeldurchwanderung auf pathetische Art verlauten

lässt: „Und hier geht es wirklich ums Überleben! Für jeden von uns.“, wird dies im Voice Over von Dirk Bach auf ironische Weise konterkariert:

„Zugegeben, eine Polonaise lässt sich leichter aufführen als ein Dschungeltrack. Aber Werner gibt längst nicht auf. Beim Karneval im Festsaal geht es ja manchmal auch drunter und drüber.“

In ihrer Funktion, das Geschehen für die Zuschauer zu rahmen, kommt es zu assoziativen oder kausalen Verknüpfung von Ereignissen durch die Moderatoren, wodurch ein Erzählfluss erzeugt wird. Während Erzählzeit und erzählte Zeit nur während der Live-Schaltungen zu Beginn und am Ende der Sendung identisch sind, beziehen sich die Einspieler auf die Ereignisse des gesamten Vortages. Letztere werden daher im Sinne des Erzählflusses narrativ für die Zuschauer aufbereitet. Auch hier erzählen die Moderatoren die Handlungen unter einem auktorialen Blickwinkel, da sie durch Voice-Over-Kommentierungen oder durch die assoziative Verknüpfung von Ereignissen immer „wissen“, wie die Kandidaten sich fühlen, welche persönlichen Motive in der Handlung zum Tragen kommen und welche Konflikte für die Gruppendynamik von Bedeutung sind.

In diesem Sinn wird beispielsweise in der Folge vom *12.01.2004* eine assoziative Verknüpfung hergestellt, die das „Lästern“ von Caroline Beil und Carlo Thränhardt über die anderen Campmitbewohner dem ansonsten fröhlichen Herumalbern der übrigen Kandidaten am Lagerfeuer entgegensetzt:

(Werner und Daniel tanzen Tango um das Lagerfeuer, die anderen jubeln oder applaudieren)

Dirk Bach: „Bei Werner ist schon am Vormittag die argentinische Leidenschaft entfacht.“

Sonja Zietlow: „Es wird gelacht, es wird gescherzt. Keiner scheint Caroline und Carlo so richtig zu vermissen.“

Dirk Bach: „Was auf Gegenseitigkeit beruht.“ (Einblendung von Caroline Beil und Carlo Thränhardt, die abseits am Weiher sitzen und gerade damit beginnen, über das „untere Level“ [Caroline Beil] des allgemeinen Gesprächsniveaus im Camp zu lästern.)

Die Montage sowie insbesondere die sprachliche Kommentierung der Moderatoren suggerierten in diesem Fall, dass diese beiden Ereignisse parallel zueinander stattgefunden haben, obwohl es hierfür keinen Beweis gibt. Die Intention, die hinter dieser Verknüpfung

von Szenen steht, ist die Vorgabe der potentiellen Spaltung der Gruppe in zwei Lager sowie die Stilisierung der beiden „Lästerer“ zu intriganten Falschspielern, die sich von den aufrichtigen, gut gelaunten Teilnehmern unterscheiden. Dieser Effekt wird im Folgenden noch dadurch verstärkt, dass Caroline über Susan Stahnke urteilt: „I see in that face. That freaky, fucking face and I see what I see, you see what you get!“ und in der nächsten Einstellung Susan Stahnke im Sprechzimmer eingeblendet wird, in dem sie ihr Statement zur Gruppendynamik abgibt: „ In gewisser Weise gefällt mir, dass wir so gut zusammenhalten. [...] Also, dass es wirklich so ist, dass wir ohne Streit wunderbar miteinander auskommen. Ich finde den Zusammenhalt sehr gut und es wird von Tag zu Tag besser.“ Auch hier kommt es zu einer Polarisierung der Akteure, in diesem Fall konkret zwischen der „heimtückischen“ Caroline Beil und der „naiv-ahnungslosen“ Susan Stahnke, die erst durch die unmittelbare Verknüpfung ihren narrativen Sinn erhält.

Neben diesen assoziativen Verknüpfungen werden auch häufig kausale Verknüpfungen inszeniert, in denen jeweils ein Ereignis als direkte Folge aus einem anderen Ereignis hervorgeht. Ein Beispiel hierfür wäre in der Folge vom 17.01.2004 die Inszenierung von Daniel Küblböck als diktatorischen Teamchef, der sich nach einigen Konflikten mit den anderen Campmitbewohnern aussöhnt und anschließend Mariella seinen ironischen Sexwunsch unterbreitet. Die beiden Ereignisse Gruppenkonflikt / Sexangebot, die nicht wirklich eine logische narrative Verknüpfung implizieren, werden auf zweierlei Weise in einem Kausalzusammenhang gestellt. Einerseits durch die Anmoderation der Einspieler:

Sonja Zietlow: „Nachdem jetzt mehr Platz im Camp besteht, gibt es immer mehr Raum für Neurosen und Neuröschchen. Daniel nutzt die Gelegenheit, um sich einmal quer durchs Camp zu pubertieren.“

Dirk Bach: „Und, ja, wie es so ist, wenn man zum Mann wird: Zuerst leugnet man seine Wurzeln, dann erntet man Zwietracht und dann (Gelächter) entdeckt man seine Triebe.“

Durch diese Verknüpfung wird Daniels Verhalten unter dem Oberthema „Pubertät“ interpretiert. Die Bereiche Gruppenkonflikt (als jugendliche Rebellion) und Sexwunsch (als Erwachen der Sexualität) werden verhandelt und können somit als Kausalzusammenhang innerhalb der Adoleszenz betrachtet werden. Andererseits erfolgt die kausale Verknüpfung erneut durch die Voice-Over-Kommentierung während des Narrationsblocks:

Sonja Zietlow: „Und, ach ja, das Schönste an einem Streit ist bekanntlich die Versöhnung. Daniel weiß das geschickt für seine Zwecke auszunutzen.“ Ein-

blendung, wie Daniel Mariella über den Arm streichelt und zu ihr sagt: „Mariella, ich will Sex mit dir.“

Auf diese Weise wird suggeriert, dass die Moderatoren über Daniels Verhaltensmotive genau Bescheid wissen, so dass sein plötzliches Sexangebot als Folge des vorherigen Streits und der darauf folgenden Versöhnung zu verstehen ist.

3.3.3 Die Kandidaten als Objekte der Narration

Die Kandidaten stellen in *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* die Protagonisten dar, auf denen die gesamte Narration aufbaut. Hierauf verweist bereits der Vorspann, der die Kandidaten als Protagonisten in den Vordergrund stellt und zudem durch seine Ästhetik eine Assoziation zu gängigen Serien, insbesondere Soap Operas erzeugt. Diese Analogie wird auch von Dirk Bach in der Folge vom 13.01.2004 konkretisiert: „Sehe ich immer wieder gerne, unseren Vorspann der Sendung, mit diesen frischen, fröhlichen, ahnungslosen Promis. Hat so ein bisschen was von *Gute Zeiten, Schlechte Zeiten*.“ Ähnlich wie in Pilotfolgen von neuen Serien, die die Funktion haben, ihre Protagonisten einzuführen und den Zuschauern somit eine erste Orientierung zu verschaffen, werden auch die Kandidaten in der ersten Folge vom 09.01.2004 in Form von kurzen monothematischen Clips vorgestellt. Dabei ist hervorzuheben, dass sie eine doppelte Erwartungshaltung bei den Zuschauern bewirken: Einerseits werden ihnen isoliert voneinander die Protagonisten präsentiert, die in ihrer Unterschiedlichkeit für die Dauer der Spielshow ihren Alltag mit reduzierten Mitteln an einem ungewöhnlichen Ort bestreiten müssen, so dass der Zuschauer erste Hypothesen bilden kann, wie das gemeinsame Zusammenleben unter diesen speziellen Umständen ablaufen könnte. Andererseits handelt es sich bei den Kandidaten (wie zumindest der Titel der Sendung behauptet) um „Stars [...], die] im Fernsehen die Funktion [haben], Vorerwartungen der Zuschauer auf den jeweiligen Text, in dem sie eine Rolle spielen, zu nähren“ (Mikos 2001, S. 196).

Betrachtet man darauf hin die Präsentationsclips, wird ersichtlich, dass sie bei allen „Stars“ dazu beitragen, sie in ihrem öffentlichen Kontext zu verorten. Ebenso äußert jeder Kandidat, mit Ausnahme von Carlo Thränhardt, eine gewisse eigene Einschätzung oder Erwartungshaltung bezüglich der bevorstehenden Campzeit. Die Motive der Kandidaten, sich an der Show zu beteiligen, umfassen den Wunsch, Verzicht zu lernen (Lisa Fitz, Costa Cordalis), an die eigenen Grenzen zu stoßen (Mariella Ahrens), die richtigen Menschen hinter

ihrer öffentlichen Fassade kennen zu lernen (Caroline Beil), für ein paar Tage aus dem regulären Leben abzutauchen (Susan Stahnke), Spaß zu haben (Caroline Beil, Dustin Semmelrogge), neue Dinge zu lernen (Werner Böhm), das eigene Image zu erweitern (Daniel Küblböck) und ein Abenteuer (Dustin Semmelrogge) zu bestreiten.

Obwohl die Einführungsclips von ihrer ästhetischen Aufbereitung vergleichbar gestaltet sind (durchgängig Splitscreen bzw. kleinere Sichtfenster, gleichmäßige Verteilung von Nah- und Großaufnahmen), hebt die Inszenierung einige Aspekte im Vorfeld hervor, welche sich wiederum auch auf die Hypothesenbildung der Zuschauer auswirken können. So werden z.B. die Kandidaten Lisa Fitz und Daniel Küblböck, obgleich sie nicht gemeinsam auftreten, in einem zusammengezogenen Einführungsclip vorgestellt, in dem beide durch ihre gemeinsame Herkunft – sie stammen aus dem gleichen Ort – gegenseitige Sympathiebekundungen äußern (Daniel Küblböck: „Auf die Lisa freue ich mich ganz besonders.“; Lisa Fitz: „Ich gehöre ja zu den Leuten, die den Daniel sehr gerne mögen.“). Dadurch kann zwischen den beiden im Dschungelcamp eine besondere Interaktionsebene vermutet werden. Bei Mariella kommt es zu Anfang ihres Clips zu einer Bild-Tonschere, da sie auf der Tonebene von ihrer Schauspielerkarriere sowie ihren bekanntesten Rollen berichtet, eingeblendet wird jedoch, wie sie in Dessous vor einem Fotografen posiert. Daher kann Mariella von Anfang an als besonders „sinnliche“ Kandidatin und potentielles Lustobjekt eingeordnet werden. Bei ihr wie auch bei Dustin Semmelrogge werden am stärksten Befürchtungen nahe gelegt, der Campsituation nicht gewachsen zu sein. Während Mariella Ahrens auf der Tonebene äußert, sie habe Angst, dass man im Camp „einfach so viel rumhängt“, wird sie in einem kleinen Sichtfenster beim Kickboxen präsentiert, wodurch sie als eine aktive und sportliche Person charakterisiert wird. Noch stärker zeigt sich dieses Missverhältnis bei Dustin Semmelrogge, der im Gegensatz zu den anderen Kandidaten in der Natur, beim Reiten am Meer, mit Unterlegung von abenteuerlicher Musik gezeigt wird und auf der Tonspur aussagt, er habe Angst, dass es im Camp „langweilig“ werden könnte. Oftmals werden die „Stars“ jedoch zu Hause im Kontext ihrer luxuriösen Besitztümer portraitiert (Costa Cordalis sitzt vor seinem exklusiven Flachbildfernseher, Caroline Beil und Antonia Langsdorf sitzen auf Designer-Couchmöbeln, Lisa Fitz auf ihrem Harley-Davidson-Motorrad und Werner Böhm spielt Klavier auf einem Hochglanzflügel).

Vor dem Hintergrund des suggerierten Reichtums und Luxuslebens der „Stars“ erhält ihr temporärer gesellschaftlicher Abstieg zum primitiven, ursprünglichen Leben eine besondere Brisanz, der auch als Übergang zwischen zwei völlig konträren Lebenswelten aufgefasst

werden kann. Dieser Übergang wird ebenfalls in der ersten Folge (09.01.2004) auf besondere Weise inszeniert, da quasi schrittweise die Metamorphose der luxusverwöhnten „Stars“ zu spärlich ausgestatteten Campbewohnern nachgezeichnet wird: Nachdem sie sich von ihren „Liebsten“ im 5-Sterne-Luxushotel verabschiedet haben, werden sie von australischen, militärisch gekleideten Wachmännern nach unerlaubten Luxusartikeln durchsucht, um dann nach einem langen, vielseitig in Szene gesetzten Dschungelmarsch an ihrem Ziel an zukommen. Dieser „Übergangsritus“ (van Gennep 1999), der die Akteure von einer Wirklichkeitsebene in eine andere transferiert, wurde im Zusammenhang des Formats *Big Brother* (vgl. Mikos u.a. 2000, S. 90) bereits als Überführung des realen sozialen Umfelds der Bewohner in die künstlich erzeugte Welt der Spielshow thematisiert. In diesem Sinn ließe sich die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* als die ästhetische Darstellung einer rituellen Praxis sehen, bei der Akteure von einem Wirklichkeitsbereich, dem wirklichen Leben als Prominente, in einen anderen Wirklichkeitsbereich, den der Show im australischen Dschungel, wechseln. Zugleich stellt die Show aber auch ein audio-visuelles Symbol dar, das für die Zuschauer den Übergangsritus symbolisiert.

Der Übergang oder Schwellenzustand ist dadurch gekennzeichnet, dass sich die Akteure, die sich in ihm befinden, weder hier noch da sind, „sie sind weder das eine noch das andere, sondern befinden sich zwischen den vom Gesetz, der Tradition, der Konvention und dem Zeremonial fixierten Positionen. Viele Gesellschaften, die soziale und kulturelle Übergänge ritualisieren, verfügen deshalb über eine Vielzahl von Symbolen, die diese Ambiguität und Unbestimmtheit des Schwellenzustands zum Ausdruck bringen. So wird der Schwellenzustand häufig mit dem Tod, mit dem Dasein im Mutterschoß, mit Unsichtbarkeit, Dunkelheit, Bisexualität, mit der Wildnis und mit einer Sonnen- und Mondfinsternis gleichgesetzt“ (Turner 1989a, S. 95). Als wesentliches Charakteristikum des Schwellenzustands nennt der Anthropologe Victor Turner (ebd., S. 96) „die Mischung aus Erniedrigung und Heiligkeit, Homogenität und Kameradschaft“. Zugleich bedeutet der Schwellenzustand eine Auflösung von zivilisierten sozialen Strukturen, die durch eine Gemeinschaft ersetzt werden, in der „es kein Oben ohne das Unten gibt und dass der, der oben ist, erfahren muss, was es bedeutet, unten zu sein“ (ebd., S. 96 f.). An anderer Stelle weist Turner (1989b) darauf hin, dass nicht nur Übergangsrituale, sondern Rituale schlechthin eine dramatische Struktur aufweisen: „In seinen typischen, universellen Ausdrucksformen ist das Ritual durch die Gleichzeitigkeit vieler Darstellungsgattungen bestimmt und weist oft eine *dramatische* Struktur, eine Handlung auf, die nicht selten ein Opfer oder Selbst-Opfer um-

fasst, das den interdependenten kommunikativen Codes, die auf vielfältige Weise die dem dramatischen Leitmotiv zugrundeliegende Bedeutung zum Ausdruck bringen, Energie und emotionale Färbung verleiht“ (ebd., S. 129, H.i.O.). Das gilt allerdings nicht nur für die Teilnehmer am Ritual, sondern in der säkularisierten Welt des Medienkonsums auch für die Zuschauer, die z.B. über das Fernsehen an einem Ritual teilhaben. Denn indem in einer Fernsehshow ein Übergangsritual über die Performanz von Prominenten inszeniert wird, findet ein Spiel mit symbolischen Bedeutungen statt.

Dadurch rückt sowohl der Schwellenzustand selbst als auch seine televisionäre Inszenierung in die Nähe des Karnevals. Denn der dramaturgisch in Szene gesetzte Übergang kann auch als Außerkraftsetzung der „gewöhnlichen [und hierarchischen] Lebensordnung“ (vgl. Bachtin 1990, S. 48) aufgefasst werden – ein charakteristisches Prinzip des Karnevals. Unter diesem Gesichtspunkt erhält das Austauschen der gewöhnlichen Bekleidung der Kandidaten gegen die „Dschungeluniform“ den Beiklang einer Karnevalskostümierung. Durch die Tatsache, dass jeder die gleiche Uniform tragen muss, wird „jede Ungleichheit“ und „jegliche Distanz“ (vgl. ebd.) aufgehoben. An ihre Stelle tritt der „freie, intim-familiäre, zwischenmenschliche Kontakt“ (vgl. ebd.), der einen „neuen Modus der Beziehung von Mensch zu Mensch“ (vgl. ebd.) fördert. Karneval und Übergangsriten können auch als sogenannte „Makroriten“ gesehen werden, die sich „auf die Gemeinschaft als Ganzes“ beziehen und „damit die spezifisch kollektive Identität und die moralischen Werte der Gemeinschaft“ ausdrücken (Bergesen 1998, S. 63): „Der bekannteste Mechanismus der Makroriten besteht darin, moralische Gegensätze in Bezug auf die kollektiven Repräsentationen der Gruppe zu erzeugen“ (ebd., S. 64). Das gilt für eine Show wie *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* in einem doppelten Sinn, denn die moralischen Gegensätze werden nicht nur innerhalb der Gruppe der Prominenten im Dschungel erzeugt, sondern auch innerhalb der Gemeinschaft der Zuschauer, da die Darstellungen der Kandidaten im Dschungel an die moralischen Diskurse der Gesellschaft anknüpfen, ja die Moderatoren sie gar an den (vermeintlichen) moralischen Konsens der Gesellschaft anbinden.

Die Kandidaten der Dschungelshow kennen sich (wenn überhaupt) nur aus öffentlichen Kontexten, ansonsten stehen sie in keinerlei Verbindung zueinander. Durch die Spielsituation sind sie dazu verpflichtet, ihren Alltag miteinander zu verbinden, wodurch ein künstlicher Zusammenhalt hervorgerufen wird, der außerhalb der Showsituation nicht existiert. Die Gemeinschaft des Schwellenzustands entsteht. Die beiden Moderatoren greifen zudem häufig die Metapher der „Familie“ auf, um das Zusammenleben der Kandidaten zu charak-

terisieren. (Sonja Zietlow: „Neun Sterne für die Familie“, 10.01.2004; Dirk Bach: „Im Camp herrschte Familienidylle“, 16.01.2004)

3.3.4 Narrative Strukturen

In der Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* lassen sich hinsichtlich ihrer Struktur verschiedenen Narrationsblöcke unterscheiden: Zum einen werden monothematische Narrationsblöcke (Haarpflege am 11.01.2004; Sex im Camp am 14.01.2004; Antonia erklärt den anderen Campbewohnern ihre Horoskope am 14.01.2004) präsentiert, die zu einem Oberthema Szenen aus dem gesamten bis dahin aufgenommenen Material zeigen. Zum anderen werden Narrationsblöcke präsentiert, die sich jeweils aktuell auf den Vortag beziehen und in ihrer Struktur zumeist geschlossen sind. In einigen Fällen werden diese Blöcke jedoch auch als sich fortsetzender Handlungsstrang eingeführt oder zu einem späteren Zeitpunkt wieder aufgenommen.

Als abgeschlossener Narrationsblock fungiert beispielsweise Werner Böhms Inszenierung als „fauler“ Campbewohner, der seine Aufgaben nicht zufriedenstellend erfüllt, wobei eine Rückblende (Sonja Zietlow: „Erinnern wir uns ...“, 18.01.2004), die Werner in schlafenden oder unaufmerksamen Situationen zeigt, als narrativer Beweis eingesetzt wird. Hier findet sich ein thematischer Zusammenschchnitt innerhalb eines Narrationsblocks, der durch eine Happy-End-Struktur geschlossen wird (Sonja Zietlow: „Werner und das liebe Vieh, aber schließlich hat er doch noch seinen Heldenmoment“, 18.01.2004).

Zu den Narrationsblöcken, die wieder aufgenommen werden, zählen Werner Böhms Suche nach den Lichtgestalten (Sonja Zietlow: „Vorgestern will er (Werner) irgendwas gesehen haben und umso länger das her ist, umso genauer kann er sich daran erinnern“, 11.01.2004), Caroline Beils und Carlo Thränhardts Lästerstunden (Sonja Zietlow: „Was machen unsere knallharten Medienprofis? – Sie machen es einfach noch mal. Aber besser!“ 12.01.2004) oder Mariella Ahrens und Daniel Küblböcks „zerbrochenes Glück“, nachdem Mariella das Camp verlassen musste (Sonja Zietlow: „Oh, wie schön: Zwei Seelen, die sich verstehen. Aber Sie haben diese Liebe nicht gewollt. Sie haben diese Liebe zerrissen“, 18.01.2004).

Zu den Narrationsblöcken, die als fortsetzende Handlungsstränge angelegt sind, zählt Daniel Küblböck als „diktatorischer Teamchef“ (16.01.2004). Während nach seiner Wahl eine erste Kostprobe seiner neuen Rolle präsentiert wird, erscheint am unteren Bildrand die

Bemerkung „Fortsetzung folgt“. Darauf wird dieser Handlungsstrang sowohl noch einmal am Ende der gleichen Folge thematisiert (Dirk Bach: „Im Camp herrschte Familienidylle“) als auch am Anfang der nächsten Folge (17.01.2004) als ausführlicher Narrationsblock in Szene gesetzt. Ein Narrationsblock, der von den Moderatoren als Fortsetzungsstrang angekündigt, jedoch nicht fortgesetzt wird, ist Werner Böhms „Bekennnis vor laufender Kamera“:

Sonja Zietlow: „Na, da hören wir morgen gerne noch mal genauer hin.“

Dirk Bach: „Dreimal war Werner verheiratet, was würde der noch alles erzählen, wenn er noch ein paar kuschelige Abende am Lagerfeuer zubringt?“
(17.01.2004)

Offenbar hat sich die Geschichte als nicht tragfähig erwiesen. Das mag daran gelegen haben, dass sie auf einen Bericht eines der Kandidaten aufbaute und nicht auf die Beziehung zwischen zwei Kandidaten. Wenn ein Kandidat nichts weiter über ein Thema erzählt, lässt es sich auch nicht mehr darstellen. Wenn zwei Kandidaten in einer Beziehung zueinander stehen – ein Umstand, der allein schon durch die Spielsituation an einem Ort gegeben ist –, kann eine Erzählung immer weiter fortgesponnen werden. Denn ob die Kandidaten nun weiter miteinander reden oder nicht, die Inszenierung erlaubt es, beide Verhaltensweisen aufeinander zu beziehen, in einem Fall nach dem Motto: „Sie verstehen sich immer noch gut“, im anderen Fall nach dem Motto: „Sie reden nicht mehr miteinander – es kriselt.“

3.3.5 Kennzeichen der Narration: Bezüge zu Boulevardthemen

Die Dschungelshow zeichnet sich nicht nur dadurch aus, dass prominente Teilnehmer als narrative Figuren innerhalb des Spielshowrahmens bestimmte Funktionen übernehmen (vgl. Kapitel 3.2.2), sondern auch dadurch, dass ihre Handlungen narrativ aufbereitet werden, um hierdurch den Fluss einer Erzählung entstehen zu lassen (vgl. Kapitel 3.3.2). Die Themen der Narration orientieren sich dabei inhaltlich an gängigen Boulevardmagazinen, wobei die Repräsentation und die ästhetische Gestaltung statt der genretypischen Involvierung eher zur komischen Distanzierung beiträgt.

In einer Studie zur Themenstruktur von Boulevardmagazinen, in der 205 Sendungen mit insgesamt 1.593 Beiträgen auf ihren thematische Aufbau untersucht wurden, konnte festgestellt werden, dass 28 Themenbereiche zu unterscheiden sind: „Kriminalität / Mord und

Totschlag / Missbrauch und Vergewaltigung / Geiselnahme und Flugzeugentführung / Raub und Überfall / Krankheiten, Therapien und medizinische Entdeckungen / Operationen / Esoterik und Außerirdische, Ufos / Unglücke (Flugzeug, Schiff, Zug), Autounfälle / Brände und sonstige Unfälle / Hochwasser und andere Naturkatastrophen / Behördenstreit, Rechtsstreit / Vermisste / Tiere / Rekorde / Kurioses / Urlaub / Freizeit / Sport / Mode und Kosmetik / Erotik und Sex / Gewinnspiele / Zuschauerreaktionen und Spendenaufrufe / Medien (Filmpremieren, Tourneen) / Prominente / Adel / Wetter / Sonstiges“ (Mikos 1997, S. 66). Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* greift sehr viele von diesen Boulevardthemen in ihren Narrationsblöcken auf.

Allgemein ist festzuhalten, dass drei dieser Themenkategorien als feste Bestandteile der Sendung fungieren:

- Erstens wird täglich ein Gewinnspiel arrangiert, in dem die Zuschauer durch ihr telefonisches Voting, einen „Star“ zur Dschungelprüfung oder zur Abwahl aus dem Camp wählen und dadurch 5.000 Euro erwerben können;
- Zweitens ist das telefonische Voting als indirekte Zuschauerreaktion aufzufassen, auch wenn diese hier nicht in persönlicher Form auftreten;
- Drittens wird der Alltag von Prominenten innerhalb des Spielrahmens thematisiert, die als Protagonisten der Show täglich zu sehen sind.

Neben diesen konstanten Bestandteilen werden im Lauf der Show auch viele andere Themen behandelt, die sich inhaltlich am Themenspektrum der Boulevardberichterstattung orientieren:

Die Kategorie *Mode und Kosmetik* wird beispielsweise in dem Themenblock vom 11.01.2004 hervorgehoben, wenn Dirk Bach die Wichtigkeit der Camppflege mit der Frage „Und vor allem: Hält die Frisur?“ betont, worauf sämtliche Campbewohner beim Kämmen oder Frisieren ihrer Haare gezeigt werden. Neben der permanenten Hervorhebung, dass die Kandidaten nur zwei Luxusartikel mit ins Camp nehmen durften und somit die kosmetische Versorgung reduziert ist, wird auch Daniel Küblböck in der Folge vom 17.01.2004 inszeniert, wie er angesichts der Campkleiderordnung in Tränen ausbricht („Daniel Küblböck: Wenn ich nach Hause komme, bin ich gar nicht mehr ich. Ich trage so gerne Klamotten“).

Kurioses wird bei Werner Böhms nächtlicher Lichtgestaltensuche (Folge vom 11.01.2004) thematisiert, wenn dieser selbst aussagt: „Das war wie weiße Sterne.“ Die Themenkategorie *Esoterik* wird in erster Linie durch die Kandidatin Antonia Langsdorf präsentiert, die in

ihrer Rolle als „Astrofee“ den anderen Campbewohnern ihre Horoskope deutet (z.B. Themenblock in der Folge vom 14.01.2004). Ebenfalls wird Costa Cordalis in einen esoterischen Kontext gestellt, da er häufig bei morgendlichen Meditationen gezeigt wird. Erfolgreich absolvierte und tapfer durchgestandene Dschungelprüfungen werden oftmals von den Moderatoren wie *Rekordleistungen* gehuldigt (Sonja Zietlow: „Das ist unglaublich!“, 10.01.2004). Der Bereich *Sport* wird zweimal in der Sendung explizit hervorgehoben. In der Folge vom 12.01.2004 führt Carlo Thränhardt ein Sportprogramm mit den Campbewohnern durch, in der Folge vom 13.01.2004 präsentiert Susan Stahnke ihre speziellen Leibesübungen. Im Zusammenhang mit den allgemeinen Konditionen im Camp werden sowohl das *Wetter* („Dauerregen“) als auch *Tiere* thematisiert, welche in erster Linie als Gefahr des Dschungels bei den Schatzsuchen hervorgehoben werden oder auch eine Plage („Ratten im Camp“, Folge 18.01.2004) bedeuten können. *Vermisste* werden in der Folge vom 14.01.2004 thematisiert, wenn Susan Stahnke von der verzweifelten Suche nach ihrem leiblichen Vater berichtet. Der Themenblock „Sommer, Sonne, Sexiness“ (Folge 14.01.2004), in denen die „Stars“ entweder leicht bekleidet oder bei ihrer scheinbaren Annäherung präsentiert werden, kann zur Kategorie *Erotik / Sex* gezählt werden. In diesem Kontext sind auch Werners Böhms „Bekanntnisse vor laufender Kamera“ (Folge vom 17.01.2004), Daniel Küblböcks Annäherungsversuch bei Mariella („Ich will Sex mit dir!“, Folge vom 17.01.2004) sowie insbesondere Mariellas Inszenierung als Sexobjekt, da sie während der gesamten Sendung immer wieder im Bikini in einer sexuell aufreizenden Pose gezeigt wird.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass das Spektrum boulevardesker Themen in *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* auf breiter Ebene angelegt ist und nach obiger Kategorienzuordnung der Studie zu Boulevardmagazinen in 12 Tagen mindestens 12 Themenbereiche in unterschiedlichen Kontexten verarbeitet werden, wobei drei davon (Prominente, Gewinnspiel, Zuschauerreaktion) als fester Bestandteil im Showrahmen verhandelt werden.

Die Medienwissenschaftlerin Bettina Fromm hat in Bezug auf die emotionalisierende Wirkung von Boulevard- und Infotainmentmagazinen hervorgehoben, „dass die meist tagesaktuellen Meldungen als MAZ-Einspielungen mit den authentischen prominenten wie unprominenten Betroffenen als Protagonisten ihrer privaten Geschichten inszeniert werden, und diese Art und Weise der medialen Präsentation legt einen subjektiv gefärbten und häufig stark emotionalen Charakter der zuweilen sehr persönlichen Ereignisse nahe“ (Fromm 1999, S. 27). Betrachtet man hierauf die Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*

kann festgestellt werden, dass die MAZ-Einspielungen zwar nicht tagesaktuell sind, für die Zuschauer jedoch trotzdem häufig das Gefühl von Aktualität erzeugt wird, da die Folgen kontinuierlich aufeinander aufbauen und zwischendurch geschnittene Live-Schaltungen den Eindruck der Gegenwärtigkeit untermauern. Da es sich bei den Kandidaten um „authentische“ Prominente handelt, die auch showextern in Boulevardmagazinen als Protagonisten (vgl. Kapitel 3.5) auftreten, kann hier gegebenenfalls eine assoziative Verknüpfung hergestellt werden. Ebenso wird der subjektiv gefärbte Charakter durch die Kommentierungen der Moderation erreicht. Durch den durchgängig komischen Modus (mit Ausnahme der Dschungelprüfungen) werden jedoch nicht Emotionen wie Betroffenheit oder Mitgefühl hervorgerufen, sondern es wird eher dazu verleitet, an der Komik anzuknüpfen und die Inszenierung der Kandidaten als lustig zu empfinden (vgl. Kapitel 3.4). Obwohl viele der Einspieler die persönlichen Emotionen der Kandidaten betonen und somit auch aus ihrer personalen Sicht berichten, werden diese durch komische Akzentuierungen bei den Kommentaren oder durch die ästhetische Aufbereitung verfremdet. So wird die emotionale Szene, in der Susan Stahnke sehr bewegt von der verzweifelten Suche nach ihrem leiblichen Vater berichtet, von Dirk Bach mit den Worten kommentiert: „Ich denke mal, der Erfolg hat viele Väter“ (Folge 14.01.2004). Bei der Kommentierung der Voting-Nummern wird dieses Thema in der Folge vom 16.01.2004 ebenfalls noch einmal ironisch aufgenommen, indem sie als „Nemo, der kleine Clownfisch, der seinen Vater sucht“ bezeichnet wird. In der Folge vom 11.01.2004 wird Werner Böhms Suche nach einer kuriosen, nachts auftretenden Lichtgestalt sowie seine bestürzte Verkündung des Erlebnisses sowohl durch den Kommentar der Moderatoren als auch durch die ästhetische Aufbereitung ironisiert und verfremdet: Während Werner Böhms Verhalten in der Anmoderation von Dirk Bach als latent geistesverwirrt deklariert wird („Wenn man etwas sieht, das nicht da ist, nennt man das Fata Morgana, und wenn man trotzdem daran glaubt, nennt man das Halluzination“) sieht man ihn im darauf folgenden Narrationsblock in Unterhosen und mit einem Stock bewaffnet durch das Dschungeldickicht wandeln, was kontrastierend mit dem musikalischen Motiv der Mystery-Serie *Akte X* vertont wird (vgl. Kapitel 3.4.2). Als Werner Böhm in demselben Narrationsblock seinen Mitcampern am nächsten Tag mehrmals von seiner unheimlichen Erfahrung berichtet, verdeutlicht eine am unteren Bildrand eingeblendete Zeitleiste die scheinbare Dramatik, die dieses Erlebnis für ihn ausgelöst hat. Obwohl somit Werner Böhms persönliche Sichtweise hervorgekehrt wird, erzeugt dies keine Betroffenheit bei den Zuschauern, da wiederum der Einsatz von Spezialeffekten (vgl. Kapitel 3.4.3) die Involvierung des Zuschauers verhindert. So wird seine zeigende Geste in einem

bläulich eingefärbten Standbild festgehalten und auf sein entsetzt verzerrtes Gesicht gezoomt, womit abermals ein komischer Gegensatz zwischen Werner Böhms emotionalem Zustand und dessen ästhetisch-gestalterischer Repräsentation ausgelöst wird.

Neben „Personalisierung und Emotionalisierung“ (vgl. Mikos 1998, S. 65) sind „Sensationsberichte, Klatsch und eine Kulturberichterstattung, die sich [...] im weiten Feld der Populärkultur bewegt“ (ebd., S. 67) weitere Charakteristika der Boulevardberichterstattung. Auch bei *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* sind Sensationsberichte und Klatsch als feste Bestandteile der Sendung angelegt und werden auf drei verschiedenen Ebenen inszeniert:

Erstens wird Klatsch als showinterner Aspekt, zumeist in Form von Gerüchten über das Campgeschehen hervorgekehrt. Zweitens kommt es zur Verknüpfung von showinternen und showexternen Klatschgeschichten. Drittens wird in seltenen Fällen ausschließlich auf showexternen Klatsch zurückgegriffen, der somit nicht direkt im Zusammenhang mit dem aktuellen Campgeschehen zu verorten ist.

Auf der ersten Ebene wird Klatsch am umfangreichsten inszeniert, da der Spielrahmen von vornherein festlegt, dass zehn verschiedene Kandidaten an einem ungewöhnlichen Ort zusammenleben, ihren Alltag mit reduzierten Mitteln bestreiten und dabei rund um die Uhr gefilmt werden, wodurch eine fassettenreiche Perspektivierung des Geschehens ermöglicht wird. Diese Spielkonstellation bietet – unabhängig von der Tatsache, dass es sich zudem um prominente Kandidaten handelt – ausreichend „Nährboden“ für Klatsch- und Tratschgeschichten. Ein Beispiel für Klatsch auf dieser Ebene wäre der Themenblock „Sommer, Sonne, Sexiness“ in der Folge vom 14.01.2004, in dem größtenteils leicht bekleidete Kandidaten beim Sonnen oder Baden präsentiert werden. Als Daniel die BH- Körbchengrößen von Mariella Ahrens und Caroline Beil richtig errät, wird dies von Sonja Zietlow mit den Worten kommentiert: „Daniel hat nicht nur Augenmaß, sondern auch ein Händchen für das, was Frauen wollen.“ Der inszenierte Klatsch wird situationsabhängig präsentiert. Ob der Zuschauer gegebenenfalls Bezüge zu Daniel Küblböcks showexternem Image als sexuell nicht festgelegtem Jugendlichen herstellt, hängt von seinem intertextuellen Wissen ab sowie dem Umstand, welche Bedeutung er diesem Aspekt beimisst. Im gleichen Themenblock werden ebenfalls potentielle Annäherungsversuche der Kandidaten (Costa Cordalis streichelt Caroline über ihr Bein, Daniel Küblböck nähert sich Mariella Ahrens an, Susan Stahnke wird bei zweideutig aussehenden Dehnübungen gezeigt) als showinterne Klatsch-

gesichtspunkte im Rahmen der Showsituation von Sonja Zietlow hervorgehoben: „Es wird getuschelt, es wird geflirtet, man zeigt sich, man kommt sich näher.“

Auf der zweiten Ebene wird showinterner mit showexternem Klatsch verknüpft. Diese Verbindung kann auch als fester Showrahmen betrachtet werden, da dieser vorsieht, dass „Stars“ als Protagonisten auftreten, die durch ihre Prominenz und ihre – mehr oder weniger zahlreichen – Auftritte in der Öffentlichkeit bereits über einen showexternen „Startext“ verfügen. In der bereits erwähnten Studie zu Boulevardmagazinen wurde festgestellt,

„dass Boulevardmagazine im Wesentlichen davon abhängig sind, dass draußen in der Welt nicht nur Kriminalfälle, Katastrophen und Kurioses passieren, sondern auch die prominenten Menschen dieser Welt weiterhin aktiv bleiben, sowohl beruflich als auch privat“ (Mikos 1998, S. 67). In diesem Sinne kann auch die Inszenierung der prominenten Kandidaten in der Dschungelshow betrachtet werden, die sowohl als „Privatpersonen“ angesichts ihres Zusammenlebens „ohne Schminke“ auftreten, als auch als „Stars“, deren berufliches Leben sich zumeist in der Öffentlichkeit abspielt. So werden beispielsweise Werner Böhms „Bekanntnisse vor laufender Kamera“ (Folge: 17.01.2004), in denen er am nächtlichen Lagerfeuer von seinen ersten sexuellen Annäherungsversuchen bei seiner Frau berichtet, von Dirk Bach mit den Worten kommentiert: „Neun Tage im eigenen Saft schmoren, da gehen irgendwann die Plauderthemen aus. Da bleibt nur noch der Seelenstriptease, und das vom Meister des Nackttanzes: Werner Böhm.“ Angesichts des anstrengenden Campalltags wird showintern auf Werner Böhms Rolle als uneitler Kandidat, der seinen korpulenten Körper hemmungslos zur Schau stellt, ein Bezug hergestellt. Gleichzeitig wird hier auch auf showexterne Kontexte verwiesen, indem Dirk Bach betont: „Dreimal war Werner verheiratet, was würde der noch alles erzählen, wenn er noch ein paar kuschelige Abende am Lagerfeuer zubringt ?“. Hiermit werden innerhalb der Dschungelsituation externe Aspekte thematisiert, die wiederum die Funktion haben, die Erzählung des internen Geschehens zu erweitern bzw. zu weiteren Klatschgeschichten auszubauen. Besonders häufig wird die Kandidatin Susan Stahnke im Zusammenhang ihrer externen Kontexte hervorgehoben, beispielsweise durch die häufige Erwähnung ihrer nicht eindeutig geklärten Aufgabe, im Camp ein Tagebuch zu verfassen (vgl. 3.2.2).

In selteneren Fällen wird showexterner Klatsch ohne den narrativen Zusammenhang der Show inszeniert. So wird Werner Böhms ehemalige Alkoholabhängigkeit nach einer Live-Schaltung (Folge: 17.01.2004) von Dirk Bach mit den Worten kommentiert: „Werner hörte nur was von Alkohol und guckte ganz traurig.“ worauf Sonja Zietlow hinzufügt: „Aber er

ist trocken.“ Hier wird ein Gesichtsausdruck von Werner als „traurig“ interpretiert, ebenso gibt es keine in der Situation angelegten Beweise, dass sich Werner Böhms vermeintlicher Gesichtsausdruck auf den Entzug von Alkohol bezieht.

3.3.6 Wissensvorsprünge

Ein wichtiges dramaturgisches Element, das einerseits zur Spannungsförderung der Narration, andererseits zur Distanzierung von den Ereignissen beiträgt, sind Wissensvorsprünge, die in *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* sowohl auf der sprachlichen Ebene als auch durch die Gestaltung inszeniert werden. Die Moderatoren machen von Anfang an auf ihren Blickwinkel, der die Ereignisse aus einer erhöhten, distanzierten Perspektive präsentiert, aufmerksam (vgl. Kapitel 3.3.2) und offerieren den Zuschauern, mit ihnen diese „Vogelperspektive“ einzunehmen. Das wird zudem durch die Position des Baumhauses oberhalb des „Dschungelcamps“ räumlich in Szene gesetzt. Sowohl bei den Anmoderationen aus dem Baumhaus als auch bei der Kommentierung der Einspieler wird diese Sicht als durchgängiges Motiv immer wieder thematisiert. So verkündet etwa Sonja Zietlow in der Folge vom *12.01.2004*: „Das Schönste ist ja, dass unsere Stars überhaupt nicht mitkriegen, was wir hier machen, nicht wie die Sendung läuft, wann die Sendung läuft. Und welche Bilder wir zeigen“. Diese Aussage, die auch als selbstreferenzielles Statement zur Dschungelshow gesehen werden kann, impliziert die Wissenskluft, die zwischen den überlegenen Moderatoren und Zuschauern auf der einen Seite und den ahnungslosen Kandidaten auf der anderen Seite vorhanden ist.

Ebenso verweisen die Moderatoren die Kandidaten durch ihre ironischen Kommentare während der Einspieler in eine Art Opferrolle. So kommentiert Dirk Bach den fröhlichen Marsch der Kandidaten vom Luxushotel ins Camp mit den Worten: „Das Singen wäre unseren Stars schon längst vergangen, wenn sie wüssten, was jetzt bevorsteht“ (Folge vom *09.01.2004*). In der nächsten Einstellung werden die Kandidaten von Wachmännern nach unerlaubten Luxusartikeln durchsucht. Ein weiteres Beispiel wäre die Schatzsuche von Mariella und Caroline (Folge vom *12.01.2004*), bei der Dirk Bach angesichts des schweren Inhalts betont: „... denn was sie nicht wissen: Die Schatztruhe hat es in sich“, worauf der Inhalt der Kiste, ein Stein, nur für die Zuschauer ersichtlich eingeblendet wird.

Ein weiteres inszenatorisches Element, welches den Zuschauern Wissensvorsprünge verschafft, sind die Situationen, in denen die Kandidaten isoliert von der Gruppe ihre persön-

lichen Statements im Sprechzimmer abgeben. „Durch die direkte Ansprache des Publikums ‚hinter‘ der Kamera im Sprechzimmer werden die Statements auch zu Belegen der ‚Echtheit‘ des Gezeigten“ (vgl. Mikos u.a. 2000, S. 68). Den Zuschauern werden somit die „wahren“ Gefühle und Einstellungen der Kandidaten präsentiert, über welche die anderen Campbewohner keine Kenntnis besitzen. So lässt etwa Daniel nach dem Auszug von Antonia und Susan verlauten: „Das Problem ist einfach, dass mir genau die Leute weggenommen werden, die ich mag, und die ich nicht mag sind immer noch hier, und ich kann nicht mit denen auskommen“ (Folge vom 17.01.2004).

Auch inszenatorisch werden auf komplexe Weise Wissensvorsprünge für die Zuschauer kreiert: Als Caroline für die Dschungelprüfung „Hack-Attacke“ ausgewählt wird (Folge vom 13.01.2004), wird ihr ahnungsloser Ausruf „Hack Attacke?“ auf der Tonspur mehrmals übereinander gelegt, um ihre Unkenntnis als Ausdruck des Entsetzens zu inszenieren. Gleichzeitig teilt sich der Bildschirm, so dass direkt neben Caroline die pickenden Sträucher als Antwort auf das, was sich hinter dieser Dschungelprüfung verbirgt, eingeblendet werden. Dieser Splitscreen erzeugt abermals einen Wissensvorsprung für die Zuschauer, da nur sie erahnen können, was Caroline bei ihrer Prüfung erwartet. In der gleichen Sequenz wird ein Gespräch zwischen Daniel und Caroline präsentiert, in dem Daniel feststellt: „Irgendetwas muss die Zuschauer draußen bewegt haben, dich zu wählen.“ Diese Wissensellipse, kann nur der Zuschauer füllen, der weiß, dass nur die „Lästerattacken“ zu dieser Prüfung geführt haben können.

3.3.7 Interventionen als narratives Steuerungselement

Neben der narrativen Aufbereitung des Ausgangsmaterials von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*, die einen Erzählfluss mit abgeschlossenen und übergreifenden Handlungssträngen erzeugt und den Kandidaten spezifische, den aktuellen Geschehnissen angepasste narrative Funktionsrollen zuschreibt, greifen zusätzliche, von Seiten der Produktion gesteuerte Interventionen in den Alltag der Campbewohner ein. Hierdurch wird der weitere Verlauf der Handlung künstlich beeinflusst, so dass einige der Narrationsstränge auf diese Weise überhaupt erst erzählbar gemacht werden können.

Die Interventionen spielen hauptsächlich auf zwei Ebenen eine Rolle: Erstens durch die Moderatoren, die mehr oder weniger transparent äußern, wie sie sich den weiteren Verlauf der Sendung vorstellen, und zweitens durch subtilere Maßnahmen, die von der Produktion gesteuert werden und „als quasi Regieanweisungen“ (vgl. Mikos u.a. 2000, S. 68) fungie-

ren. Die Moderatoren erfüllen nicht nur die Rolle, das Geschehen zu kommentieren und zu interpretieren, sondern sie befinden sich auch in der Lage, die Zuschauer bei ihrer Kandidatenwahl zu beeinflussen. Das wirkt sich wiederum als äußerer Umstand auf die Narration aus. Dieses Prinzip wird in der Folge vom *11.01.2004* besonders deutlich, da die Moderatoren die Zuschauer mehrmals dazu auffordern, Daniel Küblböck nicht mehr für die Dschungelprüfung zu wählen, da dieser bereits zweimal antreten musste.

Stattdessen wird von Seiten der Moderation „augenzwinkernd“ nahegelegt, wie die Zuschauerentscheidung aussehen sollte:

Sonja Zietlow: „Wir haben hundert Aale befragt, mit wem sie am liebsten baden würden. – Topantwort: mit einer Frau!“

In der anschließenden Verkündung der Voting-Nummern wird durch die Kommentierung der Kandidaten betont, wer zu den potenziellen Favoriten für die Dschungelprüfung „Terroraquarium“ gezählt wird. Während bei Antonia lediglich auf neutrale Weise ihre Voting-Nummer verkündet wird, folgt Carlo, der „als genauso blond, dafür nicht ganz so weiblich“ bezeichnet wird. Caroline Beil wird als „gar nicht blond, dafür umso weiblicher“ charakterisiert und erfährt durch den komischen Gegensatz zu Carlos Kommentierung, sowie den schrillen Tonfall von Sonja Zietlow eine besondere Akzentuierung. Auch Mariella wird innerhalb dieser Charakterisierungen als mögliche Kandidatin verhandelt, in dem sie „als Traum aller Aale“ tituiert wird.

Nachdem Daniel Küblböck trotzdem für die folgende Sendung am *13.01.2004* von den Zuschauern als Kandidat für die Dschungelprüfung gewählt wird, erweitern die Moderatoren durch einen absurden Vergleich zwischen Daniel Küblböck und dem amtierenden Bundeskanzler den eigentlichen Spielrahmen:

Dirk Bach: „Wir sind ja Kummer gewöhnt. Erst zweimal Schröder, jetzt dreimal Küblböck. Ich bin ja nicht direkt gegen Demokratie, aber Sie (Zuschauer zu Hause, d.A.) zeigen uns die Schwächen auf.“

Auf der konkreten Spielebene innerhalb der Dschungelshow impliziert dieser Vergleich die Aufforderung, Daniel Küblböck nicht mehr als Kandidat für die nächste Dschungelprüfung zu wählen. Dadurch überschreiten sie ihre Funktion als neutrale Spielleiter, indem sie versuchen eine Regel – die freie Entscheidung der Zuschauer über den Prüfling – zu manipulieren. Darüber hinaus wird in doppelter Hinsicht ironisierend auf showexterne, politische Kontexte verwiesen: So wird Demokratie als Staatsform auf die Wahlfreiheit der Wähler reduziert, und zudem wird eine Analogie zwischen dem deutschen Bundeskanzler und

einem Jugendlichen hergestellt, der sich im Wesentlichen durch sein paradiesvogelhaftes Image und seine extravaganten Auftritte in der Öffentlichkeit auszeichnet. Dementsprechend wird hier abermals ein karnevalistisches Prinzip deutlich, da der Karneval laut Bachtin „in einem Mischbereich von Realität und Spiel [...] einen neuen Modus der Beziehung von Mensch zu Mensch [ausbildet], der sich den allmächtigen sozialhierarchischen Beziehungen des gewöhnlichen Lebens entgegensetzt“ (vgl. Bachtin 1990, S. 48). Da Klatsch und Boulevardberichterstattung feste Bestandteile der Show sind (vgl. Kapitel 3.3.5, 3.5) und diese durch die ästhetische Gestaltung (vgl. Kapitel 3.4) komisch inszeniert werden, legitimiert sich der Vergleich im Rahmen der Show und schließt gegebenenfalls an der z.T. existierenden Boulevardberichterstattung des „Medienkanzlers“ (Stichwort: Haartönungen etc.) an.

Auch in der Folge vom *19.01.2004*, in der die Wahl von drei Kandidaten für das Finale ansteht, machen die Moderatoren durch ihre Kommentierung keinen Hehl daraus, dass sie sich Caroline, Costa und Lisa als Traumkonstellation für die letzte Runde wünschen. Während Daniels Voting-Nummer kommentarlos verkündet wird, heben die Moderatoren Costa mit einer ironischen Suggestion an die Zuschauer hervor: „Ja, wenn sie auch der Meinung sind, wer Daniel die Meinung sagt, gehört in jedes Finale.“ Noch deutlicher werden Lisa und Caroline als mögliche Finalistinnen gehandelt, da Caroline als eine Frau charakterisiert wird, die „prima mit Costa und Lisa ins Finale passen würde“, und Lisa als „würdiger Gegner für Costa und Caroline“ bezeichnet wird.

Neben der Beeinflussung des Wahlverhaltens greift die Produktionsseite auch gezielt in die Narration des Campgeschehens ein, da beispielsweise bestimmt wird, wer von den Campbewohnern auf Schatzsuche geschickt wird, und hierbei häufig auf aktuell thematisierte Personenkonstellationen Bezug genommen wird. So werden in der Folge vom *12.01.2004* Caroline Beil und Mariella Ahrens aufgefordert, sich auf die Schatzsuche zu begeben, wobei der Zuschauer in einem Narrationsblock des Vortages von Carolines scheinbar vorhandener Missgunst gegenüber ihrer Mitsstreiterin erfahren hat („Die auch!“ in Bezug auf falsche Brüste; „Die kommt noch mal – ei da die pups“ als Mariella in ihrem Bikini die Böschung hinabsteigt). Die Moderatoren nehmen in einer Rückblende Bezug auf dieses Thema und gestalten es durch die Schatzsuche zu einem neuen, erweiterten Narrationsblock aus:

Dirk Bach (ironisch als Kommentar zur Rückblende): „Das klingt doch nach wahrer Freundschaft, und so was unterstützen wir gern. Und was könnte mehr verbinden als ein richtiges Abenteuer: Mariella und Caroline auf Schatzsuche.“

Abgesehen von diesen eher transparenten Inszenierungsstrategien lassen sich jedoch auch Interventionen nachweisen, die eher subtileren Charakter aufweisen. Während die Verkündung der Voting-Nummern zumeist von deutlichen Kommentaren zu den entsprechenden Kandidaten begleitet werden, stellen die am unteren Bildrand eingespielten Voting-Aufrufe eine eher unbewusst wahrzunehmende Akzentuierung dar. Hier lassen sich ungleichmäßige Verteilungen zugunsten bestimmter Kandidaten feststellen. Das wohl eindringlichste Beispiel lässt sich in der Folge vom *12.01.2004* nachweisen: Wenn Caroline und Carlo in ihrer Funktionsrolle als „Lästerer“ inszeniert werden (und dieses Thema zudem auch schon am Vortag als narratives Element eingeführt wurde), erscheinen am unteren Bild in vierfacher Folge die Auflistung ihrer jeweiligen Voting-Nummern. Diese quantitative Verschiebung fällt nicht unmittelbar auf, weil unterdessen immer die von Carlo und Caroline thematisierten „Lästerobjekte“ durch die Montage szenisch ins Bild gesetzt werden. Da es zu diesem Zeitpunkt der Show darum geht, Kandidaten für die Dschungelprüfung zu wählen, kann davon ausgegangen werden, dass eine Wahl der „Lästerer“ seitens der Produktion forciert wird.

Ein weiteres dramaturgisches Interventionsmoment stellt die Kreation eines Dschungel-songs dar, der anlässlich Antonias Geburtstag (Folge vom *14.01.2004*) während der abendlichen Feier vorgetragen werden soll. Diese Gruppenaufgabe sieht vor, dass jeweils ein Kandidat über einen anderen eine Strophe textet, wobei die Strophenverteilung als indirekte Regieanweisung vorgegeben ist und sich an den zuvor inszenierten Konflikten zwischen einigen Campbewohnern orientiert. In diesem Sinne erscheint es auch nicht zufällig, dass Carlo eine Strophe über Lisa komponieren muss, über die er in der Folge vom *11.01.2004* verlauten ließ, dass er es als „sehr angenehm empfindet“, wenn sie sich nicht im Camp aufhält. Ebenso die Tatsache, dass Caroline eine Strophe über Susan Stahnke beitragen soll, die von ihr zuvor mehrfach deutlich als dumm und „nicht dschungeltauglich“ (Folge vom *14.01.2004*) bezeichnet wurde. Daniel wiederum hat die Aufgabe, eine Strophe zu Caroline zu texten, deren Verhältnis ebenfalls als nicht unproblematisch inszeniert wurde (Daniel: „Caroline, du kannst mich mal am Arsch lecken.“, Folge vom *11.01.2004*) und nach der Strophenvergabe durch eine Einblendung von Daniel im Sprechzimmer nochmals aktuell thematisiert wird („Es gibt hier eine Person, die ich nicht mag, und das ist Caroli-

ne.“). Auf diese Weise werden scheinbar schwierige Interaktionsverhältnisse dramaturgisch zugespitzt und erzeugen die Spannung darüber, wie die einzelnen Campbewohner diese konflikträchtige Aufgabe angehen.

3.3.8 Vergleich der Narration mit *I'm a celebrity – Get me out of here!*

In *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* ist die Narration hauptsächlich durch relativ abgeschlossene Blöcke organisiert (vgl. Kapitel 3.3.4), die in der Regel komisch inszeniert sind. In den analysierten Folgen der britischen Show dominieren dagegen zwei übergreifende Handlungsstränge, die nach Soap-Opera-Mustern gestaltet sind und bei denen es zu keiner komischen Distanzierung durch Gestaltung oder Voice-Over-Kommentaren kommt. Es gibt in dem englischen Format keine kontrastierenden Musikeinspielungen und Einblendungen, die in der deutschen Fassung häufig die komische Inszenierung der eingespielten Tageszusammenfassungen und Themenblöcke ausmachen (vgl. Kapitel 3.4).

In einem Handlungsstrang wird eine Liebesgeschichte zwischen Katie „Jordan“ Price und dem Popsänger Peter Andre inszeniert. In der Folge vom 29.01.2004 sitzen beide zusammen auf einem Feldbett, Peter Andre streichelt gelegentlich die Beine von Katie Price, während in der Kandidatenrunde ein Gespräch über sexuelle Vorlieben stattfindet. Diese erste Annäherung wird am Ende der Sendung in einem Narrationsblock fortgeführt, der explizit die sich anbahnende Beziehung thematisiert und Bilder zeigt, wie beide gemeinsam auf einer Liege schlafen. Am 11.02.2004 wird der Strang weitergeführt und ein erster Konflikt eingebaut: Peter imitiert einen englischen Popsänger, mit dem Katie Price angeblich eine Affäre hatte – ein Thema, das in der englischen Boulevardpresse eine starke Aufmerksamkeit hatte; auf diese Weise wird auch hier an Boulevardkontexte angeknüpft (vgl. Kapitel 3.3.5, 3.5). Katie Price reagiert mit genervtem Gesichtsausdruck auf diese Vorführung. In einem späteren Block in der gleichen Folge sitzen sie jedoch wieder eng nebeneinander in der Kandidatenrunde und die Kandidatin Kerry McFadden beginnt die Beziehung zu thematisieren: „Is there a connection between you? I see something is going on here.“, woraufhin einzelne Kandidaten das Thema aufgreifen und Ereignisse, die auf eine Beziehung deuten, in einem Dialog rekapitulieren. Dies ist ein typisches Soap-Opera-Muster: „Die Handlung [besteht] vorwiegend aus Gesprächen über Ereignisse denn aus den Ereignissen selbst“ (Rössler 1988, S. 26; vgl. auch Mikos 1994, S. 149 ff.). Dies hängt einerseits mit der Tatsache zusammen, dass neue Zuschauergruppen schnell in die Geschehnisse der Handlung einsteigen können und Informationen über Hintergründe noch

nicht vertrauter Figuren erhalten. Andererseits wird der Zuschauer durch dieses Prinzip in eine allwissende Position versetzt, in der er zu jedem Zeitpunkt der Handlung ein Vorwissen über die Konstellation der Figuren besitzt.

Die anschließende Folge am 12.02.2004 wird von dem Peter Andre/Katie Price-Handlungsstrang dominiert. Fast alle eingespielten Zusammenfassungen knüpfen an diese Erzählung an, führen sie fort oder wiederholen Elemente. Dabei erreicht die Dramatisierung einen Höhepunkt. Nachdem Peter Andre Katie Price zu Beginn „I love you“ ins Ohr flüstert, kommt es später zu einem Konflikt, bei dem Katie vermutet, Peter spiele alles nur vor, um für die Zuschauer interessant zu bleiben und nicht abgewählt zu werden. Wieder wird das zugrunde liegende Ereignis erst angedeutet (Peter flüstert Katie zu, sie sollten „heimlich“ schwimmen gehen, die Zuschauer wollten das sehen) und später in Dialogen ausführlich (Katie weiht die Kandidatin Alex Best ein und bittet sie um Rat) wiederholt und reflektiert. Wie in Soap Operas üblich wird der gesamte Erzählstrang mit konventionellen Kamera und Montagetechniken inszeniert. Gespräche werden im Halb- und Nahaufnahmen aufgenommen, bei dramatischen Momenten werden Close-up-Einstellungen ausgewählt: „Durch die Einstellung der Kamera auf Augenhöhe beobachtet der Zuschauer, wie sich zwei Personen unterhalten. Beide Protagonisten stehen im rechten Winkel zueinander, wobei ein Gesicht frontal, das andere im Profil gefilmt wird oder im shoulder shot, bei welchem ein Schauspieler hinter dem anderen steht und so beide Gesichter zur gleichen Zeit zu sehen sind“ (Luchting 1997, S. 141).

Auf diese Weise entsteht Intimität zwischen Zuschauer und Figur, so dass die Herstellung einer Beziehung erleichtert wird. Hier besteht ein deutlicher Unterschied zum deutschen Format. Die Comedy-Ebene, die *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* dominiert, wird in *I'm a celebrity – Get me out of here!* zugunsten einer folgenübergreifenden Soap-Dramaturgie zurückgestellt. Auf Voice-Over-Kommentare zu den Einspielern wird dabei vollständig verzichtet, so dass die Comedy in der englischen Fassung in erster Linie in den Live-Moderationen aus dem Baumhaus stattfindet. Gleichzeitig gibt es durch die fehlenden Distanzierungsmechanismen ein stärkeres Angebot an die Zuschauer für eine Involvierung und Identifizierung mit den Figuren.

3.4 Ästhetik und Gestaltung

3.4.1 Kamera und Montage

Durch die Gestaltung von Film- und Fernsichtexten wird die Aufmerksamkeit der Zuschauer gelenkt und Bedeutungsangebote werden nahe gelegt (vgl. Mikos 2003, S. 181). Aus diesem Grund spielt die Gestaltung von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* eine wichtige Rolle in der Inszenierung der Narrationen und der Figuren. Durch sie wird beeinflusst, ob der gezeigte Inhalt als komisch oder als spannend empfunden wird oder mit einer Emotion belegt ist, oder es werden Informationen betont, die im weiteren Verlauf der Sendung bedeutsam werden. Vor allem geschieht das durch Kameraeinstellungen und ihre Verknüpfung.

In der Folge vom *12.01.2004* sind Carlo Thränhardt und Susan Stahnke auf Schatzsuche. In dem Einspieler gibt es eine Einstellungsfolge, in der Carlo im ersten Bild zu sehen ist, wie er mit dem ausgestreckten Arm auf etwas zeigt, darauf folgt eine Einstellung, die eine Schlange in einem Baum beinhaltet. In der Verknüpfung wirkt es so, als ob Carlo auf dem Weg eine Schlange entdeckt hätte, wodurch Spannung erzeugt und der Showhintergrund des „gefährlichen“ Dschungels betont wird. Ein tatsächlicher räumlicher und zeitlicher Zusammenhang zwischen der Schlängenaufnahme und Carlos ausgestrecktem Arm besteht jedoch nicht notwendig, er wird nur durch die Montage hergestellt.

In der Folge vom *10.01.2004* blickt Dustin Semmelrogge in einer Halbtotalen traurig auf etwas in seiner Hand, danach wird auf die Großaufnahme eines romantischen Fotos geschnitten, auf dem er und seine Freundin zu sehen sind. Dadurch wird sein emotionaler Zustand in Szene gesetzt, der im folgenden Verlauf des Geschehens dahingehend bedeutsam wird, dass Dustin es nicht mehr im Lager aushält und er es als einziger Kandidat auf eigenen Wunsch vorzeitig verlässt. Der Streit zwischen Costa und Daniel am *19.01.2004* wird wie eine Gesprächssituation in einem fiktionalen Format mit einem klassischen Schuss-Gegenschuss-Verfahren inszeniert, wobei Großaufnahmen von den erregten Gesichtern die emotionale Spannung verstärken. Mit den ästhetischen Mitteln von Einstellungen und Montage wird hier ein authentischer Vorgang dramaturgisch aufbereitet und auf diese Weise die Rezeption des Zuschauers gesteuert. Die Gestaltung der Tonebene und der Einsatz von Effekten bestimmen die Bedeutungsangebote an den Zuschauer auf die gleiche Weise.

3.4.2 Musik

Die musikalische Untermalung dient in der Regel der komischen Kommentierung, in dem bekannte Songs und Soundtracksequenzen zu den gezeigten Ereignissen eingespielt werden. Der Einsatz verschiebt den gezeigten Inhalt auf die Comedy-Ebene der Show und wird sehr häufig bei den Einspielern zum Tagesgeschehen genutzt. Entsprechende Sequenzen in anderen Reality Shows, wie z.B. *Big Brother*, haben in der Regel einen dokumentarischen und authentischen Charakter, da sie ein tatsächliches Geschehen wiedergeben. Das ist zwar dramaturgisch aufbereitet und findet in einem inszenierten Rahmen statt, doch diese Faktoren bleiben möglichst unsichtbar. Durch die Verwendung von Musik, die komischen Strukturen folgt, wird die Authentizitätsinszenierung zurückgestellt, da wiederum die Distanzierungsmechanismen von Komik greifen. So werden dem Zuschauer deutliche Hinweise geliefert, dass die Darstellung des Inhalts eine verfremdete Imitation von Wirklichkeit ist. Die Musik übernimmt hier eine narrative Funktion, da sie den erzählten Inhalt kontrapunktisch kommentiert und so eine ironische Distanz zu den Bildern ausgedrückt wird (vgl. Mikos 2003, S. 232). Während Werner Böhm in der Folge vom 11.01.2004 nachts das Camp nach einer ominösen Lichtgestalt durchsucht, läuft auf der Tonebene das musikalische Thema der Mystery-Serie *Akte X*. Dadurch entsteht eine Inkongruenz, denn während er durch den Kommentar und seine Inszenierung nur mit Unterhose bekleidet und einen Stock schwingend eher lächerlich dargestellt wird, ist die Soundtracksequenz durch den ernsthaften und größtenteils unironischen Ton der Serie *Akte X* spannend und unheimlich konnotiert. Gleichzeitig ist der Einsatz der Musik durch die gemeinsame inhaltliche Ebene auch passend. Die Komik entsteht durch die Gleichzeitigkeit von kongruenten und inkongruenten Aspekten. Ein ähnliches Beispiel findet sich in dem Sexthemenblock vom 14.01.2004. Hier werden ironische sexuelle Anspielungen oder die als nicht erotisch geltenden Körper von Daniel und Werner von dem Song *Da Ya Think I'm Sexy?* von Rod Stewart begleitet, wodurch wiederum ein thematischer Bezug mit inkongruenten Verhältnissen geschaffen wird.

3.4.3 Effekte

Die Einblendung von Schrift und Grafik erfüllt die gleiche Funktion, wie sie für die Musik beschrieben wurde. Auch sie dient der komischen Kommentierung von gezeigten Ereignissen und transferiert die Blöcke über das tägliche Campgeschehen auf die Comedy-Ebene, auf der die Inhalte in einem komischen Modus repräsentiert werden. Am 11.01.2004 gibt

es in einer Sequenz zwei grafische Einblendungen, die dies beispielhaft verdeutlichen: Während Lisa Daniel erklärt, wie er mental mit der folgenden Prüfung umgehen soll, wird neben Daniels irritiert blickendem Gesicht ein Fragezeichen eingeblendet, und als er kurz darauf auflacht, eine Glühbirne. In der Folge vom *14.01.2004* errät er die BH-Körbchengrößen von Mariella und Antonia, woraufhin der Schriftzug „Frauenkenner“ rot aufblinkt.

Ein weiterer Effekt, der eingesetzt wird, ist die Infrarotkamera. In den Abendstunden ist das Camp künstlich beleuchtet, die Lichtquellen sind gelegentlich in den Bildern zu erkennen. In der Umgebung des Camps und nachts im Lager werden jedoch Infrarotkameras eingesetzt, die auch in der Dunkelheit erkennbares Material aufnehmen können. Dieses unterscheidet sich deutlich von dem Material der herkömmlichen Kameras. Es ist monochrom, der Farbton ist ein leicht fluoreszierendes grün, die dunklen Flächen sind fast ohne Zeichnung schwarz. Einerseits entspringt der Einsatz dieser Kameras einer technischen Notwendigkeit – auf andere Weise ließe sich kein Material bei Dunkelheit aufnehmen. Andererseits wird die spezielle visuelle Qualität auch dramaturgisch eingesetzt. In der Folge vom *14.01.2004* betont der Einsatz dieser Technik nach dem Streit in der Gruppe über Susan Stahnkes Tagebuch ihre Ausgrenzung, indem Infrarotaufnahmen von ihr etwas abseits von der Gruppe mit den normalen Bildern der anderen Campbewohner zwischengeschnitten werden, während diese über sie diskutieren. In der Folge vom *11.01.2004* wird Werners nächtliche Geisterjagd mit Infrarotaufnahmen inszeniert, die durch die Farbgebung und die dunklen Flächen eine mysteriöse Atmosphäre unterstützen. Die Licht- und Schattenverteilung im Lager sowie der Lichtschein von zwei Beleuchtungskörpern in einer Einstellung legen nahe, dass während der Aufnahmen auch eine künstliche Lichtsituation besteht, die Aufnahmen mit den normalen Kameras ermöglichen würde. In der Folge vom *18.01.2004* gibt es dann auch eine entsprechende Nachtaufnahme von einer Schlange, die über Daniels Feldbett gleitet und die unter künstlicher Beleuchtung mit den herkömmlichen Kameras aufgezeichnet wurde.

3.5 Kontexte

In *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* werden eine Vielzahl von Verweisen zu anderen Fernsehtexten hergestellt. Diese Verweise sind an die Zuschauer adressiert, die ihr intertextuelles Wissen aktivieren müssen, um entsprechende Bedeutungen in der Rezeption zu produzieren. Text und Rezipient sind also in Kontexte eingebunden, in denen Bedeutungszuweisungen über die konkrete Interaktion hinausweisen. Der Text verweist auf gesellschaftliche Diskurse und andere Texte, die Zuschauer rezipieren vor dem Hintergrund ihrer lebensweltlichen und kulturellen Diskurse sowie ihres Wissensvorrats zu anderen Texten: „Das Fernsehen schafft in seinen Programmen gewissermaßen ein horizontales intertextuelles Referenzsystem, das permanent auf das Medium und seine Texte verweist. Die Serienstars oder Nachrichtensprecherinnen, die in Talkshows auftreten oder in Shows als Gäste und Kandidaten dabei sind, verweisen auf die Fernsehtexte, in denen sie in Funktions- und Handlungsrollen zu sehen sind“ (Mikos 2001, S. 235).

Das Verweisungsgefüge, das in *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* durch die Akteure entsteht, verknüpft die Sendung mit anderen Formaten, auf die die Zuschauer in der Bedeutungsproduktion zurückgreifen und bestimmt dadurch die Rezeption. Beispielsweise ist Dirk Bach durch Comedy Shows und -serien bekannt, Caroline Beil als Boulevardmagazin-Moderatorin, Sonja Zietlow vor allem über ihre Daily Talkshow und Antonia Langsdorf über die Moderation zweier Astrologiesegmente im RTL Morgenprogramm. Es handelt sich also in erster Linie um Formate, die auch in den intratextuellen Strukturen von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* als Elemente vorhanden sind. Vor allem im Boulevard-Rahmen der Sendung werden die Verweise bedeutsam. Zum einen, um die Images der Kandidaten als Stars und Prominente zu inszenieren, zum anderen, um die Boulevardstrategie der Privatisierung und Emotionalisierung – dem Schauen hinter die öffentliche Maske anhand von Sensationsberichten und „Klatsch“ – zu verfolgen. Dabei spielen sowohl horizontale intertextuelle Bezüge zu anderen Showformaten als auch vertikale Bezüge zu sekundären Texten „wie Kritiken, Klatschgeschichten in der Regenbogen- oder Jugendpresse und Hintergrundberichte in Film- und Fernsehzeitschriften“ (Mikos 2003, S. 263) eine Rolle.

Da die Kandidaten zwar Medienpersönlichkeiten mit unterschiedlichem Bekanntheitsgrad sind, ihre Medienpräsenz und Prominenz jedoch in fast allen Fällen den Begriff „Star“ nicht a priori nahe legen, wird immer wieder auf die Gründe für ihre Bekanntheit und ihre

Funktion in den Medien verwiesen. Einige Beispiele können dies verdeutlichen: Werner Böhm trägt in der Folge vom 14.01.2004 auf der Campfeier von Antonias Geburtstag das karierte Jackett, mit dem er Ende der 1970er Jahre als Comedy-Schlagersänger Gottlieb Wendehals bekannt war. Auch in der Moderation über ihn wird häufig darauf verwiesen. So sagt Sonja Bezug nehmend auf den Gottlieb Wendehals Song *Polonaise Blankenese*: „Demnächst heißt es in seiner [Werners] Heimat nur noch: Sex and Drugs and Polonaise“ (Folge vom 14.01.2004). In der Folge vom 17.01.2004 greift Dirk Bach dies während Werners Dschungelprüfung auf mit den Worten: „Werner steckt in einer Polonaise voll mit wilden Tieren“, und schließt nach der Prüfung daran an: „Das wär doch was für Werners nächsten Karnevalshit: Alaaf und Helau, hier kommt die Wollmilchsau“, woraufhin Sonja singt: „Wir legen los mit ganz bösen Witzen ...“, analog zu der Textzeile aus dem Song: „Wir legen los mit ganz großen Schritten.“

Außerdem verweist die Moderation sehr häufig auf den Gesang und das Gitarrenspiel des Schlagersängers Costa Cordalis. In der Folge vom 16.01.2004 übt Daniel mit der ehemaligen Nachrichtensprecherin Susan Stahnke den Eingangssatz der Tageschau. Ein anderes Beispiel zeigt sich in der Folge vom 14.01.2004, in der Sonja Zietlow Antonia Langsdorf in ihrem öffentlichen showexternen Kontext verortet. Sie teilt den Zuschauern mit: „Erika Berger moderiert die *Astroshow*. Antonia, die Horoskopversorgung in der Heimat ist gesichert.“ Zudem wird intertextuell auf das RTL-Format *Die Astroshow* und auf die Moderatorin Erika Berger verwiesen, die während des Dschungelaufenthalts der Kandidatin, die *Astroshow* stellvertretend für Antonia Langsdorf moderierte. Am 13.01.2004 führt der Ex-Hochspringer Carlo Thränhardt ein Sportprogramm mit den anderen Campbewohnern durch, und es wird immer wieder auf die Teilnahme Daniel Küblböcks an der Show *Deutschland sucht den Superstar* verwiesen, z.B. am 11.01.2004 durch eine Einblendung von Daniel und Werner am Lagerfeuer (Daniel: „Deutschland sucht die Superflamme!“, Werner: „Deutschland sucht die Superkakerlake!“). Durch diese intertextuellen Bezüge wird immer wieder der Prominentenstatus der Kandidaten inszeniert, der – mit Ausnahme von Daniel Küblböck, der eine relativ zeitnahe starke Medienpräsenz hatte –, in der Medienöffentlichkeit vor der Show eher gering war. Dadurch kommt ihnen eine wichtige Funktion in der Struktur des Formats zu.

Der in der Narration inszenierte „Boulevardklatsch“ über das Campgeschehen wird mit intertextuellen Verweisen verknüpft und auf diese Weise verstärkt, da er nicht Material aus dem Verhalten der Kandidaten innerhalb des Camps liefert, sondern darüber hinaus Einbli-

cke in ihr Privatleben gewährt. Der Medienwissenschaftler Stephen Lowry schreibt, es sei dem Publikum wichtig, „dass Stars reale Personen sind. Ein Großteil seines Interesses konzentriert sich auf die Frage, wie Stars ‚wirklich‘ sind. Das Bestreben, die ‚Wahrheit‘ über den Star als Privatperson zu erfahren, ist sowohl für das Interesse der Fans als auch für die Publikationsstrategie der Klatschblätter wichtig“ (Lowry 1997, S. 14). Das Gleiche gilt für Boulevardmagazine. Auch hier ist es wichtig, dass der Prominente als „Mensch“ und „Privatperson“ im Vordergrund steht. „Zeichen, die [...] vor allem auf sein Familienleben und seinen Lebensstil deuten, sind wesentliche Faktoren in der Imagebildung“ (ebd., S. 16 f.). Durch ihren geringen Bekanntheitsgrad vor *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* haben jedoch nicht alle Kandidaten ein entsprechendes Boulevardpotenzial, d.h., es gibt über sie keinen „Klatsch“ an den angeschlossen werden könnte. Die Kandidaten ohne entsprechendes Potenzial werden in erster Linie in ihren sozialen Funktionsrollen innerhalb des Camps thematisiert, z.B. Lisa Fitz als „Mutter des Camps“ und Caroline Beil als „Lästerziege“, oder über ihre Funktionsrollen in anderen Fernsichttexten, z.B. Antonia Langsdorf als „Astrofee“. Vor allem drei Kandidaten werden darüber hinaus unter Klatschaspekten aus anderen Boulevardtexten thematisiert: Zunächst Daniel Küblböck in Verbindung mit seiner uneindeutigen/unsicheren Sexualität. So kommentiert Dirk Bach in der Folge vom *17.01.2004* Daniels ironisches Sexangebot an Mariella: „Ich bin ein bisschen verwirrt, wie sollen wir Daniel jetzt einordnen. Ist das ein ‚coming in‘ oder ein ‚coming back‘?“. Außerdem wird er von den Moderatoren häufig als „Prinzessin“ oder „Campdiva“ bezeichnet. Des Weiteren sind Werner Böhms Alkoholprobleme mehrfach das Ziel von Anspielungen in den Moderationskommentaren, z.B. am *17.01.2004*, als Dirk Bach sagt: „Werner hörte nur was von Alkohol und guckte ganz traurig.“ Und Sonja kommentiert: „Aber er ist trocken.“ Speziell die Inszenierung von Susan Stahnke ist stark an ihr Image aus Boulevardkontexten angelehnt, in dem sie als etwas naiv, dumm und weltfremd dargestellt wird (vgl. Kapitel 3.2.2). Dabei wird auf ihren gescheiterten Versuch, als ehemalige Tagesschauspielerin eine Hollywood-Schauspielerin werden zu wollen, ebenso angespielt wie auf den Fakt, dass sie ihren leiblichen Vater nicht kennt und davon emotional sehr bewegt ist. In der Folge vom *14.01.2004* kommentiert Dirk Bach ihre Wahl zur Teamchefin: „Ich denke mal der Erfolg hat viele Väter.“ Während Daniels Dschungelprüfung am *18.01.2004* sagt er: „Er hat jetzt, was Susan gerne hätte – eine Rolle!“

Die kontextuellen Verweise der Moderation in diesen Fällen beziehen sich auf Umstände aus dem tatsächlichen Leben der betreffenden Personen, die dort für sie sozial und psy-

chisch relevant und folgenreich sind. Sie sind, wie der größte Teil der Moderation, mit komischen Mitteln gestaltet. Hier manifestiert sich Spott als ein Bestandteil der Show schärfer als an den Stellen, an denen Schadenfreude innerhalb des inszenierten Rahmens der Show stattfindet, wie es am Beispiel der Konditoreiwaren in der Folge vom *13.01.2004* analysiert wurde (vgl. Kapitel 3.2.1). Allerdings wird dafür auf Elemente zurückgegriffen, die in gleicher Weise Bestandteil anderer Medientexte sind. Nur so können sie zum kulturellen Wissen der Zuschauer gehören und für diese als Anknüpfungspunkte dienen.

3.5.1 Authentizität versus Fiktionalisierung

Der Reiz so genannter performativer Realitätsformate besteht darin, dass die teilnehmenden Kandidaten zwar handeln wie im Alltag, „doch tun sie dies im Rahmen des Fernsehens, der Besonderes und Außergewöhnliches suggeriert“ (vgl. Mikos u.a. 2000, S. 37). Mediale und soziale Wirklichkeit werden daher zu einer spezifisch neuen Qualität synthetisiert und gehen dabei ein reziprokes Verhältnis ein, ohne sich als eigenständige Bereiche aufzulösen (vgl. ebd. S. 107).

Bei der Dschungelshow werden soziale und mediale Wirklichkeit in vielfältiger Weise miteinander verwoben, da der Spielrahmen vorsieht, verschiedene Elemente miteinander zu verknüpfen: Prominente Protagonisten müssen für zwölf Tage unter permanenter Kameraüberwachung ihren Alltag mit reduzierten Mitteln an einem ungewöhnlichen Ort bestreiten und sich durch weitere im Spiel integrierte Spiele ihren möglichen Phobien stellen, um somit das monotone Campessen durch zusätzliche Essensrationen aufzustocken.

Durch diese Spielbedingungen werden für die Zuschauer Spannungsbogen aufgebaut, die an Authentizitätsdiskursen anknüpfen. Einerseits ist von Interesse, wie sich prominente Personen unter diesen besonderen Umständen verhalten, wie das Zusammenleben von zehn unterschiedlichen Individuen organisiert wird und wie „der-Mensch-hinter-dem-Star“ wirklich aussieht bzw. was seine „echte“, menschliche Persönlichkeit ausmacht (vgl. Hallenberger/Foltin 1990). Andererseits ist „der öffentliche Raum dadurch gekennzeichnet, dass man sich in ihm hoch kontrolliert verhält“, nicht aus der Rolle fällt und darauf bedacht ist eine „gute Figur“ zu machen (vgl. Mikos / Wulff 1990). Diese Kontrolle bezüglich der eigenen Verhaltensweisen ist in Anbetracht der Dschungelaufgaben, bei denen die Kandidaten sich ihren möglichen, zivilisationsbedingten Phobien stellen müssen, nicht unbedingt gewährleistet und erzeugt eine gespannte Erwartungshaltung, ob oder wie die Aufgabe angegangen wird.

Im öffentlichen Diskurs um die Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* wurde sowohl in Bezug auf die „wahren“ Konditionen des Dschungelcamps als auch hinsichtlich der Präsentation der Kandidaten die Frage gestellt, inwieweit diese Darstellungen der „Wirklichkeit“ entsprechen und inwiefern die Verhaltensweisen der Akteure als „echt“ einzuschätzen sind. Einerseits wird das Authentizitätsversprechen generiert, dass es sich bei den Kandidaten um „echte“ Menschen handelt, „die nicht über einen vom Drehbuch vorgegebenen Charakter verfügen“ (vgl. Mikos u.a. 2000, S. 116), andererseits sind die prominenten Spielteilnehmer nicht als medien- und öffentlichkeitsunerfahrene „Laien“ einzustufen, wie es beispielsweise bei den Kandidaten von *Big Brother* der Fall war. Analog zu diesem Aspekt ist die Repräsentation des Camplebens in den einstündigen Zusammenfassungen, die sich zumeist aus dem aufgenommenen Material des Vortages speisen, aufzufassen: Zum einen wird durch die „Live-Schaltungen“ und die ständige Erinnerung, dass die Kandidaten (mit Ausnahme der Toilette) permanent und überall gefilmt werden, Authentizität angepriesen und die Erwartung unvorhersehbarer Darstellungen erzeugt. Andererseits erfolgt auch die Repräsentation von Live-Sendungen nach festen Regeln, da es einen konstanten Ablaufplan der Sendung mit zwei festgelegten Plotpoints (Durchführung der Dschungelprüfung im Mittelteil, Verkündung, wer zur nächsten Prüfung nominiert wurde bzw. wer das Camp zu verlassen hat) gibt. Ebenso handelt es sich bei der Dschungelshow nicht um das „Abfilmen“ des Alltags der Kandidaten, sondern um die Auswahl und Präsentation gezielter Ausschnitte, die nach dramaturgischen und narrativen Kriterien aufbereitet wurden und lediglich einen Bruchteil des Zusammenlebens widerspiegeln. Angesichts dieser Kriterien und der Tatsache, dass der Zuschauerentscheid als interaktive Partizipationsmöglichkeit im Spielrahmen besteht, wird der Zuschauer ständig in die Lage versetzt, über die Darstellung der Kandidaten und der damit verbundenen Authentizitätsaspekte zu spekulieren.

Allgemein kann festgestellt werden, dass der Wechsel von Live-Schaltungen (die als solche angekündigt und durch die Einblendung „live“ am unteren Bildrand kenntlich gemacht werden) und Einspielern des Vortages nicht unbedingt trennungsscharf wahrgenommen werden muss. Vielmehr erzeugt das mehrmalige Changieren zwischen diesen beiden Ebenen den Eindruck eines ganzheitlichen Erzählflusses, zumal die Moderatoren die Live-Schaltungen oftmals in Bezug auf die nicht tagesaktuellen Einspieler kommentieren. So wird beispielsweise angesichts ihrer Lästerei Caroline Beils unkollegiales Verhalten vom

Vortrag bei der Live-Schaltung in der Folge vom *12.01.2004* spontan zum Anlass genommen, um ein Statement von ihr entsprechend zu kommentieren (vgl. Kapitel 3.2.1).

Die Live-Schaltungen bilden im Gegensatz zu den inszenierten Narrationsblöcken eine relativ unaufbereitete Situation ab, dennoch entspricht auch diese nicht der vorgefundenen sozialen Realität, sondern einer erst durch das Spiel ermöglichten Situation. Obwohl die Kandidaten einen relativ großen Spielraum haben, „durch selbstgewählte Rolleneinlagen oder publikumsbezogene Aktionen ihre mediale Rolle quasi ‚in Eigenregie‘ auszufüllen“ (vgl. ebd., S. 115), kommt es zu einem Spannungsverhältnis zwischen der „Stigmatisierung und Festschreibung der Figuren durch die Narration und dem ‚Ausbrechen‘ der Bewohner aus Typisierungen durch die Aufgabenstellungen und das Fehlen einer festgelegten Drehbuchrolle“ (ebd., S. 104). Das Missverhältnis von Inhalt und Repräsentation wird insbesondere dann deutlich, wenn das Verhalten der Kandidaten durch die Kommentierung sowie die ästhetische Inszenierung dekontextualisiert und ironisch verfremdet werden. Wenn beispielsweise Werner Böhm nach seiner nächtlichen Lichtgestaltensuche erregt und entsetzt von dem „Furcht einflössenden“ Erlebnis berichtet, entsteht Inkongruenz bezüglich seines scheinbar emotional aufgewühlten Seelenzustands und dessen komischer Repräsentation (Untermalung des musikalischen Motivs der Mystery-Serie *Akte X*, Kamera- und Spezialeffekte in Form eines Zooms auf sein erregtes Gesicht, das in einem bläulich eingefärbten Standbild festgehalten wird und dadurch eher lächerlich wirkt). Angesichts der Tatsache, dass die Kandidaten allesamt über eine breit angelegte Medienerfahrung verfügen, was zumindest in ihren monothematischen Einführungsclips (vgl. Kapitel 3.3.3) nahe gelegt wird, stellt sich dem Zuschauer in diesem Zusammenhang auch die Frage, inwieweit die Kandidaten selbst für die Kamera agieren und ihre Rolle quasi als „Schauspieler“ erfüllen. Dieser Aspekt wird auch auf selbstreferentielle Weise innerhalb des Formats hervorgehoben, wenn beispielsweise Caroline Beil bei ihrem Lästergespräch mit Carlo Thränhardt und Mariella Ahrens in der Folge vom *13.01.2004* verlauten lässt: „Wenn die Kameras laufen, tut der [Werner Böhm] alles“.

In diesem Zusammenhang können auch die Dschungelprüfungen betrachtet werden, die als täglich festgelegte Bestandteile der Show fungieren und bei denen sich die Kandidaten, im Gegensatz zu den gerafften Tageszusammenfassungen, somit ihrer medialen Präsenz sicher sein können. Mögliche Inkongruenzen in den dargestellten Verhaltensrollen der Kandidaten können unter diesem Blickwinkel ebenfalls eine neue Bewertungsdimension erfahren: So kann Werner Böhms pathetischer und inbrünstiger Auftritt bei seiner Dschungelprüfung

(„Ich ziehe das jetzt durch.“) in der Folge vom 17.01.2004 im Verhältnis zu seiner Rolle als fauler Campbewohner, der seine Aufgaben nicht nach den Erwartungen der übrigen Campgemeinschaft erfüllt (18.01.2004), betrachtet werden. Das Missverhältnis mutiger Spielteilnehmer/fauler Campbewohner stellt wiederum einen Anknüpfungspunkt dar, an dem Zuschauer aushandeln können, welche der Darstellungen sie für authentisch halten und wie sie Werner Böhm infolgedessen als Kandidat bewerten.

Während Authentizität suggerierende Darstellungen der Kandidaten, wie beispielsweise ihre Statements im Sprechzimmer oder ihre Einzelinterviews, als Face-to-Face-Kommunikation für die Zuschauer aufgebaut werden und in Anlehnung an die „Talking Heads“ in Dokumentarfilmen als Garant für ihre „Wahrhaftigkeit“ betrachtet werden können, stehen dem narrativ aufbereitete Narrationsblöcke gegenüber. In manchen Fällen erzeugen diese „inszenatorischen Eingriffe durch die Nachbearbeitung kurzzeitig fiktional geschlossene Welten, die mit der Dimension der sozialen Wirklichkeit nichts mehr gemeinsam haben“ (ebd., S. 133). So wird die Kandidatin Susan Stahnke in der Folge vom 14.01.2004 bewusst fiktionalisierend mit einer trotzig-naiven Voice-Over-Stimme synchronisiert, nachdem sie in der Gruppe angeprangert wurde, weil sie ständig in ihr Tagebuch schrieb (vgl. Kapitel 3.2.2). Ebenso wird die gemeinsame Schatzsuche von Caroline Beil und Costa Cordalis in einer Art Videoclipästhetik präsentiert, die an die inszenierten Pärchenpräsentationen aus den Beziehungsshow erinnert: Während die beiden Kandidaten lächelnd in Slowmotion gezeigt werden, durch zeigende Gesten scheinbar auf die Schönheit der Natur aufmerksam machen und dies von der bekannten Liebesschnulze *Something Stupid* begleitet wird, entsteht der Eindruck eines frisch verliebten Paares. Interessanterweise wird diese Sequenz als inszenierte Darstellung wiederum auf selbstreflexiver Ebene transparent gemacht, da Dirk Bach sich im Anschluss aus seinem Baumhaus lehnt und aussagt: „Ich halte Ausschau nach dem *Herzblatt*-Hubschrauber.“ Hier wird einerseits ein Bezug auf den Spielrahmen der Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* hergestellt, andererseits wird durch das *Herzblatt*-Beispiel explizit auf ein Format verwiesen, das sich ebenso durch eine Vermischung von sozialer und medialer Realität auszeichnet (vgl. Müller 1999a, S. 19).

Auffällig ist ebenfalls, dass Teaser und Cliffhanger sowohl am Anfang der Sendung als auch als Spannung erzeugendes Mittel vor den Werbepausen eingesetzt werden, am Ende jedoch vermieden werden. Hierdurch wird der Zuschauer selbst in die Lage versetzt Hypothesen über den Fortgang der Handlung zu bilden. In seltenen Fällen wird ein Narrati-

onsblock als ein sich fortsetzender Handlungsstrang verhandelt. In der Folge vom 17.01.2004 werden Werners „Bekenntnisse vor laufender Kamera“ durch die Kommentierung der Moderatoren als potenzieller Fortsetzungsstrang etabliert (Sonja Zietlow: „Na, da hören wir morgen gerne noch mal genauer hin.“; Dirk Bach: „Drei mal war Werner verheiratet, was würde der noch alles erzählen, wenn er noch ein paar kuschelige Abende am Lagerfeuer zubringt?“), dieser wird jedoch in der nächsten Folge nicht wieder aufgenommen. Durch angekündigte Handlungsstränge, die ins „Leere“ laufen, wird in gewisser Hinsicht auch Authentizität suggeriert, da die Darstellungen somit als unkalkulierbar herausgestellt werden.

Letztendlich changieren auch die Moderatoren zwischen einem eher künstlich-inszenierten Modus und relativ authentisch wirkenden Auftritten. Während die Moderation im Baumhaus eher den Eindruck erzeugt, „stundenlang einstudiert“ worden zu sein, und fraglich ist, ob „das Endprodukt überhaupt das Label live verdient“ (vgl. Hoffmann 2000, S. 165), erfolgt der direkte Umgang mit den Kandidaten in einer annähernd natürlichen Kommunikationssituation.

3.6 Fazit: Die Aspekte der Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*

Ein Hauptmerkmal, das das Format *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* auszeichnet, ist die Darstellung der Inhalte der Sendung in einem meist komischen Modus. Die komische Inszenierung findet sich, komplex verknüpft, auf den Analyseebenen der Figuren, der Narration und der ästhetischen Gestaltung. Zu den Strukturen von Komik gehört immer das Angebot einer Distanzierung von der repräsentierten Wirklichkeit. Wenn die Zuschauer während der Rezeption an die Komik anknüpfen und sich diese in der Interaktion zwischen Text und Publikum vollendet (vgl. Mikos 2003, S. 139), dann sind sie sich immer auch der Verfremdung der Realität bewusst. Durch diesen Mechanismus kann über die der Komik inhärenten Normenbrüche gelacht werden. Vor diesem Hintergrund kann *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* auch als stark von karnevalistischen Motiven durchzogenes Format angesehen werden. In diesem Sinne können Prinzipien, die Bachtin (1990) als charakteristisch für den Karneval herausgearbeitet hat, auch auf *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* bezogen werden: Die Moderatoren Dirk Bach und Sonja Zietlow stellen durch ihre gegensätzliche Physiognomie ein typisches Karnevalspaar dar, das quasi als „Narrenkönige“ von seiner überhöhten Stellung, symbolisiert durch das Baumhaus, die degradierten Campbewohner durch Unsinn und Absurdität „regierten“. Analog zum Karneval befinden sich auch die Kandidaten der Show in einer für sie außergewöhnlichen Situation. Die normale gesellschaftliche Ordnung ist umgedreht, die an Luxus gewöhnten „Stars“ müssen unter ärmlichen Bedingungen darben und sind „karnevalistischen Erniedrigungen“ (Bachtin 1990, S. 49) ausgesetzt, was Bachtin als Prinzip der Profanation beschrieben hat.

Schadenfreude und Spott, die vor dem beschriebenen Hintergrund ebenfalls typische Elemente sind, werden in *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* auf drei Ebenen inszeniert:

1. Die Kandidaten werden in ihrer Funktionsrolle als Spielteilnehmer zu Objekten von Schadenfreude. Hier ist die Schadenfreude gewissermaßen depersonalisiert, entweder bezieht sie sich auf alle Teilnehmer in der Spielsituation (z.B. über den Luxusverzicht, oder den Dauerregen) oder auf bestimmte Situationen, in denen die Objekte des Spottes austauschbar wären.
2. Die Kandidaten werden in ihren inszenierten Handlungsrollen als Campbewohner zu Objekten von Belustigung. Hierbei findet die Spottinszenierung ebenfalls innerhalb des Showrahmens statt, jedoch stehen hier die Kandidaten nicht nur als Spielteilnehmer, sondern auch als Personen im Vordergrund.

3. Es werden showexterne Aspekte der Personen aufgegriffen und zu Anknüpfungspunkten für die Inszenierung von Häme und Belustigung.

Ein Beispiel für alle Ebenen ist Werner Böhm: (1.) Er wird nach seiner Dschungelprüfung (17.01.2004), in der er u.a. durch Schleim und Federn kriechen musste, wegen seines komischen Aussehens als „*Bibo in der Mauser*“ bezeichnet. (2.) Er wird in einem Narrationsblock (18.01.2004) spöttisch als fauler Campbewohner inszeniert, der zur Unzufriedenheit der anderen seine Aufgaben nicht angemessen erfüllt. (3.) In einigen Folgen werden Anspielungen auf Werner Böhms ehemalige Alkoholprobleme, die showexterne Verweise auf die Person darstellen, gemacht.

Die Inszenierung von Spott und Schadenfreude erfolgt dabei auf allen Ebenen mit komischen Mitteln und wird von den entsprechenden Distanzierungsmechanismen und dem karnevalistischen Hintergrund geprägt. Mit zunehmendem Maße der Personalisierung ist die Spottinszenierung als schärfer einzuschätzen. Dabei ist jedoch zu betonen, dass die dritte Ebene im Verhältnis zu den anderen Ebenen kaum auftritt.

4. Die Nutzung durch Kinder und Jugendliche

4.1. Die befragten Kinder und Jugendlichen

Gruppendiskussion 10- bis 12-Jährige Schülerladen Wedding

Teilnehmer: K (12 Jahre, m)
E (11 Jahre, w)
A (12 Jahre, m)
N (12 Jahre, w)
T (10 Jahre, w)
Bildung: geringere Bildung

Laut Betreuerin kommen alle Kinder dieser Diskussionsgruppe aus sozial äußerst schwachen Familienverhältnissen unterschiedlicher Nationalität. Sie kommen regelmäßig jeden Tag in die Jugendeinrichtung. Es waren mehrere türkische Kinder in der Gruppe. Auffällig war die geringe Sprachkompetenz aller Gruppenmitglieder. Die Kinder konnten sich nicht lange konzentrieren und ließen sich leicht ablenken. Die Diskussion wurde mehrmals durch Störungen von außen unterbrochen. Es war schwierig, die Gruppe im Gespräch zusammenzuhalten.

Eine der Befragten (N) kannte die Sendung gar nicht, sie beurteilte nur nach dem gezeigten Ausschnitt. Das Gespräch wurde von den Befragten T und N dominiert, deren Meinungen stark auseinander gingen. Ein Einzelinterview im Anschluss an die Gruppendiskussion war leider nicht möglich, da die Jugendeinrichtung geschlossen wurde.

Ihren Fernsehkonsum geben die Gruppenmitglieder mit durchschnittlich 2 1/2 Stunden täglich an. Dabei favorisieren sie die Privatsender, vor allem VOX und RTL. Als Lieblingssendungen geben mehrere von ihnen die Comedy *Schulmädchen* und die Soaps *GZSZ* und *Unter uns* an. Abgelehnt werden dagegen Filme wie *Winnetou* oder Märchenfilme.

Gruppendiskussion 11- bis 14-Jährige Jugendzentrum Burg – Mädchen

Teilnehmer: A (13 Jahre)
B (13 Jahre)
C (14 Jahre)
D (11 Jahre)
E (11 Jahre)
F (12 Jahre)
Bildung: geringere bis mittlere Bildung

Die Diskussion wurde mehrmals durch äußere Störungen unterbrochen. Die Mädchen redeten viel durcheinander. Dabei gab es eine klare Meinungsführerin (C), die die anderen

auch teilweise nicht ausreden ließ. Eines der Mädchen (D) war sehr still und beteiligte sich kaum am Gespräch. Generell waren die Teilnehmerinnen zwar gesprächsbereit, es kam aber nur eine mäßige Diskussionsatmosphäre zustande. Häufig ähnelte das Gespräch einem Frage-Antwort-Spiel. Für das Einzelinterview wurde die zwölfjährige Teilnehmerin F befragt, die sich in der Gruppendiskussion eher zurückgehalten hatte. Im Einzelinterview war sie dagegen sehr gesprächsbereit und gab vor allem über die von ihr vertretenen Werte bereitwillig Auskunft.

Im Durchschnitt sehen die Mädchen täglich 4 Stunden fern. ProSieben und RTL, RTL II und Sat.1 sind ihre Lieblingssender, besonders beliebt sind bei ihnen die Sitcoms *Sabrina, total verhext, Der Prinz von Bel Air* und *King of Queens*. Die Reality Shows *Big Brother* und *DSDS* werden von einigen Gruppenmitgliedern abgelehnt, von anderen dagegen als Lieblingssendungen genannt. Typische Kindersendungen wie die *Teletubbies* oder die *Sesamstrasse* werden dagegen ausschließlich als Sendungen, die nicht gemocht werden, aufgeführt.

Gruppendiskussion 11- bis 13-Jährige Jugendzentrum Burg – Jungen

Teilnehmer: HE (13 Jahre)
NI (11 Jahre)
OL (12 Jahre)
EL (11 Jahre)
IS (11 Jahre)
Bildung: geringere bis mittlere Bildung

Die Teilnehmer waren unterschiedlicher Nationalität, schienen aber deutsche Muttersprachler zu sein. Insgesamt waren sie sehr gesprächsbereit. Vor allem äußerten sie sich als einzige Gruppe offen zu ihren persönlichen Ängsten und Ausgrenzungen durch andere. Allerdings waren sie so lebhaft und redeten so stark durcheinander, dass eine Diskussion nicht möglich war, sondern nur schulisches Abfragen. Einer der Befragten machte den Eindruck, dass er sehr sozial erwünscht antwortete. Ein besonders wichtiges Thema, das sie an allen Stellen einfließen ließen, war Sexualität. Wahrscheinlich hängt dies mit ihrem aktuellen Entwicklungsstand zusammen. Auch im Einzelinterview mit dem Teilnehmer HE wurde das Thema Sexualität wiederholt angesprochen.

Ihren Fernsehkonsum geben die Befragten mit durchschnittlich 4 Stunden pro Tag an. Sie nennen ausschließlich Privatsender, vor allem ProSieben, RTL II, RTL und Super RTL. Besonders gerne sehen sie Animees und Zeichentrickfilme wie *Sponge Bob* oder *YU-GI-*

OH. Auch die von ihnen abgelehnten Sendungen entstammen diesem Genre, hier nennen die Befragten Sendungen wie *Pokémon* und *Sailormoon*.

Gruppendiskussion 13-jährige Gymnasiasten – Jungen

Teilnehmer: TH (13 Jahre)
KS (13 Jahre)
JR (13 Jahre)
RU (13 Jahre)
Bildung: höhere Bildung

Die männlichen Gymnasiasten wirkten sehr reflektiert und sprachen viele Aspekte der Diskussionsthemen ungestützt an. Die Äußerungen der Befragten wirkten dabei nicht durch vermeintliche Erwartungen des Interviewers beeinflusst. Allerdings war die Diskussion nur mäßig lebendig. Sie bestand eher aus den Antworten der Interviewten auf die Fragen des Interviewers.

Die Teilnehmer schienen miteinander befreundet zu sein. Ein Teilnehmer (KS) war sehr still, wobei dies nicht durch seine Position innerhalb der Gruppe begründet zu sein schien. Einer der Teilnehmer (TH) hatte die Sendung noch nicht gesehen, da er zum Zeitpunkt der Ausstrahlung keinen Fernseher hatte. Im Einzelinterview zeigte er jedoch, dass er den Ausschnitt in den allgemeinen Diskurs um die Sendung einordnen konnte.

Die Befragten geben ihren Fernsehkonsum mit durchschnittlich 2 Stunden täglich an. Ihre klare Präferenz liegt auf Sportsendungen, weshalb als Lieblingssender DSF, Eurosport und die ARD (mit der *Sportschau*) genannt werden. Aber auch ProSieben mit den *Simpsons* und MTV mit *Jackass* werden besonders gerne gesehen. Abgelehnt werden dagegen vor allem Soaps, hier werden mehrfach *GZSZ*, *Marienhof* und *Unter uns* genannt. So grenzen sie sich deutlich von den gleichaltrigen Mädchen aus dem Gymnasium ab, die Soaps besonders schätzen.

Gruppendiskussion 12- bis 13-jährige Gymnasiasten – Mädchen

Teilnehmer: K (13 Jahre)
F (12 Jahre)
J (13 Jahre)
T (13 Jahre)
Bildung: höhere Bildung

Die Mädchen dieser Gruppe wirkten sehr selbstbewusst und waren sehr gesprächsbereit. Innerhalb der Diskussion schienen sie, auch wenn sie unterschiedliche Positionen vertra-

ten, alle gleichberechtigt. Durch die Interaktion der Teilnehmerinnen kam eine gute Diskussion zustande. Besonders thematisiert wurden Talkshows und die Darstellung von Privatem im Fernsehen. Auch im Einzelinterview mit der Teilnehmerin F ging diese speziell auf das Thema „Intimes im Fernsehen“ ein.

Die Mädchen geben an, täglich 3 1/2 Stunden fernzusehen. Bevorzugt sehen sie ProSieben und die Musiksender, aber auch RTL und ARD werden häufig genannt. Bei der ARD sehen sie vor allem gerne die Vorabend-Serie *Berlin, Berlin*. Absolute Lieblingssendung von allen Teilnehmern ist jedoch die Comedy-Serie *Mein Leben und ich*. Die Genre-Präferenz dieser Gruppe liegt einerseits auf Soaps und Serien, andererseits auf Comedy.

Gruppendiskussion 17- bis 20-jährige Berufsschüler – Jungen

Teilnehmer: TL (19 Jahre)
ES (19 Jahre)
MW (19 Jahre)
PA (20 Jahre)
SA (19 Jahre)
EP (19 Jahre)
EL (19 Jahre)
SC (19 Jahre)
Bildung: geringere Bildung

Laut Aussage der Lehrerin kommen alle Teilnehmer aus schwierigen sozialen Verhältnissen. In der Gruppe gab es mehrere türkische und arabische Jugendliche. Der Umgangston war relativ rau. Es wurde häufig durcheinander geredet und die Diskussionsatmosphäre entsprach eher einem Frage-Antwort-Spiel. Es gab vier starke Meinungsführer, die das Gespräch bestimmten. Generell waren die Befragten zwar gesprächsbereit, äußerten jedoch nur bedingt Persönliches. Im Laufe der Diskussion änderten sich teilweise die Meinungen der Teilnehmer. Die Äußerungen lassen sozial erwünschte Antworten vermuten. Im Einzelinterview wurde der 19-jährige TL befragt, der hier offener auch über persönliche Ängste sprach.

Die Berufsschüler sehen durchschnittlich 3 1/2 Stunden täglich fern. Ihre Lieblingssender sind RTL II, wo sie Comedy-Serien wie *Der Prinz von Bel Air* oder *King of Queens* sehen, und RTL, wo sie Actionserien wie *Alarm für Cobra 11* und die Soap *GZSZ* schauen. Auch ProSieben wird als besonders beliebter Sender angegeben. Teilweise abgelehnt werden dagegen *Big Brother* und die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* sowie Gerichtsshow.

Gruppendiskussion 17- bis 23-jährige Berufsschüler – Mädchen

Teilnehmer: LM (23 Jahre)
DO (19 Jahre)
AN (17 Jahre)
GH (21 Jahre)
DM (17 Jahre)
AK (18 Jahre)
SW (18 Jahre)
HM (18 Jahre)
Bildung: geringere Bildung

Auch in dieser Gruppe kommen die Teilnehmerinnen nach Angabe der Lehrerin aus schwierigen Milieus. Die Nationalitäten sind hier ebenfalls gemischt. Die Gesprächsatmosphäre war lebendig, wurde jedoch von drei Mädchen dominiert (HM, LM, DM), die sehr unterschiedliche Positionen vertraten. Drei andere Mädchen aus der Gruppe waren sehr zurückhaltend. Eine Diskussion kam zwar zustande, so dass das Gespräch kein reines Abfragen war, Persönliches wurde jedoch nur bedingt geäußert. Die siebzehnjährige DM, die für das Einzelinterview ausgewählt wurde, hatte sich in der Diskussion als einzige Befürworterin einer eigenen Teilnahme am Dschungelcamp positioniert. Auf dieses Thema wurde auch im Einzelgespräch vertiefend eingegangen.

Pro Tag sehen die Befragten im Durchschnitt 3 Stunden fern. Besonders beliebt sind bei ihnen die Sender RTL, ProSieben und MTV, aber auch VIVA, Sat.1 und VOX sehen sie gerne. Ihre Genre-Präferenz liegt ganz eindeutig bei Soaps und Comedy. *GZSZ* und *Unter uns* werden von je vier Befragten als Lieblingssendungen angegeben, und auch die Comedyserien *Sex and the City* und *Der Prinz von Bel Air* werden je viermal genannt. Daneben gibt es zahlreiche Einzelnennungen anderer Comedy-Serien.

Gruppendiskussion 25- bis 29-jährige Studenten

Teilnehmer: AD (27 Jahre, m)
SU (25 Jahre, m)
RE (27 Jahre, m)
MN (29 Jahre, m)
PE (27 Jahre, m)
LB (22 Jahre, w)
Bildung: höhere Bildung

Von den Teilnehmern dieser Diskussionsgruppe studieren jeweils drei Ingenieurwissenschaften und Geisteswissenschaften. Alle äußerten sich sehr reflektiert über die Sendung. Es kam eine intensive Diskussionsatmosphäre zustande, so dass das Gespräch deutlich länger dauerte als in allen anderen Gruppen. Lediglich einer der Studenten (AD) beteiligte

sich im Vergleich zu den anderen weniger am Gespräch. Für das Einzelinterview wurde MN ausgewählt, der sich als einziges Gruppenmitglied als Befürworter der Sendung positioniert hatte. Inhaltlich bewegte sich die Diskussion von der Sendung an sich hin zu gesellschaftlichen Konsequenzen und die Rahmenbedingungen des Mediensystems.

Die Studenten sehen täglich durchschnittlich 1 1/2 Stunden fern. In ihren Sender- und Sendungspräferenzen unterscheiden sie sich deutlich von allen anderen Gruppen. Bei ihnen werden fast ausschließlich öffentlich-rechtliche Sender, vor allem ARD und ZDF, aber auch 3sat und Arte genannt. Auf diesen Sendern sehen sie nach eigenen Angaben meist non-fiktionale Sendungen, vor allem Nachrichten, Politmagazine und Dokumentationen sowie Sport.

4.2 Umgang mit der Sendung

4.2.1 Die Nutzung von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*

Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* konnte generell hohe Einschaltquoten und Marktanteile erzielen. Im Durchschnitt sahen 6,98 Millionen Menschen die Sendung. Das entspricht einem durchschnittlichen Marktanteil von 30,5 Prozent. Während der Finalsendung saßen gar 8,33 Millionen Zuschauer vor dem Bildschirm (Marktanteil: 43,4 Prozent). Den Quoten nach zu urteilen kam die Show vor allem bei einem jüngeren Publikum an. Bei den Kindern von 3 bis 13 Jahren konnte *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* einen durchschnittlichen Marktanteil von 53,5 Prozent verbuchen, bei den 14- bis 19-Jährigen waren es noch 44,7 Prozent, bei den 20- bis 29-Jährigen 44,4 Prozent und bei den 20- bis 39-Jährigen sogar 45,0 Prozent. Erst bei den über 40-Jährigen fiel der Marktanteil unter die 40-Prozent-Marke und nahm rapide ab bis auf lediglich 14,6 Prozent bei den ab 65-Jährigen.

In allen Altersgruppen war die Show bei den Frauen erheblich beliebter als bei den Männern. Das kann unter anderem mit einer größeren Nähe zu Boulevardthemen begründet werden, da der Konsum von Klatsch und Prominentennachrichten als kulturelle Praxis eine lange Tradition bei Frauen hat. Das zeigt sich nicht nur in den Fernsehvorlieben, sondern auch in der Lektüre von so genannter „Yellow Press“ und von Arzt- und Liebesromanen (vgl. Barth 2002; Gilges 1992; Hermes 1995; Radway 1984; Tichy 1984). Auffallend an der Nutzung der Show ist zudem, dass der Marktanteil mit zunehmender Bildung sinkt. Während die Sendung in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen bei den Zuschauern mit Volksschulabschluss ohne Lehre auf einen durchschnittlichen Marktanteil von 46,9 Prozent kommt, schafft sie bei den Zuschauern mit Volksschule und Lehre noch einen Marktanteil von 44,3 Prozent. Beim Publikum, das eine weiterführende Schule besucht hat, liegt der Marktanteil auch immer noch bei 41,2 Prozent. Dagegen sinkt er bei den Zuschauern mit Abitur und Studium auf 33,0 Prozent. Auch das kann mit einer langen Tradition der Lektürepraxis erklärt werden, in der populäre Lesestoffe, Filme und Fernsehsendungen vor allem bei den so genannten unteren Schichten Zuspruch finden (vgl. Nusser 1991).

Fasst man die Analyse der Zuschauerzahlen mit einer einfachen Formel zusammen, dann kann man feststellen: Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Zuschauer die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* sieht, steigt, wenn es sich um eine junge Zuschauerin mit ge-

ringer Bildung handelt. Denn einen durchschnittlichen Marktanteil von knapp über bzw. knapp unter 50 Prozent erreichen nur die 3- bis 13-jährigen Kinder, die 14- bis 29-jährigen Frauen und die Zuschauer mit einem Volksschulabschluss ohne Lehre.

Zur Nutzung der Sendung *Ich bin ein Star – holt mich hier raus!* werden widersprüchliche Angaben gemacht. Zu Anfang der Diskussionen äußern viele, dass sie die Sendung nur ein- oder zweimal gesehen oder „reingezappt“ hätten. Im Laufe der Diskussion wird jedoch klar, dass sie wesentlich mehr gesehen haben müssen, da sie Details aus vielen Folgen kennen. Hier lassen sich Einflüsse der Interviewsituation und sozial erwünschte Antworten vermuten. Nur wenige Befragte haben die Sendung konstant verfolgt und sind auch selbstbewusst genug, dies zu äußern. Lediglich drei der Befragten aus unterschiedlichen Gruppen haben die Sendung noch nie gesehen.

Häufig wird als Grund für die Rezeption die umfangreiche Medienberichterstattung über das so genannte „Dschungel-TV“ genannt. Gerade die älteren Befragten nehmen diese bewusst wahr und erkennen, wie auf diese Weise ein Medienereignis geschaffen wird. Besonders die Studentengruppe reflektiert dieses Phänomen.

Beispiel *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus! als Medienereignis:*
Gruppendiskussion Studenten

- RE: Ja, gut, man muss doch bloß in der U-Bahn sitzen. Da prangen einen die großen Buchstaben von den Zeitungen der Nachbarn unheimlich an, und Daniel Küblböck ...
- SU: Du fährst irgendwo vorbei und dann siehst du ein Plakat und da steht dann drauf hier und so, automatisch.
- PE: Und dann ist natürlich klar, dass man so eine Spirale in Gang setzt. Dann muss man. Die Leute verlangen dann danach und so weiter und so fort. Aber ich glaube nicht, dass man davon ausgehen kann, dass die Leute ihre selbstbestimmten Sehgewohnheiten haben. Und wenn das Fernsehen ihnen halt bietet, was sie haben wollen, ist es halt gut. Nein, Fernsehen fängt immer mehr an, sich sein Publikum selbst zu züchten.
- LB: Ja, sehe ich genauso.
- PE: Und das funktioniert so: Ich produziere Heulkampf von Küblböck und am nächsten Tage gehe ich am Zeitungsstand vorbei und da steht die Bildschlagzeile: „Küblböck Heulkampf. Wird er es überstehen?“
- MN: Aber das Fernsehen züchtet sich doch nicht die Sehgewohnheiten, sondern die züchtet sich doch das, damit sie einen kommerziellen Erfolg damit haben. Nur, so gesehen ist ja jetzt nicht das Fernsehen daran Schuld, sondern das System.

Für die jüngeren Befragten, und unter ihnen vor allem für die weiblichen Teilnehmer, ist die Sendung dagegen vor allem im Freundeskreis ein zentrales Thema. Die Teilnehmerin N (Schülerladen Wedding), die *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* nicht sehen durfte,

erzählt, dass ihre Freunde jeden Tag über die Sendung gesprochen haben. Es war ihr so wichtig, etwas über die Sendung zu erfahren, dass sie sogar ihre Lehrerin gebeten hat, ihr den „Dschungelsong“ auf CD vorzuspielen. Aber auch die männlichen Teilnehmer aus dem Jugendzentrum geben an, man stehe schlecht da, wenn man die Sendung nicht kennen würde.

Für die jüngeren Befragten scheint die Sendung somit eine höhere Relevanz zu besitzen, die möglicherweise auch dadurch begründet ist, dass von ihnen nicht reflektiert wird, wie über die Medienberichterstattung und die Werbung aus der Sendung ein Medienereignis geschaffen wird. Anders als die Jüngeren thematisieren dies sowohl die Berufsschüler als auch die Studenten und relativieren so die Bedeutung von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*.

In welcher unterschiedlichen Art und Weise die Kinder und Jugendlichen die Berichterstattung über die Sendung nutzen und welche Konsequenzen sie daraus ziehen, soll im folgenden Kapitel dargestellt werden.

4.2.2 Die Nutzung der Berichterstattung über die Sendung

Neben der Rezeption der Sendung an sich informierten sich fast alle Befragten auch über andere Medien oder andere Fernsehsendungen über *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*. Dies wird in den Diskussionen an vielen Stellen deutlich, wenn die Teilnehmer explizit betonen, ihr Wissen stamme aus anderen Medien, oder wenn ihre Aussagen dies implizieren.

Darüber hinaus wurde auf den Fragebögen, die vor der Diskussion verteilt wurden, gezielt nach der Nutzung von Berichterstattungen über die Sendung gefragt. Hier geben nur sechs der insgesamt 46 Diskussionsteilnehmer an, keine weiteren Informationen über andere Medien erhalten zu haben. Dagegen nutzen 26 Befragte die Berichterstattung in anderen Fernsehsendungen, 14 die in Zeitschriften und 10 Befragte die in Tageszeitungen. Das Internet spielt für die Befragten in diesem Zusammenhang allerdings nur eine geringe Rolle, es wird nur von vier Teilnehmern als Informationsquelle genannt.

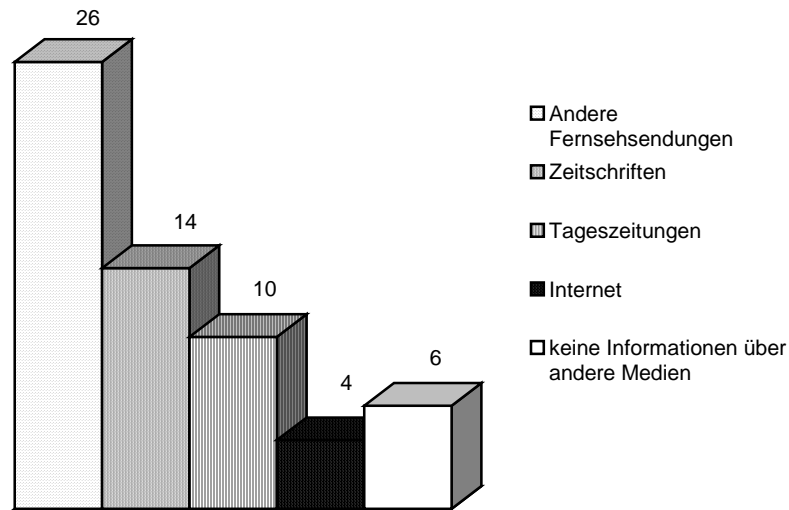


Abb. 2: Informationsquellen über die Sendung (eigene Darstellung)

Diese umfangreiche Rezeption von Berichterstattungen über die Sendung führt, wie oben erläutert, teilweise dazu, die Sendung als künstlich geschaffenes Medienereignis zu betrachten. Die Informationen, die hier vermittelt werden, spielen darüber hinaus jedoch auch eine wichtige Rolle für den Umgang mit der Sendung. Dies zeigt sich insbesondere auch im Umgang mit den Figuren, wie in Kapitel 4.4 noch näher ausgeführt werden soll. Vor allem dient die Berichterstattung den Befragten aber auch dazu, ein Wissen über die eingesetzten Inszenierungsstrategien zu erwerben.

4.2.3 Wissen über die Inszenierungsstrategien

Auf die Frage, was an der Sendung echt und was unecht wirke, antworten viele Teilnehmer mit Aussagen, die offensichtlich der Berichterstattung entlehnt sind. Diese Aussagen beziehen sich auf die Ausstattung des Camps, die nicht real vorhandenen Gefahren des präparierten Dschungels und die dadurch bedingte relativ geringe Überwindung für die Kandidaten.

Beispiel *Inszenierungsstrategien*: Gruppendiskussion Jugendzentrum Jungen

- NI: Ich fand es alles nur gefaked, dass die es alles vorher abgesprochen haben und dass die dann das trainiert haben, das zu überwinden, weil kaum hat ja einer ... Es sind ja nicht viele gewesen, die da gesagt haben: Ich bin ein Star, holt mich hier raus, ja, und ich finde, das war gefaked.
- Interviewer: Hattest du das Gefühl, dass Daniel Küblböck in dem Kakerlaken-Sarg keine echte Angst hatte?
- NI: Nein.
- HE: Der hatte Angst. Auch wenn das gefaked wäre, hätte er trotzdem geschrien, weil er is' 'ne Schwuchtel. Ich fand das also nicht gefaked, sondern ich fand das ziemlich echt, weil wenn's nämlich nicht echt gewesen wäre, glaube ich nicht, dass irgendwie ... Aber wie meine Mutter gesagt hat, das wurde näm-

lich vorher bei so einem *Spezial* gezeigt, dass da zum Beispiel, wo so der Schlamm war, dass das meiste war einfach künstlich gebaut. Zum Beispiel das Schlammloch. Weil, die stecken sich da ja nicht einfach so rein, weil da werden dann irgendwelche anderen Bakterien drinnen sein, oder irgendwelche richtig fetten Viecher, glaub ich jetzt nicht, dass die irgendeinen fremden Sumpf nehmen, weil, und da war auch unten so eine Maschine, die Blubberblasen macht.

Der hohe Grad an Inszenierungen in der Sendung und das Wissen darüber führt teilweise sogar zu einer Ablehnung der Sendung. Einige der Befragten empfinden die Inszenierung als eine Art „Betrug“ oder als einen Bruch mit den Spielregeln.

Beispiel *Inszenierungsstrategien*: Gruppendiskussion Jugendzentrum Mädchen

C: Ich fand das alles blöd.

Interviewer: Warum?

C: Ich fand das alles unecht. Also, die hatten genug Essen, weil in einer Zeitschrift stand, dass die ein Hotel hatten, alles. Die konnten die Familien sehen. Na ja, ich fand's nicht so schön. Ich hab's auch nicht gesehen. Vielleicht nur einmal, wo es angefangen hat. Aber sonst hab ich es nicht gesehen, weil das fand ich alles unecht. Also, die Proben, okay, die waren auch nicht gerade gefährlich. Ich würd's auch machen. Aber sonst, wo die schlafen und so. Ich glaube nicht, dass die im Dschungel geschlafen haben.

Neben dem Wissen um die Inszenierung des Handlungsortes „Dschungel“, das vor allem durch die Rezeption der Berichterstattung erworben wurde, stellen einige Gruppen weitergehende Spekulationen an, was darüber hinaus inszeniert sein könnte. Interessant sind hier vor allem die Überlegungen der weiblichen Gymnasiasten, der weiblichen Berufsschüler und der Studenten. In diesen Gruppen wird zum einen das Verhalten der Kandidaten thematisiert, zum anderen wird erörtert, inwieweit durch eine gezielte Team-Zusammensetzung eine Inszenierung stattfindet.

Beispiel *Inszenierungsstrategien*: Gruppendiskussion weibliche Gymnasiasten

F: Ich denke mal schon, dass das geplant war, dass die sich so anzicken, dass ihnen mal auf den Zahn gefühlt wird. Und die wollten, das ist ja auch zur Belustigung der Bevölkerung. Vielleicht nicht geplant war, dass diese Susan so richtig austickt, dass sie da rumheult und ihr Tagebuch offen liegen lässt oder, was weiß ich, mit ihrem Hüpfball da rumhüpft oder auch mit ihrem Vater, den sie nicht gefunden hat.

Interviewer: Und dass die sich da streiten, das war geplant?

F: Zum Beispiel, dass sich Daniel Küblböck mit Costa Cordalis in die Haare kriegt, weil er ja besser singen kann, und dass er ja mit seiner Musik rumnervt, dass einfach diese, ich bin besser oder ich hab mehr erlebt

K: Durch diese ganzen Sänger, die da drin waren, die hatten ja auch alle einen anderen Musikstil, die wollten alle, glaube ich, besser sein als der andere. Geplant war das, dass die sich ein bisschen in die Haare kriegen und dass

zum Beispiel die Frauen das nervt, dass der Costa da mit seiner komischen Gitarre rumrennt und so.

Bei diesen Gruppen lässt sich eine weiter reichende Medienkompetenz feststellen, da es sich hier scheinbar nicht um die bloße Wiedergabe von Informationen handelt, die bereits in anderen Medien thematisiert wurden. Zudem berühren diese Überlegungen einen Bereich der Inszenierung, der abstrakter ist als die inszenierte Ausstattung.

Allgemein lässt sich jedoch sagen, dass bei fast allen Befragten ein Wissen um die Inszenierungsstrategien der Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* vorhanden ist. Allein die jüngsten Befragten der Gruppe „Schülerladen Wedding“ erkennen keine inszenierten Elemente und betrachten die Sendung scheinbar als reales Geschehen.

Beispiel *Interpretation als reales Geschehen*: Gruppendiskussion Schülerladen Wedding

Interviewer: Was würdet ihr sagen? Ist die Sendung eine Show oder ist sie ein Spiel oder ist das vielleicht so was wie eine Dokumentation. Was würdet ihr sagen, was ist es am ehesten?

T: Ist live, die machen das live.

Interviewer: Und wirkt das alles echt, was die da machen, oder hast du manchmal auch das Gefühl, die spielen da?

T: Die machen das echt. Weil da unten steht ja, wo die Uhr da ist, wie spät es ist, da steht ja auch live. Ich kann Englisch.

Alle anderen nehmen das Gezeigte nicht „für bare Münze“. Die eigenen Beobachtungen und Überlegungen wirken sich, wie auch das Wissen aus der Berichterstattung, auf ihren Umgang mit der Sendung und ihre Rezeptionshaltung aus.

4.2.4 Wissen über das Genre der Sendung

Von großer Bedeutung für den Umgang mit der Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* ist es, welchem Genre der Rezipient sie zuordnet. Die Sendung bietet auf mehreren Ebenen Rezeptionsmöglichkeiten, von denen unter anderem der Grad der Involviertheit in das Geschehen abhängt. *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* zeichnet sich durch die primäre Rahmung Spielebene aus. Daneben ist die Sendung aber auch als verhaltensorientierte Reality Show zu verstehen. Innerhalb dieser Show lassen sich verschiedene Elemente aus Reality Soaps, Boulevard und Comedy feststellen, die unterschiedliche Bedeutungsangebote schaffen (vgl. Kapitel 3). Für die Untersuchung ist es daher entscheidend, welche Genre-Rahmung für die befragten Kinder und Jugendlichen die dominante Rahmung ist.

In den Diskussionen wurden die Befragten direkt darauf angesprochen, wie sie die Sendung bezeichnen würden, wenn sie in einer Programmzeitschrift einen Oberbegriff dafür finden müssten. Diese Aufgabe fiel ihnen – teilweise vermutlich aufgrund mangelnder Sprachkompetenz – schwer. In zwei Diskussionen verweisen sie auf *Big Brother*, um das Genre zu beschreiben. Besonders häufig fallen die Bezeichnungen Dokusoap oder Reality Soap. Auch als Spielshow wird die Sendung von drei Gruppen benannt. Daneben wird *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* in drei Gruppen als Comedy oder Komödie bezeichnet. Allerdings treten neben diesen Genrekategorien immer wieder Bezeichnungen auf, die auf einen noch unsicheren Umgang mit Genre-Namen schließen lassen.

Beispiel **Genrebezeichnung:** Jugendzentrum Mädchen

- Interviewer: Was für eine Art Sendung ist das eurer Meinung nach?
C: Also, so dramamäßig. Na ja, nicht Drama, eine Mischung von Drama und
B: Soap. Nee.
C: Ja, Soap und Thriller. Ja, okay, ist ein bisschen gefährlich. Ja, okay, nicht Thriller. Thriller ist ein bisschen zu hart.
B: Ja.
C: Nee, so dramamäßig.
B: Und Komödie.
C: Nein, Komödie, die lachen doch gar nicht da. Die sind gar nicht witzig.
B: Doch.
C: Nee. Da bin ich ja lustiger.

Trotz der sehr breit gefächerten Genre-Nennungen fällt auf, dass in fast allen Diskussionen gemischte Genrebezeichnungen genannt werden. Die Befragten verknüpfen beispielsweise Soap und Doku, Comedy und Reality, Reality und Soap. Die Kinder und Jugendlichen erkennen also zum einen, dass es sich hier um ein hybrides Genre handelt, das Elemente verschiedener Genres in sich vereint. Zum anderen implizieren diese Nennungen die Kenntnis über eine Vermischung fiktionaler und dokumentarischer Genres. Es ist also davon auszugehen, dass die Befragten sich der fiktionalisierenden sowie der authentisierenden Elemente in der Sendung bewusst sind (vgl. Inszenierungsstrategien in Kapitel 4.2.3). Einzig die Gruppe der geringer gebildeten 10- bis 12-jährigen Kinder erkennt weder Inszenierungsstrategien noch fiktionale Elemente in der Sendung. Sie bezeichnen die Sendung als „live“ und damit auch als „echt“. Die Vermischung der verschiedenen Genre-Elemente wird von ihnen nicht erkannt.

Neben der Thematisierung des Genres in den Gruppendiskussionen wurde in einem Fragebogen vor Beginn der Diskussion abgefragt, welche Fernsehsendungen nach Meinung der Befragten der Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* besonders ähnelten und was

der Grund für diese Ähnlichkeit sei. Anders als bei den Diskussionen war die Reaktion hier überraschend einheitlich. 32 Befragte sehen eine Ähnlichkeit zwischen der Reality Show *Big Brother* und der Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*. Nur die Gruppe aus dem Schülerladen Wedding sieht diese Parallele nicht. Dabei werden als zentrale Gemeinsamkeiten vor allem der „Wettstreit“, die „Battles“ und die „Aufgaben, bei denen man für Essen kämpfen muss“ genannt, also der Spielrahmen beider Sendungen. Der Reality-Aspekt wird als weitere Gemeinsamkeit der Sendungen angeführt und machte sich für die Befragten vor allem daran fest, dass einander fremde Kandidaten zusammen an einem Ort „eingesperrt“ sind und rund um die Uhr gefilmt werden. Anhand dieser Angaben lässt sich vermuten, dass für die Teilnehmer der Gruppendiskussionen die dominante Rahmung der Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* ebenfalls die einer Reality-Spielshow ist.

Hier zeigt sich, dass die Kinder und Jugendlichen aus der Befragung bereits ein „lebendiges Genrebewusstsein“ (Schweinitz 1994) ausgebildet haben. Die Befragten greifen bei der Zuordnung von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* auf eigene Seherfahrungen zurück. Dieser Erfahrungsschatz lässt sie nach Gemeinsamkeiten und Unterschieden zwischen Sendungen, die sie bisher in ihrem Leben gesehen haben, und der aktuellen Sendung suchen. Zugleich dient in diesem Fall *Big Brother* gewissermaßen als Prototyp für Reality Shows, an dem alle anderen Formate gemessen werden. Außerdem liefert diese prototypische Sendung den Kindern und Jugendlichen die Kategorien, mit denen sie *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* beschreiben – und damit letztlich auch verstehen – können.

Erstaunlicherweise werden auf den Fragebögen kaum Sendungen genannt, die eine inhaltliche Parallele zu *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* aufweisen. *Jackass* als eine Sendung, die gerade von der Darstellung Ekel erregender oder schmerzhafter Situationen lebt, wird beispielsweise nur von vier Befragten genannt. Stattdessen werden neben *Big Brother* weitere formal ähnliche Sendungen aufgeführt, die dem Reality-TV zuzurechnen sind. Mehrfach wird die Casting Show *Deutschland sucht den Superstar* und die Dokusoap *Popstars* genannt ebenso wie die *Comeback Show* und das *Promi-Boxen*. Allen diesen Sendungen ist gemeinsam, dass sie (meist im Rahmen einer Show) das Reality-Prinzip mit einem Spiel-Prinzip verknüpfen. Außerdem werden Personen zu Prominenten stilisiert beziehungsweise in Vergessenheit geratene Stars als prominent inszeniert. Das konstituierende Element eines Prominentenstatus wird von den Kindern und Jugendlichen ebenso berücksichtigt.

Die Analogie von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* und verschiedenen Reality-Spielshows geht auch mit den Aussagen der Befragten in den Gruppendiskussionen konform. Auf die Frage, ob *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* am ehesten als Show, als Spiel oder als Dokumentation zu bezeichnen sei, antworten die meisten Befragten, es sei ein Spiel oder eine Spielshow. Auch die Dschungelprüfungen, so ist zu vermuten, werden daher vorrangig als Spielelement gesehen.

4.3 Bewertung der Sendung

In der Bewertung der Sendung sind die Gruppen gespalten. In fast allen Gruppen gibt es sowohl Befürworter als auch Ablehner der Sendung, wobei sich die Gruppen der jüngeren Befragten mit geringerer Bildung aus mehr Befürwortern, die Gruppen der Gymnasiasten, Berufsschüler und Studenten dagegen aus mehr Ablehnern der Sendung zusammensetzen. Dabei werden eine Vielzahl recht unterschiedlicher Gründe genannt, die zur Rezeption motivieren oder gegen sie sprechen. Sie sollen im Folgenden aufgeführt werden.

Das Gespräch über die Sendung dreht sich vorwiegend um die Dschungelprüfungen. Dabei ist jedoch zu bemerken, dass auch von den Teilnehmern, die *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* prinzipiell ablehnen, die Dschungelprüfungen häufig interessant oder witzig gefunden werden. Kritik richtet sich nur selten gegen die in die öffentliche Diskussion geratene Behandlung der Kandidaten in den Prüfungen, sondern macht sich meist am dargestellten Dschungelleben und an den Moderationsteilen fest.

4.3.1 Gründe für die Ablehnung

Als zentralen Kritikpunkt nennen die meisten Gruppen, dass die Sendung zu langweilig sei. In fast allen Gruppen wird bemängelt, es gebe zu wenig Handlung und die Gesprächsanteile seien nicht von Interesse. Teilweise lässt sich diese Haltung mit einer mangelnden Sprachkompetenz der Diskussionsteilnehmer erklären, da diese Action gegenüber Sendungen mit Sprachwitz bevorzugen.

Beispiel *Langweilige Sendung*: Gruppendiskussion männliche Berufsschüler

AN: Ja, ich fand's auch lustig mit den Kakerlaken, aber ich weiß nicht, die ganze Sendung gefällt mir gar nicht

Interviewer: Was gefällt dir daran nicht sonst?

AN: Ja, es ist so, ich versteh die Hälfte nicht. Und dann singen die wieder und dann tanzen sie und dann essen sie wieder, das ist irgendwie, also, für mich ist das zu blöd. Also, ich mein, wenn ich den Fernseher anmach und mir das angucke, ist mir langweilig, da schalt ich wieder um.

DO: Ich fand's nur lustig mit den Kakerlaken, aber sonst find ich die Sendung auch doof. Ich weiß, ich hab mir die Sendung nie angeguckt, das interessiert mich nicht so.

Allerdings bemängeln auch die sprachlich sehr kompetenten Studenten, die Sendung sei zu langweilig. Obwohl sie keine generelle Action-Präferenz angegeben hatten, empfinden sie *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* ebenfalls als zu handlungsarm.

Beispiel *Langweilige Sendung*: Gruppendiskussion Studenten

MN: Also, wenn die Caroline Beil nicht wenigstens einmal abgelästert hätte, was so schlimm jetzt auch nicht war, dann, also eigentlich empfinde ich es als sensationell, wie erfolgreich die Sendung sein konnte, obwohl es so langweilig war. Also, es saßen einfach zwölf Leute zwei Wochen in der Matschepampe und haben sich gegenseitig angelangweilt und passiert ist eigentlich nichts, außer dass ab und zu einem Kakerlaken in den Kopf gekippt wurden.

Neben der Kritik an mangelnder Handlung wird das Desinteresse an der Sendung damit begründet, dass *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* keine Nähe zum eigenen Leben habe. Die verhandelten Probleme, so äußern mehrere Diskussionsteilnehmer, hätten mit dem eigenen Leben nichts zu tun. Die distanzierte Rezeptionshaltung, die aus diesem Umstand erwächst, zeigt sich auch in der moralischen Bewertung der Sendung und wird in diesem Zusammenhang näher analysiert (vgl. Kapitel 4.6.3).

Beispiel *Mangelnder Alltagsbezug*: Gruppendiskussion männliche Berufsschüler

ES: Alles ist so unrealistisch. Das vielleicht ein bisschen, aber ich mein, das sind Stars und die kriegen dafür Geld und so. Ich mein, ich hab da meine eigenen Sorgen, ganz ehrlich, als mir so einen Star anzugucken, was der 24 Stunden macht.

Als weiterer Kritikpunkt, der teilweise zu einer Ablehnung der Sendung führt, wird die mangelnde Sinnhaftigkeit der Sendung angesprochen. Gerade die jüngeren Befragten versuchen einen didaktischen Sinn in der Sendung, speziell in den Dschungelprüfungen zu erkennen. Für einige stellen diese kein reines Spielelement dar, sondern sollen auf das Leben in der Wildnis vorbereiten. Diese angenommene Sinnhaftigkeit der Dschungelprüfungen wird ihnen dann allerdings aufgrund des mangelnden Realitätsbezugs abgesprochen.

Beispiel *Sinnhaftigkeit*: Gruppendiskussion Jugendzentrum Mädchen

B: Man kann ja auch sehen, wie man dort lebt, wie man im Dschungel ist. Aber ich verstehe nur nicht, was jetzt der Sinn der Sache war. Ich meine, wenn man im Dschungel lebt, da kommen ja nicht 50.000 Kakerlaken über dich.

Der didaktische Sinn, den die jüngeren Befragten in der Dschungelprüfungen sehen, verweist auf die kulturelle Tradition der „Übergangsriten“, wie sie in Kapitel 3.3.3 beschrieben werden. Offenbar haben gerade die jüngeren Befragten ein diffuses Gespür dafür, dass sie aus den „unnormalen“ Situationen, in denen Kandidaten Prüfungen bestehen müssen, etwas lernen können. Zugleich wird damit ein Bezug zu ihrer eigenen alltäglichen Lebenspraxis hergestellt. Prüfungen kennen sie aus ihrem Schulalltag, wo sie am Ende eines Lernprozesses stehen und das Lernergebnis überprüfen sollen. Die jüngeren Befragten

neigen offenbar zu einer pädagogischen Lektüre der Sendung, weil darin ein Anknüpfungspunkt zu ihrer eigenen Lebenswelt und ihren Erfahrungen liegt.

Neben der Rezeption der Sendung hat auch die Nutzung der Berichterstattung einen Einfluss auf die Bewertung von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*. Wie bereits in Kapitel 4.2.3 beschrieben, kann das Wissen um die Inszenierungsstrategien dazu führen, die Sendung als unecht und damit quasi als „Betrug am Zuschauer“ wahrzunehmen. Auch dieser Umstand wird als Grund für die Ablehnung angeführt.

Eine Ablehnung der Sendung aufgrund eines Verstoßes gegen eigene Moralvorstellungen wird in dieser reflektierten Form nur von einigen Mitgliedern der Studentengruppe genannt. In den anderen Gruppen lehnen zwar meist einige die Sendung ab, weil sie die Dschungelprüfungen eklig finden oder Mitleid mit den Kandidaten haben, doch diese Haltung bezieht sich in der Regel nur auf einzelne Campteilnehmer und wird von den Befragten nicht verallgemeinert formuliert (zur moralischen Beurteilung der Sendung vgl. Kapitel 4.5).

Drei weibliche Befragte aus verschiedenen Gruppen äußern spontan Mitleid mit Daniel Küblböck und nennen dies als Grund für ihre Ablehnung der Sendung. Einige weitere schließen sich dieser Meinung im Laufe der Diskussion oder auf Nachfrage der Interviewer an. Als Begründung wird hier vor allem der Ekel genannt, den sie selbst in einer solchen Situation empfinden würden. Drei Teilnehmerinnen in unterschiedlichen Gruppen formulieren anschaulich, wie sie den Ekel „mitfühlen“.

Beispiel *Mitleid wegen Ekel*: Gruppendiskussion weibliche Gymnasiasten

T: Das fand ich immer eher nicht lustig. Daniel Küblböck war nicht lustig mit diesen Käfern da, du leidest ja wirklich mit, wenn du das siehst. Man merkt es ja richtig, wie die kribbeln auf der Haut. Das ist so richtig eklig. Deshalb finde ich das auch überhaupt nicht interessant oder lustig, weil, wenn man mal überlegt, wenn die das immer mal sehen, wie bescheuert die sich gemacht haben.

Die Annahme, die Dschungelprüfungen stellten eine reale Gefahr für das Leben der Kandidaten dar, wird in allen drei Gruppen jüngerer Befragter mit geringerer formaler Bildung geäußert.

Beispiel 1 *Einschätzung realer Gefahr*: Gruppendiskussion Schülerladen Wedding

N: Das kann aber auch bei diesen Kakerlaken zu den Ohren reinkrabbeln, wenn die zu den Ohren reinkommen, ist nicht schön, wenn die so richtig reinkommen, in seinen Kopf, das ist schlimm, da kann er tot sein. Und sind überall und so.

Beispiel 2 *Einschätzung realer Gefahr*: Gruppendiskussion Jugendzentrum Jungen

- HE: Also, ich finde auch, die Kakerlaken, das war ein bisschen Tierquälerei, und hier, was ich ziemlich brutal fand, war auch das, wer war das denn, Mariella glaub ich, eine Schüssel aus dem Schlamm rausholen musste, und dabei von Straußen angepickt wurde.
- Interviewer: Hat die dir Leid getan?
- [...]
- HE: Ich hab vorhin zwar gesagt, dass es ein bisschen härter sein soll, aber das find ich übertrieben, weil, da können richtige Verletzungen sein, da muss einmal etwas doller picken und hier rein (*deutet auf seinen Hals*) picken, und dann ist sie tot, die Frau.

Auf Grundlage dieser Annahme lehnen die Befragten vor allem die Dschungelprüfungen „Kakerlakensarg“ und „Straußen-Attacke“ ab. Sie billigen *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* ein hohes Maß an realen Folgen zu. Vor allem die jüngeren Befragten mit geringer Bildung nehmen die spannend inszenierten Dschungelprüfungen ernster und rezipieren sie dadurch weniger als ein spielerisches Element. Das lässt auf einen Mangel an Medienwissen und Medienkompetenz schließen.

4.3.2 Gründe für die Zustimmung

Neben der Berichterstattung, die auf die Sendung neugierig machte, und den Gesprächen über die Sendung im Freundeskreis gab es auch weitere Gründe, die zur Nutzung von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* führten. Als wichtigster Grund für die Rezeption der Sendung wird von den Befragten fast aller Gruppen angegeben, dass sie die Sendung lustig finden. Gerade die Dschungelprüfungen werden mit diesem Attribut versehen und so auch von denen geschätzt, die den Rest der Sendung als langweilig einschätzen. Jedoch wird von den Befragten weniger die komisch inszenierte Moderation als witzig empfunden, sondern die Dschungelprüfungen. Dabei ist für die Diskussionsteilnehmer die Tatsache besonders lustig, dass hier Prominente in Grenzsituationen zu sehen sind. Gerade die karnevalistische Umkehrung der Verhältnisse, bei der ein „Star“ in eine erniedrigende Situation gebracht wird, finden sie witzig. Paart sich dies mit einer Antipathie gegen den jeweiligen Kandidaten, so bewegt die Schadenfreude auch Diskussionsteilnehmer zur Rezeption, die die Sendung eigentlich ablehnen. Schadenfreude als Motivation, die Sendung zu sehen, wird von Teilnehmern aller Gruppen genannt.

Beispiel *Schadenfreude*: Gruppendiskussion weibliche Berufsschüler

HM: Ich hab nur zwei Tage lang geguckt, wo der Küblböck da gequält worden ist mit den Kakerlaken, da wollt ich's nämlich am nächsten Tag auch gucken, weil ich gewusst habe, dass er bei der nächsten Wette dran ist, und ich mag den ja sowieso nicht, ich hasse ihn, und dann hab ich mich echt gefreut, wo die ganzen Kakerlaken auf ihn drauf gegangen sind.

Teilweise wird die Schadenfreude durch ein Gefühl ausgleichender „sozialer Gerechtigkeit“ legitimiert. Gerade Befragte aus sozial schwächeren Milieus führen an, es sei gut, dass auch Reiche und Prominente einmal mit Situationen konfrontiert würden, mit denen sie sonst nicht in Berührung kämen.

Beispiel *Ausgleichende Gerechtigkeit* : Gruppendiskussion Jugendzentrum Mädchen

Interviewer: Du hast gerade gesagt, so darf man mit Menschen umgehen.

A: Na, weil irgendwie, wir Menschen, wir müssen so was, so'ne Tiere täglich sehen und die anderen Leute, diese Reichen, die sagen einfach mal zu den Dienstboten, sagen sie einfach: „Ihhh, ich sehe eine Spinne, mach die mal weg!“ Und das ist jetzt mal so, dass die es eigentlich auch mal in Massen abbekommen, weil die haben so wenig abbekommen und wir kriegen voll viel ab. Ich sag mal, teils, teils. An einer Art verdienen sie es und an einer Art auch wieder nicht.

Neben der Schadenfreude als Rezeptionsmotivation wird als wichtiges Element auch die Spannung genannt, die aus der Frage erwächst, wer die Dschungelprüfung schaffen und wer bei ihr versagen wird. Ist diese Frage von zentralem Interesse, so dominierte die Rezeption der Sendung als ein Spiel.

Beispiel *Schadenfreude und Spiel-Spannung*: Weibliche Gymnasiasten

K: Also, ich fand jetzt die Sendung auch nicht wirklich gut, aber ich fand die auch immer ziemlich lustig irgendwie. So dumme Sachen, die die da wirklich machen, zum Beispiel diese komischen Prüfungen. Da fand ich manchmal ganz lustig, dass die sich da überhaupt überwunden haben. Die fand ich eben spannend, wer macht es und wer nicht. Aber so wirklich jeden Tag gucken würde ich es jetzt auch nicht. Zur Belustigung.

F: Ich fand es auch nicht gerade so toll. Ich mein, die meisten waren so wenig bekannt, die wollten einfach mal wieder bekannt werden. Weil eigentlich, außer vielleicht Daniel Küblböck, der hat ja auch immer gleich ´nen Raster bekommen. Das einzige Gute daran war, man konnte sich richtig gut totlachen darüber, was die da für eine Scheiße machen mussten. Dass Daniel Küblböck dreimal hintereinander einen Heulkampf kriegt, ist schon lustig.

T: Das stimmt.

Die Tatsache, dass bei *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* Prominente auftreten, die sich selbst darstellen und keine vorgeschriebene fiktive Rolle spielen, führt jedoch nicht nur zur Schadenfreude auf Seiten der Rezipienten. Aufgrund des Reality-Aspekts der Sen-

dung erhofften sich Teilnehmer der Gruppendiskussion Jugendzentrum Mädchen sowie beide Gymnasiasten-Gruppen zu erfahren, wie die Prominenten „wirklich“ sind. Die Faszination entsteht daraus, dass die „Masken“ der Prominenten, die sie im öffentlichen Raum tragen, aufgrund der „unwillkürlichen Darstellungen“(Müller 1999a, S. 88) in der ungewohnten Dschungelsituation fallen können – es besteht die Möglichkeit, dass sie zeigen, wie sie wirklich sind (vgl. Kapitel 3).

Von einer 10-jährigen Teilnehmerin mit geringerer formaler Bildung wird der Sendung schließlich sogar ein didaktischer Sinn zugesprochen. Während ein Teil der Befragten *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* gerade wegen eines Mangels an Sinnhaftigkeit ablehnt (vgl. Kapitel 4.3.1), erhofft sie sich, etwas über das Leben und Verhalten im Dschungel zu erfahren. Auch für die Kandidaten sieht sie einen praktischen Nutzen bei der Teilnahme am Dschungelcamp, speziell an den Dschungelprüfungen.

Beispiel *Didaktischer Sinn der Dschungelprüfungen:*
Gruppendiskussion Schülerladen Wedding:

- T: Aber wenn sie mal im Wald oder so verlaufen hat, das ist ja auch eine tolle Probe gewesen, das die so gemacht haben.
- Interviewer: Also findest du, sie (*Lisa Fitz*) konnte auch was damit lernen?
- T: Ja, dann, wenn die nix zu essen haben, wenn die hier Käfer essen oder so, dann hat sie sich das schon getraut.

Auch hier lässt sich, wie bei der Einschätzung realer Gefahren durch die Dschungelprüfungen (vgl. Kapitel 4.3.1), davon sprechen, dass der Charakter der Dschungelprüfungen als Spielelemente nur eingeschränkt erkannt wird. Die Bedeutung für ein reales Überleben im Dschungel, die die Befragte den Prüfungen zuschreibt, deutet zwar auf eine mangelnde Genrekompetenz hin, zugleich erkennt sie aber aufgrund eigener Erfahrungen in der Schule den pädagogischen Aspekt von Prüfungen. Sie überträgt damit ihr eigenes Verständnis von Pädagogik, Didaktik und Prüfungen auf die Show und „liest“ sie vor diesem Hintergrund.

4.4 Umgang mit den Figuren

Fast alle Gruppendiskussionen drehen sich insbesondere um die Figuren der Sendung, an ihnen macht sich häufig auch die allgemeine Meinung über die Sendung fest. Diskutiert wird vor allem über die Kandidaten. Über die Moderatoren wird dagegen in der Regel erst gesprochen, wenn vom Interviewer der Anstoß dazu kommt.

Daniel Küblböck steht im Mittelpunkt des Interesses. Dieser Umstand hängt vermutlich auch damit zusammen, dass die anderen Kandidaten den Befragten kaum bekannt waren und (mit Ausnahme von Dustin Semmelrogge) auch vom Alter her nicht nahe standen. Ein großer Teil des Wissens, das über die Kandidaten geäußert wurde, schien dementsprechend der Berichterstattung über die Sendung entlehnt zu sein. Interessant ist in diesem Zusammenhang, wie die Befragten den Star-Status der Kandidaten einschätzen. Während die älteren Befragten (mit Ausnahme von TL / männlicher Berufsschüler) und die Gymnasiasten sie als Prominente der C-Klasse einstufen, werden die Kandidaten von den jüngeren, geringer gebildeten Befragten als tatsächliche Stars betrachtet. Diese Klassifizierung hat Einfluss auf die Rezeption. Werden die Kandidaten als Halbprominente betrachtet, die mit Hilfe der Sendung wieder ins Rampenlicht zurückkehren wollen, so distanzieren sich die Befragten in der Regel bewusst von ihnen.

Beispiel *Kandidaten als C-Promis*: Gruppendiskussion weibliche Gymnasiasten

- T: Warum die das auch gemacht haben, war ja nicht nur wegen dem Geld, sondern auch weil die wieder berühmt sein wollten. Vor allem, jetzt kenne ich Costa Cordalis, den habe ich vorher noch nie gesehen und da war ich auch ganz froh drüber. Aber den kennt man jetzt. Und so gesehen, das ist ja eigentlich das Größte, weil so kriegen sie auch wieder Geld.
- J: Angeblich sollen ja jetzt voll die jungen Leute wieder auf seine Musik stehen. Kann ich mir gar nicht vorstellen.

Werden die Kandidaten dagegen als echte Stars eingeschätzt, hat dies auch eine naivere Bewertung der Teilnahme am Dschungelcamp zur Folge.

Beispiel *Kandidaten als echte Stars*: Gruppendiskussion männliche Berufsschüler

- TL: Wie heißt denn der Dicke, der da eben im Wasser war?
- SC: Werner Böhm.
- TL: Den finde ich ganz gut.
- Interviewer: Und warum?
- TL: Ja, ich weiß nicht, wie alt der ist, aber der ist ziemlich alt, denke ich mal, und dass der da noch mitmacht, Respekt. Die meisten sind, die reichen Leute sind sich zu pingelig. Sie leben lieber in einer Villa.

Eine solche Rezeptionshaltung ließe erwarten, dass die Befragten bereit sind, eine größere Nähe zu den Kandidaten aufzubauen. Eine klare Identifikation der Befragten lässt sich jedoch weder mit den Moderatoren noch mit den Kandidaten feststellen. Die Beziehungen zu den Akteuren der Show sind anderer Natur. Sie werden teilweise als Objekte des Boulevards wahrgenommen. Die Teilnehmer der Gruppendiskussionen zeigen zwar bei einzelnen Prüfungen Mitgefühl mit den Kandidaten, doch in der Regel distanzieren sie sich auch wieder von diesen. Ihre Positionierung ist eher als die eines außenstehenden Betrachters zu beschreiben.

4.4.1 Die Kandidaten

4.4.1.1 Daniel Küblböck

Die Diskussionen über die Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* sind in weiten Teilen Diskussionen über die Figur Daniel Küblböck. Diese zentrale Rolle ist vermutlich mehreren Faktoren zuzuschreiben. Er ist aktuell die bekannteste Person unter den Camp-teilnehmern, er ist den Befragten im Alter am nächsten und er bietet aufgrund seines Images und seines Verhaltens im Camp die Möglichkeit zu polarisieren. Vor allem in den Gruppen mit geringerer formaler Bildung drehte sich das Gespräch um ihn.

Bei den Berufsschülerinnen gibt es zwar eine einzelne Befragte, die positiv über ihn sprach, doch im Allgemeinen erfährt er eine deutliche Negativbewertung. Kritisiert wird vor allem sein mangelndes Können (er ist also kein wirklicher „Star“), mit dem er auch noch Geld verdienen kann, seine Homo- beziehungsweise Bisexualität und seine angebliche Arroganz. Mitleid haben dementsprechend nur wenige, meist weibliche Befragte. Trotz dieser negativen Einschätzung der Befragten, erkennen auch sie den Unterhaltungswert, den Daniel Küblböck in die Sendung bringt, an.

Beispiel *Daniel Küblböck*: Gruppendiskussion Berufsschule Mädchen

Interviewer: Und wenn Daniel Küblböck nicht dabei gewesen wäre, wie hättet ihr es dann gefunden?

DM: Dann wär's langweilig, ich glaub, dann wär's langweilig. Durch ihn ist es ja ein bisschen spannend, weil er ja anders ist, weil er nicht ganz normal ist (allseits Lachen), weil er ein bisschen chaotisch ist. Aber wär er nicht dabei gewesen, ich glaub dann hätte niemand geguckt, dann hätten die nach einem Tag gesagt, Sendung abbrechen, ist langweilig.

Bei den jüngeren Teilnehmern hat Daniel Küblböck kein eindeutiges Negativimage, sondern stellt eine ambivalente Figur dar. Einerseits betrachten sie ihn als einen lustigen Typ

und freuen sich, dass er „mitspielt“. Gerade seine Stimme und seine Gesten, die von den älteren Befragten als „schwul“ oder affektiert bewertet werden, finden sie witzig. Das deckt sich mit den Ergebnissen einer Studie zum Humorverständnis von Pre-Teens, in der festgestellt wird, dass witzige Sprache – wozu das Imitieren von Ausländern und das betont tunte Sprechen von Homosexuellen gehört – und absurde Szenen, zu denen auch eine übertriebene Gestik von Figuren gehört, ein wesentliches Merkmal des kindlichen Humors ausmachen (vgl. Prommer u.a. 2003, S. 64 f.). Die Jüngeren erkennen sein Verhalten bei den Dschungelprüfungen als „mutig“ an und schätzen es, dass er nicht aufgegeben hat. Dabei spielt sein Mut bei den jüngeren Befragten eine wesentlich wichtigere Rolle als bei den Älteren, die diesen Aspekt nicht erwähnen. Andererseits kritisieren sie jedoch, dass er sich bei den Dschungelprüfungen zu weich verhalten und fast geheult habe. Dieses Verhalten widerspricht anscheinend dem Ideal, wie man sich ihrer Meinung nach in einer solchen Situation verhalten sollte. Schließlich ist es der Sinn einer Mutprobe, dass man seinen Mut zeigt. Gelingt dies nicht, steht man als Versager da.

Beispiel *Daniel Küblböck*: Gruppendiskussion Jugendzentrum Jungen

IS: Also, ich fand gut, dass er sich getraut hat, das zu machen, weil es gibt ja welche, die sagen: „Nee, das mach ich nicht.“ Und ich fand einfach gut, dass er mutig war. Und was ich nicht gut fand, fand ich, also, er hat gleich also so fast angefangen zu heulen, und das fand ich von ihm nicht so. Also eigentlich, Daniel Küblböck ist ja eigentlich so ein lustiger Typ, aber manchmal ist er ja auch so was wie eine Memme.

Hier wird deutlich, welchen Ernst die jüngeren Teilnehmer dem Spiel beimessen. Das Verhalten, das in den Dschungelprüfungen an den Tag gelegt wird, soll einem Ideal von Männlichkeit entsprechen, das wohl auch in ihrer aktuellen biographischen Entwicklung von großer Relevanz ist. Tendenziell lässt sich in allen Gruppen männlicher Befragten mit geringerer Bildung ein Hang zur Homophobie feststellen. In der Gruppe der älteren Berufsschüler empfanden insbesondere die arabisch und türkisch stämmigen Befragten Daniel Küblböck als abstoßend. Während für die jüngeren Diskussionsteilnehmer eher ein Männlichkeitsideal für ihr Urteil ausschlaggebend sein dürfte, spielt bei den Älteren höchstwahrscheinlich die kulturelle Herkunft eine bedeutende Rolle für dieses Verhalten.

4.4.1.2 Costa Cordalis

Costa Cordalis ist eine Figur, die ebenfalls stark polarisiert. Während er von einigen als Vorbild für das Leben im Dschungel genannt wird, lehnen andere ihn explizit ab. Interes-

sant ist vor allem, dass bei der Sympathie oder Antipathie für Costa Cordalis die Bildung der Befragten eine entscheidende Rolle spielt.

Die höher Gebildeten lehnen ihn kategorisch ab. Als Hauptgrund nennen die weiblichen und männlichen Gymnasiasten, dass er kein Star sei und seine Zeit als Musiker längst hinter sich habe. Die männlichen Gymnasiasten erzählen sogar, wie sich diese Abneigung in einem Computerspiel manifestiere.

Beispiel *Ablehnung von Costa Cordalis*: Gruppendiskussion männliche Gymnasiasten

JR: Na ja, ein kleines bisschen macht man sich in irgendwelchen Computerspielen, diese Promi-Stars, und lässt sie da in irgendeinem Zimmer verkommen, z.B. bei den *Sims* kann man sich dann so ein Zimmer einrichten, mit so Dschungelzeug, und dann lässt man da halt Costa Cordalis in dem Zimmer halt so verrecken (*allseits Lachen*)

In den Gruppen mit geringerer Bildung (mit Ausnahme der Mädchen aus dem Jugendzentrum) wird Costa dagegen als Sympathieträger und von zwei Befragten sogar als Vorbild bezeichnet. Meist wird dies damit begründet, dass er die Dschungelprüfungen besonders gut bewältigt und dabei stets die Ruhe bewahrt hat.

Beispiel *Costa Cordalis als Vorbild*: Gruppendiskussion Jugendzentrum Jungen

HE: Mein Vorbild wäre Costa.

Interviewer: Und warum?

HE: Weil, er ist ganz gelassen, der hat keine Angst, genauso wie ich, ich ekel mich eigentlich auch vor nix, außer vor Blut. Blut kann ich kaum sehen, da wird mir übel. Also Costa wäre mein Vorbild, weil er ist der Ruhigste, er ist so ein kleiner Pfadfinder, sozusagen.

Eine mögliche Erklärung für die unterschiedliche Akzeptanz von Costa Cordalis könnte die Ernsthaftigkeit sein, mit der die Rezipienten das Spiel bewerten. Ist es ihrer Meinung nach tatsächlich erstrebenswert, die einzelnen Prüfungen zu meistern und Dschungelkönig zu werden, so ist eine positive Bewertung des Siegers nahe liegend. Eine Rezeption der Sendung als Comedy rückt in diesem Fall in den Hintergrund.

Allerdings wird in zwei Gruppen gerade die Tatsache, dass Costa Cordalis Dschungelkönig geworden ist, als Argument gegen ihn genutzt. Von den Mädchengruppen aus Gymnasium und Jugendzentrum wird sein Sieg übereinstimmend als ungerecht bewertet, da Lisa Fitz ihrer Meinung nach die schwierigere Aufgabe zu bewältigen hatte. Auch in diesen Aussagen ist eine starke Rezeption der Sendung als Spiel zu erkennen. Interessant ist in diesem Kontext das ausgeprägte Gerechtigkeitsempfinden der Teilnehmerinnen, das an die Einhaltung der Spielregeln (in diesem Fall auch von Seiten der Regie) geknüpft ist. Es soll unter

dem Blickwinkel der allgemeinen Moralvorstellungen in Kapitel 4.5 weiter untersucht werden.

4.4.1.3 Lisa Fitz

Lisa Fitz ist ebenfalls eine polarisierende Figur, doch sie wird nur von weiblichen Befragten thematisiert. Sie wird von zwei Teilnehmerinnen (Gymnasiastin und Berufsschülerin) als schwächste oder unsympathischste Figur bezeichnet, während eine Befragte (Mädchen Jugendzentrum) sie am sympathischsten findet. Interessant ist die Begründung, die für die unterschiedlichen Meinungen genannt wird: in beiden Fällen ist es Lisa Fitz' Rolle als Anführerin der Gruppe, die zum Urteil über sie führt.

Beispiel *Bewertung von Lisa Fitz*: Gruppendiskussion weibliche Gymnasiasten

T: Die (*Lisa Fitz*) war so eine dumme Kuh, die war so eine dumme Zicke. Am ersten Tag war das, glaube ich, da hat die sich aufgeregt, als sie nicht sofort Essen gekriegt haben. Dann hat die immer diese Anführerin gespielt.

Beispiel *Bewertung von Lisa Fitz*: Gruppendiskussion Jugendzentrum Mädchen

B: Ich fand einfach Lisa sympathisch und sie hat sich eben darum gekümmert, zum Beispiel das mit den Organisationen, das fand ich gut von ihr.

Die „mütterlich-bestimmende Rolle“ von Lisa Fitz ist vermutlich gerade für die jugendlichen Mädchen eine Geschlechterrolle, die Reibungsfläche bietet und zu so unterschiedlichen Zuschreibungen führen kann. Zumal gerade jüngere Mädchen im Fernsehen nach Rollenvorbildern suchen, die nicht der eigenen Mutter entsprechen und sich von der Zuschreibung „Mütterlichkeit“ entfernen.

4.4.2 Moderation

Anders als die Rolle der Kandidaten wird die Moderation nur in der Studentengruppe ohne Anstoß durch die Interviewer thematisiert. Während die Studenten die Moderation einstimmig ablehnen, sind die Meinungen in den anderen Gruppen gespalten.

Häufig machen sich die Äußerungen am Erscheinungsbild der Moderatoren fest. Der Kontrast zwischen dem kleinen, korpulenten Moderator Dirk Bach und der großen, schlanken Moderatorin Sonja Zietlow wird von Teilnehmern aus vier Gruppen (von beiden Gruppen aus dem Jugendzentrum und beiden Gruppen aus der Berufsschule, also von Teilnehmern eher geringerer formaler Bildung) als lustig bezeichnet. Sie scheinen den Moderatoren

damit den Status eines Comedy-Elements zuzuweisen. Die in der Analyse beschriebene Inszenierung der Moderatoren als komische Figuren zeigt hier Auswirkungen auf die Rezeption als Comedy (vgl. Kapitel 3.2.1).

Beispiel **Aussehen der Moderatoren**: Gruppendiskussion weibliche Berufsschüler

- SM: Wie gesagt, die haben zu viel gequatscht. Aber die Optik sieht schön aus. Er ist so (zeigt kleine Größe an) und sie ist so.
DM: Die sehen so lustig aus zusammen, wa, der kleene Dicke so und sie so.

Teilweise können die Moderatoren jedoch aufgrund eines mangelnden Kontextbezugs nicht als komisches Element eingeordnet werden. Ihr Verhalten wird dann als „unnatürlich“ interpretiert. Vor allem der Moderatorenschrei „Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!“ wird in diesem Zusammenhang genannt. Da Sonja Zietlow bisher nicht aus einem Comedy-Kontext bekannt ist, kann ein Junge aus dem Jugendzentrum ihr Verhalten nicht einordnen.

Beispiel **Komik der Moderation**: Gruppendiskussion Jugendzentrum Jungen

- IS: Die haben sich irgendwie wie Behinderte benommen. Ansonsten reden die eigentlich so voll normal, also bei der *Dirk Bach Show* da ist es ja immer lustig, aber bei der anderen, bei der Moderatorin, die redet ja immer normal, aber da haben die komisch geredet.

Eine Teilnehmerin aus dem Jugendzentrum hätte lieber einen gut aussehenden Moderator gehabt.

Beispiel **Aussehen der Moderatoren**: Gruppendiskussion Jugendzentrum Mädchen

- C: Sonja Zietlow.
B: Ich mag die. Die hat einen großen IQ.
C: Die fand ich super, aber den anderen fand ich so hässlich. Der hat gar nicht zu dem Dschungel gepasst. Er hat gar nicht gepasst. Ich hab gedacht, so ein gut aussehender muskulöser, aber da kommt so ein molliger Mops mit so einem Hut auf dem Kopf.

Die karnevaleske Gegenüberstellung der Bekleidung der Kandidaten und dem „geleckten“ Aussehen der Moderatoren wird von den Befragten wahrgenommen, die damit zwar die vom Sendungskonzept intendierte komische Inszenierung (vgl. Kapitel 3.2.1) auf der visuellen Ebene wahrnehmen, sie jedoch als unpassend empfinden.

Beispiel **Aussehen der Moderatoren**: Gruppendiskussion männliche Gymnasiasten

- TH: Also Dirk Bach, der hat dazu irgendwas, der hat sich so schön angezogen, aber die Sonja Zietlow oder wie sie nochmal heißt, die hat da so ein Top an, so eine schöne Hose all so was, das passt nicht. Der Dirk Bach hat vielleicht

mal einen Tropenhelm auf oder so was, der rennt da vielleicht mal ein bisschen anders rum, der ja auch

JR: Ja, aber die haben alle da so strahlend saubere Sachen an, das passt einfach nicht, wenn irgendeiner mit frisch geföhnten Haaren da im Urwald steht, vor irgendeinem Kakerlaken-Becken, das passt einfach nicht.

Die verbale Ebene der Moderation – und damit ein Sendungselement, das besonders in die öffentliche Diskussion geraten ist – wird von den Diskussionsteilnehmern sehr unterschiedlich bewertet. Zustimmung findet die Moderation bei den Mädchen aus Jugendzentrum und Gymnasium sowie bei einzelnen Teilnehmern der Gruppen „weibliche Berufsschüler“ und „Jugendzentrum Jungen“. Sie finden die Sprüche der Moderatoren „cool“ und „witzig“ – bei den Mädchen aus Gymnasium und Jugendzentrum zeigt sich sogar ein explizites Verständnis des Wortwitzes.

Interessant ist die Umdeutung der Moderation, die eine Berufsschülerin vornimmt. Der Spott der Moderatorin wird von ihr als Ehrlichkeit verstanden. Sie zeigt keine kritische Haltung gegenüber der Schadenfreude, sondern würde eine noch drastischere „Ehrlichkeit“ befürworten.

Beispiel *Moderation*: Gruppendiskussion weibliche Berufsschüler

Interviewer: Wie ging's denn euch anderen mit den Moderatoren?

LM: Oh, die waren super, die fand ich gut!

Interviewer: Warum fandest du die gut?

LM: Och, die haben das teilweise so witzig gemacht, und gerade die Sonia, die war ja zum Teil auch wirklich so ehrlich, die hat ausgesehen, als wär sie in dem Moment auch wirklich ehrlich, zum Beispiel als diese Caroline so richtig abgelästert hat, über die andern, da hat sie sich auch lustig gemacht: „Nein, das sieht ja hier keiner.“ Und: „Ach, nö, wir haben ja gar keine Zuschauer, wir sind ja auch gar nicht im Fernsehen.“ Und das fand ich ziemlich witzig, fand ich gut, ja.

Die einzige moralische Kategorie, mit der die Moderatorin hier bewertet wird, ist ihre vermeintliche Ehrlichkeit. Spott und Schadenfreude der Moderatoren werden kaum kritisiert. Ihrem Verhalten wird ein anderes Wertesystem zu Grunde gelegt, indem Spott als legitimes Verhalten gilt. Sonja Zietlow wird scheinbar als eine moralische Instanz rezipiert, die sich über das Verhalten der Kandidaten nicht um ihrer selbst willen oder gar aus Schadenfreude lustig macht, sondern die deren Verhalten vor dem Hintergrund eines ehrbaren Motivs thematisiert. Nur eine Teilnehmerin der Studentengruppe (LB) bezeichnet sie als skrupellos und dominant gegenüber den Kandidaten. Diese Diskussionsteilnehmerin, so wird im Verlauf des Gesprächs deutlich, schreibt der Sendung allerdings keinen Spielcharakter und einen sehr hohen Grad an Authentizität zu, was sich auch in dieser Bewertung der Moderation zeigt.

Auch wenn kaum moralische Einwände gegen die Moderation geäußert werden, wird sie dennoch von vielen Diskussionsteilnehmern kritisiert. So nennen eine Teilnehmerin der Gruppendiskussion „Schülerladen Wedding“ und zwei Berufsschüler (männlich und weiblich) die Moderation „langweilig“ und „überflüssig“. Diese kategorische Ablehnung mag durch die mangelnde Sprachkompetenz und die stärkere Orientierung an actionreichen Darstellungen dieser Diskussionsteilnehmer begründet sein. Die Studenten und die männlichen Gymnasiasten, denen die Sprachkompetenz nicht abzusprechen ist, störten sich dagegen an der Künstlichkeit der Moderation und dem offensichtlich vorformulierten Text.

Beispiel *Ablehnung der Moderation*: Gruppendiskussion Studenten

PE: Zum Beispiel die beiden Moderatoren. Wo ich den Dirk Bach nun als Komiker kenne, wo er tatsächlich mal ganz gut war vor ein paar Jahren, ist aber auch schon fünf, sechs Jahre her, und man sich dann wundert, wie gesagt, dann sind wir bei dem Punkt, was man für Geld alles kaufen kann, was für eine völlig, ja hirnrissige und hirnlose Moderation der damit abliefert. Wirklich nach Drehbuch, die sollen irgendwie ein bisschen ..., also unterste Schublade. War irgendwie Ansage von vornherein und genau das haben sie abgeliefert. Aber professionell, die wussten ganz genau, was die da machen. Das hat man richtig gemerkt, und man hat richtig gemerkt, die fahren da nur was ab, also die waren da nicht dabei.

Die Moderation, so lässt sich abschließend zusammenfassen, spielt für die Rezipienten nur eine geringe Rolle. Eine Kritik am spöttischen und hämischen Verhalten der Moderatoren wird kaum geäußert, im Gegenteil wird sogar häufig gefordert, dieses noch auszubauen. Diese Haltung ist zum Teil mit der Rezeption der Moderation als Comedy-Element zu erklären. Allerdings zeigt sich in den Äußerungen der Befragten, dass einige die Moderatoren nicht als „komisches Paar“ rezipieren. Ist das Verhalten nicht durch den exzeptionellen Rahmen der Comedy legitimiert, so scheinen diese Rezipienten auch für ein als real erachtetes Verhalten nur in geringem Maße ethische Maßstäbe anzulegen. Die Frage der moralischen Bewertung der Moderation wird in Kapitel 4.5 näher behandelt.

4.5 Moralische Bewertungen der Sendung

4.5.1 Allgemeine medienethische Überlegungen zur Sendung

Nach Auffassung der KJM sind unter medienethischen Aspekten sind vor allem zwei Gesichtspunkte der Sendung problematisch:

- (1) *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* hat die Tendenz, ein eigentlich gesellschaftlich geächtetes Sozialverhalten zu Unterhaltungszwecken zu zeigen. Indem die prominenten Teilnehmer des Dschungelcamps Häme und Spott der Moderatoren ausgesetzt sind und Prüfungen absolvieren müssen, in denen sie ihre Ekelgrenzen überwinden sollen, werden sie in ihrem sozialen Achtungsanspruch verletzt und zur Schaustellung herabgewürdigt. Missachtet man dabei dieses karnevalistische Sendungsprinzip, ist vor allem fraglich, ob solche Methoden als konstituierende Elemente in einer Unterhaltungsshow eingesetzt werden dürfen.
- (2) Das zweite Problemfeld betrifft die eingeschränkte Freiheit der Kandidaten. Um sich aus freien Stücken für die Teilnahme an der Sendung entscheiden zu können, müssen die Kandidaten vorher gewusst haben, was sie genau erwartet. Vollständige Informationen sind für autonome Entscheidungen unverzichtbar.

Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) ist dennoch zu dem Ergebnis gekommen, dass die Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* nicht gegen die Menschenwürde verstoße. Dabei werden für die Beurteilung drei Punkte genannt:

- (1) Die durchweg medienerfahrenen Camp-Bewohner haben sich freiwillig zur Verfügung gestellt,
- (2) sie konnten jederzeit das Dschungelcamp verlassen und
- (3) sie verfügten über eine ausreichende Kenntnis der Abläufe.

Dennoch bewegt sich die Sendung laut KJM nah an der Grenze zum Verstoß, indem sie moralisch fragwürdige Verhaltensweisen wie Häme, Spott und Schadenfreude propagiere. Die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen könne dadurch beeinträchtigt werden und ohnehin vorhandene Tendenzen zu Ausgrenzung und Hänseleien legitimiert oder verstärkt werden. Dabei wird davon ausgegangen, dass Kinder und Jugendliche sich an dem dargestellten Verhalten orientieren und die Handlungen imitieren. Dadurch würden sie die eige-

nen Handlungs- und Denkstrukturen an das Vorbild anpassen. Die Imitation bildet dann die Voraussetzung für eine Rollenübernahme auf symbolischer Ebene und damit für eine Identifikation.

Im Folgenden soll daher untersucht werden, mit welchen Wertmaßstäben und moralischen Kriterien die befragten Kinder und Jugendlichen die Sendung wahrnehmen und in welcher Art und Weise sie das dargestellte Verhalten der Figuren auf ihr eigenes Leben beziehen.

Da es bei moralischen Entscheidungen immer einen Unterschied zwischen Entscheidungen im privaten Bereich (die nach Kriterien der persönlichen Nützlichkeit und der Lust/Unlust getroffen werden) und Entscheidungen, die sich auf zwischenmenschliche und allgemeinere soziale Konflikte beziehen, gibt, sollen auch die von den Kindern und Jugendlichen für ihr eigenes Leben als wichtig betrachteten Werte untersucht werden. Diese werden mit den Wertmaßstäben verglichen, nach denen sie die Sendung beurteilen, um daraus Rückschlüsse auf die unterschiedlichen Beurteilungskriterien zu ziehen.

4.5.2 Kategorien moralischer Urteilsfähigkeit

Der hier angewendete Begriff der Moral bezieht sich im weiteren Sinne auf Handlungsregeln, Wertmaßstäbe und Sinnvorstellungen der Befragten, die nicht allein durch ihre persönlichen Überzeugungen und Verhaltensweisen geprägt sind, sondern auch durch öffentliche Institutionen des sozialen und kulturellen Lebens.

Analysiert wird, welche Kategorien moralischer Urteile herangezogen und wie diese, vor allem vor dem Hintergrund von Alters- und Bildungsunterschieden, begründet werden. Dabei wird das karnevalistische Prinzip der Sendung, das ebenfalls einen Einfluss auf die moralische Beurteilung der Darstellungen hat, außer Acht gelassen, um zu betrachten, wie die Kinder und Jugendlichen prinzipielle moralische Kriterien anwenden und auf die von der KJM genannten Gründe der Legitimierung der Sendung zurückgreifen. Später soll der Bezug zu den Inszenierungsstrategien wieder hergestellt werden.

Die Kompetenz, die Sendung anhand ethischer Wertmaßstäbe beurteilen zu können, lässt sich anhand von fünf Merkmalen feststellen, die sich auf die von Höhle angewandte Methodik zur Untersuchung der moralischen Urteilsfähigkeit beziehen (vgl. Höhle 2001, S. 78 ff.).

- (1) Zunächst geht es darum, ob die Befragten überhaupt ethisch fragwürdige Problemfelder der Sendung erkennen und benennen. Als ausreichend wird dabei die

deskriptive Wiedergabe der Problematik betrachtet. Der normative Gehalt muss auf dieser Stufe noch nicht erfasst werden. Voraussetzung dafür, ein moralisches Urteil bilden zu können, ist das Erkennen des Werts einer Handlung. Dann erst kann diese in ihrer Auswirkung ermessen werden.

- (2) Das wird erst im zweiten Schritt bedeutsam. Können die Kinder und Jugendlichen die jeweilige normative Dimension benennen? Aufschlussreich sind hier die Überlegungen dazu, was im Sinne moralischer Richtigkeit problematisch oder unproblematisch ist. Als Maßstäbe zur Beurteilung werden dann die von der KJM genannten drei Gründe herangezogen, nach denen *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* nicht gegen die Menschenwürde verstößt: Inwiefern werden diese gestützt, ungestützt genannt und begründet? Die Qualität der moralischen Urteilsfähigkeit ist davon abhängig, ob der normative Gehalt der Handlung erkannt wird oder unentdeckt bleibt. Je mehr ethische Werte benannt werden können, desto differenzierter ist die moralische Urteilsfähigkeit.
- (3) Als nächstes Kriterium wird untersucht, ob sich die Befragten in ihrer Argumentationsweise eher auf utilitaristische oder personalistische Gründe beziehen:
 - a) Utilitaristischer Argumentationstyp
Die Grundformel zur moralischen Beurteilung ist die teleologische Argumentationsweise. Diejenigen Handlungen werden als moralisch gut betrachtet, deren Folgen für das Wohlergehen aller Betroffenen optimal sind. Das heißt, die moralische Richtigkeit der Handlungen ist von den Folgen bestimmt. Als Maßstab gilt der Nutzen für die betroffenen Lebewesen, der in der Befriedigung von Bedürfnissen, Interessen und Wünschen liegt. Eine einheitliche Moraltheorie wird dementsprechend nicht zur Beurteilung herangezogen.
 - b) Personalistischer Argumentationstyp
Für diesen Typus gelten solche Handlungen als gut, die dem Menschen als Person gerecht werden. In der Würde des Menschen wird ein moralischer Wert gesehen, der allgemeingültig ist. Das Ziel jeder Handlung ist es demnach, die Würde, im Sinne von Individualität, Freiheit und Unverletzlichkeit, zu wahren.
- (4) Das persönliche Urteil stellt die vierte Kategorie dar. Bei diesem Merkmal ist vor allem die Beständigkeit des durch die Befragten gefällten Urteils interessant. Des Weiteren wird untersucht, ob die Kinder und Jugendlichen gegenteili-

ge Argumente kennen und vor allem diskutieren. Dies liefert Aufschluss darüber, ob die Probanden in der Lage sind, mögliche Urteile und Argumente auszusondern und ob sie einen Begriff des moralischen Urteils haben.

- (5) Als letztes Kriterium wird das Aufzählen von Konsequenzen, die das eigene und das andersartige Urteil implizieren, in die Betrachtung miteinbezogen. Werden in den Gruppendiskussionen Handlungsfolgen genannt und Konsequenzen aus dem eigenen Urteil gezogen? Um Konsequenzen beurteilen zu können, ist es wichtig, dass die Befragten einen Rollenwechsel vollziehen können. Die Fähigkeit zur Rollenübernahme und die damit verbundene Antizipation der Konsequenzen des eigenen Urteils werden dabei als wesentliches Merkmal moralischer Urteilsfähigkeit betrachtet.

Im Folgenden sollen die Ergebnisse der Gruppendiskussionen in Bezug auf die moralische Urteilsfähigkeit der Befragten vor dem Hintergrund ihrer altersbedingten sozio-moralischen Entwicklungsstufen beschrieben werden.

4.5.3 Moralische Beurteilung der Sendung

Die moralische Urteilsfähigkeit entwickelt sich nach Kohlberg stufenweise. Dabei geht er davon aus, dass allgemeine Fragen der Gerechtigkeit den Kern der Moral bilden. Neben der moralischen Komponente erfasst das von ihm entwickelte Stufenmodell auch die soziale Komponente der jeweiligen Urteilsstufe. Kohlberg (vgl. 1996, S. 126 ff.) definiert sechs Stufen der moralischen Entwicklung. Auf der ersten Stufe entsteht das moralische Bewusstsein aus einer egozentrischen Perspektive. Es geht darum, Regeln einzuhalten, deren Übertretung mit Strafe bedroht ist. Auf dieser Stufe der „heteronomen Moralität“ (ebd., S. 128) geht es darum, Bestrafungen zu vermeiden und die überlegene Macht von Autoritäten anzuerkennen. Auf der zweiten Stufe entsteht das moralische Bewusstsein aus einer konkret individualistischen Perspektive. Hier geht es darum, Regeln nur dann zu befolgen, wenn es irgendjemandes Interesse dient, d.h. auch, wenn es darum geht, die eigenen Bedürfnisse zu befriedigen „und andere dasselbe tun zu lassen. Gerecht ist auch, was fair ist, was ein gleichwertiger Austausch, ein Handel oder ein Übereinkommen ist“ (ebd., S. 129). Auf dieser Stufe können Kinder anerkennen, dass auch andere Menschen bestimmte Interessen haben. Die Moral ist von Individualismus, Zielbewusstsein und Austausch geprägt. Auf der dritten Stufe entwickelt sich das moralische Bewusstsein aus einer Perspektive, die das Individuum in Beziehungen zu anderen Individuen verstrickt sieht. Moralisch zu han-

deln bedeutet, den Erwartungen der anderen, die diese an mich herantragen, zu entsprechen. Es ist wichtig ehrenwerte Absichten zu haben, Loyalität, z.B. gegenüber Freunden, zu zeigen und anderen Menschen Wertschätzung entgegenzubringen. Die Moral ist von wechselseitigen Erwartungen, Beziehungen und interpersoneller Konformität gekennzeichnet.

Auf der vierten Stufe ist die Moral aus einer Differenz zwischen dem gesellschaftlichen Standpunkt und den auf einzelne Individuen gerichteten Motiven perspektiviert. Es geht darum, die Pflicht zu erfüllen, die man übernommen hat, und Gesetze zu befolgen. Die Moral ist auf das soziale System bezogen und das Gewissen spielt eine Rolle. Auf der fünften Stufe entsteht das moralische Bewusstsein aus einer gesellschaftlich vorgeordneten Perspektive. Es ist sich der Tatsache bewusst, „dass unter den Menschen eine Vielzahl von Wertungen und Meinungen vertreten wird und dass die meisten Werte und Normen gruppenspezifisch sind. Regeln sollten im Allgemeinen jedoch befolgt werden, im Interesse der Gerechtigkeit und weil sie den sozialen Kontrakt ausmachen. Doch gewisse absolute Werte und Rechte wie *Leben* und *Freiheit* müssen in jeder Gesellschaft und unabhängig von der Meinung der Mehrheit respektiert werden“ (ebd., S. 131, H.i.O.). Die Moral befindet sich auf der Stufe des sozialen Vertrages und der gesellschaftlichen Nützlichkeit, aber auch der individuellen Rechte. Erst auf der sechsten Stufe entsteht die Moral aus der Perspektive eines „moralischen Standpunktes“, „von dem sich gesellschaftliche Ordnungen herleiten“ (ebd., S. 132). Dabei geht es darum, selbstgewählten ethischen Prinzipien zu folgen. Auf dieser Stufe der „universellen ethischen Prinzipien“ (ebd.) geht es um allgemeine Prinzipien der Gerechtigkeit: „Alle Menschen haben gleiche Rechte, und die Würde des Einzelwesens ist zu achten“ (ebd.). Die moralische Entwicklung von Kindern vollzieht sich einerseits individuell, andererseits aber auch abhängig vom sozialen Umfeld, in dem die Kinder aufwachsen. Mit 13 Jahren bewegt sich ihr moralisches Bewusstsein in der Regel auf der zweiten Stufe, es kann aber auch schon weiter entwickelt sein. Die vierte Stufe ist in der Regel mit 17 Jahren erreicht, allerdings können auch 17-Jährige bei ungünstigen Sozialisationsbedingungen sich noch auf einer niedrigeren Stufe bewegen. Nach Kohlberg erreichen die meisten Erwachsenen in ihrer Entwicklung lediglich die vierte Stufe, „die konventionelle Erfüllung von Pflichten und Gesetzen“ (Tillmann 1995, S. 226). Generell wird es für die Kinder und Jugendlichen wie für die Erwachsenen immer schwieriger, auf die Stufe universaler ethischer Prinzipien vorzustoßen, weil die gesellschaftliche Entwicklung nicht nur zu einem Pluralismus der Lebensformen, sondern auch zu einem Werteplu-

ralismus geführt hat. Allgemeine ethische Prinzipien gelten zwar noch für die Gesellschaft, werden aber aus der individuellen Perspektive immer abstrakter. Ethische Prinzipien werden daher stärker an die konkreten Lebensumstände zurückgebunden und besitzen so nur eine räumlich begrenzte quasi-universelle Gültigkeit.

Die moralische Bewertung der Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* durch die Kinder und Jugendlichen lässt sich allerdings nicht nur mit den Stufen moralischer Entwicklung erklären. Berücksichtigt werden müssen auch die allgemeinen Sozialisationsbedingungen, die durch den historischen Prozess der Entwicklung von Gesellschaft und Kultur vorgegeben sind. Der gesellschaftliche Wandel der letzten Jahre, der als reflexive Modernisierung beschrieben wurde, wirkt als Sozialisationsbedingung auf die Entwicklung der Persönlichkeit und der Identität der Individuen. Das moralische Bewusstsein von Kindern und Jugendlichen passt sich diesen Bedingungen an. Es orientiert sich weniger an übergreifenden gesellschaftlichen Zielen (vgl. Gensicke 2003, S. 152), sondern an den pragmatischen Anforderungen der persönlichen Lebensbewältigung.

10- bis 12-Jährige mit geringerer Bildung

Die Kinder stellen die Sendung unter ethischen Gesichtspunkten moralisch fragwürdiger Verhaltensweisen wie Spott und Schadenfreude nicht in Frage und beziehen sie dementsprechend auch nicht auf diese Prinzipien und Kriterien ethischer Entwürfe. Dennoch beurteilen die Kinder die Sendung nach moralischen Eigenschaften. So werden die Dschungelprüfungen von zwei Mädchen (N, E) als übertrieben bezeichnet. Prinzipielle Feststellungen, dass die Sendung teilweise fragwürdige Verhaltensweisen darstellt, wurden jedoch nicht genannt.

E: Mir hat's auch nicht so gefallen, weil, es war irgendwie übertrieben mit den Kakerlaken und so.

[...]

Interviewer: Und das ist ja auch vielleicht ein bisschen gemein, den da in den Sarg, und er hat da eigentlich Angst vor, hast du ja auch gerade gesagt. Darf man denn so mit Menschen umgehen? Also ist das gerecht?

N: Ja, aber warum, das kann doch nicht so viel Kakerlaken, kann doch bisschen Kakerlaken sein, 3.000 Kakerlaken.

Interviewer: Sind das zu viele, ist das zu gemein?

N: Ja, gemein, zu viel. Die haben keine Angst, wenn die beißen, 3.000 und so.

Die Kinder sehen in der Sendung sogar einen zweckbezogenen Nutzen, einen Lerneffekt (vgl. dazu auch Kapitel 4.3.1) für die Prominenten, der die Beurteilung der Sendung relativiert und auch legitimiert. Dazu äußert eines der Mädchen:

- Interviewer: Findest du, so was kann man mit Leuten machen? Findest du, man kann sie zu so was zwingen, wenn sie Geld dafür bekommen? Oder soll man so eigentlich nicht mit Menschen umgehen.
- E: Nicht so.
- T: Nicht so, aber wenn sie mal im Wald oder so verlaufen hat, das ist ja auch eine tolle Probe gewesen, dass die so gemacht haben.
- Interviewer: Also findest du, sie konnte auch was damit lernen?
- T: Ja, dann, wenn die nix zu essen haben, wenn die hier Käfer essen oder so, dann hat sie sich das schon getraut.
- [...]
- Interviewer: Ja, aber ihr habt jetzt zum Beispiel doch auch gesagt, dass ihr es gut und witzig fandet und fandet, dass er (*Daniel Küblböck*) es verdient hat.
- T: Eigentlich nicht so, aber manchmal ist es so, dass er es so verdient hat. Der kann ja auch was dazulernen, der ist dann nicht mehr so angeberisch. Dann denkt er, ich kann jetzt wie ein ganz normaler Mensch reden und nicht so wie ein Mädchen, sonst denkt er immer, ha, ich bin der Schönste, ich bin so süß.

Die Kinder aus dem Schülerladen Wedding beurteilen die Sendung hauptsächlich auf der ersten Stufe, der *heteronomen Stufe*, bei der sie sich an Strafe und Gehorsam orientieren. Die Handlungen werden rein nach dem äußeren Erscheinungsbild beurteilt und nicht nach dahinter stehenden Intentionen. Dementsprechend erkennen sie auch die unter moralischen Gesichtspunkten fragwürdige Behandlung der Kandidaten durch die Moderation nicht, sondern beziehen sich lediglich auf das Ausmaße der Dschungelprüfungen, die sie teilweise aus Bestrafungsgründen als gerechtfertigt ansehen. So ist das Mädchen T der Meinung, dass Daniel Küblböck die Behandlung durch die Prüfung verdient hat, weil er danach nicht mehr so angeberisch ist. Die Äußerung, dass man die Kandidaten in der Sendung in dieser Art und Weise behandeln darf, weil sie dadurch auch etwas lernen können, lässt auf eine Moral des Zweckdenkens schließen. Das heißt, Regeln werden befolgt, wenn es irgendjemandes Interesse dient. Diese Art der moralischen Bewertung entsteht auf einer Stufe, die das an Bestrafung und Gehorsam orientierte Denken bereits überwunden hat. Dies ist die zweite Stufe moralischer Entwicklung, die von Kohlberg als *Stufe des Individualismus* beschrieben wird. Gerecht ist in diesem Fall, das, was fair ist. Die Erwachsenen werden nicht mehr als alleinige Quelle der Moral betrachtet und die Kinder haben verstanden, dass Moral etwas mit Gegenseitigkeit zu tun hat. Diese wird zum Kriterium des moralisch Richtigen, aber im Sinne einer Moral des Zweckdenkens.

11- bis 14-jährige Jungen, geringere bis mittlere formale Bildung

Auch die befragten Jungen der höheren Altersstufe können kaum ein fragwürdiges Verhalten der Moderatoren erkennen. Wie die Kindergruppe orientiert sich ihr Urteil am Ausmaß

der physischen Konsequenzen einiger Dschungelprüfungen. So wird die Straußen-Attacke mit Caroline Beil beispielsweise als zu hart beurteilt.

HE: Ne, weil ich hab vorhin zwar gesagt, dass es ein bisschen härter sein soll, aber das find ich übertrieben, weil da können richtige Verletzungen sein. Da muss einer etwas doller picken und hier (*deutet auf seinen Hals*) reinpicken, und dann ist sie tot, die Frau.

Der normative Gehalt der herabwürdigenden Moderation bleibt wie bei den Kindern ebenfalls unentdeckt. Auf Nachfragen wird die Behandlung der Kandidaten gerechtfertigt, da sie ausreichend über die Machart der Sendung informiert waren. Aber auch dabei steht für sie die „Härte“ der Prüfungen im Vordergrund.

EL: Wenn sie richtig wollen, dass sie da mitmachen, also von alleine wollen, dann müssen sie schon auch dafür zahlen.

HE: Wenn sie das schon wussten, dann ist es klar, dann ist es ihr eigenes Pech, aber zu hart find ich das auch, aber man kann ja bei diesen Straußen, wie ich schon gesagt hab, kann man ja auch sterben bei, wenn die wirklich irgendjemandem die Kehle durchbeißen. Es kann richtig harte Verletzungen geben.

Darüber hinaus orientieren sich auch die älteren Jungen immer noch sehr an Strafe und Gehorsam. Sie bewegen sich auf der ersten Stufe der moralischen Entwicklung. So betrachten sie die Kakerlaken-Prüfung für Daniel Küblböck als eine legitime Bestrafung für sein delinquentes Verhalten des Fahrens ohne Führerschein und sehen auch die Straußen-Attacke als gerechten Ausgleich für die Lästereien von Caroline Beil. In der Diskussion über die Bestrafung von Daniel beziehen sie sich auf ein Verhalten, dass außerhalb des Spielshowrahmens erst nach der Ausstrahlung der Sendung stattgefunden hat. Die Gruppendiskussionen wurden nach seinem Unfall durchgeführt.

NI: Das hat er verdient, wenn er schon einen Unfall verursacht und damit andere damit schadet, obwohl er noch nicht mal einen Führerschein hat. Das ist schon gerecht, find ich.

[...]

Interviewer: Hast du auch das mit Caroline Beil gesehen, die von den Straußen gehackt worden ist?

IS: Nein.

Interviewer: Weil, da war nämlich genau das. Das war eine, die hat immer über die anderen gelästert und ist danach bei der Dschungelprüfung so gehackt worden. Hat die es dann auch verdient?

Allgemeine Bejahung

EL: Wenn sie richtig doll gehänselt hat, [...], zuerst so ganz normal anfreunden und dann nachher so ausnutzen, so alle verpetzen, dann würd ich es ihr

[...]

OL: Also, ich hätte mich nicht gefreut, aber sie hätte es verdient, wenn sie so rumhänselt.

IS: Ich find auf einer Seite hat sie's verdient und auf der anderen nicht. Sie hat es verdient, dass sie so eine Aufgabe bekommt, aber so hart, das find ich dann nicht mehr so gut.

11- bis 14-jährige Mädchen, geringere bis mittlere formale Bildung

Wie die gleichaltrigen männlichen Befragten stellen die 11- bis 14-jährigen Mädchen die physischen Konsequenzen der Dschungelprüfungen in ihrer Beurteilung in den Vordergrund.

B: Mir haben die Aufgaben, manche Aufgaben, die fand ich ein bisschen brutal, weil ich meine, wenn man im Dschungel lebt, dann passiert einem doch so was nicht, also mit den Kakerlaken oder so was. Okay, ein paar Kakerlaken sind schon da, aber so viele?

[...]

F: Also, ich mag ja die meisten Leute auch nicht, aber ich finde manche haben mal zu viel abbekommen. Also, an manchen Stellen.

B: Das war wirklich zu hart.

Interviewer: Welche denn zum Beispiel?

F: Zum Beispiel jetzt auch wieder mit Daniel Küblböck und dem Kakerlakensarg und so.

Interviewer: Und welche noch?

F: Mir fallen jetzt gar nicht so viele ein, aber ich habe schon manchmal so Ausschnitte gesehen, wo ich es schon ganz schön heftig fand.

[...]

A: Also, ich bin der Meinung, man kann so was zeigen, aber vielleicht einen Zacken, nicht so richtig brutal, so einen Zacken milder würde ich sagen. Dass das nicht so brutale Mutproben sind.

Die Dschungelprüfungen betrachten sie unter Gesichtspunkten der Bestrafung und im Sinne einer ausgleichenden Gerechtigkeit als legitim.

Interviewer: Wie ist das denn bei den anderen, die eine Dschungelprüfung machen mussten? Findet ihr das gut, dass die das abkriegen?

B: Nee.

A: Teils, teils, sag ich mal so.

C: Ich fand's bei Daniel Küblböck, als die Kakerlaken auf ihm lagen, war ich froh. Weil ich finde, Daniel Küblböck kann gar nicht singen, und der gibt sich so aus, so als ob er der Größte wäre. Der größte Star, aber das ist er eben nicht. Die Leute, okay, die Leute mögen ihn, weil er ein bisschen gut aussehend ist, aber sonst, die Songs und alles, die sind alle blöd.

[...]

C: Ja, eben. Das fand ich irgendwie blöd, weil er kann gar nicht singen und ich verstehe gar nicht, warum er es versuchen will. Das kann er nicht versuchen, weil es klappt bei ihm nicht. Der hat einfach eine schreckliche Stimme und deshalb fand ich es gut, dass er die Kakerlaken, weil er einfach ein Angeber ist, finde ich.

[...]

A: Na, weil irgendwie, wir Menschen wir müssen so was, so'ne Tiere täglich sehen und die anderen Leute, diese Reichen, die sagen einfach mal zu den Dienstboten, sagen sie einfach: „Iihh, ich sehe eine Spinne, mach die mal weg!“ Und das ist jetzt mal so, dass die es eigentlich auch mal in Massen abbekommen, weil die haben so wenig abbekommen und wir kriegen voll viel ab. Ich sag mal, teils teils. An einer Art verdienen sie es und an einer Art auch wieder nicht.

Auch die spöttische Art der Moderation wird nicht in Frage gestellt, sondern eher als positiv empfunden.

- Interviewer: Manchmal waren die Moderatoren ja auch fies. Wäre das besser, wenn die noch fieser wären oder weniger?
- C: Fies, fies, fies.
- B: Das war okay.
- C: Ich fand's besser fies.
- B: Das sagen die ja bestimmt nicht selber, sondern die, die das Drehbuch erschaffen haben. Die sagen ja, dass die darüber lästern sollen. Ich meine, ich find's ganz okay, weil, manchmal muss man auch lachen, weil zum Beispiel das mit dem Altenpfleger, das fand ich lustig.

Prinzipiell jedoch denken sie, dass man auf so eine Weise eigentlich nicht mit Menschen umgehen sollte. Auf die direkte Nachfrage äußert eines der Mädchen auch Bedenken über die unwürdige Art und Weise der Behandlung der Kandidaten.

- Interviewer: Als ich eben gefragt habe, ob man so mit Menschen umgehen darf, habt ihr nur ja oder nein gesagt und ihr fandet das ganz unterschiedlich. Warum findet ihr denn, man soll so mit Menschen umgehen oder man soll so nicht mit Menschen umgehen?
- E: Ich fand das einfach nur gemein, dass die so was sagen, dass die Kakerlaken beißen und so. Da kriegt man doch direkt einen Schreck.
- C: Da kann man sterben.
- E: Ja.
- A: Nein.
- C: Doch, der hat doch gesagt durch Infektionen.
- B: Ich fand das auch nicht okay, weil, ich fand die haben die auch wie Tiere behandelt irgendwie. So, ihr müsst das und das. Ihr müsst jetzt jagen gehen, dann kriegt ihr was zu essen. Ich meine, die verhungern nicht, aber was ist wenn.

Wie in der Diskussion der befragten Kinder vertritt auch eines der älteren Mädchen die Auffassung, dass man aus der Sendung etwas lernen kann.

- Interviewer: Aber wenn man so was im Fernsehen zeigt, und eigentlich sagt ihr, man soll so nicht mit Menschen umgehen, soll dann so was überhaupt im Fernsehen gezeigt werden?
- C: Ja.
- B: Das ist eigentlich, mir ist das egal.
- A: Mir ist das eigentlich auch egal.
- B: Also, eigentlich schon. Man kann ja auch sehen, wie man dort lebt, wie man im Dschungel ist. Aber ich verstehe nur nicht, was jetzt der Sinn der Sache war. Ich meine, wenn man im Dschungel lebt, da kommen ja nicht 50.000 Kakerlaken über dich.

Eines der Mädchen (F) in dieser Gruppendiskussion erkannte jedoch die normative Dimension der durch die Sendung implizierten ethischen Problematik. Ungestützt sprach sie den Punkt der Freiwilligkeit als Überlegung an, in Bezug darauf, was im Sinne moralischer Richtigkeit problematisch oder unproblematisch ist.

- F: Also, ich finde, man kann so was zeigen, weil die Leute, die da hingehen, sind ja auch freiwillig in die Sendung gegangen. Die wurden ja nicht dazu gezwungen und dann kann man so was auch zeigen, finde ich.
- B: Ja, genau. Die haben sich es ja auch selber ausgesucht.

Auch die Mädchen dieser Altersstufe orientieren sich in ihrer Beurteilung der Sendung noch stark am äußeren Erscheinungsbild und nicht nach den dahinter stehenden Intentionen. Aber es lassen sich anhand dieser Diskussion auch Tendenzen aufzeigen, in denen sie *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* auf einer höheren Stufe moralischer Urteilsfähigkeit (Stufe des Individualismus) bewerten. So betrachten sie die Gegenseitigkeit als Kriterium des moralisch Richtigen, aber im Sinne eines Zweckdenkens. Sie sind zwar der Meinung, dass man prinzipiell so nicht mit Menschen umgehen sollte, legitimieren die Sendung jedoch aufgrund ihres didaktischen Sinns. Während die Kinder den Lerneffekt auf die teilnehmenden Prominenten beziehen, steht für die Mädchen in dieser Diskussion der eigene Zweckbezug im Vordergrund.

13-jährige Jungen, höhere Bildung

Die Jungen in dieser Gruppe bezeichnen die Sendung als primitiv. Sie erkennen, dass Qual und Entwürdigung in der Sendung eine Rolle spielen. In ihrer Beurteilung betrachten sie diese Verhaltensweisen jedoch als rechtmäßig, da die Prominenten für ihre Teilnahme am Dschungelcamp bezahlt wurden und freiwillig mitmachen. Die moralische Legitimation wird jedoch erst auf Nachfragen genannt.

- Interviewer: Und wenn Daniel Küblböck in den Kakerlakensarg gesperrt wird, tut er euch da Leid oder findet ihr, der hat's verdient, weil, der bekommt ja auch Geld dafür und hat sich freiwillig dazu entschlossen?
- RU: Wer sich so aufspielt und dann auch noch freiwillig mitmacht, muss damit rechnen, weil wenn man das schon so hört: „Ich muss in den Dschungel“, dann wird's ja nicht sein: „Komm wir trinken jetzt Caipirinha“, dann wird ja schon irgendwo ein Haken sein, dass er irgendwo was machen musste. Also hat er's auch verdient, find ich.
- Interviewer: Wie würdet ihr das sehen?
- JR: Na, es wurde ja auch immer mal in irgendwelchen Medien so gesagt, ja, die Ärmsten, die werden da so gefoltert, aber die haben sich doch dafür entschieden, die kriegen Geld dafür, und da sollen sie sich dann nicht wundern, wenn sie dann mal ein bisschen härter rangenommen werden.
- [...]
- RU: Wahrscheinlich sind die alle der Meinung, dass der (*Daniel Küblböck*) genau erst recht gequält werden sollte, in Anführungszeichen „gequält“.
- Interviewer: Also, du würdest sagen, er wird nicht gequält?
- RU: Das kann man eigentlich nicht mehr quälen nennen. Wenn er dafür bezahlt wird und wenn er es freiwillig macht.

Auch das Verhalten der Moderatoren wird, selbst auf Nachfragen, nicht diskutiert. Die von ihnen als „Verarschung“ bezeichnete Zurschaustellung der Kandidaten wird erkannt, aber nicht bemängelt. Die Befragten hätten auch kein Problem damit, wenn die Kandidaten noch stärker „verarscht“ würden.

JR: Also, am Schluss war dann ja noch mal so was, wird er es bestehen, und dann haben sie noch so eingebaut, wird er oder sie es bestehen, also jetzt Daniel Küblböck. Die werden auch alle ganz schön verarscht, die Kandidaten.

[...]

Interviewer: Aber du hast ja auch gerade gesagt, die verarschen die oft, die Kandidaten, glaubt ihr, es wäre besser oder schlechter, wenn sie die Kandidaten weniger verarschen würden?

JR: Ja, es wär vielleicht einfach ein bisschen ernsthafter.

TH: Na ja, wenn man's zu ernst macht, macht's auch keinen Spaß mehr.

JR: Aber so ist es, find ich, vielleicht schon ein bisschen albern.

KS: Die müssen ja irgendwie auch was Besonderes, also Charakter haben, witzig oder so, sonst guckt sich niemand die Sendung an.

Interviewer: Und dann ist es auch o.k. so, wie sie es machen?

KS: Ja, man muss es nicht übertreiben, aber so, es sind halt auch nur Menschen.

Auch die männlichen Gymnasialschüler orientieren sich noch teilweise an moralischen Kriterien von Strafe und Gehorsam.

Interviewer: Und, das hat man jetzt an den Ausschnitten vielleicht nicht so gesehen, aber da gab's ja Leute in dem Dschungelcamp, die's besonders abgekriegt haben, zum Beispiel Daniel Küblböck musste so dreimal hintereinander die Dschungelprüfung machen, und Caroline Beil wurde dabei gefilmt, wie sie gelästert hat über den Rest der Gruppe, und wurde danach dann gewählt, dass sie von den Straußen gehackt wird. Wie findet ihr denn das, wenn in einer Gruppe mehr oder weniger einer es abkriegt und die anderen ganz gut dabei wegkommen?

KS: Wenn sie sich lustig über die anderen macht, hat sie's irgendwie schon verdient. Und wenn Küblböck nicht sehr beliebt ist, soll er da nicht mitmachen, weil er schon ahnen könnte, dass er dran kommt.

RU: Als Daniel Küblböck hätte ich mir auf jeden Fall vorher überlegt, bin ich beliebt bei den Zuschauern: eher nein. Würde ich dran kommen: auf jeden Fall.

In ihrem Urteil, dass die Sendung in moralischer Hinsicht kein Problem darstelle, sind die Befragten beständig und fest. Sie zählen keine Konsequenzen auf, diskutieren aber, in welchem Ausmaß die Kandidaten über die Abläufe der Sendung informiert waren. Als Rechtfertigung, die Sendung nicht zu bemängeln, werden die Freiwilligkeit und die Informiertheit der Kandidaten genannt.

Wie in den bisher dargestellten Gruppendiskussionen beurteilen auch die besser gebildeten 13-jährigen Jungen die Sendung zum Teil auf einer heteronomen Stufe, mit individualistischen Tendenzen. So lassen sie stärker als beispielsweise die Kindergruppe erkennen, dass

sie die Grundauffassung teilen, eigene Standpunkte und Rechte eines jeden Menschen zu akzeptieren. Davon wird ihr Urteil über die Sendung beeinflusst.

12- bis 13-jährige Mädchen, höhere Bildung

Den Mädchen dieser Gruppendiskussion geht die Sendung teilweise zu weit. Sie diskutierten darüber, ob es lustig ist zu sehen, wie sich Prominente „zum Deppen machen“.

- Interviewer: Was war denn an der Sendung so lustig?
J: Ja, dass die sich alle so zum Deppen machen.
T: Das fand ich immer eher nicht lustig. Daniel Küblböck war nicht lustig mit diesen Käfern da, du leidest ja wirklich mit, wenn du das siehst. Man merkt es ja richtig, wie die kribbeln auf der Haut. Das ist so richtig eklig. Deshalb finde ich das auch überhaupt nicht interessant oder lustig, weil, wenn man mal überlegt, wenn die das immer mal sehen, wie bescheuert die sich gemacht haben.
J: Ich finde das ja gerade witzig.
T: Nee, dass sich Leute zum Deppen machen? Ich kann das nicht sehen.

Dabei wird von mindestens einem der Mädchen erkannt, dass es sich bei den Verhaltensweisen um Erniedrigungen handelt.

- K: Dass die sich dann manchmal über total viele lustig gemacht habe, das war auch schon ganz ein bisschen erniedrigend.
[...]
K: So diese Vorgeschichte von den Promis, dass die alle singen und dass die sich alle niedrig machen, dass die eben, weiß ich nicht, der und der singt total schlecht. Deswegen war es dann in der Diskussion.
J: Vor allem, die haben ja erst alles erfahren, als sie dann wieder draußen waren, was die anderen so über sie gesagt haben. So was fände ich total erniedrigend.

Auch die erniedrigenden Äußerungen der Moderatoren werden von den Mädchen erkannt, aber sie beurteilen sie nicht als bedenklich.

- Interviewer: Wie haben euch denn die Moderatoren gefallen?
J: Die fand ich cool.
T: Die waren irgendwie lustig.
F: Ich finde die genial.
K: Ich finde, die haben die ziemlich runtergemacht, irgendwie.
J: Ja, das sollte aber so sein. Das war doch gut so.
K: Ja, natürlich, aber an sich fand ich die ziemlich böse.

Die „Fiesheiten“ der Moderation betrachten sie als eines der konstituierenden Elemente der Sendung, auf das nicht verzichtet werden sollte. Es hätte jedoch zumindest einer der beiden Moderatoren mehr auf die Kandidaten eingehen sollen. Die spöttischen Äußerungen von Dirk Bach und Sonja Zietlow werden ironisch betrachtet. Grenzwertig sind für sie Äuße-

rungen, die den emotionalen Zustand der Kandidaten, im Sinne der Zurechnungsfähigkeit anzweifeln.

- Interviewer: Wenn die Moderatoren netter gewesen wären, hättet ihr das genauso lustig gefunden?
- J, F, K: Nein, auf keinen Fall.
- T: Doch. Wenn die ein bisschen natürlicher gewesen wären, wäre's auch ganz angenehm. Also einer hätte schon fies sein müssen, aber der andere hätte ruhig mitleiden können, das wäre auch ganz angenehm gewesen.
- J: Haben sie ja teilweise auch.
- T: Nee, aber wenn jetzt die Sonja durch irgendjemand anders ersetzt worden wäre, der jetzt auch wirklich mitgelitten hätte oder so, wäre das auch angenehmer gewesen, finde ich. Also, denke ich.
- F: Die haben ja auch ab und zu mal gesagt: „Und jetzt ist noch was peinliches passiert.“ Und dann haben sie ein bisschen getrietz und so, und dann haben sie Ausschnitte gezeigt. Also, wenn sie einfach nur sagen, hier ist noch ein Ausschnitt, guckt ihn euch an, das wäre ja auch nicht gerade so Spitze.
- K: Ja, eben. Die haben ja auch manchmal noch so ein bisschen dazugedichtet. Die Vorgeschichte zum Beispiel für manche Szenen gezeigt, oder als dieser Werner da rumgelatscht ist und meinte: „Mich hat irgendjemand angestubst.“, oder irgendwie so was, die haben ja noch ein bisschen was dazu gedichtet, ja, wäre ja alles in Ordnung, und wenn die da so irgendwie gesagt hätten, dass er in psychiatrische Behandlung müsste oder so, wäre das auch nicht so lustig gewesen.
- J: Doch.
- K: Nee. Wenn die jetzt gesagt hätten: „Och, Werner, du musst da sofort raus, du bist schon halb verrückt.“, das wär doch nur halb so lustig gewesen, als wenn sie gesagt hätten: „Ja, ja, Werner, alles klar!“

Legitimiert werden diese Verhaltensweisen durch die Freiwilligkeit und die ausreichende Informiertheit der Kandidaten über die Sendung. Der Argumentationspunkt der freiwilligen Entscheidung der Kandidaten wird auf Nachfrage diskutiert. Dabei beziehen sich auch ihre moralischen Beurteilungskriterien auf ein zweckbezogenes Denken: Die Kandidaten erhalten durch ihre Teilnahme Geld und erlangen Berühmtheit.

- Interviewer: Die Promis sind ja freiwillig dort reingegangen. Darf man das dann nicht?
- K: In einer gewissen Weise schon. Aber die können ja überhaupt nicht wissen, was die Moderatoren über die erzählen.
- T: Müssen sie wissen, weil sonst sind sie so was von naiv, weil, so was war zu erwarten, und wenn sie sich dieses amerikanische angeguckt haben, dann müssen sie auch schon rausgefunden haben, was es für ein Stil ist von denen.
- [...]
- Interviewer: Die Promis haben ja freiwillig teilgenommen. Findet ihr, man darf dann so mit ihnen umgehen?
- T: Ich find, sie machen es zwar freiwillig, aber dafür sind sie ganz schön doof.
- [...]
- Interviewer: Aber findet ihr, das ist gerecht, wenn die da reingehen in den Dschungel, sie bekommen ja auch Geld dafür?
- K: Sie wollten es ja. Sie haben sich ja dafür entschieden.

- F: Ich denk mal, manche hätten das auch ohne Geld gemacht. Aber ich denk mal, der Faktor war vielleicht auch, dass sie sich freuen, wenn sie zum Schluss gewinnen und einfach dieses Geld kassieren.
- K: An sich war es schon ein bisschen unfair, dass zum Beispiel immer Daniel Küblböck drankam. Aber damit hätte er rechnen müssen, und dann zum Schluss war er auch nicht immer dran. Also, die dreimal fand ich jetzt nicht so dramatisch.
- T: Warum die das auch gemacht haben, war ja nicht nur wegen dem Geld, sondern auch weil die wieder berühmt sein wollten. Vor allem, jetzt kenne ich Costa Cordalis, den habe ich vorher noch nie gesehen und da war ich auch ganz froh drüber. Aber den kennt man jetzt. Und so gesehen, das ist ja eigentlich das Größte, weil so kriegen sie auch wieder Geld.

Im Gegensatz dazu wird jedoch das moralisch fragwürdige Verhalten von Caroline Beil, die über die anderen Teilnehmer des Dschungelcamps hinter deren Rücken gelästert hat, umgedeutet in den positiv besetzten Wert der Ehrlichkeit.

- J: Die war am normalsten.
- K: Ja. und nicht so durchgeknallt, wie manche andere. Zum Beispiel diese Astronomenfrau, die war ja so, total auf: „Ich guck mal in meine Sterne.“ Und Caroline Beil, die war irgendwie am neutralsten.
- J: Ja, die war neutral. Die hätte auch irgendwie auf der Strasse singen können, nur dass die in diesem Camp saß.
[...]
- T: Bei Caroline Beil fand ich, die sagt ja die Wahrheit, wenn die über die Leute da gelästert hat, dann sagt sie ja irgendwie die Wahrheit [...].

Die moralischen Bewertungen der Sendung durch die Gymnasialschülerinnen sind bestimmt durch die Grundauffassung, dass jeder Mensch seine eigenen Rechte und freie Entscheidungsmöglichkeiten hat. Jedoch anders als die bisher dargestellten Beurteilungen durch die Kinder und Jugendlichen lassen die Mädchen dieser Alters- und Bildungsstufe ein Prinzip des Denkens erkennen, das nach dem Grundsatz urteilt: *Was du nicht willst, dass man dir tut, das füg' auch keinem andern zu.*

- Interviewer: Daniel Küblböck wurde ja zwei- oder dreimal zur Dschungelprüfung gewählt. Habt ihr das gut gefunden, dass er das machen musste?
- J: Ja.
- T: Na ja.
- F: Ich fänd das selber. Ich mag Daniel Küblböck wirklich nicht, und ich dachte mir so, es würde nicht schaden. Aber wenn man so drüber nachdenkt, das ist schon ziemlich fies, was man da so macht. Wenn du jeden Tag irgendwie mit Kakerlaken baden musst, was der da alles machen musste, und das ist ja auch irgendwie ekelhaft. Das wünscht man niemandem, so was, auch nicht Daniel Küblböck, auch wenn man den nicht mag.
- J: Ja, genau.

Dabei urteilen sie nach der von Kohlberg beschriebenen dritten Stufe moralischer Entwicklung, die sich an zwischenmenschlicher Übereinstimmung orientiert. Sie beziehen auch Erwartungen, die andere an das eigene Verhalten stellen oder stellen könnten in ihr Urteil

mit ein. Im Vergleich zu den anderen Gruppen beurteilen die Mädchen die Sendung demnach auf einem höheren Niveau.

Darüber hinaus sehen sie auch in anderen Fernsehformaten medienethische Probleme. Genannt werden hier Talkshows. Dabei wird vor allem die öffentliche Darstellung von Privatem kritisiert, worauf in Kapitel 4.7 noch näher eingegangen werden soll.

17- bis 20-jährige Jungen, geringere Bildung

Die Teilnehmer dieser Gruppendiskussion beziehen so gut wie keine ethischen Wertmaßstäbe in ihre Beurteilung der Sendung ein, sondern eher persönliche Kriterien: Sie finden die Sendung langweilig.

Die herabwürdigenden Verhaltensweisen der Moderation werden als solche überhaupt nicht wahrgenommen.

- Interviewer: Die Moderatoren waren teilweise auch fies, wäre es besser oder schlechter, wenn die netter gewesen wären
- EL: Die waren fies?
- TL: Die Regeln haben sie doch selber nicht gemacht, oder?
- EL: Wie fies? Ich hab nichts davon mitbekommen.
- Interviewer: Wie habt ihr das denn empfunden, machen sich die Moderatoren nicht über die Kandidaten lustig?
- ES: Ist doch klar.
- Interviewer: Zum Beispiel, wenn sich Werner Böhm wäscht, sagt Sonja Zietlow: „Guck mal, der Werner und sein junger Pfleger.“
- EL: Eigentlich muss das noch ein bisschen, noch mehr sein. Wenn man die mehr verarschen würde, würden die auch mehr Einschaltquoten kriegen. So, dann fühlen sich die Stars verarscht und die anderen mögen's halt.
- Interviewer: Und findet ihr es dann besser?
- EL: Wenn die Stars verarscht werden?
- Interviewer: Oder wenn die noch stärker verarscht würden als jetzt hier.
- EL: Ja. Das war keine Verarschung. Dafür haben die Geld bekommen. Das ist für mich keine Verarschung.

Die Behandlung der Kandidaten betrachten die Befragten als gerechtfertigt. Ungestützt nennen sie die Bezahlung und den aus der Sendung resultierenden Erfolg für die Kandidaten auf die Frage, ob Daniel Küblböck es verdient hat, die Dschungelprüfungen absolvieren zu müssen. Auf Nachfragen wird auch die freiwillige Teilnahme der Prominenten angeführt.

- Interviewer: Hat er den Erfolg oder die Behandlung im Dschungelcamp nicht verdient?
- PA: Dafür hat der ja genug Geld bekommen, schätze ich mal.
- SC: Nein, ich schätze beides mal, irgendwie.
- ES: Dadurch noch 'ne ruhige Single rausgebracht. Ist in den Charts drinne.
- [...]

- Interviewer: Die Promis haben ja freiwillig mitgemacht. Darf man denn dann so mit Menschen umgehen?
- TL: Nein.
- SC: Eigentlich nicht. Muss schon mit Würde behandelt werden.
- PA: Die melden sich nicht freiwillig. Die werden angerufen und sagen dann Ja.
- MW: Für Geld, ja.
- TL: Wahrscheinlich fragen die, wir machen das und das, zahlen so viel. Machen sie es oder nicht? Wenn das Geld stimmt, dann machen sie es.
- Interviewer: Wäre das denn für euch okay, wenn sie sagen, sie machen es für das Geld?
- EL: Mir wäre es lieber, wenn sie es ohne Geld machen würden.
- PA: Mir wäre es lieber, wenn sie es gar nicht machen würden.
- SA: Ja, wenn sie es gar nicht zeigen würden.

Prinzipiell betrachten sie eine unwürdige Behandlung als problematisch, beziehen dieses Urteil jedoch nicht auf die Sendung, sondern betrachten es als generelle Verhaltensregel. Vor allem die Bezahlung rechtfertigt ihrer Meinung nach fragwürdige Verhaltensweisen. Lediglich einer der Teilnehmer (PA) urteilt nach einer höheren moralischen Verantwortlichkeit.

- Interviewer: Findet ihr, man darf so mit Menschen umgehen, wie das in dieser Sendung passiert ist?
- TL: Nein, natürlich nicht.
- EL: Die wollen doch, dass man mit denen so umgeht.
- PA: Deswegen machen die das ja extra.
- TL: Eigentlich sollte man nicht so mit denen umgehen. Aber die haben einen Haufen Geld gekriegt, also kann man es ruhig machen.
- PA: Ich finde nicht. Warum wird mit Menschen so umgegangen? Ist doch Tierquälerei und Menschenquälerei, oder? Sage ich. Egal, auch wenn die Geld dafür geben. Die denken sich dabei: „Ah, es wird mehr Geld rausspringen. Prominente sind doch so geldsüchtig“, so. Deswegen denken die das, planen aber gar nicht hinterher, was so passieren kann, würde ich sagen.

Die Teilnehmer dieser Gruppendiskussion orientieren sich vor allem an individualistischen Argumenten. *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* stellt für sie keine problematische Sendung dar. Vor allem die Bezahlung der Prominenten legitimiert für sie deren Behandlung. Der Zweck heiligt die Mittel. Im Grunde spielen die gezeigten Verhaltensweisen für sie keine Rolle, da sie die Sendung nicht interessiert. Dies bedeutet auch, dass die Regeln für sie in Ordnung sind, solange sie irgendjemandes Interesse dienen – und das Interesse liegt in diesem Fall für die Prominenten in der Bezahlung.

17- bis 23-jährige Mädchen, geringere Bildung

Die von der KJM als ethisch fragwürdig bezeichneten Problematiken der Sendung werden nicht erkannt und dementsprechend auch nicht diskutiert. Wie bei den höher gebildeten jüngeren Mädchen deuten auch die Teilnehmerinnen dieser Gruppe das von der KJM be-

mängelte spöttische Verhalten in einen positiven Wert um. Hier geht es um die Bemerkungen der Moderatorin Sonja Zietlow, die von einer der Teilnehmerinnen als ehrlich bewertet werden. Dabei betrachten die Mädchen die Äußerungen, anders als die KJM, nicht als fragwürdig.

Interviewer: Wie ging's denn euch anderen mit den Moderatoren?

LM: Oh, die waren super, die fand ich gut!

Interviewer: Warum fandest du die gut?

LM: Och, die haben das teilweise so witzig gemacht, und gerade die Sonia, die war ja zum Teil auch wirklich so ehrlich, die hat ausgesehen, als wär sie in dem Moment auch wirklich ehrlich, zum Beispiel als diese Caroline so richtig abgelästert hat, über die andern, da hat sie sich auch lustig gemacht: „Nein, das sieht ja hier keiner.“ Und: „Ach, nö, wir haben ja gar keine Zuschauer, wir sind ja auch gar nicht im Fernsehen.“ Und das fand ich ziemlich witzig, fand ich gut, ja.

Ungestützt nennen die Berufschülerinnen die Freiwilligkeit und die ausreichende Information der Kandidaten über die Sendung als Rechtfertigung für die Art und Weise der Behandlung.

Interviewer: Findest du denn auch, dass es ihm einfach recht geschieht, weil er da ins Camp gegangen ist?

HM: Na, das haben die alle vorher gewusst, da können sie nicht sagen: „Ne, ich mach das nicht“, und so, die wussten ja schon vorher Bescheid, dass das da nicht so super abläuft, also mussten sie sich drauf einstellen.

LM: Also, gerade Daniel, Daniel musste sich schon selber ein Bild daraus machen, wie die Leute auf ihn reagieren, weil er wusste ganz genau, dass ihn zur Hälfte schon halb Deutschland nicht leiden kann, und dann geht er trotzdem da rein, um irgendjemandem was zu beweisen, also, er soll sich selbst was beweisen, aber keinem anderen, und das sind so Sachen, ...

[...]

HM: Ach, er hat gedacht, wenn er da hin geht, dass alle Menschen sagen: „Oh, hat der Mut!“ Dass er jetzt irgendwie ein Mann ist oder halt mutig oder was weiß ich, was. Aber er hat's ja freiwillig gemacht.

[...]

HM: Na, die sind doch selber dran schuld, hat ja keiner gesagt, sie müssen, wurde ja keiner gezwungen. Im Krieg wurdest du gezwungen, das zu essen, was da ist, aber sie haben's ja freiwillig gemacht, da können sie sich ja jetzt auch nicht aufregen oder so, da hab ich auch nicht so Mitleid oder so. Mir war auch von Anfang an klar, dass Daniel Küblböck dagewesen ist, weil das auch der einzigste gewesen ist, der auch zuletzt noch so in den Medien war, dass der da rangenommen wird, weil is halt so, Deutschland hasst ihn. Deutschland weiß, dass er einfach dumm ist im Kopf.

Ebenso wie ihre männlichen Altersgenossen argumentieren die Teilnehmerinnen dieser Gruppendiskussion vor allem individualistisch, was die moralische Beurteilung der Sendung angeht.

- Interviewer: Und findet ihr allgemein, das kann man mit Menschen machen, wenn die sich dazu bereit erklären oder ist das eine Sache, die man nie mit Menschen machen sollte?
- LM: Jedem das Seine, wenn er das mit sich machen lässt, bitteschön.
- DM: Ich sag ja, wenn die sich darauf einlassen, dann sind sie selbst schuld. Wie gehen sie denn mit denen um? Ist doch nichts Schlimmes passiert.
- (*allgemeine Bejahung, durcheinander geredet*)
- LM: Das ist ja einfach so ein Spiel, und die wissen dann schon, auf was sie sich einlassen.
- DM: Na ja, die kriegen das Geld dafür.
- SM: Und die werden berühmt ein bisschen, noch mehr ein bisschen. Ich kenn die ja nicht, jetzt kenn ich sie.
- (?): Aber ich versteh's nicht, sind die jetzt mit denen so schlecht umgegangen, oder was?
- LM: Nein.

Dabei stellen sie jedoch reflektiertere Überlegungen an und betrachten eher noch die Sendung *Big Brother* unter medienethischen Gesichtspunkten als fragwürdig.

25- bis 29-jährige Studenten

Ethisch fragwürdige Problemfelder werden vor allem von der Gruppe der Studenten ungestützt erkannt und diskutiert. Sie sind die Einzigen, die auch die Konsequenzen ihrer moralischen Beurteilung der Sendung bedenken. Dabei argumentieren die meisten der Teilnehmer hauptsächlich utilitaristisch, eine Teilnehmerin aber auch personalistisch. Die Argumente der Studenten sind beständig, und auch gegenteilige Sichtweisen werden diskutiert. Auch von ihnen wird das von der KJM bemängelte Verhalten legitimiert. Als Gründe werden die Freiwilligkeit genannt und die ausreichende Informiertheit der Kandidaten.

Ihre Beurteilungen haben bereits die vierte Stufe moralischer Entwicklung erreicht, die Kohlberg durch die Orientierung an Gesetz und Ordnung bezeichnet. Anders als Urteile der Stufe 3, wie beispielsweise von den Gymnasialschülerinnen, die sich vor allem auf die zwischenmenschliche Übereinstimmung beziehen, sehen die Studenten auch Verpflichtungen gegenüber der Gesellschaft insgesamt. Die Problematik wird unter den Fragestellungen diskutiert: *Gehört das Verhalten zum persönlichen Spielraum, den man jedem zugestehen muss, oder würde das System zusammenbrechen, wenn man keine Grenzen zieht?*

- PE: Aber ich würde nicht so weit gehen zu sagen, es ist so lange okay, so lange die Leute das halt mitmachen. Man muss auch manche Menschen vor sich selbst schützen.
- LB: Ja!
- PE: Und man findet für jeden Scheiß Leute, die mitmachen. Und es gibt auch da durchaus Grenzen. Wo man sagen muss, ja, Leute können zum Beispiel sich selbst nicht als Sklaven verkaufen, das geht nicht. Kann man nicht machen. Obwohl man ja sagen könnte, wenn jemand das machen will, warum soll er

das nicht machen? Es ist auch tatsächlich verboten, aber es gibt einfach gewisse Grenzen, wo man sagen muss, hier hat derjenige nicht mehr selber darüber zu entscheiden, was er mit seinem Leben anfängt.

[...]

LB: Irgendwie, die Freiwilligkeit ist auch so ein Diskussionspunkt. Klar kann man sagen, okay, der macht das freiwillig und so weiter, aber ich glaube, damit rechtfertigt man auch, warum man sich das angucken kann, und damit ja auch die ganze Sache unterstützt, wenn ich mir das anschau. Und zu sagen, ja, die machen es ja freiwillig, ach, die kriegen doch ihr Geld, ist für mich kein Argument, was in irgendeiner Weise diese Shows rechtfertigt.

Im Gegensatz zum Denken aller bisher dargestellten Gruppendiskussionen ordnen die Studenten individuelle Interessen dem Konfliktfall unter. Ihre Beurteilungen der Sendung beziehen sich auf ein hohes Maß moralischer Urteilsfähigkeit. Dabei wird die Sendung jedoch nicht nach den darauf folgenden Stufen beurteilt, die Kohlberg als Stufe des sozialen Kontraktes (Stufe 5) und als Stufe der universalen ethischen Prinzipien (Stufe 6) beschreibt. Die fünfte Stufe ist bestimmt durch ein prinzipiengeleitetes moralisches Denken, das die Interessen der Einzelnen und der Gesellschaft zusammenbringt. Dabei ist die Gesellschaft allein nicht mehr einzig ausschlaggebend. Ein Denken der Stufe 5 kann sich von den Bedingungen sozialer Ordnung frei machen, auch um den Preis einer Übertretung von Konventionen und Gesetzen mit den entsprechenden Sanktionen, die eine moralische, aber ungesetzliche Handlungsweise nach sich ziehen. Die sechste Stufe moralischer Urteilsfähigkeit wird bestimmt durch selbstgewählte ethische Prinzipien. Diese Stufe stellt jedoch eher ein abstraktes Gedankenkonstrukt dar und ist empirisch noch nicht belegt worden.

4.5.4 Die Rolle von Mitleid und Schadenfreude

Entscheidend für die moralische Bewertung der Sendung ist es auch, inwieweit Mitleid oder Schadenfreude bei der Rezeption dominieren. Diese werden einerseits durch die Sympathie oder Antipathie für die einzelnen Kandidaten bestimmt, daneben lassen sich jedoch auch Mechanismen erkennen, die unabhängig von der betroffenen Person funktionieren.

Eine zentrale Voraussetzung ist in diesem Zusammenhang die Rahmung der Sendung als Spiel. Das Spiel basiert auf festen Regeln, die nicht gebrochen werden dürfen. Findet dennoch ein Regelbruch statt oder wird eine Situation als ein solcher interpretiert, so empfinden die Befragten häufig Mitleid mit den Kandidaten. Ein Beispiel für einen solchen Fall ist die bereits angeführte Situation, in der Lisa Fitz – nach Meinung der Befragten zu Unrecht – keine Dschungelkönigin wird. Ähnlich verhält es sich mit den drei aufeinander

folgenden Dschungelprüfungen von Daniel Küblböck. Auch dieser erhält, je nach Interpretation der Spielregeln, Mitleid von den Befragten, da diese die Fairness des Spiels übertreten sehen, oder aber ihm wird Schadenfreude entgegengebracht, da die Regeln eine solche Situation von Anfang an ermöglichten, und er sie daher auch respektieren muss.

Beispiel **Bruch der Spielregeln**: Gruppendiskussion Berufsschule Mädchen

- Interviewer: Wie geht's denn euch anderen, fandet ihr es nur lustig, oder hattet ihr auch mal, dass er (*Daniel Küblböck*) euch Leid getan hat?
- LM: Doch, so bei der dritten Show fand ich das gemein, wenn er dann noch mal drangekommen wäre, hätte ich das gemein gefunden [...]
- DM: Was ich an der ganzen Sache blöd fand, war, als die jeden Tag diese Nominierung hatten, wer am nächsten Tag diese Aufgabe erfüllt, Daniel kam ja zweimal hintereinander dran, ne, und dass er sich da so aufregt, weil, er hat doch gewusst, dass jeden Tag der Gleiche drankommen kann. Und dass er sich da so gespielt aufregt, so, dass fand ich scheiße.

In einigen Fällen wird nach Annahme der Befragten sogar der Spielrahmen verlassen. Dies ist zum Beispiel der Fall, wenn die Diskussionsteilnehmer den Dschungelprüfungen eine reale Gefahr für das Leben der Kandidaten zuschreiben (vgl. Kapitel 4.3.1) Auch eine solche Situation führt zu Mitleid mit den Kandidaten.

Ebenfalls kann die Annahme, dass ein Kandidat seine Entscheidung für die Teilnahme nicht ganz freiwillig und eigenverantwortlich getroffen hat, zu Mitleid für diesen führen. Dieser Umstand, der sich im weitesten Sinne ebenfalls als Bruch mit den Spielregeln beschreiben lässt, wird von zwei Diskussionsteilnehmerinnen (Gruppendiskussion Studenten, Jugendzentrum Mädchen) in Bezug auf Daniel Küblböck geäußert.

Beispiel **Mitleid durch mangelnde Eigenverantwortung**:
Gruppendiskussion Jugendzentrum Mädchen

- Interviewer: Findet ihr das denn gut, dass der Daniel das abkriegt, wenn er in den Kakerlakensarg musste?
- C: Ich find's gut. Ich hasse Daniel Küblböck.
- A: Teils, teils.
- B: Okay, ich hasse ihn auch. Okay, wie soll ich's sagen? Ich mag ihn einfach nicht. Aber er tat mir eigentlich schon ein bisschen Leid, weil, er ist noch ziemlich jung und ich meine ...
- E: ... doch, er ist 18 Jahre alt.
- B: ... und ich fand das eben noch ein bisschen fies, weil er hatte, wahrscheinlich ist er noch gerade, na ja, Jungfrau und ...
- C: nicht reif
- A: Nee, ganz sicher nicht.

Schließlich ist für die Frage, ob die Diskussionsteilnehmer Mitleid oder Schadenfreude empfinden, auch ihre grundsätzliche Haltung gegenüber den Dschungelprüfungen ent-

scheidend. So müssen diese nicht unbedingt als etwas Negatives für den Kandidaten gesehen werden. Gerade in der Diskussionsgruppe Jugendzentrum Jungen wird in der Dschungelprüfung vorrangig eine Möglichkeit gesehen, sich zu beweisen. Wird die Prüfung bestanden, so ernten die Kandidaten Respekt, zeigen sie jedoch Schwächen, führt dies nicht zu Mitleid. Die Schwäche wird als Versagen interpretiert und daher abgelehnt. Die Reaktion der Befragten ist in diesem Fall Schadenfreude.

4.6. Wertesystem der Kinder und Jugendlichen

4.6.1 Persönliche Wertesysteme der Befragten

Für alle Befragten sind Freundschaft und Familie sehr wichtig. Sie bieten ihnen insbesondere Rückhalt und Sicherheit. Für die interviewten Mädchen ist die Achtung der Privatsphäre von größerer Bedeutung als für die männlichen Befragten, die eher ein aufregendes Leben für erstrebenswert halten. Der besondere Stellenwert, den die Wahrung des Privaten für die Mädchen darstellt, wird auch in ihren Äußerungen zu Grenzen des Fernsehens und eigenen Grenzen deutlich, auf die später eingegangen werden soll.

Auch Ehrlichkeit und Anerkennung stellen für alle Teilnehmer der Einzelinterviews besondere Werte in ihrem Leben dar. Dabei steht die Ehrlichkeit bei manchen der Befragten an oberster Stelle als Mittel, um Anerkennung zu erlangen, und bei anderen in Bezug auf eine soziale Verantwortung gegenüber Mitmenschen, die man nicht verletzen sollte.

Die Achtung anderer Mitmenschen wird von der Gymnasialschülerin und dem Studenten in den Einzelinterviews als besonders wichtiger Wert für ihr eigenes Leben genannt. Die anderen präferieren, Nein sagen zu können, Erfolg in Schule bzw. Beruf zu haben, also individuelle, persönliche Werte.

Sich gegenüber anderen fair zu verhalten ist für die jüngeren Befragten von größerer Bedeutung als für den Berufsschüler mit einer geringeren Bildung und den Studenten, die beide Mut als wichtigen Wert in ihrem Leben betrachten. Besonders die jüngeren Mädchen zeigen ein ausgeprägtes Ungerechtigkeitsempfinden, das sie über den ihrer Meinung nach ungerecht ausgegangenen Sieg von Costa Cordalis als Dschungelkönig bekunden. Sie sind der Meinung, dass Lisa Fitz eine schwierigere Aufgabe bewältigen musste und deshalb den Titel eher verdient hätte (vgl. dazu auch Kapitel 4.5.4). Diese Aussagen korrespondieren mit ihren Urteilen zur Fairness. Diese ist für sie insbesondere im Sinne einer sozialen Verantwortung gegenüber anderen wichtig. Sie möchten niemanden ungerecht behandeln.

Besonders in den Diskussionen mit den jüngeren Altersgruppen spielt Daniel Küblböcks Mut, mit dem er ihrer Meinung nach die Dschungelprüfungen bewältigte, eine herausragende Rolle. Die Kinder und Jugendlichen bewundern Daniel dafür. Innerhalb der Einzelinterviews betonen sie jedoch, dass Fairness für ihr eigenes Leben eine größere Bedeutung hat, während die älteren Befragten, für die Daniels Mut keine Bedeutung hatte, diesen Wert für ihr eigenes Leben mehr schätzen als die Fairness.

In der Gruppe der jüngeren Mädchen mit geringerer Bildung lässt sich erkennen, dass die Befragten Verantwortungsbewusstsein als einen positiv besetzten Wert beurteilen. Die Mädchen bezeichnen Lisa und Antonia als sympathisch, weil sie sich ihrer Meinung nach durch Verantwortungsbewusstsein auszeichnen.

Beispiel *Verantwortungsbewusstsein als Wert:*
Gruppendiskussion Mädchen Jugendzentrum

- B: Ich fand einfach Lisa sympathisch, und sie hat sich eben darum gekümmert und sie wollte zum Beispiel das mit den Organisationen, das fand ich gut von ihr.
- C: Ich fand Antonia sympathisch. Sie war die Korrekteste, weil, sie hat nicht so viel so gelästert, sie hat sich gekümmert und war nett.

Angeberei ist dagegen eine insbesondere bei den jüngeren Gruppen (sowohl geringere als auch höhere Bildung) und bei den Älteren mit geringerer Bildung negativ besetzte Eigenschaft. Hierbei wird vor allem Daniel Küblböck kritisiert. Einhellige Meinung ist, dass er die Dschungelprüfungen verdient hat, weil er als Angeber gesehen wird.

4.6.2 Bedeutende Faktoren in Fernsehsendungen

Echte Menschen und die Wahrung der Privatsphäre sind in Fernsehsendungen für alle Befragten von besonderer Bedeutung. Im Gegensatz zum hohen Stellenwert der Achtung der Privatsphäre in ihrem eigenen Leben hat diese für die Mädchen bei Fernsehsendungen jedoch nicht oberste Priorität.

Allen Befragten sind sympathische Charaktere wichtiger als die Attraktivität oder die Prominenz. Von den Berufsschülern und Schülern werden Action und Spannung in Fernsehsendungen bevorzugt, von den anderen Befragten Spannung und Humor. Fairness und Harmonie sind ebenfalls wichtige Faktoren. Nur der Gymnasialschüler und der Student erachten Grenzüberschreitungen in den Einzelinterviews als wichtiger. Für Fernsehsendungen am wenigsten relevant halten die Befragten Prominente. Für die Jüngeren mit geringerer Bildung sind Grenzüberschreitung und Neues am wenigsten wichtig. Die wichtigsten Begriffe für Fernsehsendungen sind also Spannung, Humor, Fairness, Action und „echte Menschen“.

4.6.3 Zusammenhang zwischen der Sendung und dem eigenen Leben

4.6.3.1 Alltagsbezug

Ein direkter Bezug zum Alltag der Befragten wird in keiner Diskussion ungestützt festgestellt. Allgemein erzählen die Teilnehmer, mit Ausnahme der Kinder aus dem Schülerladen und den Jungen aus dem Jugendzentrum, eher wenig über ihre Erfahrungen mit Ausgrenzungen und Hänseleien. Hierbei ist fraglich, ob sie diese nicht kennen oder aufgrund der Befragungssituation in der Gruppe nicht äußern möchten. Wahrscheinlich sind die dargestellten Situationen in *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* jedoch zu abstrakt, künstlich und absurd, so dass es keine Gemeinsamkeiten zwischen der inszenierten Wirklichkeit und der sozialen Wirklichkeit gibt. Dementsprechend wird von dem meisten Befragten ein mangelnder Bezug der Sendung zu ihrem Alltag geäußert.

Dazu kommt, dass die Bedingungen im Dschungel nicht als realistisch anerkannt werden.

Beispiel 1 *unrealistische Verhältnisse im Dschungelcamp*:
Gruppendiskussion Mädchen Jugendzentrum

B: [...] wenn man im Dschungel lebt, dann passiert einem doch so was nicht, also mit den Kakerlaken oder so was. Okay, ein paar Kakerlaken sind schon da, aber so viele?

Beispiel 2 *unrealistische Verhältnisse im Dschungelcamp*:
Gruppendiskussion Mädchen Berufsschule

LM: Es ist auch gar nicht echt. Die sitzen dann da und was müssen sie denn machen? Oh, dann liegen sie da und Kakerlaken. Wenn jemand wirklich im Urwald überleben müsste, das wäre ja ganz anders, und so dies und dies und fertig. Das ist doch voll die Verarschung.

Auch die Studenten können keine Parallelen zu ihrem eigenen Leben feststellen.

Beispiel *mangelnder Alltagsbezug*: Studenten

RE: Das ist ja auch eine abstrakte Situation, also, die man so, die, glaube ich, deswegen auch nicht so eklig auf mich wirkt. Da ist irgendwo jemand ganz weit weg und steckt seinen Kopf in einen Glaskasten mit einer Spinne, und, muss ich sagen, da kann ich jetzt wirklich wenig Parallelen zu meinem Leben ziehen, also ist der Ekel auch nicht da.

Die männlichen Berufsschüler und die Gymnasialschülerinnen stellen keinen Bezug her, weil sie die Promis nicht interessieren.

Beispiel *mangelnder Alltagsbezug*: Schülerinnen Gymnasium

T: Ich finde es bei den normalen Leuten nachvollziehbarer. Die sind noch neutral. Die Promis waren ja vollkommen durchgeknallt, und da finde ich *Big*

Brother, wenn die sich da wirklich über ganz normale Alltagsprobleme unterhalten, das ist interessanter als im Dschungel.

Beispiel 2 *mangelnder Alltagsbezug*: Gruppendiskussion Berufsschüler männlich

ES: [...] aber ich finde es so uninteressant, ganz ehrlich. Ich meine, ist mir doch egal, was der da macht; und immer das Gleiche, wie bei *Big Brother*, ich meine, das ist genauso, das ist nicht so mein

Die Jüngeren jedoch nennen auf Nachfragen Situationen aus dem Dschungelcamp, die ihnen aus ihrem eigenen Leben bekannt sind. Bei den Kindern aus dem Schülerladen sind dies von ihnen als gemein empfundene Vorkommnisse, wie z.B. Jungen, die den Unterricht stören, und speziell ein Junge, der einem der Mädchen immer wieder auf den Kopf schlägt. Situationen, in denen andere unter dem Einfluss von Störenfrieden leiden und ungerechtere Weise benachteiligt werden. Die Mädchen aus dem Jugendzentrum stellen einen Zusammenhang her mit Situationen, in denen sie andere ärgerten, zum Beispiel der Schwester eine Spinne auf den Kopf setzen, oder das Gefühl, eingeeignet zu sein und raus zu wollen. Lästereien waren ihnen aus ihrem eigenen Leben auch bekannt.

Beispiel *Alltagsbezug*: Mädchen Jugendzentrum

Interviewer: Gab es irgend etwas aus der Sendung, das ihr aus eurem eigenen Leben kennt?

C: Ja, Kakerlaken. Nein, Scherz, die hab ich nicht zu Hause.

B: Sie hat 'ne Ratte als Haustier (*zeigt auf F*)

C: Also, schon, mit meiner Schwester. Ich ärger, also, einmal hatten wir eine Spinne zu Hause und einmal habe ich sie meiner Schwester auf den Kopf. Die ist 18.

Interviewer: Und von den Situationen, die da passiert sind?

C: Lästern und alles? Ich fand's schon. Zum Beispiel ich und meine Mutter lästern über meinen Vater oder lästern über Schwester. Gestern Abend waren wir am Tisch und meine Mutter lästert über meinen Vater, weil er so klein ist.

B: Nee, es gibt auch so, zum Beispiel einmal hat doch so Daniel Küblböck, der musste als allerletztes so eine Aufgabe machen, wo der hier so ein Plastikding bekommen hat, hier, an den Beinen und dann musste er so verschiedene Tiere reinmachen, und als er das doch abgemacht hat, hat der doch so komisch geweint, so „Kann ich das jetzt abmachen?“ Und ich hab, also, ich fand das voll lustig, aber dieses so, nicht dieses Gefühl kenn ich, aber so das ist so bedrängt. Man findet das eklig und man will so schnell wie möglich da raus, und deswegen fand ich das dann auch so ein bisschen, dass ich das schon kenne das Gefühl.

Die Mädchen aus dem Gymnasium dagegen nennen Streit, Generationskonflikte und Stress beziehungsweise das Gefühl, „angezickt zu werden“, als Elemente der Sendung, die sie aus Situationen in ihrem eigenen Leben kennen.

4.6.3.2 *Ekel und Angst*

Trotz des mangelnden Alltagsbezugs spricht die Sendung jedoch das Ekelgefühl fast aller Beteiligten an. Dieses betrifft vor allem Insekten im Allgemeinen. Doch darin liegt auch zumindest für manche Befragte ein gewisser Reiz.

Beispiel *Reiz des Ekligen*: Mädchen Jugendzentrum

Interviewer: Welche Sendungen fändet ihr denn so eklig, dass ihr sie euch nicht anschauen würdet?

B: Nee, ich find das cool irgendwie.

Mehrere: Ich auch.

A: Ich guck's mir trotzdem an, trotz dass es eklig ist.

Unter dem Aspekt des Ekels wird insbesondere das Essen von Insekten diskutiert. Dass in anderen Kulturkreisen gegrillte Insekten als Delikatesse gelten, wird auch innerhalb der Moderation thematisiert. Darauf nimmt jedoch in den Diskussionen niemand Bezug.

Beispiel 1 *Insekten essen*: Gruppendiskussion Kinder Wedding

T: Das ist so eklig. Ich glaub, die hieß Lisa oder so, sie hatte so zehn Teller, die war die zweitletzte, sie musste so'nen Wurm essen, musste den Kopf abbeißen und wegspucken, dann musste sie den ganzen Körper essen, dann musste sie immer wieder den Kopf abbeißen und den Wurm essen.

Beispiel 2 *Insekten essen*: Einzelinterview Mädchen Gymnasium

F: Wo es mich angeekelt hat. Vielleicht auch einfach, wo die diese Kakerlaken oder Raupen oder so haben essen müssen.

Der Ekel vor Insekten korrespondiert mit der Angst davor. Insbesondere die jüngeren Befragten äußern eine eher irrationale Angst vor Insekten in Körperöffnungen. Dabei nehmen sie teilweise sogar an, dadurch sterben zu können.

Beispiel 1 *Insekten in Körperöffnungen*: Gruppendiskussion Kindergruppe Schülerladen

Interviewer: Was fandest du daran übertrieben?

E: Dass die in den Mund reingehen. Überall auf Daniel waren ja die ganze Zeit Kakerlaken.

Interviewer: War zu eklig?

E: Ja, schon.

[...]

Interviewer: Und wie ist das bei euch anderen? Vor was habt ihr so richtig Angst oder wovor ekelt ihr euch?

A: Ist mir eklig, Kakerlaken in Nase und Mund

Interviewer: Und was findest du noch eklig, jetzt außer Kakerlaken?

A: Augen stecken, die Kakerlaken

K: Kakerlaken kommen ins Auge und Nase, glaub ich.

Interviewer: Und was findet ihr denn bei euch, in eurem Leben so richtig eklig?

A: In die Ohren

- Interviewer: Ja, aber normalerweise hat man ja keine Kakerlaken, die überall in einen reinkrabbeln, was findet ihr dann eklig?
- T: Die können ja auch überall, die können ja auch da auf'm Rücken, das ist ja eklig, wenn die hier reingehen und überall krabbeln.
- N: Das kann aber auch bei diesen Kakerlaken zu den Ohren reinkrabbeln, wenn die zu den Ohren reinkommen, ist nicht schön, wenn die so richtig reinkommen in seinen Kopf, das ist schlimm, da kann er tot sein.

Beispiel 2 *Insekten in Körperöffnungen*: Einzelinterview Mädchen Jugendzentrum

- F: Ich finde, wenn die dann irgendwie auch so in Körperöffnungen kriechen können, sag ich jetzt mal so, und die auch beißen, dann finde ich das schon ein bisschen an der Grenze.

Auch einer der Jungen vom Gymnasium ekelt sich besonders vor Situationen wie bei dieser Prüfung, bei der Spinnen, Schlangen und Kakerlaken um den Kopf krabbeln und man sie nicht mit den Händen wegstreichen kann.

Als Angst hervorrufende Situationen in ihrem Leben nennen die Kinder aus dem Schülerladen vor allem Bestrafung. Die höher gebildeten jüngeren Mädchen haben Angst vor Einbruch, Wohnungsbrand, Überfällen und davor, dass das Haustier stirbt. Einer der älteren Berufsschüler empfindet Angst vor Dunkelheit und ein anderer, wenn sein Vater spät nach Hause kommt. Einer der Befragten hat Höhenangst und ein anderer eine Spinnenphobie. Zwischen ihren eigenen Ängsten und der Angst der Kandidaten werden jedoch keine Parallelen gezogen, obwohl die Dschungelprüfungen speziell auf diese Ängste abzielten. Die beiden Betroffenen betrachteten die Aufgaben, die diese Ängste ansprechen, nicht als schlimmer als andere. Auch hier wird kein Bezug zwischen der Sendung und dem eigenen Leben der Diskussionsteilnehmer hergestellt.

Situationen, in denen Schadenfreude oder Spott im alltäglichen Leben der Befragten eine Rolle spielen, wurden lediglich von den jüngeren Befragten mit geringer Bildung genannt. In ihrer Klasse gibt es einen Jungen, der hänselt. Ihn würden sie die Kakerlakenprüfung machen lassen und darüber lachen. Einen direkten Bezug zur Sendung stellen sie jedoch auch nicht her, und einen Zusammenhang sehen sie auch nicht.

4.6.3.3 Teilnahme am Dschungelcamp

Wie die Aussagen der Diskussionsteilnehmer belegen, haben sie in der Rezeption der Sendung genügend Distanz, so dass sie sich moralisch nicht unbedingt persönlich für das Geschehen in der Show verantwortlich fühlen. Die Frage, ob die Kinder und Jugendlichen selbst am Dschungelcamp teilnehmen würden und wie sie dazu stünden, wenn Bekannte

mitmachen würden, zielte auf die Übertragung der Darstellungen auf das eigene Leben. Wie urteilen die Befragten, wenn die Showsituation für sie eher verpflichtend wäre?

Dabei sind sie eher geteilter Meinung. Vor allem die männlichen Befragten würden gegen Bezahlung mitmachen und auch ihre Ekelgrenzen überwinden. Die Mädchen lehnen eine Teilnahme eher ab. Jedoch gibt es in jeder Gruppe mit weiblichen Befragten zumindest ein Mädchen, das sich aus Gründen des Erfahrungswertes bereit erklären würde, eine Zeit lang im Dschungel zu leben. Moralische Bedenken werden auch bei der Frage nach der eigenen Teilnahme nicht geäußert.

Die Reaktionen auf die Teilnahme von Bekannten an den Dschungelprüfungen sind ebenfalls unterschiedlich. Sie sind abhängig von der Sympathie oder Antipathie für die jeweilige Person, von deren Mitleid und dem allgemeinen Interesse. So halten die jüngsten Befragten die Dschungelprüfung vor allem für „schlechte Menschen“ oder Außenseiter (in diesem Fall K, eines der Gruppenmitglieder) zumutbar. Eines der Mädchen (N) zeigt jedoch moralisches Unrechtverständnis und möchte keinen aus der Diskussionsgruppe in die Dschungelprüfungen schicken.

Beispiel *Teilnahme Bekannter an Dschungelprüfungen:*

Gruppendiskussion Schülerladen Wedding

Interviewer: Wie wär denn das, wenn jetzt irgendeiner von euch hier aus der Gruppe z.B. solche Würmer und so was essen müsste?

T: Ich hätte K (*anderes Gruppenmitglied*) einfach so gelassen.

E: Ich hätt mich geekelt, aber ist ja auch egal.

T: Ich würde das nicht machen, ich hätte K nur einen Wurm gegeben.

E: Schlechte Menschen sollten solche Sachen essen.

Interviewer: Und wenn du jetzt jemanden kennen würdest, zum Beispiel aus dieser Gruppe, der in so einen Kasten eingesperrt würde, wo dann die ganzen Kakerlaken auf ihn runterfallen?

E: Ja, K sollte es sein.

N: Ja, aber es ist gemein. Ich wollte von meiner Gruppe keiner so sein, weil es gemein ist, aber ich finde dieser Mann, heißt er doch Daniel, wa? Ist gemein, weil für ihn kommt dreitausend Kakerlaken, kann nicht sein.

Wie auch schon die Ergebnisse zur moralischen Bewertung der Sendung zeigen, betrachten vor allem die Jüngeren die Dschungelprüfungen als eine Art Bestrafung für unerwünschtes Verhalten. Eines der jüngeren Mädchen mit geringerer Bildung äußert dazu, dass sie bei der Teilnahme einer Freundin Mitleid hätte, bei einer Konkurrentin jedoch lachen würde. Bei den gleichaltrigen männlichen Befragten mit geringerer Bildung gibt es in ihrer Klasse einen Jungen, der hänselt. Ihn würden sie die Kakerlakenprüfung machen lassen und ebenfalls darüber lachen.

Die Berufsschüler fänden es einfach interessanter, wenn die Dschungelprüfungen von jemandem absolviert werden müssten, den sie kennen, da ihnen die Prominenten eher gleichgültig sind. Bei Bekannten könnten sie einschätzen, wie diese reagieren würden, und waren gespannt, wie sie die Situation meistern würden. Im Gegensatz zu den Jüngeren fühlen sie sich überhaupt nicht moralisch verantwortlich. Auch hier stehen bei ihnen wieder persönliche, egoistische Kriterien im Vordergrund.

Beispiel *Teilnahme Bekannter an den Dschungelprüfungen:*

Gruppendiskussion Berufsschüler männlich

Interviewer: Warum wäre das lustiger, wenn jemand die Aufgaben lösen müsste, den ihr kennen würdet?

EL: Weil man die Person kennt und weiß, wie die normalerweise ist. Dann sieht man halt, wie er reagiert, wie er schreit und sich erschreckt, die ganzen Sachen. So was hat mich bei denen gar nicht interessiert, bei Küblböck und so.

Auch die Mädchen des Gymnasiums würden mehr mitfiebern, wenn sie den Teilnehmer der Dschungelprüfung persönlich kennen würden, verurteilen jedoch eine Teilnahme von Freunden. Hier zeigt sich, dass sie sich dann sehr wohl verantwortlich fühlen und andere Kriterien anlegen als die, mit denen sie die Sendung beurteilen.

Beispiel *Teilnahme Bekannter an den Dschungelprüfungen:*

Gruppendiskussion Mädchen Gymnasium

F: Da würde ich mich richtig, wenn ich die Person schon kenne, welche Ängste die hat, da würde ich sagen: „Oh, da macht sie jetzt nicht mit“, oder so. Aber da würde ich auch mitfiebern, wenn es meine Freundin wär, ich meine, das fände ich auch nicht so toll, und wenn du sie schon länger kennst, gut befreundet bist, dann versetzt du dich wahrscheinlich auch in die Situation.

J: Dann ist das ja alles viel extremer. Ich glaube, ich würde denen erst mal ins Gewissen reden.

Noch etwas differenzierter urteilen die Gymnasialschüler. Sie machen ihre Reaktion davon abhängig, wer in das Camp ginge und unterscheiden, ob jemand freiwillig oder unfreiwillig teilnehmen müsste.

Beispiel *Teilnahme Bekannter an den Dschungelprüfungen:*

Gruppendiskussion Jungen Gymnasium

JR: [...] Es kommt drauf an. Wenn da jetzt einer unfreiwillig reingeworfen wird, dann ist es vielleicht nicht mehr ganz so witzig, wie, wenn er da freiwillig reingeht.

4.7 Die Grenzen des Fernsehens aus Sicht der Kinder und Jugendlichen

Die Befragten ziehen die Grenze für sich selbst vor allem dann, wenn sie Insekten essen müssten. Dies finden sie auch besonders Ekel erregend. Dabei wird die soziale Verantwortung von manchen der Befragten dem persönlichen Empfinden untergeordnet.

Beispiel *eigene Grenzen*: Gruppendiskussion Mädchen Jugendzentrum

A: Also, mit dem Kakerlakensarg. Ich hätte das nicht gemacht, weil ich hätte viel zu, also, ich fand's eklig, ich würde es nicht machen und wenn er es macht, okay, und er will ja nur Essen für die besorgen, aber die kriegen ja auch so Essen, also. Ich würde es mir tierisch überlegen, ob ich es mache.

Als Grenzen im Fernsehen werden von den weiblichen jüngeren Befragten mit geringerer Bildung Lästern, Sexualität (in Form von Nacktheit, Pornografie) genannt. Ab dem Zeitpunkt, an dem jemand verletzt wird, ist für sie eine Grenze überschritten. Die Mädchen stellen – wie auch bereits die Aussagen zur moralischen Bewertung gezeigt haben – die Sendung an sich nicht in Frage. Sie sind auch teilweise der Meinung, dass man sogar noch etwas lernen kann.

Sexualität spielt bei den männlichen Befragten mit geringerer Bildung ebenso eine Rolle. Sie betrachten diese von ihnen gezogene Grenze jedoch auch im Sinne des notwendigen Schutzes von jüngeren Kindern. Dadurch können sie sich von ihnen abgrenzen. Des Weiteren sind „echte“ Gewalt und Horrorfilme ihrer Meinung nach Sendungen, die im Fernsehen nicht gezeigt werden sollten. Allerdings lassen ihre Aussagen darauf schließen, dass gerade diese Genres einen besonderen Reiz auf sie ausüben. Wie die gleichaltrigen Mädchen ziehen sie eine Grenze bei starken Verletzungen und dem Tod eines Menschen. Diese Tabus werden in allen Gruppen genannt.

Während die Befragten mit einer geringeren Bildung nur physische Grenzen ziehen, sind für die Diskussionsteilnehmer mit einer höheren Bildung auch psychische Schädigungen fragwürdig. Die jüngeren Mädchen mit einer höheren Bildung diskutieren vor allem das Genre der Talkshows als grenzwertiges Sendeformat im Fernsehen. Dabei sehen sie die Achtung der Privatsphäre verletzt, was auch mit den Ergebnissen zu ihren Wertevorstellungen korrespondiert. Privates gehört für sie nicht in die Öffentlichkeit. In den Diskussionen wird deutlich, dass die Mädchen ein ausgeprägtes Wissen über Talkshows haben. Dementsprechend müssen sie sie häufiger sehen.

Beispiel *Talkshows als Grenze*: Gruppendiskussion Mädchen Gymnasium

- J: Talkshows.
K: Aber nur manche.
J: Nur manche, aber manche sind so was von hirnrissig, das ist doch Volksverblödung.
T: Aber die machen nichts, was den Leuten, die da mitmachen so richtig schadet. Doch. Was ich zum Beispiel scheiße finde bei Talkshows, wenn die diese Hypnose-Sachen machen und die Leute total verarschen, die da im Publikum sitzen. Die tun mir immer Leid, wenn die so veräppelt werden.
[...]
Interviewer: Warum findet ihr denn genau die Talkshows grenzwertig?
J: Ich find die einfach doof. Also, ich find die, wenn jemand da hingehet, ich weiß auch nicht, ich find das einfach nur schrecklich. Mir persönlich, ich find so was grausam.
K: Das sind ja Probleme, die man wirklich nicht jedem erzählt.
J: Das hat einfach niemanden was anzugehen.
K: Dann erzählen sie einem die intimsten Familienprobleme.

Ihre männlichen Altersgenossen sind ebenfalls der Meinung, dass man durchaus bis an die Grenzen gehen kann, solange keine psychischen oder physischen Schädigungen eintreten. Ansonsten nennen sie keine Sendungen, in denen sie eine Gefährdung sehen. Sie begründen ebenfalls ihre Meinung mit Gründen des Jugendschutzes, auf den sie sich verlassen und den sie als Maßstab anlegen.

Beispiel *Keine grenzwertigen Sendungen*: Gruppendiskussion Jungen Gymnasium

- TH: Also man kann mit den Leuten schon an die Grenzen gehen, also, das ist nicht das Problem. Aber man sollte darauf auch nicht zu doll an die Grenzen gehen, also, man sollte soweit gehen, dass man sagen kann, die haben voll Schiss dabei und die kann man wirklich quälen damit, das ist schon praktisch. Aber wenn dann einer in Ohnmacht fällt, weil er so in Kakerlaken fällt, dann ist es natürlich, dann sollte man vielleicht aufhören.
JR: Also, solange der nicht schlimm verletzt wird und vielleicht ein bisschen Angst bekommt, dann geht's ja.
RU: Kann man wahrscheinlich auch schlecht sagen, weil mit diesen Kakerlaken, wenn die beißen, kann man ja auch nicht garantieren, dass die wirklich ohne Schäden davon kommen, weil vielleicht hat er ja jetzt physische Schäden.
TH: Naja, wenn der mal kleine Bisswunden hat
Interviewer: Meinst du jetzt physische Schäden oder psychische Schäden?
RU: Psychische Schäden.
[...]
Interviewer: Und kennt ihr was im Fernsehen, wo ihr sagt, so was sollte man echt nicht zeigen? Wo ihr sagt, da ist so 'ne Grenze überschritten, wie da mit Menschen umgegangen wird? Jetzt auf anderen Sendern?
KS: Na, es ist eigentlich alles normal, es ist so, dass Filme manchmal, sonst gibt's eigentlich nichts, wo es ist ja alles jugendfrei gemacht, so. Die können ja nicht irgendwelche Sendungen zeigen, wo sie den Schauspielern die Arme abhacken oder so.

Die älteren männlichen Befragten mit geringerer Bildung würden teilweise sogar den Tod eines Menschen im Fernsehen akzeptieren. Auch sie haben eine eher geringe Hemmschwelle. Die Sendung *Jackass* bezeichnen sie ebenso wie die Darstellung echter Gerichtsverhandlungen als grenzwertig. Obwohl sie *Jackass* als zu brutal bezeichnen, stellt das Prügeln eines Menschen bis zur Bewusstlosigkeit keine Grenze für sie dar. Hierbei ist allerdings fraglich, inwieweit sich die Teilnehmer der Gruppendiskussion durch solche Aussagen hervortun und ihre Coolness unterstreichen wollen, weil sich die Angaben hier widersprechen. Auffällig ist, dass die Berufsschüler besonders homophob sind und eine Grenze überschritten sehen, wenn Daniel Küblböck sich ausziehen würde.

Beispiel **Grenzen**: Gruppendiskussion männliche Berufsschüler

- Interviewer: Wo wäre denn für euch eine Grenze? Was würdet ihr euch nicht mehr anschauen im Fernsehen?
- SC: Ja, wenn sie die Tiere richtig fett gequält hätten. Also, so ...
- ES: Dann hätte ich erst recht geguckt.
- Interviewer: Und mit Menschen, was müsste da passieren, dass ihr es nicht mehr ertragt?
- EL: Wenn er singt.
- TL: Singen oder ausziehen.
- SC: Wenn der Küblböck sich ausgezogen hätte, hätte ich auch ausgeschaltet.
- EL: Das wär zu viel.
- Interviewer: Prügeln oder so was wäre für euch okay?
- TL: Das hätte ich mir noch angeguckt.
- EL: Das hätte ich mir auch angeguckt.
- TL: Das wär doch was.
- [...]
- PA: Wenn die sich geprügelt hätten, hätte jeder geguckt.
- Interviewer: Könnt ihr euch irgend etwas vorstellen, wo ihr sagen würdet, hier ist Schluss, das sollte nicht im Fernsehen gezeigt werden?
- EL: Das war jetzt ernst mit Singen. Wenn der singen würde, würde ich gleich wegschalten.
- TL: Meinen sie, ich hab Spass gemacht? Nee, mit dem Ausziehen war auch ernst gemeint. Also, wenn die sich jetzt irgendwie ausziehen müssten und irgendwas machen, das wär zu viel.
- Interviewer: Bis zur Bewusstlosigkeit prügeln wäre okay?
- EL: Ja.
- TL: Ja, warum nicht?
- Interviewer: Wenn jemand stirbt, wäre das auch okay?
- TL: Nee, wiederum nicht.
- EL: Natürlich, dann guckt man doch noch mehr rein.
- MW: Von mir aus hätte der Küblböck auch abkratzen können. Also, mir wäre das egal gewesen.

Die weiblichen Diskussionsteilnehmer der Berufsschule nennen ebenfalls die Sendung *Jackass* als Beispiel, bei der sie eine Grenze ziehen würden. Außerdem betrachten sie Kinder und auch die Privatsphäre als besonders schützenswert und verurteilen deshalb Sendungen, in denen Stars bei der Geburt ihrer Kinder gefilmt werden, oder eine Sendung, in

der sich ein Vater mit seinem kleinen Kind in ein Gehege begibt und ihrer Meinung nach verantwortungslos handelt. Eines der Mädchen sieht in der Darstellung von toten Menschen eine Grenze verletzt.

Die Studenten betrachten wie die Mädchen des Gymnasiums ebenfalls Talkshows als grenzwertig, da hier die Kandidaten, im Gegensatz zu den Teilnehmern des Dschungelcamps, teilweise nicht Herr der Lage seien. Sie diskutieren auch die Gefahr, die Grenzen der Entwürdigung weiter hinauszuschieben. Für eine Studentin stellt die Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* die Grenze dar.

4.8 Fazit: Die Nutzung der Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*

Ich bin ein Star – Holt mich hier raus! wurde von den meisten Befragten hauptsächlich vor dem Hintergrund der Berichterstattung über die Sendung rezipiert, die Erwartungen weckte und neugierig machte. Insbesondere bei den Jüngeren spielen die Gespräche über die Sendung eine Rolle, so dass vermutlich viele von ihnen die Sendung gesehen haben, um mitreden zu können.

Während die älteren Befragten erkennen, wie über die Medienberichterstattung und die Werbung ein künstliches Medienereignis geschaffen wurde, und diese Tatsache reflektiert betrachten, scheinen die Jüngeren diesen Umstand nicht wahrzunehmen. Doch gerade durch die Rezeption der Berichterstattung erhalten die Diskussionsteilnehmer ein explizites Wissen über die Inszenierungsstrategien der Sendung. Daraufhin stellen sie Spekulationen darüber an, was an der Sendung echt sei und was nicht. Dabei tendieren sie zu einer kritischen Einstellung gegenüber der Glaubwürdigkeit der Darstellungen, denen teilweise die Realitätsnähe abgesprochen wird. Sie überprüfen die medialen Informationsquellen dahingehend, ob sie wahr sind und der Realität nahe kommen. Das kann hier als eine Form der Medienkompetenz betrachtet werden. Das Infragestellen der Glaubhaftigkeit der medialen Darstellungen ließ sich jedoch im Fall der Gruppe der 10- bis 12-Jährigen nicht feststellen. Wissen über Inszenierungsstrategien, das aus der Medienberichterstattung bezogen wurde, ließ sich auch nicht erkennen. Die Kinder scheinen sich bei ihrer Beurteilung hauptsächlich auf die ästhetischen Kriterien, den Realitätsbezug und die Spielregeln der Sendung zu beziehen und nicht auf den diskursiven Kontext der Sendung. Jedoch verfügen sie über ein Genrewissen, das sie befähigt, die Sendung einzuordnen. Dieses zeigt sich auch in den Genrebezeichnungen und in ihren Antworten auf die Frage, welche ähnlichen Sendungen sie kennen. Während alle anderen Gruppen hier hauptsächlich *Big Brother* nennen, geben die Kinder die Sendungen *Deutschland sucht den Superstar* und *Gute Zeiten – Schlechte Zeiten* an, zwei weitere Sendungen des Senders RTL, wobei *Gute Zeiten – Schlechte Zeiten* eine Soap und *Deutschland sucht den Superstar* ebenfalls eine Casting Show ist. Hier zeigt sich, dass die Kinder zumindest ansatzweise über eine Genrekompetenz und formatspezifische Schemata verfügen. Während Zeichentricksendungen für Kinder ohne Schwierigkeiten als fiktional einzuordnen sind, werden die komplexen Codes realer Darstellungen nicht so leicht durchschaut. Oftmals urteilen sie nach einfachen Dichotomien, nach denen Tricksendungen unecht und reale Darstellungen als echt wahrgenommen werden (vgl. Töpfer 2003). Dementsprechend stellen sie keine Überlegungen darüber an, inwiefern

diese der Wirklichkeit entsprechen. Sie schreiben der Sendung, vermutlich aufgrund eines mangelnden Medienwissens ein höheres Maß an Authentizität zu. So sehen alle drei Gruppen der jüngeren Diskussionsteilnehmer mit geringerer Bildung in den Dschungelprüfungen eine reale Gefahr. Dadurch billigen sie ihnen ein hohes Maß an realen Folgen zu. Zusätzlich betonen sie den Lerncharakter der Dschungelprüfungen und zeigen damit eher eine dokumentarische Lektüre.

Die Älteren dagegen rezipieren die Sendung stärker auf den Ebenen des Spiels und der Reality Show. *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* wird vor allem mit der Sendung *Big Brother* oder anderen verhaltensorientierten Spielshows verglichen. Während sie die Sendung als ein tatsächlich unwichtiges, aber durch die Medienberichterstattung aufgebauschtes Ereignis klassifizieren, schreiben die Jüngeren, geringer Gebildeten ihr eine größere reale Bedeutung zu. Der Charakter eines Spiels wird so eher gebrochen – die Sendung wird zu einem Spiel mit ernststen Folgen.

Die Rezeption der Sendung als Spiel ermöglicht einen „geregelten Tabubruch“ (Hausmaninger 1992). Die Regelverletzungen sind ästhetisch inszeniert und können kritisch thematisiert werden. Dabei unterscheidet sich die „Spiel-Wirklichkeit“ vom gewöhnlichen Leben und ermöglicht damit eine distanzierte Rezeption, in der andere ethische Maßstäbe gelten. Zu dieser distanzierten Rezeptionstrategie trägt auch die komische Inszenierung bei.

Von allen Befragten am meisten geschätzt werden die Dschungelprüfungen, die selbst von den Ablehnern der Sendung als witzig empfunden werden. Für alle Diskussionsteilnehmer ist es lustig, die Prominenten in Grenzsituationen zu sehen. Hierbei werden die üblichen sozialhierarchischen Beziehungen und die ihr inhärenten sozialen Konventionen umgekehrt. Dadurch ist in der Form des Lachens das zulässig, was sonst verboten ist (Bachtin 1990, S. 54).

Während die älteren Befragten die Kandidaten als „Halbprominente“ bezeichnen und sich von ihnen distanzieren, werden sie von den jüngeren mit geringerer Bildung als echte Stars betrachtet, was eine naivere Bewertung der Teilnahme zur Folge hat. Eine Identifikation mit den Kandidaten findet jedoch nicht statt. Die Kandidaten werden nicht als Identifikationsfiguren aufgebaut (vgl. Kapitel 4.4) und auch nicht als solche wahrgenommen. Anstelle von Identifikation lässt sich die Rezeptionstrategie eher als empathisch beschreiben, bei der zwar die Gefühle der Figuren übernommen werden, das Bewusstsein der Differenz zwischen Zuschauer und Kandidat jedoch erhalten bleibt. Dabei kann sich die Empathie

auch auf Personen richten, die negativ bewertet werden. Wichtig für die Nutzung der Sendung durch die Jugendlichen ist, dass sie sich zwar in die Lage der Figuren versetzen und deren Gefühle nachempfinden können, jedoch keine Rollenvorbilder zu übernehmen scheinen. Die empathischen Vorgänge sind eher auf der Ebene körperlicher Aneignung angesiedelt, die innerhalb der Sendung durch die ästhetische und dramaturgische Inszenierung von Ekel und Angstsituationen geschaffen werden. Die Empathie ist dabei unabhängig von der Moral der Zuschauer, „da Empathie der moralischen Dimension entbehrt, ist es für den Zuschauer nicht notwendig, die Werte der handelnden Figuren zu übernehmen“ (Mikos 2003, S. 170).

Neben den Dschungelprüfungen wird auch die Moderation von einigen Interviewten, vor allem aufgrund des Aussehens der Moderatoren, als witzig empfunden. Andere dagegen bezeichnen sie schlichtweg als langweilig. Die spöttischen und hämischen Bemerkungen gegenüber den Kandidaten werden dagegen kaum thematisiert. Die Moderation wird zwar in einigen Fällen ebenfalls als komisch rezipiert, spielt aber für die Befragten eine wesentlich geringere Rolle als die Dschungelprüfungen.

Da die Rezeption der Sendung vorwiegend in einem komischen Modus erfolgt, wird kaum Kritik an den genannten Verhaltensweisen geäußert. Es gibt jedoch auch Befragte, die die Moderation nicht auf diese Art und Weise rezipieren. Aber selbst wenn das Verhalten nicht durch den exceptionellen Rahmen der Comedy legitimiert wird, werden nur in einem geringen Maße ethische Beurteilungskriterien angelegt. Lediglich die Gruppe der Studenten und die der weiblichen Gymnasialschüler stellen die Art und Weise der Moderation in Frage.

Auch wenn das Verhalten der Moderatoren kaum moralisch diskutiert wurde, sind alle untersuchten Gruppen in der Lage, die Sendung unter moralischen Gesichtspunkten zu beurteilen. Mit Ausnahme der 17- bis 20-Jährigen mit geringerer Bildung wurde in allen Gruppen diskutiert, ob man so mit Menschen umgehen dürfe. Dies wurde auf die für die jeweilige Altersstufe relevanten Prinzipien ethischer Entwürfe bezogen. Legitimiert wurde der Umgang mit den Kandidaten mit ähnlichen Argumenten, mit denen die KJM festgestellt hat, dass die Sendung nicht gegen die Menschenwürde verstößt. Dabei urteilen die meisten Befragten utilitaristisch. Als moralisch richtig wird betrachtet, was für die Betroffenen einen bestimmten Nutzen hat. Bei ihren Aussagen lässt sich jedoch teilweise ein Spannungsverhältnis feststellen zwischen dem als richtig Verstandenen einerseits, das in einem generellen Urteil seine Begründung findet (So darf man eigentlich nicht mit Men-

schen umgehen.), und dem Vergnügen, das die Sendung bereitet, wenn Prominente Prüfungen unterzogen werden und die Schadenfreude in der Rezeption überwiegt. Anscheinend fühlen sich die Kinder und Jugendlichen für die medialen Darstellungen nicht persönlich verantwortlich. Dies wird auch deutlich in ihren Beurteilungen bezüglich der Teilnahme von Bekannten am Dschungelcamp. Mit Ausnahme der männlichen Berufsschüler fühlen sie sich in dieser Situation eher zur Freundschaft verpflichtet.

Trotz eines anscheinend eher vom privaten Nutzenkalkül bestimmten Wertesystems orientieren sich die Befragten an gesellschaftlichen Normen und Werten, wie der Achtung anderer, Ehrlichkeit und Fairness, die eine wichtige Bedeutung für ihr eigenes Leben haben. Dies entspricht den allgemeinen Tendenzen, die in der jüngsten Shell-Jugendstudie für die 12- bis 25-Jährigen festgestellt wurden (vgl. Gensicke 2003). Da sie jedoch von der Sendung keinen Bezug zu ihrem Alltag herstellen, scheinen die moralischen Urteile in diesem Fall nicht unbedingt verpflichtend zu sein. Das Fernseherlebnis und ihr eigener Alltag gelten als zwei getrennte Bereiche, in denen je eigene Wertmaßstäbe und moralische Kriterien eine Rolle spielen.

Die Sendung spricht zwar die Ekelgrenzen aller Befragten an und thematisiert auch ihnen bekannte Phobien, aber diese werden von den Diskussionsteilnehmern nicht auf das eigene Leben übertragen. Es kann kein Alltagsbezug hergestellt werden. Dafür sind die Szenen im Dschungel für sie zu unrealistisch, zu abstrakt und fern von ihrem eigenen Leben.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die geringe Betroffenheit der Jugendlichen, bedingt durch die primäre Rezeption der Sendung als Spiel und als Comedy, dazu führt, dass für sie prinzipiell geltende ethische Prinzipien kaum auf die Sendung übertragen werden. Aufgrund der mangelnden Identifikation und des geringen Alltagsbezugs, des als abstrakt und unrealistisch empfundenen Geschehens ist auch eine Imitation der Dschungelprüfungen und des Verhaltens der Kandidaten eher nicht zu erwarten.

Einschränkend muss jedoch festgehalten werden, dass 10- bis 12-jährige Kinder sowie die 11- bis 14-Jährigen mit geringerer Bildung und einer teilweise mangelnden Sprachkompetenz der Sendung eine größere Bedeutung beimessen und sie eher als real betrachten. Insbesondere den Kindern mangelt es an Wissen über Inszenierungsstrategien. Die Mechanismen des Mediensystems überblicken sie noch nicht. Ihre sozio-moralische Urteilsfähigkeit orientiert sich vor allem an Strafe und Gehorsam. Da sie die Sendung und auch die Figuren weniger distanziert rezipieren und teilweise sogar einen Lerneffekt an-

nehmen, besteht tendenziell die Möglichkeit, dass sie sich an den dargestellten Verhaltensweisen orientieren. Allerdings sehen auch sie eine Differenz zwischen der Show und ihrem eigenen Alltag, zu dem kein Bezug hergestellt wird.

5. Medien, Sozialisation und Reality Shows

Medien, insbesondere das Fernsehen gehören heute zum Alltag von Kindern und Jugendlichen. Neben dem Elternhaus, dem Hort oder der Schule bilden sie eine wichtige Sozialisationsinstanz. In der Phase des Übergangs von der Kindheit ins Jugendalter kommt die Gruppe der Gleichaltrigen, die so genannte Peer Group hinzu, in der die Jugendlichen untereinander ihre medialen Vorlieben, ihre Werte und Normen, ihre sozioethische Orientierung sowie ihre persönliche und soziale Identität aushandeln. Unter den Medien ist insbesondere das Fernsehen in den Prozess der Identitätsbildung von Kindern und Jugendlichen integriert. Ein Leben ohne Medien ist für die meisten Kinder und Jugendlichen nicht mehr vorstellbar: „Ich kann mir ein Leben ohne Medien gar nicht vorstellen. Das meiste, was wir wissen, haben wir doch über irgendwelche Medien erfahren. Ob es ein Roman von Hermann Hesse ist, ein Song von *Metallica* (Heavy-Metal-Band; W.V.) oder irgendwelche Fernsehnachrichten, immer sind es doch Medien, auf die wir zurückgreifen. Aber jetzt nicht nur, um sich zu informieren oder etwas zu lernen, sondern auch um zu entspannen, Spaß zu haben oder gefühlsmäßig gut drauf zu sein. Du kannst dich berieseln lassen von irgendeinem seichten Radio- oder Fernsehprogramm, du kannst aber auch ganz gezielt deine Lieblingsmusik hören oder dir zum fünften Mal Tarantinos *Pulp Fiction* ansehen. Jeder baut sie auf seine Weise in den Alltag ein, träumt damit, arbeitet damit, turnt sich damit an oder ab, je nachdem, was gerade angesagt ist“, so sieht es die 18-jährige Elisabeth (zitiert bei Vogelgesang 2001, S. 103). Und das, was angesagt ist, erfahren die Kinder und Jugendlichen nicht nur aus den Medien, sondern auch aus den Zusammenhängen in der Peer Group und den Freundschaften in der Schule.

Medienerlebnisse werden mit Bezugspersonen wie Eltern, Geschwistern, Großeltern, Freunden, Mitschülern usw. kommunikativ angeeignet und in ihrer Bedeutung ausgehandelt. Gleichzeitig liefern Fernsehsendungen Orientierungen für die eigene persönliche und soziale Identität, da das Fernsehen als kulturelles Forum die Zuschauer mit den verschiedenen Lebensauffassungen und Lebensstilen, die in einer pluralen Gesellschaft existieren, bekannt macht. Zur Orientierung tragen nicht nur klassische Informationssendungen wie die *Tagesschau* bei, sondern vor allem auch Unterhaltungssendungen wie *Wetten dass..?*, eine Sendung, die vor allem bei Kindern sehr beliebt ist, und *Wer wird Millionär?*, Soaps und Serien wie *Gute Zeiten, Schlechte Zeiten* oder *Verbotene Liebe*, *Lindenstraße* oder *Die Wache*, Gerichtsshow's wie *Das Familiengericht* oder *Richterin Barbara Salesch*, Talkshows wie *Arabella* oder *Die Oliver Geissen Show*, Sitcoms wie *Mein Leben & ich* oder

Ritas Welt, Boulevardmagazine wie *taff* oder *Explosiv*, Casting Shows wie *Deutschland sucht den Superstar* oder *Star Search*, Dating Games und Beziehungsshow wie *Der Bachelor* oder *Nur die Liebe zählt*, aber auch Reality Shows wie *Big Brother* und *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*.

Die Identitätsarbeit mit Medien vollzieht sich einerseits, indem die Kinder und Jugendlichen anhand ihrer Werte, Normen und sozialetischen Vorstellungen mit Medienprodukten wie Fernsehsendungen umgehen und diese bewerten. Der Umgang und die Bewertung wird mit den direkten Bezugspersonen im sozialen Umfeld diskutiert und so die Bedeutung der Fernsehsendung kommunikativ ausgehandelt. Andererseits werden in den verschiedenen Fernsehsendungen, die von den Kindern und Jugendlichen rezipiert werden, neue Werte und Normen, Rollenmuster sowie Handlungs- und Verhaltensweisen thematisiert, die im direkten sozialen Umfeld keine Rolle spielen oder unbekannt sind. In der Identitätsarbeit bauen die Kinder und Jugendlichen also auf Bekanntem aus der eigenen Lebenswelt auf, setzen sich aber auch mit Neuem auseinander, das sie über das Fernsehen kennen lernen. Zur Orientierung für das eigene Leben werden neben Elternhaus, Schule und Peer Group vor allem die Medien immer wichtiger. Kinder und Jugendliche suchen in ihnen Muster und Modelle, nach denen sich zum einen das eigene Leben gestalten lassen könnte, und die ihnen zum anderen die Möglichkeit bieten, sich im Vergleich mit den Lebensentwürfen im Elternhaus auseinander zu setzen und sich daran abzuarbeiten. Dazu nutzen sie alle Formate und Genres des Fernsehens, von den Serien über die Nachrichtensendungen bis hin zu den Reality Shows. Dabei kann zwischen Kindern und Jugendlichen unterschieden werden, die generell viel fernsehen, und solchen, die eher wenig das Fernsehen nutzen. Der Umgang mit einzelnen Formaten oder Genres lässt sich daher „nicht von der sonstigen Fernsehnutzung trennen“ (Paus-Haase u.a. 1999, S. 371). Die Vorlieben im Fernsehen orientieren sich dabei am allgemeinen Entwicklungsstand der Kinder und Jugendlichen und den Entwicklungsaufgaben, die sie in bestimmten Lebensphasen zu bewältigen haben (vgl. exempl. Fritz u.a. 2003; Hoffmann 2002; Vogelgesang 2001). Zugleich sind die Fernsehvorlieben aber auch von den allgemeinen Sozialisationsbedingungen beeinflusst: „Die Differenz von unterschiedlichen Handlungsanforderungen und Wertprioritäten in unterschiedlichen Teilsystemen der Gesellschaft übernehmen viele Jugendliche in ihr Selbstkonzept und betätigen sich als Teilzeit-Stylisten mit Sinn für Notwendigkeiten“ (Vollbrecht 2003, S. 20). Der Medienumgang, vor allem auch das Fernsehen, wird als eine wichtige Ressource für gemeinsame Erfahrungen sowohl im Elternhaus als auch in der Peer Group gesehen

(vgl. Barthelmes / Sander 1997, S. 324 ff.). Das Fernsehen und andere Medien sind für Kinder und Jugendliche verlässliche Begleiter im Alltag. Dennoch gilt: „Erst die Freunde, dann die Medien“ (Barthelmes / Sander 2001). Gerade ritualisierte Formen der Medienaneignung, die auch performativen Charakter haben können, dienen den Kindern und Jugendlichen zur Aushandlung der Interaktionen und der Gruppenidentität in den Peer Groups. In Bezug auf den Umgang von kindlichen Peer Groups mit den täglichen Talkshows hat Sting (2003, S. 59) festgestellt: „In ihrer Inszenierung bringen die Kinder eine soziale Wirklichkeit aus Anerkennung und Ausgrenzung, aus Zwängen und Konkurrenz, aus Siegern und Opfern hervor, die zeigt, dass sie ihre ‚Lektion‘ in sozial angemessenem Handeln durchaus gelernt haben.“ Das symbolische Material aus Talkshows, Soaps und Shows wird benutzt, um individuelle und kollektive Identitäten auszuhandeln, d.h. nicht, dass Vorbilder aus dem Fernsehen einfach nachgeahmt werden, sondern dass die Kinder und Jugendlichen das Fernsehmaterial lediglich als Basis für eigene Aushandlungsprozesse benutzen.

In der vorliegenden Studie zur Reality Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* zeigten sich Tendenzen im kindlichen und jugendlichen Fernsehverhalten, die aus anderen Studien bereits bekannt sind. So orientieren sich Mädchen stärker an Sendungen, in denen Beziehungsfragen eine Rolle spielen. Dazu zählen Familien- und Jugendserien, vor allem aber Soaps (vgl. Götz 1999; Götz 2002). Jungen dagegen sind eher an Action orientiert und bevorzugen entsprechende Sendungen und Genres. Diese Tendenzen zeigen sich bereits bei jüngeren Kindern (vgl. Paus-Haase 1998). Im Umgang mit *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* zeigen sich Geschlechterdifferenzen vor allem bei der Frage, wo die Grenzen in der vorliegenden Show und wo die Grenzen im Fernsehen generell liegen. Die männlichen Befragten zogen die Grenzlinien erheblich weiter als die Mädchen. Allerdings muss man diesen Befund vorsichtig interpretieren. Ihnen geht es vermutlich in erster Linie gar nicht darum, härtere Shows zu haben, in denen auch Blut fließt, sondern sie wollen mit derartigen Aussagen vermutlich ihr Recht auf actionorientierte Sendungen und Formate einklagen. Da sie aber den spielerischen Charakter der Show erkennen, würden sie auf der Ebene des Spiels auch Spielregeln akzeptieren. Die Ausweitung der Grenzen bedeutet dann, dass sich Kandidaten einer Show – und mit ihnen die Zuschauer – im gesicherten Rahmen der Regeln eines Spiels bewegen.

Allerdings zeigen die Ergebnisse, dass es für die Kinder und Jugendlichen klare Grenzen in den Spielen derartiger Shows gibt. Die liegen dort, wo in einem Spiel bewusst die Grenzen der körperlichen Unversehrtheit der Kandidaten überschritten werden. Das heißt nicht, dass

physische Schädigungen generell nicht toleriert werden, sondern dass sie nicht als Bestandteil des Spiels verstanden werden dürfen. So ging vielen Befragten die so genannte „Hack-Attacke“ zu weit. Es gehörte hier zu den Regeln dieser Prüfung, dass die Straußen auf die Kandidatin Caroline Beil einhackten. Damit wurde eine Verletzung der Kandidatin billigend in Kauf genommen. Das lehnen die Kinder und Jugendlichen ab. Toleriert werden hingegen Prüfungen, bei denen es zwar zu physischen Schäden kommen kann, aber nicht aufgrund der Spielregeln, sondern aufgrund des Versagens der Kandidaten.

Die Faszination von Reality Shows für Kinder und Jugendliche liegt offenbar, wie zahlreiche Aussagen der Befragten zeigen, im Authentizitätsversprechen, das solche Formate von fiktionalen Sendungen wie Soap Operas und Sitcoms unterscheidet und abhebt. Allerdings zeigen sich gerade in der redaktionellen Aufbereitung des „echten Lebens“ vor der Kamera wiederum Fiktionalisierungstendenzen, die dazu dienen, das Geschehen auch visuell erzählbar zu machen. Der Reiz besteht darin, dass „echte Personen“ in einem künstlichen Setting agieren, wie das z.B. bei *Big Brother* der Fall ist, oder dass „Stars“ rspt. Prominente in einem quasi natürlichen Setting agieren. Besonders in letzterem Fall führt das zu karnevalistischen Formen der Inszenierung, in denen es darum geht, dass die Prominenten ihre öffentlichen Masken fallen lassen.

Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* greift in ihrer Inszenierung und in ihren Spielen auf zahlreiche Vorbilder zurück, die seit den vierziger Jahren das Bild der Fernsehunterhaltung prägen. Angefangen mit dem Format *Versteckte Kamera*, in dem es um die „Entblößung“ von „normalen“ Menschen oder Prominenten geht, und das in Sendungen wie *Scare Tactics* (MTV) seine aktuellen Nachahmer hat. In Shows wie *Donnerlippchen* (ARD), *Fort Boyard* (Sat.1, ProSieben) *Wünsch dir was* (ZDF), *Vier gegen Willi* (ARD), *Glücksritter* (RTL) oder *Die 100.000 Mark Show* (RTL) wurden ungewöhnliche Spiele gespielt, die teilweise zu Mutproben für die Kandidaten wurden. Das Prinzip Mutprobe, das nicht nur in der Meisterung gefährlicher Situationen, sondern auch in der Überwindung von Phobien, Ekel und Angst besteht wurden dann in anderen Formaten zum Prinzip erhoben, so z.B. in der Sendung *Cashman* (RTL II), *I Bet you Will* (MTV), *Jackass* (MTV) und *Ihr seid wohl wahnsinnig – Die gefährlichste Show der Welt* (RTL). Ganz zu schweigen davon, dass in zahlreichen Shows der so genannten großen Samstagabend-Unterhaltung viele Spiele eingebaut wurden, die sich bei den genannten Vorbildern bedienten und in denen die Kandidaten nicht nur ihr Können, sondern auch ihren Mut unter Beweis stellen mussten. Die Einbeziehung von Prominenten in Shows und Spiele muss als ein

Effekt der Boulevardisierung im Fernsehen gesehen werden, mit der gezielt versucht wurde, den Markt der so genannten „Yellow Press“ abzudecken und deren vorwiegend weibliche Zielgruppe zu erreichen.

Das „Wechselspiel zwischen Authentizität und Inszenierung“, das Paus-Haase u.a. (1999, S. 372) für die täglichen Talkshows konstatiert haben, macht auch den wesentlichen Reiz von Reality Shows aus. Gerade die Frage nach dem, was echt ist und was nicht, beschäftigt die Kinder und Jugendlichen in der Adoleszenz stark. Schließlich handelt es sich dabei nicht nur um eine der zentralen Identitätsfragen, sondern auch um einen zentralen Aspekt des menschlichen Zusammenlebens. Die soziale Interaktion zwischen Menschen hängt immer davon ab, ob wir ein Handeln oder eine Äußerung eines anderen als echt oder eben authentisch interpretieren, weil wir nur dann darauf ebenfalls authentisch reagieren können. Dabei geht es weniger darum, dass die anderen und wir in unserem Verhalten einen authentischen Kern der Persönlichkeit offenbaren, sondern dass wir Handlungen auch als performative Akte wahrnehmen, aber aufgrund primärer Rahmungen als wirklich interpretieren (vgl. Goffman 1980; Herzog 2001, S. 37 ff.). Tun wir dies nicht, bewegen wir uns in einem anderen Wirklichkeitsbereich, z.B. dem des Theaters oder dem des Spiels, in dem die Akteure nur so tun „als ob“. In diesem Sinne können gerade Reality Shows für Kinder und Jugendliche als identitätsfördernd angesehen werden, weil sie an ein zentrales Thema der Adoleszenz anknüpfen. Durch die spezifische Inszenierung zwischen Authentizität und fiktionaler Inszenierung, die an die Darstellung der Akteure in den Shows gebunden ist, wird dieses Thema für die kindlichen und jugendlichen Zuschauer kommunizierbar und damit vor allem in der Peer Group verhandelbar wird.

5.1 Medienkompetenz, Medienwissen, Bildung

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie haben gezeigt, dass alle Befragten, von den zehnjährigen Kindern bis zu den 25-jährigen Studenten über vielfältige Medienerfahrungen verfügen. Das bezieht sich nicht nur auf ihren teilweise sehr hohen Fernsehkonsum, sondern auch auf ihr breites Medienwissen. Allerdings unterscheiden sich die befragten Kinder und Jugendlichen hinsichtlich der Reflektionsfähigkeit. Generell lässt sich feststellen, dass je höher die Bildung, desto besser der sprachliche Ausdruck ist, und damit auch die Fähigkeit, Fernsehsendungen sowie die eigenen Umgangsweisen damit kritisch zu reflektieren.

Allerdings zeigte sich auch ein interessanter Effekt, der bisher in den Studien zur Entwicklung von Medienkompetenz kaum berücksichtigt wurde: Die empirische Differenzierung von Medienwissen. Zwar geht Baacke in seinem Konzept von Medienkompetenz auf den Aspekt der Medienkunde, „die das Wissen über heutige Medien und Mediensystem umfasst“ (Baacke 1997, S. 99), ein. Doch unterscheidet er nur zwischen einer informativen Dimension, bei der klassische Wissensbestände eine Rolle spielen, und einer instrumentell-qualifikatorischen Dimension, die vor allem die Fähigkeit meint, Geräte bedienen zu können. In neueren Studien zur Medienkompetenz wird zwischen Medienwissen und Medialitätsbewusstsein unterschieden (vgl. Groeben 2002, S. 166 ff.). Während Letzteres z.B. die Fähigkeit zur Unterscheidung von Realität und Fiktion sowie zur Unterscheidung von Medialität und Realität beinhaltet, bleibt die Kategorie des Medienwissens relativ unbestimmt: „Denn im Prinzip lässt sich alles darunter anführen, was auch die Wissenschaft über die Medien, ihre Strukturen, Bedingungen und Wirkungen in der Gesellschaft herauszufinden in der Lage ist“ (ebd., S. 167). Zum Medienwissen sollte jedoch das Wissen um die rechtlichen, politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einzelner Medien, das Genrewissen, das Wissen über spezifische Arbeitsweisen von Medien, die Bewertung der Intention von Medieninhalten sowie das Wissen um Medienwirkungen gehören (vgl. ebd.). Die vorliegende Studie hat jedoch gezeigt, dass zwischen abstraktem Medienwissen und praktischem Medienwissen, das aus eigener Erfahrung gewonnen wurde, unterschieden werden muss. So zeigt sich, dass die besser gebildeten Jugendlichen zwar ein größeres abstraktes Medienwissen haben, welches aber teilweise gewissermaßen im luftleeren Raum schwebt, weil ihnen praktische Seherfahrungen fehlen. Auf der anderen Seite haben die weniger gebildeten Kinder und Jugendlichen ein geringeres abstraktes Medienwissen, können dafür aber mit viel praktischem Wissen aufwarten, das aus ihrem umfangreichen Me-

dienkonsum resultiert. Während eine Studentin zwar sehr reflektiert mit der Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* umging, ihr abstraktes Medienwissen aber nicht mit ihrer konkreten Seherfahrung in Einklang bringen konnte und so den spielerischen Charakter der Show nicht erkannte, haben – mit Ausnahme der 10- bis 12-jährigen Kinder mit geringer Bildung aus dem Schülerladen im Wedding – alle anderen Befragten den spielerischen Charakter erkannt und benutzten den Spielrahmen als wesentliches Interpretationsraster, um mit der Sendung umzugehen. Andererseits fehlt den geringer Gebildeten allerdings weitgehend das abstrakte Medienwissen im oben beschriebenen Sinn, um mit ihren praktischen Erfahrungen und ihrem praktischen Wissen reflexiv umzugehen und es in gesellschaftliche, soziale oder kulturelle Kontexte zu stellen.

Für den Umgang mit der Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* ist jedoch auch bedeutsam, dass die Kinder und Jugendlichen aufgrund ihres praktischen Genrewissens in der Länge sind, die Show in einem spielerischen und einem komischen Kontext zu sehen. Sie erkennen das karnevalistische Prinzip der Umkehrung von Statuspositionen, das mit Erniedrigungen und Ausgrenzungen einhergeht. Es ist für sie komisch, weil sie sich des Rahmens als Spiel bewusst sind – mit Ausnahme der 10- bis 12-jährigen Kinder mit geringer Bildung. Dieses karnevalistische Prinzip, bei dem Erniedrigungen und Schädigungen Bestandteil des Spiels sind, ist den Kindern und Jugendlichen bereits aus der Rezeption von Cartoons und Zeichentrickfilmen bekannt. Ein beliebtes Genremuster ist hier, dass die vermeintlich Schwächeren die vermeintlich Stärkeren austricksen, sie erniedrigen und schädigen – was aber im Kontext der Fiktion des Zeichentricks keine realen Folgen hat. Die Tricks der Schwächeren stehen häufig mit Verkleidungen in Zusammenhang und mit der „Vorspiegelung falscher Tatsachen“, indem sie in einer Situation nur so tun, als ob. „Neben dem Täuschungsmanöver an sich sind vor allem die augenscheinlichen Abweichungen von der vertrauten Norm attraktiv“ (Rathmann 2004, S. 96). Diese Muster der Cartoon-Rezeption lassen sich ohne weiteres auf die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* übertragen. Die Prominenten sind verkleidet, sie müssen Prüfungen bestehen, bei denen sie sich (aus der Sicht der Prominenten-Status im Alltag) erniedrigen, und die sie trickreich bestehen können. Der Rahmen des Spiels generiert ein So-Tun-als-ob, das den Handlungen in der Fiktion der Zeichentrickfilme verwandt ist. Bis auf die jüngeren Befragten rezipieren alle Kinder und Jugendlichen die Show in einem komischen Modus, der auf den karnevalistischen Inszenierungsmustern der Show basiert. Zurückgenommen wird dieser Modus nur dann, wenn es in der Show zu vermeintlichen Regelverletzungen kommt.

Die Tatsache, dass Daniel Küblböck dreimal hintereinander von den Zuschauern für die Prüfungen nominiert wurde, sowie die Tatsache, dass Lisa Fitz, obwohl sie nach Auffassung der Kinder und Jugendlichen die schwierigeren Prüfungen als Costa Cordalis zu bestehen hatte, nicht Dschungelkönigin geworden ist, führt bei den Befragten dazu, Mitleid mit den Betroffenen zu empfinden. Dieses Mitleid geht darauf zurück, dass sie das Spiel in diesen Situationen als nicht gerecht bewerten. Fairness ist nicht nur ein wichtiger Wert in Sport und Spiel, sondern spielt im Werteverständnis der befragten Kinder und Jugendlichen eine wichtige Rolle. Hier zeigt sich in ihrem Umgang mit der Show bereits, dass sie durchaus auch in der Lage sind, eine kritische Position zu der Show einzunehmen.

Insgesamt zeigte sich, dass alle befragten Kinder und Jugendlichen auf ihre je eigene Art eine „medienbezogene Kritikfähigkeit“ aufwiesen, bei der es darum geht, „sich von medialen Angeboten nicht überwältigen zu lassen, sondern eine eigenständige, möglichst rational begründete Position aufrechtzuerhalten“ (ebd., S. 172). Sie bewerteten die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* vor dem Hintergrund eines eigenen, weitgehend gefestigten Wertesystems. Lediglich die 10- bis 12-jährigen Kinder mit geringer Bildung bildeten hier eine Ausnahme. Sie sind es auch, bei der die von der KJM konstatierte mögliche Beeinträchtigung möglich wäre. Allerdings geht die KJM davon aus, dass problematische Elemente wie Häme, Spott und Schadenfreude in der Show durch die Kommentare der Moderatoren noch erhöht würden. Doch ist es gerade die Gruppe der jüngeren, weniger gebildeten Kinder, die die Moderation als störend empfindet, weil sie mehr Spaß an den Ereignissen im Dschungelcamp haben. Zudem wird der von der KJM nicht beachtete karnevalistische Aspekt der Moderation von den Kindern und Jugendlichen, die sich mit der Moderation auseinandersetzen, durchaus erkannt. Dadurch entsteht eine ästhetisch-komische Distanz zum Geschehen in der Show, die einer Übertragung auf den eigenen Alltag im Wege steht.

Generell zeigt sich, dass alle befragten Kinder und Jugendlichen genügend Medienwissen und Medienkompetenz aufweisen, um auf ihre je eigene Art angemessen mit dem Format umzugehen. Dass die jüngeren Kinder den Dschungelprüfungen einen didaktischen Sinn zuweisen, macht nur deutlich, dass sie für den Umgang mit der Sendung die ihnen in ihrem Alltag zur Verfügung stehenden Deutungsmuster anwenden. Denn Prüfungen sind ihnen aus dem eigenen Schulalltag bekannt – und in diesem Kontext haben sie zweifelsfrei einen didaktischen Sinn. Dass sie auf dieses Deutungsmuster zurückgreifen, liegt auch an ihrem Unvermögen, den Rahmen der Show als Spiel zu verstehen. Sie finden die Show dennoch

witzig, weil sie einzelne Elemente aufgrund ihrer Genrekenntnis von Cartoons und Zeichentrickserien einordnen können.

Eine wichtige Rolle bei der Beurteilung der Inszenierungsstrategien der Sendung spielt die Berichterstattung zu Ich bin ein Star – Holt mich hier raus! in der Boulevardpresse und den Boulevard-Magazinen im Fernsehen. Dieses mediale Umfeld der Show generiert für die befragten Kinder und Jugendlichen ein umfangreiches Wissen über die Inszenierung, das dazu beiträgt, abstraktes Medienwissen mit praktischem Medienwissen zu verknüpfen. Allgemein kann festgestellt werden, dass die umfangreiche Berichterstattung über die Show zur Ausbildung von Medienkompetenz bei den Kindern und Jugendlichen beigetragen hat. Außerdem erlangen sie darüber Kenntnis über die „Stars“, die mit Ausnahme von Daniel Küblböck vor allem bei den jüngeren Befragten nicht bekannt sind. Diese Kenntnis bleibt jedoch abstrakt. Sie bauen darüber keine emotionale Nähe zu den Prominenten auf, zumal auch die Inszenierung die Kandidaten nicht zur Identifikation anbietet.

Die Show Ich bin ein Star – Holt mich hier raus! sowie die Berichterstattung über sie in anderen Fernsehsendungen und Medien trägt dazu bei, das praktische Medienwissen und ansatzweise auch das abstrakte Medienwissen der Kinder und Jugendlichen zu erweitern. Zugleich wird deutlich, dass die Befragten ein in ihrer Entwicklung angemessenes moralisches Bewusstsein und ein angemessenes Werteverständnis haben, mit dem sie die Show beurteilen. Im Mittelpunkt steht dabei eine pragmatische Grundhaltung, die insgesamt für die Jugendlichen zu Beginn des 21. Jahrhunderts kennzeichnend ist (vgl. Gensicke 2003, S. 152 ff.).

5.2 Zusammenfassung

Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* kann als Hybridform bezeichnet werden, die Elemente aus verschiedenen anderen Genres vereint. Es lassen sich Aspekte aus Spielformen, Reality Soaps, Boulevard-Magazinen und Comedy-Sendungen feststellen. Insgesamt dominiert in der Inszenierung der Show ein komischer, karnevalistischer Modus, der durch die Darstellung der Moderatoren als „komisches Paar“ noch verstärkt wird. Dieser komische Modus wird in den eigentlichen Dschungelprüfungen zurückgenommen, in denen der Ernst des Spiels wichtiger ist. Sowohl der Modus der Komik als auch des Spiels weisen darauf hin, dass mit der Show ein anderer Wirklichkeitsbereich geschaffen wird, der sich von der Realität des Alltags abhebt und unterscheidet. In diesem Sinn kann die Show auch als performatives Realitätsfernsehen bezeichnet werden, da in ihr „echte Menschen“ – in diesem Fall Prominente – als Kandidaten für ein Publikum agieren. Die Zuschauer werden analog zu den Moderatoren von Anfang an dazu verleitet, einen distanziererten, karnevalistischen Blickwinkel auf die gesamte Erzählung einzunehmen, in dem die übliche gesellschaftliche Ordnung für die Dauer der Show außer Kraft gesetzt ist.

Die Rahmung als Spiel und Comedy führt vor allem aufgrund der karnevalistischen Inszenierung dazu, dass sich für die befragten Kinder und Jugendlichen daraus der bevorzugte Rezeptionsmodus ableitet. Sie können aufgrund ihres praktischen Medienwissens die Rahmungen erkennen und nehmen daher die Show einerseits als komisch und witzig wahr, und andererseits als Spiel, das karnevalistischen Prinzipien gehorcht. Lediglich wenn sie der Ansicht sind, dass Spielregeln verletzt werden, tritt der komische Rezeptionsmodus in den Hintergrund und sie entwickeln Mitleid mit den Kandidaten, weil sie einen wichtigen Wert, der auch in ihrem Alltag eine Rolle spielt, verletzt sehen: Fairness. Mit Ausnahme der 10- bis 12-jährigen Kinder mit geringer Bildung und teilweise der 11- bis 14-jährigen Mädchen mit geringer Bildung haben die Befragten genügend praktisches Medienwissen, um mit der Show angemessen umzugehen. In den Ausnahmefällen benutzen sie aber Deutungsmuster aus ihrer sozialen Alltagserfahrung, um die Sendung zu bewerten. Die gering gebildeten Kinder sehen daher in den Dschungelprüfungen einen didaktischen Sinn und vermuten, dass man da etwas lernen kann. Sie tun dies nicht, weil die Sendung ihnen dies vorgibt, sondern weil ihnen aus ihrem eigenen schulischen Alltag bekannt ist, dass Prüfungen einen didaktischen Sinn haben.

Der karnevalistische Modus der Inszenierung führt dazu, dass die Kandidaten nicht als Identifikationsfiguren aufgebaut werden. Eine Nähe zu den Prominenten ergibt sich daher nicht. Dies zeigt sich auch bei den befragten Kindern und Jugendlichen, die nur dann eine Nähe zu den Kandidaten entwickeln, wenn der komische, karnevalistische Modus der Inszenierung in den Hintergrund rückt. Das ist bei den Dschungelprüfungen der Fall. Die dabei thematisierten Phobien und Ängste finden sich teilweise auch bei den Kindern und Jugendlichen, die ebenfalls Angst vor Spinnen und Insekten haben. Besonders groß ist ihre Angst davor, dass Insekten in Körperöffnungen wie Mund, Nase oder Ohren kriechen. Die jüngeren Befragten nehmen an, dass dies zum Tod führen kann. Ein Eindringen von Insekten oder anderen Tieren in den Körper der Kandidaten sollte daher nicht gezeigt werden.

Bedeutsamer ist jedoch, dass die Kandidaten hier bei einem Spiel beobachtet werden, in dem der „Ernst des Spiels“ dominiert, bei dem für die Befragten Regeln bedeutsam sind. Ihr Verständnis von Fairness wird dabei nicht nur durch vermeintliche Regelverletzungen herausgefordert, sondern auch dann, wenn sie die Grenzen eines Spiels überschritten sehen – und diese Grenze ist da, wo die körperliche Unversehrtheit der Spieler bereits durch die Regeln des Spiels in Frage gestellt wird. So sahen viele der befragten Kinder und Jugendlichen die so genannte „Hack-Attacke“ auf Caroline Beil zwar als gerechtfertigt an, weil sie es aufgrund ihrer Lästerei über die Mitkandidaten verdient habe, andererseits ging es ihnen aber zu weit, dass sie bei dem Spiel von den Straußen tatsächlich verletzt werden konnte. Für die Kinder und Jugendlichen ist offenbar da eine Grenze, wo physische Schäden für Kandidaten Bestandteil des Spiels sind. Dagegen tolerieren sie Spiele, in denen die physischen Schäden nicht Teil des Spiels sind, sondern nur dann auftreten, wenn die Kandidaten die Aufgabe der Prüfung nicht meistern. Die „Hack-Attacke“ auf Caroline Beil wäre für Kinder und Jugendliche nicht grenzwertig, wenn die Kandidatin z.B. während der Prüfung einen Tauchanzug oder eine Ritterrüstung getragen hätte, so dass die Tiere sie nicht wirklich hätten verletzen können. Außerdem wäre eine Prüfung tolerierbar gewesen, bei der die Kandidatin z.B. über einen feuchten Schwebebalken hätte balancieren müssen und sie im Falle des Misslingens in den Straußen-Käfig gefallen wäre. In diesem Fall wäre der physische Schaden nicht Teil der Spielregel, sondern würde als Folge des Misslingens auftreten. Das Beispiel macht deutlich, dass die Kinder und Jugendlichen klare Wertvorstellungen entwickelt haben, die sie auf die Spiele in der Show und auf die gesamte Sendung anwenden. Werte, die in ihrem Alltag Gültigkeit besitzen, können aber durch die Inszenierung innerhalb der Show gewissermaßen auf den Kopf gestellt werden – und das finden sie ko-

misch. Das karnevalistische Prinzip der Inszenierung findet sich in einer entsprechenden Rezeptionshaltung wieder, die den Kindern und Jugendlichen bereits aus der Rezeption von Cartoons und Zeichentrickfilmen bekannt ist.

In diesem Kontext sind auch Häme, Spott und Schadenfreude zu sehen. Sie machen im Rahmen des Spiels, in dem sie mit komischen Mitteln inszeniert werden, Sinn. Die Kandidaten können als Spielteilnehmer zu Objekten der Schadenfreude werden. Allerdings ist die Schadenfreude gewissermaßen entpersonalisiert, weil sie sich entweder auf alle Teilnehmer der Show bezieht oder auf bestimmte Situationen, in denen die Objekte des Spottes austauschbar sind. Selbst wenn die Kandidaten als Personen zu Objekten des Spottes und der Schadenfreude werden, führt die komische Inszenierung zu entsprechenden Mechanismen der Distanzierung. Dies mag mit dafür verantwortlich sein, dass die befragten Kinder und Jugendlichen keine Parallelen zwischen ihrem Alltag und den Handlungen der Kandidaten in der Show herstellen. Sie trennen hier klar zwischen der sozialen Wirklichkeit ihres Alltags und der Welt der Show und des Spiels, die für sie einen eigenen Wirklichkeitsbereich markiert. Hier zeigt sich auch ihr pragmatisches Verhältnis zu Moral und Werten, die sie situationsangemessen einsetzen. Lediglich die 10- bis 12-jährigen Kinder mit geringer Bildung und teilweise die 11- bis 14-jährigen Mädchen mit geringer Bildung sind dazu nur begrenzt in der Lage.

Insgesamt zeigt sich, dass die befragten Kinder und Jugendlichen ausreichende Fähigkeiten besitzen, um angemessen mit der Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* umzugehen. Einerseits besitzen sie ein ausreichendes Medienwissen und genügend Medienkompetenz, andererseits beurteilen sie die Sendung vor dem Hintergrund eines moralischen Bewusstseins und vorhandener Werthaltungen, die nicht nur ihrem Entwicklungsstand entsprechen, sondern allgemein unter Kindern und Jugendlichen verbreitet sind (vgl. Gensicke 2003). Dabei ist allerdings zwischen einem eher praktischen Medienwissen, das vor allem auf ihren Seherfahrungen basiert, und einem eher abstraktem Medienwissen, das zur Reflexion medialer Bedingungen einlädt, zu unterscheiden. Je geringer die Bildung der Befragten, umso höher der Anteil praktischen Medienwissens. Je höher die Bildung, umso größer die Fähigkeit zur Reflexion, die aber teilweise nicht durch praktisches Medienwissen fundiert ist. Am Beispiel der Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* wird deutlich, wie wichtig die begleitende Berichterstattung in den Boulevard-Zeitungen und den Boulevard-Magazinen im Fernsehen für die Kinder und Jugendlichen ist, da sie hier über Inszenierungsstrategien informiert werden. Das Verhältnis von Authentizität und Fiktion bzw. In-

szenierung wird so zum Bestandteil eines öffentlichen Diskurses, an den die Kinder und Jugendlichen sich mit ihren Freunden und ihrer Peer Groups anschließen können.

Eine von der KJM diskutierte mögliche Gefährdung für Kinder und Jugendliche durch die Darstellung von Häme, Spott und Schadenfreude kann daher für die in dieser Studie befragten Kinder und Jugendlichen weitgehend ausgeschlossen werden. Lediglich die Kinder mit geringer Bildung verfügen insgesamt noch nicht über genügend Medienwissen und Medienkompetenz, um angemessen mit dem Format umzugehen. Allerdings benutzen sie die aus ihrem Alltag bekannten Deutungsmuster, um der Show einen Sinn zu geben – in diesem Fall einen didaktischen. Die Gefahr, dass die Vermittlung wichtiger sozialer Werte durch die Show konterkariert wird, wie die KJM annimmt, konnte durch die Studie nicht bestätigt werden. Die Kinder und Jugendlichen sehen zum einen keine Verbindung zwischen der Show und ihrem Alltag. Zum anderen bewerten sie die Sendung vor dem Hintergrund eines moralischen Bewusstseins, das ihrem Entwicklungsstand entspricht, und vor dem Hintergrund eines Werteverständnisses, das für die Kinder und Jugendlichen zu Beginn des 21. Jahrhunderts typisch ist. Dessen oberstes Gebot lautet: Pragmatismus. Werte werden situationsbezogen angewandt und danach eingesetzt, ob sie in den jeweiligen Situationen nützlich sind oder nicht. Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* wird von den Kindern und Jugendlichen hauptsächlich als komische Unterhaltung gesehen, die keine weitere Bedeutung für ihren Alltag hat – mit einer Ausnahme: Sie dient als kommunikative Ressource, um in der Familie, in der Schule und in der Peer Group über sie zu reden. Dabei werden die Normen und Werte der Gesellschaft im Rahmen einer medienbezogenen Diskussion verhandelt. Darin liegt ihr wesentlicher Nutzen für die Sozialisation der Kinder und Jugendlichen.

6. Anhang

6.1. Literatur

Baacke, Dieter (1997): Medienpädagogik. Tübingen

Baatz, Ursula / Müller-Funk, Wolfgang (Hrsg.) (1993): Vom Ernst des Spiels. Über Spiel und Spieltheorie. Berlin

Bachtin, Michail M. (1990): Literatur und Karneval. Zur Romantheorie und Lachkultur. Frankfurt

Barth, Simone (2002): Mädchenlektüren. Lesediskurse im 18. und 19. Jahrhundert. Frankfurt / New York

Barthelmes, Jürgen / Sander, Ekkehard (1997): Medien in Familie und Peer-group. Vom Nutzen der Medien für 13- und 14-Jährige. Weinheim / München

Barthelmes, Jürgen / Sander, Ekkehard (2001): Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz. Opladen / München

Bergesen, Albert (1998): Die rituelle Ordnung. In: Andréa Belliger / David J. Krieger (Hrsg.): Ritualtheorien. Ein einführendes Handbuch. Opladen / Wiesbaden, S. 49-76

Bergmann, Jörg R. (1987): Klatsch. Zur Sozialform der diskreten Indiskretion. Berlin/New York

Böhme-Dürr, Karin / Sudholt, Thomas (Hrsg.) (2001): Hundert Tage Aufmerksamkeit. Das Zusammenspiel von Medien, Menschen und Märkten bei *Big Brother*. Konstanz

Bohnsack, Ralf (2000): Gruppendiskussion. In: Uwe Flick / Ernst von Kardorff / Ines Steinke (Hrsg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek, S. 369-384

Bondebjerg, Ib (2002): The Mediation of Everyday Life. Genre, Discourse and Spectacle in Reality TV. In: Anne Jerslev (Hrsg.): Realism and 'Reality' in Film and Media. Copenhagen, S. 159-192

Breunig, Christian (1999): Programmqualität für Kinder. Diskussion Kinderfernsehen: Nutzungspräferenzen und Qualitätskriterien für die Programmplanung. In: Media Perspektiven 12, S. 641-650

Casetti, Francesco (2001): Filmgenres, Verständigungsvorgänge und kommunikativer Vortrag. In: montage AV, 10, 2, S. 155-173

Casetti, Francesco / Odin, Roger (1990): De la Paléo- à la Néo-Télévision. Approche Sémiopragmatique. In: Communication, 51, S. 9-26

- Clissold, Bradley D. (2004): *Candid Camera* and the Origins of Reality TV: Contextualising a Historical Precedent. In: Su Holmes / Deborah Jermyn (Hrsg.): *Understanding Reality Television*. London / New York, S. 33-53
- Cummings, Dolan (2002): Introduction. In: Ders. u.a.: *Reality TV: How Real is Real?* Abingdon, S. XI-XVII
- Eggert, Jeanette (1999): Die Docusoap. Analyse eines neuen Fernsehgenres. Potsdam-Babelsberg. Diplomarbeit an der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“
- Feierabend, Sabine / Klingler, Walter (2003): Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung von Drei- bis 13-Jährigen 2002. In: *Media Perspektiven*, 4, S. 167-179
- Fischer, Arthur / Fritzsche, Yvonne / Fuchs-Heinritz, Werner / Münchmeier, Richard (Hrsg.) (2000): *Jugend 2000*. 13. Shell Jugendstudie. Band 1. Opladen
- Flick, Uwe (1991): Triangulation. In: Ders. / Ernst von Kardorff / Heiner Keupp / Lutz von Rosenstiel / Stephan Wolff (Hrsg.): *Handbuch Qualitative Sozialforschung*. München, S. 432-434
- Flick, Uwe (2000): Triangulation in der qualitativen Forschung. In: Ders. / Ernst von Kardorff / Ines Steinke (Hrsg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Reinbek, S. 309-318
- Freud, Sigmund (2001): *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten*. Frankfurt
- Friedman, James (2002): Introduction. In: Ders. (Hrsg.): *Reality Squared. Televisual Discourse on the Real*. New Brunswick / London, S. 1-22
- Fritz, Karsten / Sting, Stephan / Vollbrecht, Ralf (Hrsg.) (2003): *Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten*. Opladen
- Fromm, Bettina (1999): *Privatgespräche vor Millionen. Fernsehauftritte aus psychologischer und soziologischer Perspektive*. Konstanz
- Froschauer, Ulrike / Lueger, Manfred (2003): *Das qualitative Interview*. Wien
- Gennep, Arnold van (1999): *Übergangsriten (Les rites de passage)*. Frankfurt / New York
- Gensicke, Thomas (2003): Individualität und Sicherheit in neuer Synthese? Wertorientierungen und gesellschaftliche Aktivität. In: Klaus Hurrelmann / Mathias Albert (Hrsg.): *Jugend 2002*. 14. Shell Jugendstudie. Frankfurt, S. 139-212
- Gilges, Martina (1992): *Lesewelten. Geschlechtsspezifische Nutzung von Büchern bei Kindern und Erwachsenen*. Bochum
- Goffman, Erving (1980): *Rahmen- Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Frankfurt a. M
- Gottberg, Joachim von / Mikos, Lothar / Wiedemann, Dieter (Hrsg.) (1999): *Mattscheibe oder Bildschirm. Ästhetik des Fernsehens*. Berlin

- Götz, Maya (1999): Mädchen und Fernsehen. Facetten der Medienaneignung in der weiblichen Adoleszenz. München
- Götz, Maya (Hrsg.) (2002): Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen. München
- Groeben, Norbert (2002): Dimensionen der *Medienkompetenz*: Deskriptive und normative Aspekte. In: Ders. / Bettina Hurrelmann (Hrsg.): *Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen*. Weinheim / München, S. 160-197
- Hallenberger, Gerd / Foltin, Hans Friedrich (1990): Unterhaltung durch Spiel. Quizsendungen und Gameshows des deutschen Fernsehens. Berlin
- Hallenberger, Gerd / Schanze, Helmut (Hrsg.) (2000): *Live is Life. Mediale Inszenierungen des Authentischen*. Baden-Baden
- Hausmanninger, Thomas (1992): Kritik der medienethischen Vernunft. Die ethische Diskussion über den Film in Deutschland. München.
- Hermes, Joke (1995): *Reading Women's Magazines. An Analysis of Everyday Media Use*. Cambridge
- Herzog, Katja (2001): Authentizitätsdiskurse im Realitätsfernsehen. Eine Analyse der *Big Brother*-Staffeln I und II. Potsdam-Babelsberg. Diplomarbeit an der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“
- Hickethier, Knut (1998): *Geschichte des deutschen Fernsehens*. Stuttgart / Weimar
- Hoffmann, Dagmar (2002): *Attraktion und Faszination Medien. Jugendliche Sozialisation im Kontext von Modernisierung und Individualisierung*. Münster
- Hoffmann, Kay (2000): Wie „lebendig“ kann Fernsehen sein? In: Gerd Hallenberger / Helmut Schanze (Hrsg.): *Live is Life. Mediale Inszenierungen des Authentischen*. Baden-Baden, S. 163-176
- Holmes, Su / Jermyn, Deborah (2004): Introduction: Understanding Reality TV. In: Dies. (Hrsg.): *Understanding Reality Television*. London / New York, S. 1-32
- Hopf, Christel (2000): Qualitative Interviews – ein Überblick. In: Uwe Flick / Ernst von Kardorff / Ines Steinke (Hrsg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Reinbek, S. 349-360
- Höble, Corinna (2001): *Moralische Urteilsfähigkeit. Eine Interventionsstudie zur moralischen Urteilsfähigkeit von Schülern zum Thema Gentechnik*. Innsbruck
- Huizinga, Johan (1987). *Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel*. Reinbek
- Junge, Matthias (2004): *Sozialisationstheorien vor dem Hintergrund von Modernisierung, Individualisierung und Postmodernisierung*. In: Hoffmann, Dagmar / Merckens, Hans

- (Hrsg.): Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Impulse für die Jugendforschung. Weinheim / München, S. 35-50
- Keppler, Angela (1994): Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung. Frankfurt
- King, Geoff (2002): Film Comedy. London
- Kirsch, Thomas (2001): Und die Welt schaut zu – Der internationale Siegeszug von *Big Brother*. In: Karin Böhme-Dürr / Thomas Sudholt (Hrsg.): Hundert Tage Aufmerksamkeit. Das Zusammenspiel von Medien, Menschen und Märkten bei *Big Brother*. Konstanz, S. 279-312
- KJM (2004): KJM prüft Dschungelshow auf RTL. Pressemitteilung (http://www.alm.de/-gem_stellen/presse_kjm/pm/230104.htm; Zugriff am 27.1.2004)
- Kohlberg, Lawrence (1996): Moralstufen und Moralerwerb: Der kognitiv-entwicklungstheoretische Ansatz (1976). In: Ders.: Die Psychologie der Moralentwicklung. Frankfurt, S. 123-174
- Krywalski, Diether (1999): Knaurs Lexikon der Weltliteratur. Augsburg
- Lamneck, Siegfried (1989): Qualitative Sozialforschung. Band 2. Methoden und Techniken. München
- Loos, Peter / Schäffer, Burkhard (2001): Das Gruppendiskussionsverfahren. Opladen
- Lowry, Stephen (1997): Stars und Images. Theoretische Perspektive auf Filmstars. In: montage AV 6, 2, S. 10-35
- Luchting, Anne-Katrin (1997): Leidenschaft am Nachmittag. Eine Untersuchung zur Textualität und Intertextualität US-amerikanischer Seifenopern im deutschen Fernsehen und ihrer Fankultur. München
- Lücke, Stephanie (2002): Real Life Soaps. Ein neues Genre des Reality TV. Münster
- Mast, Gerald (1979): The Comic Mind. Comedy and the Movies. 2. Auflage. Chicago
- Mikos, Lothar (1994): Es wird dein Leben! Familienserien im Fernsehen und im Alltag der Zuschauer. Münster
- Mikos, Lothar (1998): Flanieren auf dem Boulevard zwischen Stars und Mordbuben. Themen und Präsentationsformen in Boulevard-Magazinen. In: TV Diskurs, Heft 5, S. 64-71
- Mikos, Lothar (2001): Fern- Sehen. Bausteine zu einer Rezeptionsästhetik des Fernsehens. Berlin
- Mikos, Lothar (2002): Lokale Orientierung des globalen Fernsehmarktes am Beispiel *Big Brother*. In: Andreas Hepp / Martin Löffelholz (Hrsg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Konstanz, S. 436-455

- Mikos, Lothar (2003): Film- und Fernsehanalyse. Konstanz
- Mikos, Lothar (2004): Medienhandeln im Alltag – Alltagshandeln mit Medien. In: Uwe Hasebrink / Lothar Mikos / Elizabeth Prommer (Hrsg.): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. München, S. 21-40
- Mikos, Lothar / Feise, Patricia / Herzig, Katja / Prommer, Elizabeth / Veihl, Verena (2000): Im Auge der Kamera. Der Fernsehereignis *Big Brother*. Berlin
- Mikos, Lothar / Haible, Evelin / Töpfer, Claudia / Verspohl, Lars (2001): *Big Brother* als Globales Fernsehformat. Ein Vergleich länderspezifischer Inszenierungen, Medien Praktisch Texte, 4, S. 57-64
- Mikos, Lothar / Wulff, Hans- Jürgen (1990): „Akademische“ und „familiäre“ Rezeption. Zur Analyse von Unterhaltungsshows (II). In: Medien Praktisch 14, 1, S. 61-63
- Moran, Albert (1998): Copycat TV. Globalisation, Programm Formats and Cultural Identity. Luton
- Morley, David / Robins, Kevin (1995): Spaces of Identity. Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries. London / New York
- Müller, Eggo (1999a): Paarungsspiele. Beziehungsshows in der Wirklichkeit des neuen Fernsehens. Berlin
- Müller, Eggo (1999b): „Reality“ als ein Spiel mit Rahmungen. Zur Ästhetik des Wirklichkeitsfernsehens. In: von Gottberg, Joachim / Mikos, Lothar / Wiedemann, Dieter (Hrsg.): Mattscheibe oder Bildschirm. Ästhetik des Fernsehen. Berlin, S. 195-203
- Nusser, Peter (1991): Trivialliteratur. Stuttgart
- Oser, Fritz / Althof, Wolfgang (1992): Moralische Selbstbestimmung. Modell der Entwicklung und Erziehung im Wertebereich. Stuttgart
- Ouellette, Laurie / Murray, Susan (2004): Introduction. In: Susan Murray / Laurie Ouellette (Hrsg.): Reality TV. Remaking Television Culture. New York / London, S. 1-15
- Paget, Derek (1998): No Other Way to Tell. Dramadoc / Docudrama on Television. Manchester / New York
- Palmer, Jerry (1987): The Logic of the Absurd. On Film and Television Comedy. London
- Paus-Haase, Ingrid (1998): Heldenbilder im Fernsehen. Eine Untersuchung zur Symbolik von Serienfavoriten. Opladen/Wiesbaden
- Paus-Haase, Ingrid / Hasebrink, Uwe / Mattusch, Uwe / Keuneke, Susanne / Krotz, Friedrich (1999): Talkshows im Alltag von Jugendlichen. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amüsement und Ablehnung. Opladen

- Prommer, Elizabeth / Mikos, Lothar / Schäfer, Sabrina (2003): Pre-Teens und Erwachsene lachen anders. In: *TelevIZIon*, 16, 1, S. 58-67
- Radway, Janice (1984): *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill
- Rathmann, Claudia (2004): *Was gibt's denn da zu lachen? Lustige Zeichentrickserien und ihre Rezeption durch Kinder unter besonderer Berücksichtigung der präsentierten Gewalt*. München
- Regenbogen, Arnim (1998): *Sozialisation in den 90er Jahren. Lebensziele, Wertmaßstäbe und politische Ideale bei Jugendlichen*. Opladen
- Renckstorff, Karsten (1989): *Mediennutzung als soziales Handeln. Zur Entwicklung einer handlungstheoretischen Perspektive der empirischen (Massen-)Kommunikationsforschung*. In: Kaase, Max / Schulz Winfried (Hrsg.): *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde*. Opladen, S. 314-336
- Rössler, Patrick (1988): *Dallas und Schwarzwaldklinik. Eine Programmstudie über Seifenoper im deutschen Fernsehen*. München
- Schweinitz, Jörg (1994): „Genre“ und lebendiges Genrebewusstsein. Geschichte eines Begriffs und Probleme seiner Konzeptualisierung in der Filmwissenschaft. In: *montage AV*, 3, 2, S. 99-118
- Schweinitz, Jörg (2002): *Von Filmgenres, Hybridformen und goldenen Nägeln*. In: Sellmer, Jan / Wulff, Hans J. (Hrsg.): *Film und Psychologie – nach der kognitiven Phase?* Marburg, S. 79-92
- Sting, Stephan (2003): *Medienbezogene Ritualisierungen in Kinder-Peergroups am Beispiel von Talkshows*. In: Fritz, Karsten / Sting, Stephan / Vollbrecht, Ralf (Hrsg.): *Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten*. Opladen, S. 45-60
- Tichy, Marina (1984): *Alltag und Traum. Leben und Lektüre der Dienstmädchen im Wien der Jahrhundertwende*. Wien u.a.
- Tillmann, Klaus-Jürgen (1995): *Sozialisationstheorien. Eine Einführung in den Zusammenhang von Gesellschaft, Institution und Subjektwerdung*. Reinbek
- Töpfer, Claudia (2003): *Dokumentarische Fernsehformate für Kinder. Genretheoretische Einordnungen dokumentarischer Fernsehformate für Kinder unter besonderer Berücksichtigung der Narration und Rezeption*. Potsdam-Babelsberg. Diplomarbeit an der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“
- Turner, Victor (1989a): *Das Ritual. Struktur und Anti-Struktur*. Frankfurt / New York
- Turner, Victor (1989b): *Vom Ritual zum Theater. Der Ernst des menschlichen Spiels*. Frankfurt / New York

Vogelgesang, Waldemar (2001): „Meine Zukunft bin ich!“. Alltag und Lebensplanung Jugendlicher. Frankfurt

Vollbrecht, Ralf (2003): Aufwachsen in Medienwelten. In: Fritz, Karsten / Sting, Stephan / Vollbrecht, Ralf (Hrsg.): Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten. Opladen, S. 13-24

Weber, Frank (Red.) (2000): Big Brother. Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster

Wunden, Wolfgang (1998): Freiheitliche Medienmoral. Konzept einer systematischen Medienethik. In: Wunden, Wolfgang (Hrsg.): Freiheit und Medien. Beiträge zur Medienethik, Band 4. Frankfurt a. M., S. 145-161

6.2 Dokumentation:

Reality Shows und Casting Shows im globalen Fernsehmarkt

Die folgende Aufstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie soll einen Überblick über die aktuelle Verbreitung von Reality Shows und Casting Shows sowie einiger Subgenres wie Dating Shows, Deko Shows oder Stunt Shows bieten. Zugleich wird deutlich, wie verbreitet diese neuen Formate nicht nur in Deutschland, Großbritannien und den USA sind, sondern auch in anderen Ländern. Die neuen Formate des Reality-Fernsehens sind ein weltweites Phänomen.

Die Aufstellung enthält die Titel der Sendung sowie den Sender, die Sendezeiten und eine kurze Beschreibung des Formats, soweit die Daten verfügbar waren.

USA

- **Joe Millionaire (Fox)**

Premiere der ersten Staffel: 6. Januar 2003; lief montags um 22:00 Uhr; 7 Episoden

Premiere der zweiten Staffel: 20. Oktober 2003; 9 Episoden

Dating Reality Show: 20 Frauen kämpfen um einen Mann, von dem sie glauben, dass er mehrfacher Millionär ist. Erst am Ende der Show wird der Siegerin enthüllt, dass der *Joe Millionaire* nur ein ganz normaler Typ ist. Die entscheidende Frage: Wird die Auserwählte auch ohne Geld zu ihm stehen?

Für die zweite Staffel castete Fox 14 Frauen aus Europa, weil die Show in den USA zu bekannt geworden war und der Twist am Ende nicht mehr funktioniert hätte.

Die Show wurde zu einem der größten Erfolge für Fox und konnte Rekordzuschauerzahlen für den Sender einbringen. 18,6 Millionen Zuschauer sahen die Show durchschnittlich.

Andere Länder: Großbritannien, Deutschland (RTL2): *El, der Millionär*.

- **Queer Eye for the Straight Guy (NBC)**

US-amerikanische Sendung *Queer eye for the straight guy*, die im Sender NBC große Erfolge feierte. Dabei haben fünf Homosexuelle die Aufgabe, den Look eines Heterosexuellen zu erneuern.

Andere Länder: Deutschland: *Schwul macht cool* (RTL2), Großbritannien; Australien; Schweden

- **The Apprentice (NBC)**

http://www.nbc.com/nbc/The_Apprentice/

Premiere: Herbst 2003; eine Fortsetzung ist geplant

Der New Yorker Baulöwe Donald Trump ist der Hauptdarsteller der Reality Show *The Apprentice*, in der acht Männer und acht Frauen um dessen Gunst rangeln. Dem Sieger des Auswahlverfahrens im Fernsehsender NBC winkt als Belohnung ein Manager-Job an der Spitze des amerikanischen Kapitalismus. *The Apprentice* kann fast 20 Millionen Zuschauer erreichen bei einem Marktanteil von ca. 7 Prozent pro Sendung.

- **Mr. Personality (Fox)**

Premiere: 21. April 2003; 5 Episoden, montags 21:00 Uhr

Bei *Mr. Personality* kann eine Single-Frau aus mehreren Verehrern einen auswählen. Die Männer müssen dabei durch ihre Persönlichkeit überzeugen, da sie der „Bachelorette“ stets maskiert gegenüberstehen. Die Zuschauer können die Männer sehen. Allerdings gibt es für die Frau die Möglichkeit, ihre Verehrer mit in einen „Dark Room“ zu nehmen, der mit Infrarotkameras ausgestattet ist. Dort können sie ihre Masken abnehmen und die Frau kann ihr Gesicht fühlen. Die Bachelorette wählt zunächst schnell zehn Männer aus, die dann für drei Wochen in ein Haus in Malibu ziehen. Hier tauschen sie ihre grauen Masken gegen unterschiedliche, farbige aus, so dass die Frau sie auseinander halten kann. Die Show wird von Monica Lewinsky moderiert. 12,2 Millionen Zuschauer sahen die erste Folge. Die Debut-Folge war der erfolgreichste Reality-TV-Show-Auftakt seit *Survivor: The Amazon*

- **The Family (ABC)**

<http://abc.go.com/primetime/thefamily/index.html>

Premiere: 4. März 2003; 10 Episoden

In *The Family* kämpfen Mitglieder einer zehnköpfigen Familie um 1 Million Dollar Preisgeld. Die Familie zieht in eine Villa in Palm Beach ein, wo ihnen neben allerlei Luxus auch Bedienstete wie Butler, Tennistrainer, persönliche Sekretäre, Köche usw. zur Verfügung stehen. Erst in der letzten Episode erfährt die Familie, dass eben diese Bediensteten das geheime Auswahlgremium bilden, von dem die einzelnen Familienmitglieder nach und nach aus der Show gekegelt werden. Die Verlierer bleiben bis zum Ende der Show in dem Haus und einer von ihnen erhält die Chance in die Show zurückzukommen.

- **For Love or Money (NBC)**

http://www.nbc.com/For_Love_or_Money/

Premiere: 2. Juni 2003; 6 Episoden; montags, 21:00 Uhr

For Love or Money ist eine Dating Show, in der 15 Frauen um einen Mann kämpfen, doch in der ersten Episode erfahren, dass außerdem ein Preis von 1 Million \$ gewonnen werden kann. So können die Zuschauer mitraten, ob die Frauen hinter der 1 Million \$ her sind oder die wahre Liebe suchen. Aber weder die Frauen noch der Bachelor erfahren, dass die

Gewinnerin sich letztendlich zwischen Geld und dem Mann entscheiden muss. Die Dates werden an luxuriösen, exotischen Plätzen wie Santa Barbara, San Diego und Malibu gedreht.

For Love or Money ist eine Produktion von Nash Entertainment & 3 Ball Productions. Bruce Nash (NBC's *Meet My Folks*, *Mr. Personality*) ist Executive Producer, zusammen mit J.D. Roth (*Endurance*, *Moolah Beach*), Todd Nelson (*Endurance*, *Moolah Beach*) und John Foy (*The Martin Short Show*).

Das zweistündige Finale konnte ein 14-prozentigen Anteil bei den 18- bis 49-jährigen erreichen. 12,3 Millionen Zuschauer sahen die Sendung insgesamt.

Moderatorin ist Jordan Murphy (*Boston Public*)

- **Love Cruise: The Maiden Voyage (Fox)**

<http://www.fox.com/lovecruise/index.htm>

Premiere: 25. September 2001, 7 Episoden, einstündig, montags und dienstags

Love Cruise: The Maiden Voyage ist eine Dating Show, in der sich 16 Singles zusammen auf eine 15-tägige Reise auf einer Yacht in tropische Gefilden begeben. Alle drei Tage wird die Gruppe nach Geschlechtern getrennt und es können jeweils Teilnehmer des anderen Geschlechts von der Yacht gewählt werden. Die so Ausgeschlossenen werden nach „Losers Island“ verfrachtet, können aber auf die Yacht zurückkehren. Außerdem haben die Teilnehmer jeden Abend die Möglichkeit, themenbasierte Fragen an andere Teilnehmer zu stellen. An wen die meisten Fragen gestellt werden, der muss sich den Fragen aller Teilnehmer stellen. Falls der Eindruck entsteht, dass die Fragen nicht wahrheitsgemäß beantwortet werden, muss der Befragte eine der Aufgaben erfüllen, die schon vor der Abreise von den Teilnehmern eingereicht wurden. Zudem gibt es noch verschiedene Wettbewerbe wie Matsch-Wrestling oder Tanzwettbewerbe, in denen die Spieler Vergünstigungen gewinnen können.

Im August 2002 wurde die angekündigte 2. Staffel von *Love Cruise* gestrichen.

- **Paradise Hotel (Fox)**

Premiere: 18. Juni 2003; montags 20:00 und mittwochs 21:00 Uhr

12 Singles (6 Männer und 6 Frauen) leben zusammen in einem exklusiven, paradiesischen Haus. Jede Woche wählen die Teilnehmer einen ihrer Mitbewohner aus dem Haus. In der Montagsshow gibt es Bilder aus dem Haus. Die Mittwochsshow ist eine Studio-Ausgabe, in der Bewerber gegeneinander antreten, um in das Haus zu kommen. Entscheiden darüber können das Studiopublikum sowie die Hausbewohner.

Andere Länder: Großbritannien; Kanada; Neuseeland; Irland; Korea; Singapur; Südafrika

- **Temptation Island (Fox)**

Premiere (3. Staffel); 28. August 2003, ca. 10 Episoden; donnerstags 21:00 Uhr

Vier Paare testen in dieser Show ihre Partnerschaft, indem sie auf Dates mit verschiedenen Singles gehen. Dafür können sie aus 26 Single-Männern und -Frauen drei auswählen, mit denen sie eine Reihe von Verabredungen haben. Die Show zieht sich in Real-Zeit über

zwei Wochen hin. Nach diesen zwei Wochen müssen die Teilnehmer einschätzen, ob ihre Partnerschaft noch intakt ist. Schauplatz ist eine exotische Insel.

Verkauft: Nach England

Andere Länder: Argentinien (*Confianza Ciega*), Australien

- **High School Reunion (Warner Brothers)**

<http://www.thewb.com/Shows/HSReunion/0,13602,84235,00.html>

Premiere: 27. Februar 2003; 6 Episoden, donnerstags 22:00 Uhr

17 ehemalige Klassenkameraden leben aus Anlass ihres 10-jährigen Abschlussjubiläums für zwei Wochen zusammen. In der ersten Staffel war die Insel Maui Schauplatz der Show. Die Sendung versucht die alten Stereotypen, die sich in der Schulzeit herausentwickelt haben, wiederzubeleben. Schon auf der Webseite bekommen die Teilnehmer Attribute wie „Der Sportliche“, „Everybody’s Darling“ und „The Loner“ zugeschrieben.

- **My Big Fat Obnoxious Fiance (Fox)**

<http://www.fox.com/bigfat/>

Premiere: 19. Januar 2004; 6 Episoden; montags 20:00 Uhr

Reality-TV-Show, die so wie *Joe Millionaire* auf einen Überraschungseffekt setzt. Eine „zukünftige“ Braut stellt ihrer Familie und ihren Freunden einen äußerst unsympathischen und dicken Verlobten vor, der durch provozierendes Verhalten deren Gutmütigkeit auf die Probe stellt. Die „Braut“ muss die gesamte Zeit bis zum Ja-Wort durchhalten, um eine 1 Million \$ zu gewinnen. Gezeigt werden alle Vorbereitungen der Hochzeit von der Verlobungs-Party bis zum Probe-Essen. Die Braut geht allerdings davon aus, dass ihr „Verlobter“ ebenfalls seine Familie reinlegt, tatsächlich sind er und seine Familie improvisierende Schauspieler. Die Show erreicht pro Sendung bis zu 20 Millionen Zuschauer bei einem Marktanteil von 7 Prozent und kann sich damit in den Top 25 der Woche platzieren.

Moderatorin: Claudia DiFolco

- **Survivor (CBS)**

Premiere (8. Staffel; *Survivor All Stars*): 1. February, 2004

Survivor ist die erfolgreichste Reality-TV-Show in den USA, die mittlerweile 8. Staffel ist im Februar 2004 gestartet. Die erste Staffel *Survivor: Pulau Tiga* lief im Jahr 2000 auf CBS. Seitdem gab es *Survivor*-Ausgaben mit den unterschiedlichsten Schauplätzen wie Australia: The Outback, Thailand und der Amazonas. In jeder Staffel treten 16 Teilnehmer gegeneinander an. Als „Gestrandete“ leben sie unter kärglichen Bedingungen auf einer abgelegenen Insel und müssen versuchen sich als Gemeinschaft Unterkünfte zu bauen und Nahrung zu finden. Zudem gibt es eine Reihe von Aufgaben, mit denen sich die Teilnehmer extra Belohnungen verdienen können. Jeden dritten Tagen stimmen alle Teilnehmer ab, wer von ihnen die Insel verlassen muss – so lange, bis noch zwei übrig bleiben. In der letzten Episode entscheiden die sieben Teilnehmer, die zuletzt rausgewählt werden, wer von den beiden das Preisgeld von 1 Million \$ erhält. Die zurzeit laufende All-Stars-

Ausgabe sehen bis zu 23 Millionen Zuschauer bei einem Marktanteil von bis zu 8,3 Prozent.

- **Married by America (Fox)**

Teilnehmer der Show werden per Voting durch die Zuschauer verheiratet. Zunächst suchen Beziehungsexperten eine Reihe von möglichen Kandidaten für eine Frau aus. Diese Kandidaten werden dann Familie und Freunden der Kandidatin vorgestellt, die die Zahl der Männer auf zwei begrenzen. Die Fernsehzuschauer lernen durch regelmäßige Shows die Männer und die Wünsche und Hoffnungen der Frau kennen. Letztendlich können die Zuschauer dann darüber abstimmen, wen von den beiden übrig Gebliebenen die Kandidatin heiraten sollte.

Die Premiere der Show war trotz des hohen interaktiven Faktors nur mäßig erfolgreich. Sie konnte 8,67 Millionen Zuschauer insgesamt erreichen und blieb damit weit hinter den Zahlen von *Joe Millionaire* zurück. Die Show war aber erfolgreicher als viele andere Premieren-Shows.

- **Boy Meets Boy (Bravo, gehört zu NBC)**

http://www.bravotv.com/Boy_Meets_Boy/

Boy Meets Boy ist die erste Dating Show mit einem homosexuellen Hintergrund. In der ersten Episode lernen die Zuschauer einen „Leading Man“ kennen, der aus einer Gruppe von 15 Kandidaten wählen kann. Alle leben in luxuriösen, aber getrennten Wohnungen. Bei einzelnen Dates und Gruppenaktivitäten hat der „Leading Man“ die Möglichkeit, die Kandidaten kennen zu lernen. Am Ende jeder Episode schließt er mit Hilfe einer Freundin einen der Kandidaten aus. Als Belohnung für den Sieger winkt eine gemeinsame Reise durch Neuseeland. Der Überraschungseffekt der Sendung ist, dass einige der Männer gar nicht schwul sind, was weder der „Leading Man“ noch seine Freundin wissen.

- **Extreme Makeover / Extreme Makeover: Home Edition (ABC)**

<http://abc.go.com/primetime/extrememakeover/show.html>

Extreme Makeover ist eine Reality Show, in der Kandidaten die Möglichkeit haben, ihr Aussehen und ihren Stil komplett überarbeiten zu lassen. Sie werden von einem „Extreme Team“ beraten, das aus Schönheitschirurgen sowie Hair-Stylisten, Personal Trainers und Make-up-Experten besteht. Jede Episode verfolgt zwei Kandidaten in einer Art Vorher-Nachher-Effekt und wie sie sich hinterher ihren Freunden und Familien präsentieren. Außerdem gibt es immer Styling- und Fitness-Tipps für die Zuschauer.

Die zweite Staffel *Extreme Makeover: Home Edition* war für ABC eine der erfolgreichsten Sendungen innerhalb eines Jahres und konnte besonders weibliche Zuschauer binden. Seit Februar 2003 konnte ABC nicht solche Zuschauerzahlen erreichen. Insgesamt sahen die Show 10,9 Millionen Zuschauer bei einem 10-prozentigen Anteil in der Gruppe der 18- bis 49-Jährigen.

- **Lost (NBC)**

Premiere: September 2001; mittwochs 22:00 Uhr

Von Conan O'Brians Produktionsfirma stammt NBC's *Lost*. In *Lost* werden sechs Kandidaten irgendwo an einem abgelegenen Ort, der sich nicht in den USA befindet, ausgesetzt. Die Kandidaten müssen dann ihren Weg ohne Landkarten, Handys und Kreditkarten nach New York zur Freiheitsstatue finden. Die Kandidaten arbeiten in Zweier-Teams und werden jeweils von einem Kameramann begleitet. Das Team, das zuerst die Freiheitsstatue erreicht, kann einen Preis von 200,000 \$ gewinnen. *Lost* unterscheidet sich von CBS *The Amazing Race* dadurch, dass die Kandidaten keine Aufgaben erledigen müssen und sich die Teams vorher nicht kennen.

- **The Amazing Race (CBS)**

<http://www.amazingraceguide.com/show.htm>

http://ch.dmoz.org/Arts/Television/Programs/Reality-Based/Amazing_Race_The/

http://www.cbs.com/primetime/amazing_race3/

Premiere: 5. September 2001 (*Amazing Race 1*); 13 einstündige Episoden; mittwochs 21:00 Uhr

Premiere: 29. Mai 2003 (*Amazing Race 4*); 11 Episoden; donnerstags 20:00 Uhr

In *The Amazing Race*, produziert von Jerry Bruckheimer, müssen 22 Kandidaten (in Zweier-Teams), in den unterschiedlichsten Ländern Aufgaben wie Bungee Jumping, Tauchen, Schwimmen und Kayak-Fahren erledigen. Erst wenn ein Team alle Aufgaben erledigt hat, darf es zum nächsten Ort weiterreisen. Fliegen ist nur selten erlaubt, so dass die Teilnehmer sich hauptsächlich per Bus, Fahrrad etc. fortbewegen. Zudem haben sie nur wenig Bargeld dabei und dürfen keine Handys benutzen. Das Team, das zuerst wieder am Startpunkt des Rennens, New York, ankommt, gewinnt eine 1 Million \$. Das Rennen dauert 30 bis 40 Tage.

- **The Bachelor (ABC)**

<http://abc.go.com/primetime/bachelor/index.html>

4 Staffeln; Premiere: 25. März 2002 (1. Staffel); montags 20:00 Uhr

Premiere: 24. September 2003 (4. Staffel) mittwochs 21:00 Uhr

The Bachelor funktioniert in den USA genauso wie in Deutschland. Ein Mann kann aus 25 Single-Frauen seine Traum-Frauen wählen. Hilfe bekommt er dabei von Freunden, die ihm beratend zur Seite stehen. Nach und nach schließt er verschiedene Frauen aus. Wenn noch vier übrig geblieben sind, lernt er die Familien von diesen vier kennen und die Frauen seine Familie. In der letzten Show muss er sich zwischen den letzten beiden entscheiden. Knapp 18 Millionen Zuschauer bei einem Marktanteil von knapp 7 Prozent.

In der angekündigten fünften Staffel wird NFL-Quarterback Jesse Palmer von New York Giants den Bachelor geben.

Deutschland (RTL): *The Bachelor*; Großbritannien (BBC, angekündigt)

- **The Bachelorette (ABC)**

<http://abc.go.com/primetime/bachelorette/index.html>

2 Staffeln; Premiere: Januar 2003 (1. Staffel); 6 Episoden;

Premiere: 14. Januar, 2004 (2. Staffel); mittwochs 21:00 Uhr

Umgekehrte Version von *The Bachelor*, in der dieses Mal eine Frau aus 25 Bewerbern wählen kann. Sowohl in der ersten Staffel als auch in der zweiten wurde eine Bachelorette gewählt, die vorher schon als Kandidatin in *The Bachelor* aufgetreten ist. Um die 12 Millionen Zuschauer sehen die Sendung bei einem Marktanteil von 4,2 Prozent.

- **American High**

<http://popmatters.com/tv/reviews/a/american-high.html> (Kritik)

American High ist eine Dokusoap, in der 15 Teenager aus Chicago die Möglichkeit haben, sich einem breiten Publikum zu zeigen. Die Show hat keinen Spielcharakter und dreht sich eher um die Charaktere, ihre Interessen und Emotionen. Produziert von R. J. Cutler (Dokumentation *The War Room* über Clintons Wahlkampf 1996) Die Sendung wurde nach zwei Wochen von Fox abgesetzt und danach von PBS gekauft.

- **The Anna Nicole Smith Show**

<http://www.eonline.com/On/AnnaNicole2/index.html>

Premiere: 11. August 2002; 13 Episoden, sonntags 22:00 Uhr

Die Show funktioniert ähnlich wie *The Osbournes* oder *The Simple Life*, das Leben von Milliardärs-Witwe Anna Nicole Smith wird über eine Zeit von 13 Episoden begleitet. Neben Anna Nicole Smith kommen in der Sendung ihr Sohn Daniel, ihr Anwalt und ihre Assistentin sowie ihr Hund Sugar Pie vor.

- **The Mole (ABC)**

http://abc.go.com/primetime/themole/mole_home.html

Premiere: 28. September 2001 (2. Staffel); Januar 2003 (3. Staffel; Celebrity Edition); 6 Episoden; Premiere: 7. Januar 2004 (4. Staffel; Celebrity Edition) 6 Episoden

The Mole folgt 14 Kandidaten, die herausfinden müssen, wer von ihnen der Maulwurf, also der Verräter ist. Die Show wird moderiert von Anderson Cooper, einem früheren Nachrichtenkorrespondenten von ABC.

Die 14 Kandidaten arbeiten zusammen als Team und können durch verschiedene Aufgaben ein Preisgeld von insgesamt 1 Million \$ gewinnen. Doch unter ihnen gibt es einen Teilnehmer, der die Bemühungen des Teams sabotiert. Am Ende jeder Episode bekommen die Kandidaten ein Quiz über den Maulwurf gestellt und derjenige Kandidat, der am wenigsten über den Saboteur weiß, wird aus der Show ausgeschlossen. Wer als Letzter übrig bleibt, gewinnt das Preisgeld. Die Zuschauer haben Einsicht in die Quiz-Fragen und können so ihr eigenes Wissen über den Maulwurf testen.

Die zweite Staffel von *The Mole* wurde zunächst wegen schlechter Einschaltquoten nach drei Wochen abgesetzt und zu einem späteren Zeitpunkt wieder ins Programm genommen, wo dann alle 13 Folgen noch einmal von Anfang an gezeigt wurden.

Ursprungsland: Belgien

Andere Länder: Australien, Norwegen, Schweden, Niederlande, Ungarn, Deutschland

- **The Next Action Star (NBC, angekündigt, Casting läuft)**

In dieser Casting Show wird Amerikas nächster Action-Star gesucht. Es wird sowohl einen weiblichen als auch einen männlichen Gewinner geben, denen als Gewinn Rollen in einem Fernsehfilm, produziert von Joel Silver, winken. In den Castings werden 12 Kandidaten ausgewählt, die dann in Los Angeles für sechs Wochen zusammenleben, Schauspielunterricht nehmen, Tanzstunden bekommen und sogar ein Waffentraining erhalten. Am Ende jeder Episode nimmt jeder der Kandidaten an einem Screen-Test mit Stunt-Elementen teil, der von einer Jury bewertet wird, die dann im Laufe der Sendung ihre Favoriten auswählen.

- **Rich Guy, Poor Guy (ABC; geplant)**

Bachelor-Variante, in der zwei Männer aus einer Gruppe von Frauen wählen können. Das Überraschende an dieser Show ist, dass einer der Männer sehr reich und der andere ziemlich arm ist. Weder die Frauen noch die Zuschauer wissen, welcher von beiden arm und welcher reich ist. Wie die Frauen von den Bachelors ausgewählt werden ist ebenso wenig bekannt wie die Regelung des Falles, in dem beide die gleiche Frau auswählen.

- **The Beverly Hillbillies (geplant von CBS)**

Von der aus den 60er Jahren stammenden Sitcom *The Beverly Hillbillies* inspirierte Reality-TV-Show. Geplant ist, eine aus dem ländlichen Raum und aus ärmeren Verhältnissen stammende Familie für einige Zeit in die luxuriöse Umgebung von Beverly Hills „umzusiedeln“. Die Familie, die möglichst aus drei Generationen bestehen soll, soll dann für ein Jahr in einem exklusiven Haus im nobelsten Stadtteil von Los Angeles leben.

Die Sendung provoziert schon in der Planungsphase erheblich Kritik unter anderem von den US-Senatoren Ted Strickland und Hal Rogers, die in dem Konzept eine Wiederbelebung von Stereotypen sehen.

- **America's Top Model / America's Next Top Model (UPN)**

http://www.upn.com/shows/top_model/

Premiere: 20. Mai 2003 (1. Staffel); dienstags 21:00 Uhr; 8 Episoden

Premiere: Januar 2004 (2. Staffel); dienstags 21:00 Uhr; 8 Episoden

In *America's Top Model*, produziert und moderiert von Tyra Banks, verfolgen 12 Kandidatinnen den Traum, Amerikas neues Top Model zu werden. Sie leben zusammen in einem New Yorker Loft und stellen sich wöchentlichen Aufgaben, die von einer Jury beurteilt

werden, zu der unter anderem das frühere Model Janice Dickinson und der Fotograf Nigel Barker gehören. Unter der Beobachtung der Zuschauer müssen die Teilnehmerinnen lernen, auf dem Catwalk zu laufen, sich fit halten und an Foto-Shootings teilnehmen etc. Die Gewinnerin wird auf dem Titelblatt einer bekannten Zeitschrift erscheinen.

- **Average Joe (NBC)**

http://www.nbc.com/Average_Joe/

Premiere: 3. November 2003; 6 Episoden; montags, 22:00 Uhr

Moderiert von der Schauspielerin Kathy Griffins scheint diese Show zunächst nach dem *Bachelorette*-Prinzip zu funktionieren. So hat eine Frau die Möglichkeit, aus 16 männlichen Bewerbern zu wählen. Doch anstelle von gut aussehenden und charmanten Kandidaten erscheinen in der exklusiven Villa in Palm Springs eher Durchschnittsmänner. Als zusätzlicher Twist kommen in der vierten Woche zusätzliche Kandidaten, die schon eher dem Idealbild eines Traummannes entsprechen, in die Sendung. Aus allen Kandidaten muss die Bachelorette im Laufe der Sendung ihren „Seelenpartner“ auswählen. Die zurzeit laufende Staffel *Average Joe: Hawaii* sehen um die 12 Millionen Zuschauer pro Sendung bei einem Marktanteil von 4,5 Prozent.

- **Playing it Straight**

<http://www.fox.com/playingitstraight/>

Start am 12. März 2004

Funktioniert wie *The Bachelorette*, nur dass hier einige der Kandidaten homosexuell sind und weder die Bachelorette noch die Zuschauer wissen, wer heterosexuell ist und wer nur so tut. Die Frau schließt wieder nach und nach Bewerber aus, bis nur noch einer übrig ist. Ist dieser Kandidat heterosexuell, teilen sich die beiden den Gewinn von 1 Million \$, ist er homosexuell, kann er den ganzen Gewinn für sich einstreichen.

- **The Swan (Fox)**

Start am 29. März 2004

Reality Show, die ähnlich wie *Extreme Makeover* funktioniert. 18 Teilnehmerinnen erhalten die Möglichkeit einer „Generalüberholung“ durch Schönheitschirurgie, Diäten und neues Styling. In jeder Episode werden zwei Frauen und ihre Veränderungen vorgestellt, und am Ende jeder Episode wird eine von beiden ausgewählt. Aus diesen Gewinnerinnen wird in der letzten Folge der „ultimate“ Schwan gewählt.

- **The Joe Schmo Show (Spike TV)**

The Joe Schmo Show ist eine Reality Show, die nicht real ist. Sie basiert auf der *Big Brother*-ähnlichen Show *Lap of Luxury*, in der allerdings nur ein Charakter echt ist und alle anderen Schauspieler, die einem Drehbuch folgen. Auch für die Zuschauer war diese Überraschung zunächst nicht vorhersagbar. Für den kleineren Sender Spike TV war *The Joe*

Schmo Show ein relativer Erfolg und konnte 3,4 Millionen Zuschauer erreichen. Das Finale der Show konnte sogar die zu den großen sechs gehörenden Sender UPN und Warner Brothers in der wichtigen Zielgruppe der 18- bis 49-Jährigen schlagen und einen durchschnittlichen Anteil von 8 Prozent erreichen.

- **Interscope Presents the Next**

In dieser HipHop-Casting-Show, produziert von Showtime und Interscope Records, wird der nächste Rap-Star gesucht. Es ist eine Mischung aus Rap-Battles, wie sie auch in dem Film *8 Miles* zu sehen sind und dokumentarischer Vorstellung der Kandidaten. Die Sieger der jeweiligen Battles werden nicht durch Zuschauer oder eine Jury ermittelt, sondern durch Beifallsbekundungen der Zuhörer während der Konzerte, die in kleinen Clubs in verschiedenen Städten der USA stattfinden.

- **The Complex (Fox, geplant)**

<http://www.fox.com/complex/>

In der geplanten Show *The Complex*, für die Fox mit dem Casting begonnen hat, ziehen vier Paare in einen Wohnkomplex, und jedes Paar hat die Aufgabe, einen Teil dieser Anlage innerhalb von zwei Monaten zu renovieren. Wenn sie fertig sind, werden die renovierten Wohneinheiten in einer öffentlichen Auktion verkauft und die Paare dürfen das gewonnene Geld behalten.

Australien: *The Block*; konnte die höchste Einschaltquote seit 15 Jahren erzielen

England: *The Block* (hier ist eine TV-Auktion geplant, die Teams haben drei Monate Zeit)

- **Trista's & Ryan's Wedding**

<http://abc.go.com/primetime/wedding/show.html>

Die Hochzeitvorbereitungen eines verlobten Paares werden verfolgt und aktiv unterstützt. Im Prinzip wird alles von ABC organisiert, so dass es eine rauschende Hochzeitsfeier geben kann und die Zuschauer alles am Bildschirm miterleben können. Kein Spielcharakter.

- **The Contender (NBC)**

http://www.nbc.com/nbc/The_Contender/

In dieser Casting Show wird der neue Box-Superstar gesucht. Die Kandidaten erwarten Aufgaben wie die Absolvierung eines Training-Camps und erste Kämpfe. Der Sieger erhält die Möglichkeit, ein professioneller Boxer zu werden. Produziert wird die Sendung von Sylvester Stallone, Mark Burnett und Jeffrey Katzenberg.

- **Dream Job (ESPN)**

In dieser Casting Show kämpfen 12 Kandidaten um einen einjährigen Vertrag als Sportmoderator beim Fernsehen. Die Teilnehmer müssen ihr Können bei Interviews, Sportwettbewerben und Moderationsfähigkeiten beweisen. Die Show findet vor einem Live-Publikum statt, und die Kandidaten werden sowohl von einer Jury als auch vom Publikum rausgewählt.

- **The Real World (MTV)**

<http://www.mtv.com/onair/realworld/>

Big Brother-ähnliches Format, in der sieben junge Menschen zusammen in einer Wohnung leben und dabei per Kamera beobachtet werden. In regelmäßigen Abständen werden sie über die Beziehungen zu ihren Mitbewohner befragt. Keine 24 Stunden pro Tag Überwachung und kein Spielcharakter. Läuft seit 1992 in den USA.

- **Road Rules (MTV)**

<http://www.mtv.com/onair/roadrules/>

Ableger von MTV's *The Real World*, bei dem drei Männer und drei Frauen als Teams in verschiedenen Wettbewerben antreten und durch allerlei Jobs Geld verdienen müssen, damit sie weiterkommen. Die Kandidaten müssen Kreditkarten und Handys abgeben und erhalten, sobald sie eine Aufgabe erledigt haben, Hinweise über den Ort, wo sie sich als nächstes hinbegeben müssen. Demnächst läuft in den USA die 13. Staffel an, die in Chile und Argentinien stattfindet. Die zwölfte Staffel der Show, die seit 1994 läuft, konnte bis zu 24 Millionen Zuschauer erreichen.

- **The Dating Experiment**

Premiere Juni 2002

Dating Show, die *Survivor*-Elemente mit einbindet. In *The Dating Experiment* begeben sich Menschen, die sich vorher nie begegnet sind zusammen zu einem abgelegenen, exotischen Ort, an dem sie Geld und Kreditkarten abgeben. Sie sind zudem den Anweisungen eines mysteriösen Tagebuchs ausgeliefert, das ihnen täglich gegeben wird. Anweisungen des Tagebuchs können zum Beispiel eine romantische Nacht in einer Stadt oder eine gefährliche Wanderung durch den Dschungel sein. Wenn alle Tagebuch-Vorgaben erfüllt sind, müssen sich die Teilnehmer zunächst trennen und können sich dann entscheiden, ob sie eine Beziehung eingehen wollen. Die Premiere war für ABC enttäuschend: 4,9 Millionen Zuschauer sahen die erste Episode bei einem 7-prozentigen Anteil bei den 18- bis 49-Jährigen.

- **Perfect Match: New York (ABC)**

Dating Show, in der zunächst ein dreiköpfiges Team, bestehend aus einem Freund, einem Verwandten eines Singles sowie einem „Verkupppler“ aus einer großen Gruppe von Bewerber

bern drei auswählen. Aus diesen drei wählen sie dann durch Interviews, gemeinsame Essen und Inspektionen der Wohnungen ihren Favoriten aus. Dieser oder diese zieht dann in die Wohnung des Single-Mannes oder der Single-Frau, wo sie zusammen einen Monat lang zusammenleben, um zu sehen, ob sie wirklich zusammenpassen.

England: *The Perfect Match*

- **American Idol**

<http://www.idolonfox.com/>

Premiere: Juli 2002 (1. Staffel); 22 Episoden

Premiere: Januar 2004 (3. Staffel); 22 Episoden; montags/dienstags 20:00 Uhr, mittwochs 8:30 Uhr

Jury und Publikum suchen per wöchentlicher Casting Show den neuen Superstar. Der Jury gehören Simon Cowell, der auch schon in der britischen Variante *Pop Idols* in der Jury saß, Paula Abdul und Randy Jackson an. Die Sendung wird moderiert von Brian Dunckelman und Ryan Seacrest. Die zurzeit laufende Staffel sehen bis zu 30 Millionen Zuschauer bei einem Marktanteil von um die 10 Prozent.

- **Meet my Folks (NBC)**

http://www.nbc.com/Meet_My_Folks/

Premiere 15. Juli 2002; montags 22:00 Uhr

Dating Show, in der entweder mehrere Frauen um einen Mann oder mehrere Männer um eine Frau konkurrieren. Die Kandidaten oder Kandidatinnen verbringen eine Woche zusammen mit der Familie der Frau oder des Mannes. Diese prüfen dann, zum Beispiel mit Hilfe eines Lügendetektors, wer von den Kandidaten der oder die Richtige sein könnte. Die Auserwählten können dann eine Reise zu zweit, z.B. nach Australien, gewinnen.

- **American Juniors (Fox)**

Premiere: 3. Juni 2003; dienstags 20:00 Uhr

Talent-Casting-Show für Kinder, bei der aus den vielen Bewerbern durch eine Jury 20 Halbfinalisten ausgewählt werden. Aus diesen 20 können dann die Zuschauer per Telefon 10 Finalisten auswählen. Diese treten einmal wöchentlich in individuell gestalteten Auftritten gegeneinander an. Nach den Auftritten kann jeweils derjenige oder diejenige mit den meisten Stimmen in die Gruppe der letzte fünf vorrücken, die dann eine neue Juniors-Band bilden.

- **Todd TV (FX Network)**

<http://www.telekom3.de/de-p/aktu/3-ne/2004/02-f/040204-toddtv-ar.templateId= 2Fdt 2Fweb 2Fstruct 2FContent.jsp.html>

7 Episoden

Reality Show, in der die Interaktivität und die Einbindung der Zuschauer aufs äußerste ausgereizt sind. Den Zuschauern wird es ermöglicht, per Kamerahandy mit dem Hautdarsteller Todd in Kontakt zu treten, der zudem den Anweisungen der Zuschauer folgen muss. So können die Zuschauer bestimmen, wo er arbeiten soll, wo er lebt und wen er dated. Per Handy (gesponsert von T-Mobile) bekommen die Zuschauer zudem Informationen und Bilder, die nicht im Fernsehen zu sehen sind.

Der Start der Sendung im FX Sendung lief allerdings nicht gerade erfolgreich nur 800.000 Zuschauer sahen die Premiere bei einem Marktanteil von einem Prozent (zum Vergleich: die Premiere von *Newlyweds: Nick & Jessica* konnte zum gleichen Zeitpunkt 4,7 Millionen Zuschauer erreichen).

- **Murder in Small Town X (Fox)**

Premiere: 24. Juli 2001; 8 Episoden; dienstags 20:00 Uhr

In *Murder in Small Town X* spielen Schauspieler, Kandidaten und echte Anwohner eine Rolle. Die 10 Kandidaten haben die Aufgabe, einen fiktiven Mord in einer amerikanischen Kleinstadt zu lösen. Geholfen wird ihnen von einem Police Officer. Jede Woche wählen die Kandidaten untereinander zwei aus, die an unterschiedliche Orte geschickt werden. Nur einer bzw. eine von den beiden wird mit einem Hinweis zur Entschlüsselung des Rätsels zurückkehren. Der andere wird Opfer des fiktiven Mörders. Letztendlich werden neun der zehn Teilnehmer Opfer des Killers. Wer zuletzt übrig bleibt, gewinnt 250.000 \$. Die Serie ist ziemlich gefloppt.

England: Die BBC plant in England eine Wiederbelebung der Show.

- **Nashville Star (USA Network)**

<http://www.usanetwork.com/nashvillestar/index.html>

Zweite Episode für März 2004 angekündigt

Casting Show im Country-Bereich, die von Nancy O'Dell, Entertainment-Nachrichtensprecherin, moderiert wird. Die zehn Finalisten (12 in der ersten Staffel) leben zusammen in einem Haus in Nashville. Die Jury sucht neun Finalisten aus den letzten zwanzig Kandidaten aus, ein weiterer wird von den Zuschauern gewählt. Aus diesen wird dann der nächste Country-Star gewählt, der einen Plattenvertrag von Sony Music Nashville erhält.

- **Combat Missions (USA Networks)**

<http://www.usanetwork.com/series/combatmissions/>

Premiere: 16. Januar 2002; 15 Episoden; mittwochs 22:00 Uhr

In *Combat Missions* treten Ex-Angehörige von Militär- und Polizeieinheiten wie den Navy SEALs, SWAT und CIA in Boot Camps gegeneinander an. Es werden also hauptsächlich militärische Übungen absolviert, die höchst professionell sind.

- **The Real Roseanne Show (ABC)**

<http://abc.go.com/primetime/realroseanne/index.html>

Doku-Sendung, die TV-Star Roseanne Barr bei der Entwicklung für eine Koch- und Lifestyle Show (*Domestic Goddess*) begleitet. Funktioniert ähnlich wie die *Osbornes*, nur dass es nicht open-ended ist, sondern einen Abschluss findet, sobald die Produktion der Lifestyle Show beendet ist und auf Sendung gehen kann. Begleitet wird Roseanne Barr dabei von Familie und Freunden. Die Show wurde von ABC abgesetzt.

- **WWE Tough Enough (MTV)**

Premiere (1. Staffel): 21. Juni 2001; 12 Episoden; donnerstags 22:00 Uhr

Eine Art Casting Show in Zusammenarbeit von World Wrestling Entertainment und MTV, in der die Kandidaten einen Vertrag mit World Wrestling Entertainment gewinnen können, der ihnen den Einstieg ins professionelle Show-Wrestling sichert. Es gibt sowohl männliche als auch weibliche Teilnehmer. Die Kandidaten leben zusammen in einem Haus, weshalb auch Doku-Soap-Elemente eine große Rolle spielen.

- **Crime & Punishment (NBC)**

http://www.nbc.com/Crime_&_Punishment/index.html

Dokumentarische Serie, die Staatsanwälte bei ihrer Arbeit verfolgt. Kein Spielcharakter.

- **Fear Factor**

http://www.nbc.com/Fear_Factor/index.shtml

Premiere (1. Staffel): Juni 2000; montags 19:00 Uhr oder 20:00 Uhr

Bei *Fear Factor* treten sechs Kandidaten in den unterschiedlichsten Mutproben unter der Aufsicht von Stunt-Spezialisten über mehrere Woche gegeneinander an, um ihre Ängste und Phobien zu bekämpfen. So können die Kandidaten ein Preisgeld gewinnen, zum Beispiel indem sie Würmer essen oder ähnliche Ekeltests bestehen. In jeder Show gibt es sechs neue Kandidaten, die eine Runde weiterkommen, wenn sie die Tests bestehen. Derjenige, der die letzte Aufgabe gewinnt, erhält ein Preisgeld von bis zu 1 Million \$. Am erfolgreichsten war bis jetzt eine Ausgabe, in der Paare zusammen auftraten. 18,6 Millionen Zuschauer sahen das Finale insgesamt bei einem 21-prozentigem Marktanteil bei den 18- bis 49-Jährigen.

Andere Länder: Großbritannien (SkyOne), Frankreich (TF1), Kanada, Brasilien, Deutschland (RTL), Finnland, Japan, Norwegen, Schweden, Niederlande, Australien

- **Forever Eden (Fox)**

<http://www.fox.com/eden/>

Premiere: 1. März 2004

In *Forever Eden* begeben sich 11 Kandidaten für unbestimmte Zeit in eine tropische Ferienanlage. Funktioniert ähnlich wie *Big Brother* oder *Paradise Hotel*, nur dass hier kein Zeitlimit vorgegeben ist und die Sendung damit zu einer Reality Soap Opera wird. Je länger die Kandidaten in der Sendung bleiben, desto mehr Geld können sie verdienen. Wenn sie aber freiwillig das „Paradies“ verlassen, verlieren sie einen großen Teil des Geldes. Angekündigt ist, dass Überraschungsgäste auftauchen können, die Spannungen in die Gruppe bringen können. Jede Woche wird einer der Bewohner des Hauses rausgewählt und durch einen neuen ersetzt, der die Show von zu Hause verfolgen konnte.

- **Are You Hot? (ABC)**

<http://abc.go.com/primetime/areyouhot/show.html>

Premiere: 13. Februar 2003; 6 Episoden, donnerstags; 21:00 Uhr

In dieser Show werden der US-Amerikaner und die US-Amerikanerin mit dem meisten Sexappeal gewählt. Nach der Vorauswahl können die Zuschauer per Internet über die Kandidaten abstimmen. Dazu wurden die USA in vier Hot Zones unterteilt, aus denen je 32 Kandidaten ausgewählt wurden. Die Jury, die Kommentare zu den Kandidaten abgibt und auch Einfluss auf die Wahl hat, bestand aus Rachel Hunter, Randolph Duke und Lorenzo Lamas.

Die Premiere der Show konnte 10 Millionen Zuschauer erreichen und hatte einen Marktanteil von 10,1 Prozent bei den 18- bis 49-Jährigen. Dann ging die Sendung allerdings aufgrund des Irak-Kriegs ziemlich unter, und das Finale wurde mehrmals verschoben.

- **Last Comic Standing (NBC)**

http://www.nbc.com/nbc/Last_Comic_Standig:_The_Search_for_the_Funniest_Person_in_America/

Premiere: 10. Juni 2003; 8 Episoden; dienstags 20:00 Uhr

Casting Show, in der Stand-Up-Comedians gegeneinander antreten. Gesucht wird die lustigste Person Amerikas. Wenn zehn Finalisten ausgewählt sind, ziehen diese zusammen in ein Haus. Die erste Staffel sahen durchschnittlich 8,3 Millionen Zuschauer.

- **The Simple Life (Fox)**

<http://www.fox.com/simplelife/>

Hotel- und Millionenerbin Paris Hilton zieht zusammen mit einer Freundin für einige Zeit zu einer bodenständigen, ärmeren Familie und muss dort mit den kärglichen Lebensbedingungen zurechtkommen und im Haushalt mit anpacken. Ähnlich wie die *Osbournes*, weil Prominente sich täglich von Kameras begleiten lassen, nur hier mit der Abänderung, dass Hilton in einer anderen Umgebung lebt als normalerweise.

Das Format wurde in Deutschland bei ProSieben gesendet.

- **30 Seconds to Fame (Fox)**

<http://www.fox.com/30secondstofame/>

Show, in der in jeder halbstündigen Sendung ca. 24 Kandidaten auftreten. Sie haben je dreißig Sekunden Zeit, um zu tanzen, zu singen oder akrobatische Stunts vorzuführen. Das Publikum wählt aus diesen drei Kandidaten aus, die in die nächste Runde kommen. Dort wird dann der Gewinner von 25.000 \$ gekrönt. Hat eher Spielshow-Charakter. Jede Folge treten neue Kandidaten auf.

- **Anything for Love (Fox)**

Sommer 2003

Es geht um die unmöglichsten Dinge, die Menschen im Namen der Liebe machen – und um ins Fernsehen zu kommen. Jede Episode treten neue Teilnehmer auf, die zum Beispiel eine verloren gegangene Liebe zurückgewinnen wollen oder jemanden beeindrucken wollen. Angeblich gab es auch *Meet my Folks* Elemente, da Freunde und Familie beratend eingreifen.

- **Bumfights: Cause for Concern Vol. 1.**

Video – keine TV-Ausstrahlung

Video, das für einige Aufregung gesorgt hat, weil die Filmemacher Obdachlosen 20 bis 100 \$ gegeben haben, damit diese sich gegenseitig prügeln, sich die Haare anzünden oder die eigenen Zähne mit einer Zange ziehen. Es wurden mittlerweile 300.000 Kopien von dem Video verkauft.

- **Looking for Love: Bachelorettes in Alaska (Fox)**

<http://www.fox.com/alaska/>

Dating Show vor der prächtigen Kulisse Alaskas. 4 Frauen werden nach Alaska gebracht und können sich dort aus 35 Männern mehrere Dates aussuchen, wobei sie natürlich stets von den Kameras begleitet werden. Die Frauen wählen zunächst einen Mann sozusagen „in Reserve“, auf den sie immer zurückgreifen können. Die anderen konkurrieren in sportli-

chen Wettkämpfen um das Recht, mit einer der Frauen auszugehen. Die Typen in Reserve müssen dann hoffen, dass die Frau sich nicht in der Zwischenzeit für einen anderen entscheidet. Jede Sendung endet mit dem Höhepunkt, dass die Männer einer der Frauen einen Antrag machen können. Die Sendung konnte Zuschauerzahlen von ca. 5 Millionen und einen Marktanteil von 8 Prozent erreichen.

- **Making the Band (MTV)**

<http://www.mtv.com/onair/makingtheband/>

MTV-Casting-Show, in deren ersten Ausgabe die Band *O-Town* zusammengestellt wurde. Eine Fortsetzung hat dann die Band rund um den Globus bei dem Aufbau ihrer Karriere verfolgt. In *Making the Band 2* wurde mit Hilfe von P. Diddy die Band *Da Band* gecastet. Am 4. März startet die Fortsetzung von *Making the Band 2*, in der die Bandmitglieder bei P. Diddy einziehen, um dort ihr neues Album zu konzipieren und aufzunehmen.

- **Bands on the Run (VH-1)**

http://www.vh1.com/shows/series/bands_on_the_run/show/16/

In der Show des Musikkanals VH1 treten 4 erfolglose, schon existierende Bands gegeneinander an. Jede Band hat die Aufgabe, über acht Wochen durch Konzertauftritte und Verkauf von Merchandising möglichst viel Geld zu verdienen. Außerdem gibt es an jedem Tourstop die Möglichkeit, durch Extra-Aufgaben Geld zu verdienen. Die Bands dürfen weder Kreditkarten noch Handys benutzen. Die Band, die am Ende das meiste Geld macht, gewinnt 50.000 \$ und wird laufend auf VH1 gespielt.

(Artikel über die Show: <http://onthebox.netfirms.com/Articles/bandsrun/bandsrun.html>)

- **Beg, Borrow & Deal (ESPN)**

<http://espn.go.com/begborrowdeal/>

In *Beg, Borrow & Deal* werden zwei Teams zu je vier Teilnehmern nur mit ihrem Führerschein und der Kleidung, die sie tragen, am Times Square in New York abgesetzt. Die Kandidaten müssen allein den Weg an die Westküste nach Alcatraz finden und dabei verschiedene Aufgabe erfüllen, die alle mit dem Thema „Sport“ zusammenhängen, zum Beispiel sich ein Tattoo von ihrem Lieblingsteam machen lassen, zehn Tore gegen ein NHL-Eishockey-Torwart schießen oder eine Radiosport-Show moderieren. Die Sieger bekommen Eintrittskarten zu vier großen Meisterschaftsspielen.

- **No Boundaries (Warner Brothers)**

<http://www.noboundariestv.com/>

Premiere: 3. März 2002

15 Kandidaten müssen sich bei verschiedenen Aufgaben wie Klettern und Rafting bewähren, während sie innerhalb von 30 Tagen die Strecke von Vancouver Island bis nach Alaska

zurücklegen. Jede Woche wird einer der Kandidaten vom Leiter der Gruppe, eine Position, die alle paar Tage wechselt, aus der Gruppe ausgeschlossen. Die Gruppe bewegt sich per Zug, Fischerboot oder Wasserflugzeug fort. In den USA wurde die Sendung nach der vierten Folge abgesetzt, in Kanada lief sie wohl relativ erfolgreich.

Kanada: Global TV Network

- **Boarding House: North Shore (Warner Brothers)**

Premiere: 18. Juni 2003; 6 Episoden; mittwochs 22:00 Uhr

Sieben professionelle Surfer leben zusammen in einem Haus und werden per Kamera rund um die Uhr beim Surfen und Party-Machen gefilmt. Die Show gewinnt einige Konfliktsituationen daraus, dass die Surfer zusammenleben, aber in den Wettkämpfen gegeneinander antreten.

- **Things I Hate About You (Bravo, gehört zu NBC)**

Doku-Soap, in der Paare, die mit Kameras ausgerüstet werden, die schlechten Eigenschaften des jeweiligen Partners aufnehmen.

- **All American Girl (ABC)**

<http://abc.go.com/primetime/allamericangirl/index.html>

Premiere: 9. März 2003; 10 Episoden; mittwochs 22:00 Uhr

Casting Show, die sich auf die Suche nach dem All American Girl macht. Die fünfzehn Finalistinnen werden in drei Gruppen zu je fünf aufgeteilt und unter die Obhut eines Prominenten gestellt. So betreuen Geri Halliwell, der ehemalige NBA-Spieler John Salley und die Entertainerin Suzanne de Passe jeweils eine Gruppe, zum Beispiel beim Fitness-Training oder Schauspielunterricht.

- **Manhunt (UPN)**

Juli/August 2002

Reality Show, in der 13 gewöhnliche Leute auf der Hawaii-Insel Kauai gegen drei „Kopfgeldjäger“ antreten. Jeden Tag wird einer der Kandidaten gewählt, der zum Beispiel den Farbpatronenschüssen der Kopfgeldjäger entkommen muss. Wird er getroffen, scheidet er aus. Wer als Letzter übrig bleibt, kann 250.000 \$ Dollar gewinnen. Außerdem muss die Gruppe sich täglich auf der Insel fortbewegen, während sie von ihren Häschern gejagt wird und bis zum Abend eine sichere Zone erreicht.

- **The Osbournes (MTV)**

<http://www.mtv.de/osbournes/index.php?historie=,,,Home&groupie=20&>

Episodenführer:

<http://www.mtv.de/osbournes/episoden.php?historie=,Home,Startseite,Familienalbum,Die+Osbournes&groupie=20&>

Schock-Rocker Ozzy Osbourne und Familie präsentieren sich in ihrer Show dem Fernsehpublikum.

Andere Länder: Deutschland, Großbritannien

- **Jackass**

<http://www.mtv.com/onair/jackass/>

- **Rich Girls (MTV)**

Doku-Soap, die Tommy Hilfigers Tochter Ally und deren Freundin Jamie Gleicher beim Shoppen und ähnliche Aktivitäten beobachtet.

- **Cheaters**

Bei dieser Real-Life-Sendung können sich Leute melden, die glauben, dass sie von ihrem Partner betrogen werden. Detektive heften sich dann an dessen oder deren Spuren und versuchen belastendes Videomaterial zu sammeln. Abschließend wird eine Konfrontation hergestellt, die gefilmt wird.

Andere Länder: Großbritannien

- **‘Till Death Do Us Part – Carmen & Dave (MTV)**

http://www.mtv.com/onair/till_death/carmen_dave/

Doku-Soap, die Carmen Elektra und David Navarro bei ihren Hochzeitsvorbereitungen begleitet, bis sich beide das Ja-Wort geben.

- **Chains of Love (UPN)**

Premiere: 17. April 2001; 6 Episoden; dienstags 19:00 Uhr;

Eine Person wird für vier Tage an vier andere gekettet, abwechselnd ein Mann an vier Frauen oder eine Frau an vier Männer. Zudem erhalten der Mann oder die Frau in der Mitte 10.000 \$. Jeden Tag muss er bzw. sie sich von einer Frau bzw. einem Mann trennen und kann dem/der Ausgeschiedenen einen Teil des Geldes zum Trost abgeben. Am Ende bleibt eine/-r übrig; wenn der Mann bzw. die Frau eine Beziehung mit der bzw. dem anderen eingehen würde, die Hälfte des Geldes an den jeweiligen Partner abgegeben. Der/Die Erwählte kann das Angebot annehmen oder einfach nur das Geld behalten. Kreiert wurde die Sendung, die 1999 unter dem Titel *Geboid* in den Niederlanden lief, von Endemol.

Brasilien: Hier wird ein Mann an sechs Frauen gekettet.

- **Extreme Dating (FX Network)**

<http://www.moreextremedating.com/>

Show, in der zunächst das perfekte Date inszeniert wird, dann aber zwei Exfreunde bzw. Exfreundinnen des Kandidaten/der Kandidatin eingeladen werden. Diese erzählen während des Dates per Kopfhörer alles Mögliche über den Kandidaten/die Kandidatin, was natürlich möglichst peinlich werden soll. Klappt es mit dem Date trotzdem, bezahlt der Sender die nächste Verabredung, wenn nicht, bekommen die beiden Exfreunde/Exfreundinnen einen Preis.

- **Cupid (CBS)**

<http://www.cbs.com/primetime/cupid/polls/index.shtml>

Premiere: 9. Juli 2003, 11 Episoden, mittwochs 22:00 Uhr

Dating Show, sozusagen im großen Stil, denn die Kandidatin reist zusammen mit drei Freundinnen quer durch die USA, um Vorsprechen abzuhalten. Dabei hat jeder der Bewerber 30 Sekunden Zeit, um die Kandidatin zu beeindrucken. In den folgenden Episoden werden dann zunächst 10 Finalisten ausgewählt, die die Kandidatin bei Verabredungen besser kennen lernen kann. Diese Dates werden von den beiden Freundinnen live kommentiert. Zudem können die Zuschauer jede Woche einen der Bewerber rauswählen, von dem sie annehmen, dass er für die Kandidatin am wenigsten geeignet ist.

- **The 5th Wheel** (verschiedene lokale Sender)

Dating Show, in der zwei Männer und zwei Frauen in eine Limousine gesetzt werden und dann die Möglichkeit haben, sich gegenseitig kennen zu lernen. Verkompliziert wird die Angelegenheit dadurch, dass eine fünfte Person mit dabei ist – das fünfte Rad am Wagen. Diese Person kann ein Mann, eine Frau, ein Ex-Freund oder eine Ex-Freundin oder auch ein Prominenter sein.

- **America's Most Talented Kid** (NBC)

In jeder Folge treten zwölf Kinder, aufgeteilt in drei Altersgruppen (3-7, 8-12 und 13-15 Jahre), auf und versuchen die Jury durch individuelle Leistungen zu beeindrucken. Die Kandidaten sind dabei nicht festgelegt, sondern können tanzen, singen oder ihren Auftritt ganz frei gestalten. Aus jeder Altersgruppe sucht die Jury einen Gewinner/eine Gewinnerin aus, die dann in einem großen Finale gegeneinander antreten. Lance Bass von der Pop-Gruppe N'Sync war Mitglied der Jury und wurde in jeder Folge von zwei anderen, wechselnden Prominenten unterstützt. Außerdem wurden in jeder Folge Aufnahmen von den Castings gezeigt. Die Sendezeit war freitags 20:00 bis 21:00 Uhr. Die Sendung konnte einen 11-prozentigen Marktanteil bei den 18- bis 49-Jährigen erreichen, wurde aber nach Abschluss der ersten Staffel abgesetzt.

- **Boot Camp** (Fox)

16 Kandidaten rackern und arbeiten unter der Anleitung von Ex-Marines in einem Militärcamp. Zunächst unterlaufen sie ein spezielles und knallhartes Training, bevor sie sich über acht Folgen lang ihren Missionen stellen. Am Ende jeder Folge bestimmen ihre Ausbilder, wer eine Runde weiterkommt und wer ausscheidet. In der letzten Folge kämpfen die beiden Finalisten dann um 500,000 \$. In einer Celebrity-Ausgabe ließen sich u.a. der Rapper Coolio, Baywatch-Star Traci Bingham und Schauspieler Lorenzo Lamas durch das Boot Camp jagen.

- **Cannonball Run** (USA Networks)

Premiere: 6. August 2001; 5 Episoden

Sechs Teams zu je drei Personen nehmen an einem Rennen von New York nach Kalifornien teil. Dabei sind die Teams aus möglichst ungewöhnlichen Kombinationen zusammengesetzt. Während des Rennens werden ihnen einige Steine in den Weg gelegt, wie z.B. falsche Richtungsangaben, und sie erhalten nur ein kleines Taschengeld. Das Team, das als erstes das Ziel erreicht, gewinnt. Teilgenommen haben Reality Stars wie ehemalige Kandidaten aus *Survivor* oder *Temptation Island*.

- **Fraternity Life** (MTV)

http://www.mtv.com/onair/fraternity_life/season1/about_the_fraternity.jhtml

In dieser MTV-Show wird eine studentische Vereinigung einige Zeit mit Kameras begleitet. Bisher zwei Staffeln.

- **Sorority Life** (MTV)

http://www.mtv.com/onair/sorority_life/season2/

Genau wie *Fraternity Life*, nur dass hier eine weibliche Gruppe mit Kameras begleitet wird.

- **Junkyard Wars** (Discovery Channel)

<http://tlc.discovery.com/fansites/junkyard/junkyard.html>

<http://www.junkyard-wars.com/>

Spielshow, in der zwei Teams auf einem Schrottplatz gegeneinander antreten. Sie haben eine Tag Zeit für eine Aufgabe, die zum Beispiel darin bestehen kann, einen Rennwagen oder eine Rakete zu bauen. Dabei haben sie Zugang zu allem möglichen Werkzeug, und es steht ihnen ein Experte zur Seite, wenn das Team nicht mehr weiter weiß.

- **The Michael Essany Show (E!)**

<http://www.eonline.com/On/Essany/>

Talkshow mit Reality-Charakter. Star der Show ist Michael Essany, ein 20-jähriger Student, der bei seinen Eltern lebt. Die Sendung folgt ihm bei seinem alltäglichen Leben, aber auch wie er eine Talkshow im Wohnzimmer seiner Eltern organisiert und dafür Gäste einlädt. Die Show wird dort tatsächlich mit Prominenten als Gästen aufgezeichnet und dann ausgestrahlt.

- **Who Wants to Marry My Dad? (NBC)**

http://www.nbc.com/Who_Wants_to_Marry_My_Dad/

Reality Show, die im Prinzip ein Ableger von *Meet my Folks* ist. Die erwachsenen Kinder eines Vaters suchen für diesen aus mehreren Bewerberinnen eine aus, die ihren Vater heiraten kann. Ähnlich wie in *Meet my Folks* gibt es überraschende Enthüllungen über die Vergangenheit einzelner Personen und Tests mit einem Lügendetektor. Die Kinder schließen jede Woche eine der Bewerberinnen aus, bis zum Schluss noch zwei übrig bleiben. In der letzten Folge entscheiden sie dann, wen ihr Vater heiraten kann. Dieser kann der Ausgewählten einen Antrag machen.

- **Newlyweds – Nick and Jessica**

http://www.mtv.com/onair/newlyweds/nick_and_jessica/

Die Sendung begleitet das frisch verheiratete Paar Nick Lachey, ehemaliger Sänger der Gruppe *98 Degrees*, und Jessica Simpson in den ersten Monaten nach ihrer Heirat. Bisher gibt es zwei Staffeln. Die Premiere der zweiten Staffel der Doku-Soap sahen 4,7 Millionen Zuschauer. In der Zielgruppe der 12- bis 34-Jährigen war die Sendung in ihrem Timeslot sogar die erfolgreichste im Vergleich zu allen anderen Sendern.

- **Under One Roof (UPN)**

Sommer 2002

Under One Roof ist eine Art *Survivor*, nur dass hier Familien teilnehmen. Fünf Familien leben und arbeiten zusammen in einem Haus auf einer abgelegenen Fiji-Insel. In verschiedenen Wettkämpfen treten sie gegeneinander an. Die Sieger-Familie gewinnt ein luxuriöses, polynesisches Traumhaus. Die Sieger der einzelnen Spiele können sich zwischen einem Gegenstand entscheiden, der ihnen in der nächsten Runde helfen könnten oder einem Spezialpreis, den sie nach ihrer Rückkehr erhalten. Außerdem müssen sich die Familien auf die Suche nach bestimmten Gegenständen auf der Insel machen, dabei können sie „Bänder“ gewinnen. Am Ende jeder Episode muss die Familie die Insel verlassen, die die wenigsten „Bänder“ gesammelt hat. Die Sendung wurde nach den ersten Folgen abgesetzt und auf einen späteren Termin verschoben. Dann sollten alle Folgen noch mal von Beginn an gesendet werden.

- **The Surreal Life** (Warner Brothers)

<http://www.thewb.com/Shows/GenericShow/0,11116,146010,00.html>

Sechs ehemalige Prominente ziehen für zwei Wochen zusammen in ein Haus in Los Angeles, in dem sie von Kameras überwacht werden. Dort leben sie zusammen, müssen selber kochen, einkaufen und den Hausputz machen. Außerdem machen sie auch „Ausflüge“, zum Beispiel zu einem FKK-Zentrum. Teilgenommen haben u.a. Vanilla Ice und Traci Bingham.

- **Dog Eat Dog** (NBC)

http://www.nbc.com/Dog_Eat_Dog/

Spielshow, in der die sechs Kandidaten zunächst in einer Art Militärcamp die Stärken und Schwächen ihrer Mitspieler kennen lernen. In einem Studio finden dann die Wettkämpfe unter einem Zeitlimit statt. Vor jedem Wettkampf müssen die Teilnehmer ein Votum abgeben, wer von ihnen die Aufgaben nicht schaffen wird. Schafft dieser/diese dann die Aufgabe tatsächlich nicht, scheidet er/sie aus. Kann er/sie allerdings Aufgabe meistern, darf er/sie einen Mitspieler bzw. eine Mitspielerin benennen, der/die die Show verlassen muss. Das Studio ist für die Show als Stunt-Kulisse gestaltet mit einem großem Turm und einem Wassertank. Wenn nur ein Kandidat übrig bleibt, muss er/sie gegen die fünf ausgeschiedenen Kandidaten antreten. Gewinnt er/sie darf er/sie das Preisgeld behalten. Ansonsten wird das Geld unter den fünf anderen Kandidaten aufgeteilt.

- **Fame on NBC** (NBC)

<http://www.nbc.com/Fame/>

Premiere: 28. Mai 2003; Mittwochs 20:00

Per Casting werden eine Reihe von multitalentierten Leuten ausgewählt, die sich dann in ein Boot Camp begeben, um zu trainieren. Danach treten die Kandidaten vor Publikum und einer Jury auf. Außerdem trainieren sie wöchentlich in einer Tanzschule. Die Zuschauer können entscheiden, wer im Rennen bleibt, wer ausscheidet und wer letztendlich gewinnt. Die Show wird von Debbie Allen moderiert, die die „Debbie Allen Dance Academy“ leitet. Hier trainieren auch die Kandidaten, und der Gewinner/die Gewinnerin besucht für ein Jahr die Academy.

- **Jailbreak** (ABC)

Premiere: Sommer 2001

Die Kandidaten sitzen zusammen in einem Gefängnis und erhalten jeden Tag Hinweise, wie sie von dort entkommen könnten. Falls einer der „Insassen“ dreimal bei der Flucht gefangen wird, werden alle zusammen in Gruppenhaft genommen. Die Kandidaten werden rund um die Uhr von Kameras überwacht.

Andere Länder: England

- **My Life is a Sitcom** (ABC)

In *My Life is a Sitcom* soll Amerikas lustigste Familie gesucht werden. Aus Videoeinsendungen werden acht Familien ausgewählt, die dann von den Produzenten der Sendung zu Hause besucht und beobachtet werden. Am Ende jeder Episode bewertet eine Jury, die aus bekannten Comedians besteht, wie lustig die Familie wirklich ist.

- **The Last Resort** (ABC)

Doku-Soap, in der neun Paare, deren Beziehung in der Krise steckt, sich nach Hawaii begeben. Dort sollen sie ihre Partnerschaft prüfen und auf die Probe stellen. Nach einer Woche müssen sie sich entscheiden, ob sie zusammenbleiben oder getrennte Wege gehen. Moderiert wird die Sendung von der Hawaiianerin Kala'i Miller.

- **Little Black Book** (NBC)

In *Little Black Book* zieht ein Mann zusammen mit seinen Ex-Freundinnen in ein Haus in North Carolina. Während der Sendung begibt er sich mit den Ex-Freundinnen auf Dates und wählt nach und nach einige von ihnen aus der Sendung, bis nur noch eine übrig bleibt.

- **Starting Over** (lokale Sender des NBC Networks)

Doku-Soap, die täglich im Tagesprogramm ausgestrahlt wird, über mehrere Frauen, die grundlegende Veränderungen in ihren Leben vornehmen. Dabei leben die Frauen zusammen in einem Haus.

- **For Better or for Worse**

Reality-Sendung, in der Paare ihre Hochzeitsvorbereitungen komplett an Familie oder Freunde abgeben. Dafür haben sie sieben Tage Zeit und ein Budget von 5.000 \$ sowie einen Hochzeitsvorbereiter an ihrer Seite.

- **Mad Mad House** (Scifi Channel)

Mischung aus Reality- und Spielshow, in der zehn gewöhnliche Menschen in ein Haus einziehen, das von einem Vampir, einem Voodoo-Priester und anderen Spukgestalten (genannt: „The Alts“) geleitet wird. Während der Sendung werden die Bewohner des Hauses von diesen Gestalten auf ihre Toleranz gegenüber alternativen Lebensformen getestet. Die Alts bestimmen jede Woche, wer im Haus bleiben darf und wer den Gewinn von 100.000 \$ einstreichen kann.

- **But the Sex is so Good** (HBO, angekündigt)

Reality-TV-Serie, in der das Leben von Paaren begleitet wird, die nur zusammenbleiben, weil ihr Sexleben so gut ist.

- **College Hill** (BET)

Doku-Soap, die im Prinzip genauso wie *The Real Life* funktioniert: Acht Collegestudenten werden in ihrem Leben per Kamera begleitet und leben zusammen in einem Haus. *College Hill* ist die erste Reality Show, in der nur schwarze Kandidaten auftreten.

- **Crocodile Hunter** (Discovery Channel, geplant)

Spielshow des Krokodilexperten Steve Irwin („The Crocodile Hunter“), in der zehn Kandidaten in einem australischen Zoo gegeneinander antreten. Zu den Aufgaben, die absolviert werden sollen, gehören zum Beispiel das Mähen eines Krokodilgeheges oder das Füttern der Tiere. Während der Sendung leben die Kandidaten in einem Gebäude des Zoos und werden von Kameras gefilmt.

- **Dance Fever** (ABC)

Casting Show, in der die besten Tänzer Amerikas gesucht werden. Nach dem Casting beginnt das Finale in Las Vegas, bei dem zu Beginn 48 Kandidaten teilnehmen. Moderiert wird die Sendung von Eric Nies, der eine Mitbewohner in der MTV-Show *The Real World* war. Der Jury gehören Carmen Electra, MC Hammer und der Choreograph Jamie King an.

- **Performing As** (Fox)

Musikshow, in der die Kandidaten Lieder von bekannten Stars singen und auch deren Outfit und Gesten nachahmen. In jeder Folge treten fünf Kandidaten auf, aus denen eine Jury einen Gewinner auswählt. Die Gewinner konkurrieren dann im Finale um ein Preisgeld. Produziert von Endemol.

Europa: *Stars in Their Eyes*; *Soundmix*

- **House Rules** (TBC)

Reality Show, in der drei Teams von Amateur-Heimwerkern um den Gewinn eines Hauses konkurrieren. Dabei renoviert und gestaltet jedes Team ein Haus. Der Wettbewerb läuft über zwölf Wochen. Jede Woche wird zudem durch Spiele bestimmt, welches Team das höchste Budget für die nächsten sieben Tage erhält. Diese Wettbewerbe bestehen zum Beispiel darin, einen hohen Zaun nur mit Hilfe eines Trampolins zu streichen oder in einem Polo-Spiel auf Rasenmähern. Im Finale der Sendung können die Zuschauer dann abstimmen, welches von den Teams das von ihnen renovierte Haus erhält. Moderator der Sendung ist Mark L. Walberg, der auch *Temptation Island* moderiert.

Deutschland

- **Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!**

<http://www.rtl.de/tv/ichbineinstar/popup.html>

Zehn Prominente ziehen für zwei Wochen in ein australisches Dschungelcamp und müssen dort die unterschiedlichsten Ekel-Prüfungen über sich ergehen lassen. Wer den Prüfungen unterzogen wird, bestimmen die Zuschauer an den Bildschirmen. Außerdem wird ab der zweiten Woche jeden Tag ein Prominenter aus dem Camp gewählt, bis nur noch der Dschungel-König übrig bleibt. Prominente: Susan Stahnke, Werner Böhm, Antonia Langsdorf, Caroline Beil, Carlo Thränhardt, Costa Cordalis, Mariella Ahrens, Lisa Fitz, Daniel Küblböck, Dustin Semmelrogge.

Großbritannien (ITV/Ursprungsland/3 Staffeln): *I'm a Celebrity – Get Me Out of Here!*

Unter anderen mit Katie Price, Peter Andre, John Lyndon. Das Finale haben im Durchschnitt 14,1 Millionen Zuschauer gesehen bei einem Marktanteil von 55 %. Gewonnen hat die 3. Staffel Kerry McFadden.

<http://celebrity.granadainteractive.com/>

USA (ABC): *I'm a Celebrity – Get Me Out of Here!*

<http://abc.go.com/primetime/imacelebrity/index.html>

Hier hat Jennifer Lopez' Ex-Mann Cris Judd das Camp als Sieger verlassen.

- **To Club (RTL II)**

Januar/Februar (2001); frühzeitig abgesetzt

To Club ist eine Echtzeit-Dokumentation: 13 Kandidaten (sieben Frauen und sechs Männer) stellen sich der Herausforderung, aus einem leerstehenden Berliner Wasserwerk einen florierenden Szene-Club zu schaffen. Die Teilnehmer haben 13 Wochen Zeit, vom 28. Januar bis 29. April 2001, ihren Geschäftssinn zu erproben und ihre Visionen zu verwirklichen. Dabei leben die angehenden Club-Manager gemeinsam in einer Wohnung neben der Trend-Location. Die Zuschauer können nicht nur das Geschehen in der Wohnung und im Club fünfmal wöchentlich am Bildschirm verfolgen, sondern auch den neuen Dance-Floor selbst besuchen. Somit werden die Zuschauer Teil der Handlung. Daneben besteht die Möglichkeit, über eine Telefon-Hotline aktiv das Geschehen zu beeinflussen, beispielsweise bei der Frage, welche Events im Club stattfinden sollen. Alle zwei Wochen bestimmen dann die Gastgeber, wer aus den eigenen Reihen die Wohn- und Arbeitsgemeinschaft verlassen muss.

- **Big Diet**

Sommer 2001

Zehn übergewichtige Kandidaten kämpfen 106 Tage lang gegen überflüssige Pfunde und für ein neues Lebensgefühl auf einer eigens dafür errichteten Wellness-Farm. Wer von den Kandidaten nach seiner kostenlosen Luxus-Kur zum persönlichen Traum-Look auch noch sein errechnetes Idealgewicht erreicht hat, erhält als Siebprämie die verlorenen Pfunde in

reinem Gold aufgewogen. Moderiert wurde die Sendung von Margarethe Schreinemakers, die allerdings vor Ablauf der Sendung die Moderation abgab.

- **Hilfe, Gottschalk zieht ein** (ZDF, geplant)

Für jeweils eine Woche zieht Thomas Gottschalk bei Familien ein, die ihr Familienoberhaupt für eine Woche in den Urlaub schicken wollen. Gottschalk lebt rund um die Uhr bei der Familie und nimmt die Vaterrolle ein. Gesendet werden soll die einstündige Sendung mittwochs bis samstags.

- **Opas letzter Wille** (Kabel 1)

Frühjahr 2004

Ein älterer Herr lädt seine potentiellen Erben für ein Wochenende in ein abgelegenes Schloss ein, um zu prüfen, wer von ihnen der geeignetste Haupterbe zu sein scheint. Schloss Schlemmin in Mecklenburg-Vorpommern bietet die Kulisse für die Sendung. Jedes Wochenende zieht eine neue Familie in das Schloss ein.

USA: The Will

- **Deutschland sucht den Superstar** (RTL)

http://deutschlandsuchtdensuperstar.rtl.de/index_flash.html

Jury und Publikum suchen per wöchentlicher Casting Show den neuen Superstar, in Deutschland mit einem Marktanteil von bis zu 55 % bei den 14- bis 49-Jährigen. Ursprungsland ist Großbritannien (*Pop Idols*). Bisher zwei Staffeln in Deutschland.

USA: *American Idol*; bis zu 30 Millionen Zuschauer bei einem Marktanteil von insgesamt 10 %; Kanada: *Canadian Idol*; Norwegen: *Idol*; Großbritannien: *Pop Idol*; Südafrika: *Idols*; Polen: *Idol*; Niederlande: *Idols*; Panarabische Region: *Superstar*; Belgien: *Idol*; Australien: *Australian Idol*

- **Fame Academy** (RTL 2)

http://www.rtl2.de/start.html?page=http://www.rtl2.de/musik_show_fame_academy.html&Color=cc0000

Casting Show, die *Big Brother*-Elemente mit einbindet, weil die Kandidaten über einen Zeitraum von drei Monaten zusammen in einem Haus leben, das rund um die Uhr von Kameras überwacht wird. Basiert auf *Star Academy*, einem Format von Endemol. Die Kandidaten, genannt Studenten, erhalten außerdem ein umfassendes Tanz-, Gesangs- und Fitnesstraining durch drei Dozenten, die die Studenten über den Verlauf der Sendung begleiten. Die Zuschauer und die Dozenten entscheiden, wer weiterkommt und wer bleiben kann. In Deutschland wurden aus dem letzten sechs verbleibende Kandidaten die Band „Become One“ geformt. Im Frühjahr 2004 ist eine Live-Sendung aus Cannes geplant, in der *Fame Academy*-Bands aus allen Ländern auftreten.

Andere Länder:

Großbritannien: Hier wird ähnlich wie bei *Pop Idol* am Ende ein Sieger gekürt, ohne dass eine Band geformt wird. Die Dozenten schlagen jede Woche drei der Studenten vor, die den Anforderungen nicht genügt haben. Aus diesen drei konnten dann die Zuschauer einen/eine auswählen, der/die in der Show bleibt. Die Studenten wählen dann aus den anderen einen/eine aus, der/die Show verlassen muss. Diese Abstimmung erfolgt in Anwesenheit aller noch verbliebenen Teilnehmern. Obwohl der Start der Sendung relativ schleppend verlief, sahen 8 Millionen Zuschauer das Finale. Mittlerweile sind zwei Staffeln gelaufen

Frankreich (10 Millionen Zuschauer beim Finale), Portugal, Niederlande, Spanien, Brasilien, Italien, Griechenland, Russland, Kanada

- **Popstars / Popstars – Das Duell**

<http://www.prosieben.de/music/popstars/>

Casting Show, die in Deutschland mittlerweile in zwei Staffeln lief. In der ersten wurde die Popgruppe „No Angels“ gegründet. In der zweiten wurden zunächst durch eine Jury, bestehend aus Dee!, Sabrina Setlur und Uwe Fahrenkrog-Petersen, eine Girl- und eine Boyband gecastet, die dann in Workshops ihre tänzerischen und gesanglichen Fähigkeiten trainieren. Am Ende können die Zuschauer entscheiden, welche der beiden Bands ihnen besser gefällt.

Andere Länder:

England (ITV): *Popstars – The Rivals*, Frankreich (M 6): *Popstars – Le Duel*; Dänemark (TV 2); Spanien, Portugal, Australien, Belgien, Argentinien, Kolumbien, Kanada, USA

- **TeenStar (RTL 2)**

Casting Show, in der der neue Teenstar gesucht wird – teilnehmen dürfen also nur Teenager. Die Jury in der RTL2-Show bestand aus Markus Schultze (MTV-Moderator), Mousse T. (DJ und Produzent) und Toni Cottura (Produzent). Moderiert wurde die Sendung von Jasmin Wagner. Per Telefonanruf kann der Zuschauer für seinen Favoriten aus den von der Jury auserwählten Kandidaten abstimmen. Diejenigen, die am Schluss die meisten Stimmen für sich gewinnen können, werden dann in einem dreitägigen Workshop zu zukünftigen (möglichen) Popstars getrimmt. Auf dem Programm stehen professionelles Tanz- und Gesangstraining.

- **Gestrandet (RTL 2)**

Survivor-ähnliche Show, die bei RTL 2 lief.

- **Das Inselduell (Sat.1)**

Eine Gruppe von abenteuerlustigen Frauen und Männern – zwischen 20 und 50 Jahre alt, ausgewählt nach körperlicher Belastbarkeit, Fitness, Eloquenz, TV-Tauglichkeit, mit un-

terschiedlichen Temperamenten und Berufen – landen auf einer einsamen Insel fernab der Zivilisation. Nur mit dem Notwendigsten ausgestattet, um zu überleben, verbringen sie ein paar Wochen miteinander.

Neun Folgen lang beobachten Kameras ihr Schicksal, wie sie sich kennen lernen, sich lieben und streiten, den oft mühseligen Alltag gemeinsam oder gegeneinander bewältigen. In jeder Folge muss mindestens ein Teilnehmer die Insel verlassen. Gemeinsam und offen wird abgestimmt, wer warum am wenigsten in die Gruppe passt, und nach heißen Debatten muss derjenige mit den meisten Votings gehen, bis am Ende schließlich nur mehr vier Insulaner übrig bleiben.

Die Teilnehmer können in diesen Wettkämpfen entweder materielle Preise gewinnen oder aber Immunität erlangen und für dieses eine Mal nicht nach Hause geschickt werden. Auch besondere und nicht allen gewährte Vergünstigungen fordern die Teilnehmer psychisch und emotional und stellen ihre Teamfähigkeit immer wieder auf die Probe. In der letzten Sendung qualifizieren sich die vier letzten Insulaner in zwei Zweiergruppen für die Schlussrunde. Das siegreiche Paar tritt zum finalen Wettkampf gegeneinander an.

Spielleiter und Schiedsrichter ist Holger Speckhahn, der zu Beginn jeder Folge die aktuellen Ereignisse und Entwicklungen für die TV-Zuschauer im Tagebuchstil rekapituliert.

- **Putzteufel** (RTL 2)

Doku-Soap, in der zwei Putzteams durchs Land ziehen und besonders verdreckte Wohnungen sauber machen. Kein Spielcharakter.

Die Putzteufel: Folge 12

1,14 Mio Zuschauer; E 14-49 = 8,7

- **Die Comeback Show** (Pro 7)

<http://www.prosieben.de/music/comeback/>

In der Comeback Show treten Sänger und Sängerinnen gegeneinander an, die einmal einen großen Hit hatten, aber mittlerweile mehr oder weniger in der Versenkung verschwunden sind. Dabei müssen sie sich der Jury und den Zuschauer stellen, die jede Woche einen der ehemaligen Stars aus der Sendung wählen, bis nur noch einer übrig bleibt – Der Comeback-Star. Unter anderem nehmen Coolio, The Weather Girls, CC Catch und Haddaway an der Show teil. In der Jury sitzen die MTV-Moderatorin Anastasia und Harold Faltermeyer. Moderatorin ist Arabella Kiesbauer.

- **StarSearch**

<http://www.sat1.de/musik/starsearch/news/>

Casting Show, die in vier Bereiche aufgeteilt ist. Die Kandidaten konkurrieren entweder in dem Bereich Sänger/-in bis 16 Jahre, Sänger/-in ab 16 Jahre, Modell oder Comedian. Dabei treten immer zwei Kandidaten direkt gegeneinander an und bekommen von der Jury und dem Studiopublikum Punkte. Wer gewinnt, kommt eine Runde weiter, bis im Finale nur noch zwei Kandidaten übrig bleiben. Der Comedian-Gewinner bekommt z.B. eine

eigene Fernsehshow, der Gewinner bei Sängern über 16 einen Plattenvertrag. Die zweite Staffel startete bei Sat.1 am 8. April 2004. Moderiert wird die Sendung von Kai Pflaume.

USA: http://www.cbs.com/primetime/star_search/

Schon vor knapp 20 Jahren zeigte der US-Network CBS die erste Staffel der Talentshow. Nachdem ein paar Jahre lang die Show verschwunden war, tauchte sie vor einigen Jahren wieder auf. Eine neue Staffel der Kultshow zeigt CBS ab 17. Januar 2004. Die letzte Staffel lockte rund 12 Millionen Zuschauer vor die Bildschirme. Hier gibt es die Variation, dass Tanzen auch ein Wettbewerb sein kann. Außerdem gibt es in der neuen Staffel erstmals einen „Winner’s Circle“, der anfangs aus den Gewinnern der vorherigen Staffel besteht. Der Gewinner der ersten Runde kann dann ein Mitglied des Winner’s Circles herausfordern und wenn er/sie gewinnt, selbst in den Winner’s Circle aufrücken. Die Zuschauer lernen die Mitglieder des „Winner’s Circles“ dann kennen, indem sie mit der Kamera begleitet werden, wenn sie zum Beispiel bedeutende Leute aus dem Musikgeschäft treffen. Aus *Star Search* gingen Stars wie Britney Spears, Drew Carey und Justin Timberlake hervor.

- **Big Brother**

<http://www.bigbrother.de/>

Bekanntestes Real-Life-Format, entwickelt von Endemol. In der 5. Staffel in Deutschland ziehen 15 Bewohner für ein Jahr gemeinsam ins *Big Brother*-Haus. Durch gegenseitige Nominierungen und die Abstimmung der Zuschauer wird schließlich der Sieger von 1 Million Euro ermittelt.

USA (CBS):

<http://www.cbs.com/primetime/bigbrother4/index.shtml>

Die vierte und bisher letzte Staffel startete im Juli 2003 und ist mittlerweile zu Ende gegangen. Beim amerikanischen Format hatten die Zuschauer keine Möglichkeit, über das Verbleiben der Kandidaten im Haus zu entscheiden. Stattdessen stimmten die Bewohner über das Verbleiben der Bewohner im Haus unter der Leitung eines „Head of House“ ab – eine Position, die wöchentliche wechselt.

Andere Länder: Niederlande, Panarabische Region (hier nehmen 12 Kandidaten aus 12 verschiedenen Ländern teil), Panafrika (bis zu 25 Millionen Zuschauer pro Folge), Argentinien, Australien, Belgien, Brasilien, Dänemark, Griechenland, Italien, Mexiko, Norwegen, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Schweiz, Spanien, Südafrika, Ungarn, USA

Frankreich: Abgeänderte *Big Brother*-Version: Alle Kandidaten (sechs Männer und fünf Frauen) sind zwischen zwanzig und dreißig Jahre alt. Zum Schluss gewinnt nicht einer oder eine alleine das Preisgeld, sondern es bleiben zwei Kandidaten übrig: Ein Mann und Frau. Die beiden bekommen ungefähr 400,000 € wenn sie nach der Zeit im Loft für sechs Monate zusammenleben. Über sieben Millionen Franzosen verfolgten die Show.

- **Der Maulwurf (Pro 7)**

Lief 2000/2001 auf Pro 7. Konzept siehe USA *The Mole*

- **Frauentausch (RTL II)**

Bei Frauentausch tauschen zwei Frauen für 10 Tage die Familien. In der ersten Woche müssen sich die Frauen an die schon bestehenden Regeln der jeweiligen in Familie in Bezug auf Kochen, Putzen und Kinderbetreuung halten. Erst danach können sie ihre eigenen Regeln in die neue Familie einbringen.

Großbritannien (Ursprungsland): *Wife Swap* (Channel 4);

http://www.channel4.com/life/microsites/W/wife_swap/index.html

6 Staffeln plus Celebrity-Ausgabe

USA: *Trading Moms* (wird voraussichtlich im Sommer 2004 gesendet; dabei sollen wahrscheinlich eine amerikanische Mutter mit einer britischen die Familie tauschen.).

- **Die deutsche Stimme 2003**

<http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/24/0,1872,2045176,00.html>

Casting Show, bei der die Kandidaten ausschließlich deutsch singen. Im Finale traten drei Kandidaten gegeneinander an, jeder von ihnen singt dabei zwei Lieder, von denen eins ein persönlicher Favorit des/der Kandidaten ist. In der Jury saßen Jule Neigel, Stefanie Tücking, Ralph Siegel und Oli P. Moderiert wurde die Sendung von Andrea Kiewel und Kai Böcking.

- **Samba für Singles (WDR)**

<http://www.wdr.de/tv/abnehmen-in-essen/index2.phtml>

Singles werden begleitet, wie sie versuchen durch einen Tanzkurs einen Partner zu finden. Kein Spielcharakter

- **Abnehmen in Essen**

<http://www.wdr.de/tv/abnehmen-in-essen/>

Doku-Soap über fünf Frauen, die versuchen abzunehmen. Kein Spielcharakter.

- **Nur die Liebe zählt (Sat.1)**

Dating Show, die aus den Niederlanden stammt, entwickelt von Endemol. Die Sendung hilft den Gästen dabei, ihre Liebe zu finden oder wiederzugewinnen. So kann der Moderator eine per Video aufgezeichnete Nachricht weitergeben oder bei der Inszenierung eines Liebesbeweises helfen.

Andere Länder: USA (*All You Need is Love*), Argentinien, Australien, Belgien, Finnland, Frankreich, Italien, Spanien, Schweden, Niederlande (Ursprungsland), Großbritannien

- **House of Love (RTL)**

Januar/Februar 2001

In dieser Dating Show verbringen sechs Singles, ein Kandidat und fünf Bewerber, fünf Tage in einem luxuriösen „House of Love“, rund um die Uhr von Kameras beobachtet. Der Kandidat oder die Kandidatin kann jeden Tag einen Bewerber nach Hause schicken, so dass am Ende vielleicht ein glückliches Pärchen übrig bleibt. Moderiert wurde die Sendung auf RTL von Aleksandra Bechtel.

- **Girlscamp**

http://www.girlscamp.de/start_html.html

Januar – März 2001

Zehn Frauen leben für sieben Wochen zusammen in einer luxuriösen Villa in Spanien und werden dabei rund um die Uhr von Kameras überwacht. Jede Woche stimmen die Zuschauer per Telefon und per Internet ab, wer die beliebtesten Frauen im Camp sind. Die drei mit den wenigsten Stimmen werden für das Knock Out nominiert. Die anderen Frauen müssen dann unter diesen drei wählen, wer das Haus verlassen soll. Jede Woche können die Frauen zudem aus drei Männern einen „Boy of the Week“ wählen. Dieser darf mit in dem Haus wohnen und eine Frau fragen, ob sie mit ihm das Haus verlassen will. Sagt sie ja, gehen die beiden zusammen auf eine Traumreise, aber das Mädchen verliert die Chance, 100.000 € zu gewinnen. Die Frau, die als letzte übrig bleibt, erhält das Preisgeld. Moderatoren: Barbara Schöneberger und Kena Amoa

- **J-Game (Kabel 1)**

<http://www.kabel1.de/games/j-game>

Start: 5. Februar 2004

Sechs Kandidaten wettstreiten mit ihren Schicksalsgeschichten um ein Preisgeld von 40.000 € in dem sie die anderen überzeugen müssen, dass jeweils sie das Geld am nötigsten brauchen. Unter ihnen ist allerdings einer oder eine, deren/dessen Geschichte erfunden ist. In der ersten Entscheidungsrunde schreiben alle Kandidaten den Mitspieler auf, von dem sie glauben, dass seine Geschichte erfunden ist. Wer am meisten genannt wird, muss gehen. Die verbleibenden Kandidaten müssen jetzt Allianzen schmieden und die anderen Kandidaten von der Richtigkeit ihrer Geschichte überzeugen. Zum Schluss bleiben zwei übrig, die sich das Geld teilen, ganz leer ausgehen oder es gewinnt nur einer.

- **Das Schwarzwaldhaus 1902 (Arte)**

Doku-Soap, in der eine Familie für einige Zeit sich ins Jahr 1902 zurückversetzen lässt, abgeschieden auf einem Hof im Schwarzwald lebt und damit allen Fortschritten der Zivilisation entsagt. Kein Spielcharakter.

- **Mission Germany (Pro 7)**

<http://www.prosieben.de/show/missiongermany/index.html>

Spielshow, in der die Zuschauer am Bildschirm als Verfolger so genannte Agenten, die sich quer durch Deutschland bewegen, enttarnen. Den drei Agenten ist es verboten, mit Freunden und Verwandten Kontakt aufzunehmen. Sie können sich verkleiden und tarnen, müssen sich jedoch gegenseitig dabei filmen. Sie bekommen ein wöchentliches Taschengeld von 500 €, zudem müssen sie mindestens acht von 16 Standorten in Deutschland aufsuchen, um dort Hinweise für die Mission zu bekommen. Die Mission muss nach 30 Tagen abgeschlossen sein, sonst verlieren sie das erspielte Geld. Als Verfolger können alle TV-Zuschauer agieren, die 5.000 € erhält, wer einen der Agenten entdeckt. In der Show werden Hinweise auf den Aufenthaltsort der Agenten gegeben.

- **Desert Forges (Pro 7)**

Show, in der Prominenten-Teams, bestehend aus je zwei Mitspielern, in der Wüste Jordaniens gegeneinander antreten. Bestanden werden müssen hauptsächlich körperliche Übungen wie das Schleppen von Säcken über Sanddünen oder das Überqueren von wackeligen Brücken. Jede Runde kommt das erfolgreichste Team weiter, bis nach dem Finale nur noch eins übrig bleibt und das gewonnene Geld für einen guten Zweck spenden kann. Wurde moderiert von Sonia Kraus und Alexander Mazza.

- **Fort Boyard (Pro 7)**

Funktioniert genauso wie *Desert Forges*, nur der Schauplatz ist hier nicht die libanesische Wüste, sondern eine auf einer Insel gelegene mittelalterliche Burg. Lief bereits in den achtziger Jahren bei Sat.1.

- **Expedition Robinson (RTL 2)**

In der RTL-2-Version von *Expedition Robinson* werden 16 Leute, zur Hälfte Frauen und zur Hälfte Männer, auf einer abgelegenen Insel abgesetzt. Die Kandidaten bilden zudem Länder-Teams – acht Leute aus Deutschland und acht aus Österreich. Wöchentlich findet ein „Robinsonspiel“ statt, in dem die Teams gegeneinander antreten. Das Team, das verliert, muss eines ihrer Mitglieder durch eine anonyme Abstimmung nach Hause schicken. Nach der Hälfte der Folgen werden die Teams zusammengelegt und jeder kämpft jetzt gegen jeden. Wenn nur noch zwei übrig sind, stimmen alle Ausgeschiedenen ab, wer das Preisgeld mit nach Hause nehmen kann.

Andere Länder: Schweden (Ursprungsland), USA: *Survivor* (mehr Infos hierzu siehe oben), Schweiz, Österreich, Großbritannien (ITV)

- **Family Date** (Sat.1)

<http://www.sat1.de/liebeflirt/familydate/>

Dating Show, in der die Familien der Kandidaten die entscheidende Rolle spielen. So zogen in der ersten Staffel drei Männer zu der Familie einer allein erziehenden Frau, um sowohl das Herz der Mutter als auch der Kinder zu erobern. Die Mutter kann nach und nach verschiedene Kandidaten ausschließen – doch die letzte Entscheidung trifft die ganze Familie. Variante des Konzepts ist zum Beispiel, dass sich Frauen um den Sohn einer Familie bewerben.

USA: *Family Date* (Konzept siehe oben)

- **Beauty Klinik – Schönheitsträume werden wahr** (RTL 2)

http://www.rtl2.de/start.html?page=http://www.rtl2.de/209_3434.html&Color=cc0000

Sendung, die Leute dabei begleitet, wie sie durch Schönheitschirurgie ihr Leben verändern wollen. Mehr Doku-Soap, kein Spielcharakter. Läuft ca. 21:00 Uhr.

- **Ärger im Revier – Auf Streife mit der Polizei** (RTL 2)

http://www.rtl2.de/start.html?page=http://www.rtl2.de/209_6853.html&Color=cc0000

Doku-Soap über das Leben und die Arbeit von zwei Bielefelder Polizisten. Kein Spielcharakter. Läuft ca. um 21:00 Uhr

- **Die Hammer-Soap – Heimwerker im Glück** (RTL 2)

http://www.rtl2.de/start.html?page=http://www.rtl2.de/209_6438.php&Color=cc0000

Doku-Soap über Heimwerker bei der Arbeit. Kein Spielcharakter. Läuft ca. um 21:00 Uhr.

- **Der Frisör** (RTL)

Doku-Soap, in der echte Frisöre und echte Kunden sich über Klatsch und Tratsch austauschen. Kein Spielcharakter

- **Meine Hochzeit – Sagen sie „Ja“?** (RTL)

<http://www.rtl.de/tv/773332.html>

Paare werden per Kamera bei ihren Hochzeitsvorbereitungen begleitet. Kein Spielcharakter, läuft vormittags.

- **Heiße Tage, wilde Nächte** (RTL 2)

Doku-Soap, die sechs Frauen bei ihrem Ibiza-Urlaub begleitet. Kein Spielcharakter.

- **You Drive Me Crazy** (RTL 2)

Doku-Soap über Fahrschüler, die dabei gefilmt werden, wie Fahrlehrer versuchen, ihnen das Autofahren im Straßenverkehr beizubringen. Kein Spielcharakter.

- **Alles ist möglich** (RTL, angekündigt)

http://www.rtl.de/style/style_816854.php

Angekündigte Sendung, die Leute bei Schönheitsoperationen begleitet, ihnen ein neues Styling und im Prinzip eine „Rundum-Erneuerung“ verschafft. Scheint aber keinen Spielcharakter zu haben

USA: *Extreme Makeover* (Konzept siehe oben)

- **El, der Millionär** (RTL 2)

<http://www.ufa.de/?id=produktion&production=7531>

Dating Show, in der 20 Frauen um einen Mann kämpfen, von dem sie annehmen, dass er sehr viel Geld hat. Erst zum Schluss, wenn El seine Favoritin ausgewählt hat, wird das Geheimnis enthüllt.

USA: *Joe Millionaire* (Infos siehe oben)

- **Die Drews – Eine furchtbar nette Familie** (RTL II)

http://www.jddrews.de/die_drews_rtl2.php

Doku-Soap über Jürgen Drews und Familie, die wie *The Osbournes* funktioniert. Nur drei Episoden.

- **Schwul macht cool** (RTL 2)

6-teilige Doku-Soap, in der vier schwule Lifestyle-Experten Modemuffeln den richtigen Geschmack beibringen wollen.

USA: *Queer Eye for the Straight Guy* (Infos sehen oben)

- **The Osbournes** (MTV)

<http://www.mtv.de/osbournes/index.php?historie=,,,Home&groupie=20&>

Episodenführer:

<http://www.mtv.de/osbournes/episoden.php?historie=,Home,Startseite,Familienalbum,Die+Osbournes&groupie=20&>

Schock-Rocker Ozzy Osbourne und Familie präsentieren sich in ihrer Show dem Fernsehpublikum.

Großbritannien

- **Perfect Match** (Channel 4)

Lief 2001 und 2002

Dating Show, in der Freunde, Familie und professionelle Berater den Kandidaten oder die Kandidatin dabei unterstützen, die große Liebe zu finden. Dieses „Beratergremium“ sucht aus 30 möglichen Partnern einen Kandidaten aus. Das Paar hat dann Zeit, sich kennen zu lernen, bekommt von dem Gremium aber ständig Aufgaben gestellt. Wenn sie sich nicht näher kommen, hat der Kandidat die Möglichkeit, das Gremium um eine neue Partnerin/einen neuen Partner zu bitten. Am Ende können sie sich entscheiden, ob sie zusammenbleiben wollen und ein luxuriöses Wochenende geschenkt bekommen. Der Kandidat/die Kandidatin hat aber auch die Möglichkeit, abschließend eine der Kandidaten aus den ursprünglichen dreißig zu wählen.

Awards

Silver Rose for Best Variety Programme, Montreux Rose D'or Television Festival

- **Faking It** (Channel 4)

<http://www.channel4.com/fakingit>

Ein Kandidat hat vier Wochen Zeit, sich wie „My Fair Lady“ bestimmte Fähigkeiten anzutrainieren und zu lernen, so dass er in einem Umfeld bestehen kann, das möglichst weit entfernt von seinem eigenen Alltag ist. So gab es zum Beispiel schon die Verwandlung eines Klassik-Musikers zu einem Club-DJ oder eines Marineoffiziers zu einer Drag Queen. Abschließend müssen die Kandidaten versuchen, die Jury mit ihrem Auftreten zu überzeugen. In den vier Wochen werden sie beim Training begleitet, und es stehen ihnen Experten zu Beratung zur Seite. Die Sendung wurde vielfach ausgezeichnet u.a. mit dem BAFTA 2002/2003 oder von der Royal Television Society. Sie läuft seit dem Jahr 2000. Die Sendung kann 13 Millionen Zuschauer bei einem Marktanteil von 13 Prozent erreichen.

USA: *Faking it* (Discovery Channel)

- **Boy meets Girl** (Channel 4)

Februar 2001

Show, in der sich vier Männer und vier Frauen durch Verkleidungen in das jeweils andere Geschlecht verwandeln. Dabei werden sie von Trainern unterstützt, die ihnen sagen, wie sie sprechen, gehen und sich kleiden sollen. Eine Jury wählt jeweils diejenigen aus der Show, die am wenigsten überzeugen können. Wer am zum Schluss am besten überzeugen kann, soll sich für eine Woche in Verkleidung unter Volk mischen.

- **Castaway 2000** (BBC)

BBC-Sendung, in der 30 Leute für ein Jahr auf der unbewohnten Insel Taransay vor der schottischen Küste leben. Zu den Teilnehmern gehörten auch Kinder bzw. ganze Familie. Mehr ein soziales Experiment, in der die Entwicklung der Gemeinschaft beobachtet wurde.

- **The Club** (ITV)

März 2003

Die Show lief auf ITV2 fünfmal in der Woche, auf ITV1 gab es eine wöchentliche Sendung. Drei Prominenten (Dean Gaffney, Sam Fox, Richard Blackwood) wurde jeweils eine Bar in London zugewiesen, mit deren Management sie beauftragt wurden. Jeder Prominente hatte außerdem drei gecastete Helfer an seiner Seite. Jede Woche konnte jeder der Prominenten einen ihrer Helfer nominieren. Aus den drei Nominierten wurden dann von den Zuschauern einer aus der Sendung gewählt und durch einen neuen ersetzt.

- **Eden** (Channel 4)

Sechs Männer und sechs Frauen leben unter Beobachtung von Kameras für drei Monate im australischen Dschungel. Im Gegensatz zu *Survivor* ist die Sendung nicht aufgezeichnet, und die Zuschauer können durch Votings das Leben der Kandidaten beeinflussen. Außerdem werden durch die Zuschauer neue Teilnehmer in das Camp reingewählt.

- **The Villa** (SkyOne)

Seit 1999

Acht Frauen und Männer leben zusammen in einer Villa auf Ibiza und werden dabei rund um die Uhr von Kameras überwacht. Die Show läuft vorwiegend im Sommer. Die Kandidaten wechseln wöchentlich und werden nach Persönlichkeit und Interessen ausgesucht. Zudem gibt es einen Computer, der voraussagt wer am Ende der Serie mit wem zusammenkommt.

- **That'll Teach Them** (Channel 4)

August 2003

30 Sechzehnjährige werden in eine Schule geschickt, in der die Lernmethoden der 50er Jahre angewendet werden und die auch äußerlich so hergerichtet ist. Sind die alten Lernmethoden effektiver als die heutigen?

- **The Edwardian Country House** (Channel 4)

<http://www.channel4.com/history/microsites/C/countryhouse/index.html>

April 2002

Eine fünfköpfige Familie zieht für 13 Monate in ein altes englisches Herrenhaus. Dort steht ihnen eine 14-köpfige Dienerschaft zu Verfügung, die ebenfalls aus der Öffentlichkeit gecastet wurde und keine Erfahrungen in diesem Bereich hat. Das ganze Leben in dem Haus funktioniert genau so, wie das Leben dort vor dem 1. Weltkrieg stattgefunden hat. Fortsetzungen gab es mit *The 1900 House* und *The 1940's House*.

- **Soapstars** (ITV)

2001

Sendung, die ähnlich wie Popstars funktioniert, nur dass hier Schauspieler für eine neue Familie in einer Soap Opera gesucht werden. Die Jury trifft eine Vorauswahl, aus der dann die Zuschauer ihre Favoriten wählen können. Die Gewinner bilden eine neue Familie in der Soap „Emmerdale“.

- **The Carrot or the Stick** (Channel 4)

Zwölf junge Männer, die sich in ihrem alltäglichen Leben nicht gerade durch große Motivation auszeichnen, nehmen an einem militärähnlichen Training teil. Nach der Ausbildungsphase findet ein zweitägiger Wettkampf der beiden Teams statt. Allerdings unterscheiden sich die Trainingsmethoden grundsätzlich. So wurde das „Carrot“-Team nie bestraft und für gute Leistung gelobt, während das „Stick“-Team keine Auszeichnungen erhält und des öfteren bestraft wird. Welche Trainingsmethode wird sich durchsetzen?

- **Boss Swap** (Channel 4, angekündigt)

Show, in der die Chefs von zwei Unternehmen für zwölf Tage die Plätze tauschen. Nach einer Woche muss jeder der beiden mindestens fünf Vorschläge machen, wie man den jeweils anderen Betrieb verbessern könnte.

- **The Ship** (BBC 2)

41 Freiwillige und 15 professionelle Segler stellen die Reise von Captain Cook's Endeavour im 18. Jahrhundert möglichst detailgetreu nach.

- **SAS: Are You Tough Enough** (BBC 2)

Die 29 Kandidaten müssen sich den gleichen Trainingsmethoden stellen wie die Angehörigen der militärischen Elite-Truppe SAS. Mittlerweile ist die vierte Staffel angekündigt.

- **Reborn in the USA** (ITV)

März 2003

Frühere britische Popgrößen, die in Amerika unbekannt sind, touren durch die USA. Die Zuschauer wählen jede Woche eine der Bands aus dem Tourbus. Teilgenommen haben unter anderem Tony Hadley, Sonia, Elkie Brooks, Dollar und Tony Hadley.

- **Operatunity** (Channel 4)

<http://www.channel4.com/culture/microsites/O/operatunity/>

Februar 2003

100 Finalisten konkurrieren um die Chance, in einer großen Opernproduktion mitzusingen und mitzuspielen. Am Ende sollen zwei Gewinner feststehen. Das letzte Paar wird von einer Prominenten-Jury ausgewählt.

- **The Frontier House** (Channel 4)

<http://www.pbs.org/wnet/frontierhouse/project/credits.html>

Sendung, in der drei amerikanische Familien für sechs Monate unter den Bedingungen des 19. Jahrhunderts im Wilden Westen leben.

- **Master and Servant** (Channel 4)

Reality Show, in der eine Familie eine andere Familie für eine Wochen lang bedienen und ganz nach deren Regeln leben muss. Danach werden die Rollen getauscht.

- **Lad's Army** (ITV)

Sendung, in der 30 Vorbestrafte sich einem freiwilligen Training in einem Army-Camp unterziehen.

- **Jamie's Kitchen** (Channel 4)

Der Koch Jamie Oliver versucht innerhalb von neun Monaten, 16 Leute zu Top-Köchen auszubilden. Gleichzeitig baut er ein Restaurant auf, in dem seine Lehrlinge eventuell arbeiten könnten. Lief in Deutschland auf RTL2.

- **Holiday Showdown** (ITV)

Zwei ziemlich unterschiedliche Familien mit ebenso unterschiedlichen Vorstellungen von Urlaub fahren zusammen für zwei Wochen in die Ferien. Die Familien kennen sich vorher nicht und verbringen jeweils eine Wochen an einem Urlaubsort, den eine der Familie ausgewählt hat. Am Ende dürfen beide äußern, wie ihnen der Urlaub gefallen hat und was sie von der jeweils anderen Familie halten. Läuft seit 2003.

- **Back to Reality** (Channel 5)

<http://www.five.tv/programmes/backtoreality/>

In *Back to Reality* nehmen Kandidaten teil, die vorher schon durchs Reality-TV bekannt geworden sind, also frühere Kandidaten zum Beispiel von *Big Brother* oder *Wife Swap*. In der Show soll der Top-Reality-Star gekrönt werden, der ein Preisgeld von 75.000 Pfund gewinnen kann, das für wohltätige Zwecke gespendet wird. Die Kandidaten werden, ähnlich wie bei *Big Brother*, über einen Zeitraum von drei Wochen rund um die Uhr von Kameras beobachtet. Zudem wählen die Zuschauer den unpopulärsten Bewohner des Hauses, der dann zurück in die Realität geschickt wird. Channel 5 zeigt mehrere Folgen pro Tag. Die Abendsendungen (20:00 Uhr) erreicht teilweise bis zu 1,7 Millionen Zuschauer bei einem Marktanteil von 7,5 Prozent, hat aber oft Schwierigkeiten, die Millionengrenze zu überspringen.

- **In the Dark** (BBC)

Die Kandidaten müssen in völliger Dunkelheit in Dreier-Gruppen gegeneinander antreten und dabei simple erscheinende Aufgabe wie das Servieren von Essen bewerkstelligen. Spezielle Kameras machen das Geschehen sichtbar.

Andere Länder: Spanien, Türkei, Dänemark, Portugal, Norwegen

- **Find Me a Man / There's Something About Miriam** (BskyB; noch nicht gesendet)

Show, die zunächst ähnlich wie *The Bachelorette* aussieht, in der eine Kandidatin also aus mehreren Bewerbern wählen kann. Zunächst haben die Männer jedoch die Möglichkeit, aus mehreren Frauen eine zu wählen – werden aber so gelenkt, dass alle die gleiche wäh-

len. Am Ende wartet die Show aber mit einer ziemlichen Überraschung für die Männer auf: Die von ihnen gewählte Frau ist eine Transsexuelle. Die Show wurde noch nicht gesendet, auch weil die Reingelegten vor Gericht gegangen sind, um die Ausstrahlung zu verhindern. Produziert von Brighter Pictures, die zu Endemol gehören.

- **The Salon** (Channel 4)

Doku-Soap, die ähnlich wie *Der Frisör* auf RTL funktioniert. Angestellte und Kunden eines Schönheitssalons werden bei der Arbeit gefilmt. Der Salon befindet sich im Trocadero Centre am Picadilly Circus. Per Telefon können Zuschauer sich einen Termin besorgen. Die Angestellten wurden aus 2.000 Interessierten gecastet.

- **Driving School** (BBC)

Doku-Soap, die Leute bei ihrem Fahrschulunterricht begleitet hat. Kein Spielcharakter. Lief 1997 in der BBC.

- **The Games**

<http://www.channel4.com/entertainment/tv/microsites/G/games/>

Zehn Prominente müssen in verschiedenen Sportarten vor einem Live-Publikum gegeneinander antreten und können dabei Geld für wohltätige Zwecke gewinnen. Dabei werden sie einem harten Training durch professionelle Trainer unterzogen. Nach Abschluss eines zweiwöchigen Trainings ziehen die Prominente für eine Woche in ein *Big Brother*-ähnliches Haus, wo sie 24 Stunden am Tag von Kameras beobachtet werden. Die Zuschauer können einen Kandidaten unterstützen, indem sie während der Live-Sendungen anrufen, und so das mögliche Preisgeld in die Höhe treiben.

Russland

- **Golod / Hunger**

Die Sendung hatte im Herbst für einige Schlagzeilen gesorgt. Zunächst hatte es geheißen, die Kandidaten bekämen nichts zu essen, und es wurde gemutmaßt, sie könnten aus Verzweiflung kriminell werden. In den ersten Folgen seien sie beim Betteln auf der Straße gefilmt worden. Dann sei das aber für die Zuschauer nicht so interessant gewesen, so dass die Kandidaten Aufgaben bekommen hätten: Einer arbeitete als Kampftrainer im Fitness-Center, eine Stripperin tanzte in einem Berliner Nachtclub. Hungern mussten die Teilnehmer nach TNT-Angaben „nicht wirklich“.

- **12 Statuen**

Gedreht wird wie bei *Hunger* in Berlin-Spandau sowie zusätzlich in Prag und Paris; der Berliner Container bekommt dazu innen ein schlossähnliches Ambiente. Die Kandidaten, die um den 25. Februar anreisen sollen, gehen auf die Suche nach Statuetten, die Hinweise auf den ersten Preis, zwölf Kilo Gold, geben. Der Gewinner wird am 30. April vom russischen TV-Publikum bestimmt. Voraussetzung für die Teilnahme als Kandidat seien „Intelligenz, Zielstrebigkeit, Talent und gutes Aussehen“, wie es in der Ankündigung heißt.

Neuseeland

- **Strip Search (TV 2)**

Casting Show, in der eine fünfköpfige, männliche Stripgruppe á la Chippendales zusammengestellt werden und sich dann auf eine 13-wöchige Tour durch das jeweilige Land begeben soll. Die Show konnte in Neuseeland einen Marktanteil von 49 % erreichen.

Andere Länder: Australien, Frankreich, Polen, Großbritannien, Kanada

- **Mitre 10 Changing Rooms (TV 1)**

Zwei Nachbarn oder zwei Freunde tauschen ihre Häuser und haben die Aufgabe, innerhalb von 48 Stunden einen Raum völlig umzugestalten.

- **House Dates (TV 3)**

Dating Show, in der ein Kandidat oder eine Kandidatin aus drei Bewerbern/Bewerberinnen wählen kann. Die Auswahl erfolgt allerdings nicht durch normale Verabredungen, sondern indem die Kandidaten die Wohnungen der Bewerber/-innen inspizieren und aufgrund dieses Eindrucks eine Entscheidung treffen.

- **Dream House (TV 2)**

Zwei Familien haben die Chance, ein Haus zu gewinnen, indem sie ein heruntergekommenes Anwesen renovieren.

Andere Länder: Kanada

- **Captive (TV 2)**

Seit Januar 2004

Format, das Reality- und Quizelemente verbindet. Läuft in Neuseeland um 19:00 Uhr. Die Kandidaten einer Quizshow leben rund um die Uhr zusammen. Wer möglichst viel gewinnen will, muss „gefangen“ bleiben und Geld von den anderen Kandidaten „stehlen“. Sie können die Show nicht verlassen, bis sie das Recht dazu in der Spielshow gewinnen. In der ersten Runde, in der am meisten Geld zu gewinnen ist, starten alle Kandidaten mit der

gleichen Summe. Wenn ein Kandidat eine Frage richtig beantwortet, stiehlt er Geld von seinen Konkurrenten. Die Kandidaten erhalten außerdem die Chance, die „Gefangenschaft“ zu verlassen und das gewonnene Geld mitzunehmen, oder sie spielen die nächste Runde weiter. Am Ende sind noch zwei Kandidaten übrig, die um das gesamte Geld spielen.

Irland

- **The Selection Box** (Network 2)

The Selection Box ist eine Casting Show, in der der Gewinner oder die Gewinnerin einen Job als Moderator/-in einer TV-Show gewinnen kann. Die Auswahl erfolgt aufgrund verschiedener Wettbewerbe durch eine Jury.

Niederlande

- **Heart Beat**

Ist im Prinzip eine Quizshow, aber mit zusätzlichem Spielcharakter: Die Kandidaten müssen in einer abgeschirmten Box sitzen und dort Fragen beantworten. Als Hilfe können sie Leute anrufen. Die Zeit hängt davon ab, wie schnell ihr Herz schlägt, so dass sie möglichst ruhig bleiben müssen.

- **Masterplan**

In *Masterplan* übergeben zwei Kandidaten einem „Master“ völlige Kontrolle über ihr Leben und werden dann rund um die Uhr von Kameras begleitet. Der „Master“, der anonym bleibt, entwickelt einen „Masterplan“, den die Kandidaten befolgen müssen. Dieser kann zum Beispiel auch Charaktertests enthalten. Die Kandidaten bekommen die Anweisungen per SMS, während sie versuchen, ihrem normalen Leben so weit wie möglich weiter nachzugehen. Sie können den „Master“ um Hilfe fragen, der ihnen jedoch nicht helfen muss. Einmal im Monat bewerben sich neue Kandidaten, die dann vom „Master“ und von den Zuschauern ausgewählt werden können.

- **Blind Faith**

Drei Paare werden für 16 Tage getrennt. Die Männer wohnen mit sechs wunderschönen Frauen zusammen, die Frauen mit sechs gut aussehenden Männern. Die je sechs Vertreter des anderen Geschlechts gehören zum Team und versuchen alles, um die Treue der Kandidaten zu testen. Jeden Abend werden dem Partner zusammengeschnittene Szenen gezeigt, teilweise auch aus dem Kontext genommen, die die Partnerschaft auf die Probe stellen.

Andere Länder: Argentinien, Spanien, Portugal

- **Now or Neverland**

Show, in der Teams zu je sechs Personen, die sich bereits kennen, in verschiedenen Mutproben gegeneinander antreten. Jedes Teammitglied muss die *Fear Factor*-ähnliche Aufgabe erledigen, sonst bekommt das Team für diese Aufgabe kein Geld. Derjenige, der die Aufgabe nicht erledigt hat, muss außerdem das Team verlassen.

Andere Länder: Belgien

Südkorea

- **Tim's World** (MTV Korea)

<http://www.koreaheute.de/gesell/0503/Gesell11-09.htm>

Ein 18-jähriger angehender Sänger-Star wird mit der Kamera begleitet, z.B. bei der Produktion seines ersten Albums

Österreich

- **Taxi Orange**

In *Taxi Orange* ging es um junge Leute, die gemeinsam 75 Tage lang ein kleines Unternehmen führen mussten. Den Lebensunterhalt mussten sich die Insassen des Kutscherhofs, in dem sie wie in *Big Brother* ständig von Kameras überwacht wurden, mit Taxifahren verdienen. Die *Taxi Orange*-Lenker hatten einen Crash-Kurs von der Wiener Taxiinnung bekommen. Die Männer und Frauen mussten mit vier orangefarbenen Taxis quer durch Wien kurven – immer auf der Suche nach Passagieren – und so ihren Lebensunterhalt im Schichtdienst verdienen. Über das Internet konnte man den aktuellen Standort der orangefarbenen Taxis verfolgen. So sah man, wo welches Taxi gerade herumkurvte, und konnte es mit Körpereinsatz stoppen – oder über eine SMS-Nummer. Die Fahrgäste in den orangefarbenen Droschken, einzige Kontakte der Kandidaten zur Außenwelt, werden selbstverständlich ebenfalls gefilmt. Die Kandidaten mussten vom Betrag, der am Ende eines Tages am Taxameter steht, leben. In jedem Taxi war ein Redakteur mit an Bord, der auch die Kontrolle der drei bis vier Kameras im Wageninneren hatte. Ein Teil der Taxifahrgäste bestand aus Komparsen, andere waren werbewirksam platzierte Halb- bis Dreiviertelstars. Jede Woche musste ein Teilnehmer die Wohngemeinschaft und das Haus verlassen. Der Wochensieger musste einen Mitbewohner nennen, der das Haus zu verlassen hat. Finale der ersten TXO-Staffel am 30. November 2000: 80 Prozent der 12- bis 29-jährigen Zuschauer verfolgten das Finale im Wiener Kutscherhof. Der Sieger wurde unter den drei letzten Verbliebenen von den Zuschauern bestimmt. Wer zum Schluss übrig blieb, kassierte die Siegesprämie in der Höhe von einer Million Schilling.

- **Tausche Familie** (ATVplus)

Show, die ähnlich wie *Frauentausch* funktioniert, nur dass hier neben den Müttern der jeweiligen Familie auch Väter, ein oder mehrere Kinder getauscht werden. Konnte in Österreich in der Zielgruppe der 12- bis 49-Jährigen einen Marktanteil von 9,8 Prozent erreichen. Bei den 12- bis 29-Jährigen lagen die Werte bei 16,6 Prozent.

Italien

- **Ciao Darwin** (Canale 5)

Zwei Teams, die sich immer in einer wichtigen Eigenarten unterscheiden (Blonde vs. Brünette, Männer vs. Frauen) müssen aus je 50 Personen unter der Führung von jeweils einem Prominenten verschiedene Aufgaben vor einem Studiopublikum lösen. bis eins der beiden Teams gewonnen hat.

- **Nobody's Perfect** (Italia 1)

Reality Show, in der die schlechten Eigenschaften von Liebsten, Freunden und Verwandten enthüllt werden. Mit versteckten Kameras werden Leute gefilmt und dann im Studio mit ihren „Macken“ konfrontiert.

Portugal

- **O Bar da TV**

Die Kandidaten leben in einem Apartment, das rund um die Uhr von Kameras überwacht wird. Nebenan ist eine Bar, die die einzige Quelle ihres Einkommens ist. Vier Tage pro Woche ist die Bar für die Öffentlichkeit zugänglich. Die Kandidaten werden durch die Fernzuschauer nach und nach rausgewählt, bis nur noch einer übrig bleibt, der das Preisgeld einstreichen kann.

Kanada

- **Hooked Up** (Craig Media Network)

Dating Show,, in der 10 Frauen und 10 Männer sich zusammen auf einen Abenteuer-Tripp in die Rocky Mountains begeben, um dort den perfekten Partner zu finden. Der Hauptaspekt der Sendung liegt auf den Dating- und Romantikakzenten, wie z.B. Abende zu zweit in idyllischen Berglandschaften.

Australien

- **Search for a Supermodel**

<http://www1.searchforasupermodel.com.au/>

Casting Show, in der jeweils ein weibliches und ein männliches australisches Top-Model gesucht wird. Aus jedem Bundesstaat werden von einer Jury fünf Kandidaten ausgesucht, die sich dann zusammen in ein Modelcamp begeben, um die Tricks des Model-Geschäfts zu erlernen. Von den 25 nehmen dann zwölf am Finale teil. Die Gewinner erhalten einen Modelvertrag. Bisher drei Staffeln.

- **Race Around Oz**

Sechs Kandidaten haben 65 Tage Zeit, um einmal allein um Australien zu reisen. Ihre wichtigste Aufgabe ist es, alle zehn Tage Videomaterial und Schnittvorgaben einzureichen, aus denen dann ein kurzer Dokumentarfilm erstellt wird, der von einer Jury bewertet wird. Die gesammelten Punkte werden nach sechs Einsendungen gezählt und ein Sieger gekürt. Neben der Jury wählen auch die Zuschauer per Internet und Telefon ihren Favoriten.

- **Home Truths (ABC)**

1997

Doku-Soap, in der Familien in enger Absprache mit den Produzenten Videos über ihr alltägliches Leben drehen.

- **The Hothouse (Ten)**

<http://www.thehothouse.tv/>

Februar 2004

14 Paare konstruieren eine luxuriöse, am Meer gelegene Villa und richten diese ein. Dabei stehen ihnen Experten mit Rat und Tat zur Seite. Jede Woche entscheiden die Teams darüber, welches Paar die Show verlassen muss. Wenn nur noch zwei Paare übrig sind, stimmen die Zuschauer darüber ab, welches Team 2 Millionen \$ erhält.

Frankreich

- **Star for a Night (TF 1, entwickelt in England)**

Casting Show, die neue Gesangstalente sucht. Dazu werden landesweite Vorsingen abgehalten. Die Gewinner werden dann bei der Arbeit oder zu Hause überrascht, um ihnen zu sagen, dass sie an der Show teilnehmen können. In der Studioshow treten sie dann vor

einer Jury auf, die ihre Fähigkeiten beurteilt. Die Sendung zielt auch darauf, eventuell einen Kandidaten oder eine Kandidatin für den Grand Prix zu finden.

Andere Länder: Dänemark (DR1); Polen (TVN)

- **My Dear Friends** (TV1, entwickelt in Italien)

Fünf Prominente leben zusammen für einige Zeit in einem von Kameras überwachten Haus. Sie müssen durch Teamwork bestehen und zum Beispiel sich gemeinsam ums tägliche Essen kämpfen. Damit keine Langeweile aufkommt, kommen Überraschungsgäste in das Haus oder es werden provokative Fragen an die Prominenten gestellt.

Andere Länder: Belgien (VT4); Niederlande (SBS)

- **Just Like Sisters** (TF1, entwickelt in Italien)

Show, in der sich alles um die Mutter-Tochter-Beziehungen dreht. 12 Teams, bestehend aus jeweils einer Mutter und einer Tochter, treten in verschiedenen Wettbewerben gegeneinander an. Teilweise werden sie von prominenten Mutter- und Tochterpaaren unterstützt, die auch an den Wettbewerben teilnehmen oder Anekdoten aus ihrer Mutter-Tochter-Beziehung erzählen. Die Zuschauer wählen die Gewinner der jeweiligen Wettbewerbe, die zum Beispiel in einer Haute Couture Show oder in Tanzwettbewerben mit jeweils der Musik der anderen Generation bestehen.

Spanien

- **The Ugly Duckling** (Antena 3)

Show, in der die Teilnehmer umgestylt werden und dabei ein möglichst großer Kontrast erzeugt werden soll.