universität wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Subjektivierungsstrategien des Fernsehens. Die Darstellung der Frau am Beispiel des Reality-Formats „We are Family! So lebt Deutschland“

Verfasserin

Ann Kathrin Hermes

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:	A 300
Studienrichtung lt. Studienblatt:	Politikwissenschaft
Betreuer:	Univ.-Prof. Dr. Frank Stern

Gewidmet meinen Großeltern,
Gertrud und Theodor Hermes

Danksagung

Mit der Vollendung meiner Diplomarbeit ist es mir ein Bedürfnis einigen Menschen meinen Dank auszusprechen.

In erster Linie möchte ich mich bei meiner Familie bedanken, die mich meine ganze Studienzeit durch unterstützt hat und immer hinter mir stand.
Besonderes danken möchte ich meinem Bruder. Ohne seine Hilfe wäre diese Diplomarbeit wohl nicht die, die sie nun geworden ist.

Zudem bin ich meinen Freundinnen und Freunden zu Dank verpflichtet. Ihre motivierenden Worte und Taten habe ich in dieser besonderen Zeit sehr zu schätzen gewusst.

Ganz besonderer Dank gebührt zu dem meinen Interviewpartnern Alexander Kissler, Karl-Heinz Angsten sowie Rüdiger Kasten. Ihre Bereitschaft mir Rede und Antwort zu stehen, trieb mich an hartnäckig und neugierig zu bleiben. Vielen Dank.

Speziell möchte ich mich bei meinem Betreuer Dr. Frank Stern bedanken, der mir wertvolle Denkanstöße und Ratschläge gab.

Abschließen möchte ich mit den Worten Hannah Arendts. Eine Frau, die ich sehr schätze und ohne die mein Interesse für die Politikwissenschaft wohl nie so groß gewesen wäre.
„Was den Menschen zu einem politischen Wesen macht, ist, seine Fähigkeit zu handeln; sie befähigt ihn, sich mit seinesgleichen zusammenzutun, gemeinsame Sache mit ihnen zu machen, sich Ziele zu setzen und Unternehmungen zuzuwenden, die ihm nie in den Sinn hätten kommen können, wäre ihm nicht diese Gabe zuteil geworden: etwas Neues zu beginnen.“

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis 3
1. Einleitung 6
2. Cultural Studies 8
2.1 Strukturalistisch-semiologischer Ansatz von de Saussure bis Barthes 9
2.1.1 Roland Barthes - die Vielfältigkeit des Lesens 11
2.2 Ideologiekritische Ansätze 13
2.2.1 Louis Althusser 14
2.2.2 Medien als ISA 15
2.2.3 Stuart Hall Kodieren/Dekodieren 17
2.3 Poststrukturalismus und Dekonstruktion 18
2.3.1 Michel Foucault 19
2.4 Populärkultur - John Fiske 21
2.4.1 Warum John Fiske? 22
2.4.2 Richard Johnson 24
2.5 Paul du Gay et al.- Die Weiterentwicklung des Kulturkreislaufmodells 25
2.6 Feminismus in den Cultural Studies & in der Filmtheorie 27
2.6.1 Der Weg in die Re-Traditionalisierung? 32
2.6.2 Die Rolle der Frau in der neoliberalen Welt - eine neoliberale Domestizierung? 32
2.6.3 Re-Traditionalisierung: Auswirkung auf das Fernsehen 35
3. Subjektivität 38
3.1 Subjekt- und Identitätsformen in den Medien 39
3.1.1 Medienwissenschaftlicher Aspekt der Identitätsentwicklung 41
3.1.2 Identitätsentwicklung in Reality-Formaten: Die Inszenierung des Privaten 42
4. Formen des „Reality-Fernsehens“: Begriffsdifferenzierung 44
4.1 „Real-Life-Soap“ 45
4.2 Doku-Soap 47
4.3 Reality-Soap 49
4.3.1 Sonderfall der Reality-Soap: „making-over“- Formate 50
4.4 Scripted-documentary: „Man kann alles scripten außer news“ 51
4.5 Kamera & Voice-Over: die Stimme der Wahrheit 53
5. „We are family! So lebt Deutschland“ 55
5.1 Produktionsbedingungen 57
5.2 Zielgruppe 58
Filme wie auch Fernsehsendungen richten sich immer an ein Publikum 58
6. „Unterschichtenfernsehen“ – Ein Einblick in die Diskussion 60
7. „Armut ist eine Schande“ – das „richtige“ und das „falsche“ Subjekt 62
8. Die Schwierigkeit der Materialbeschaffung - zur Auswahl der Untersuchungsbeispiele 64
9. Körper 65
10. Überlegungen zur Analyse 70
10.1 Forschungsfragen 72
11. „We are Family! So lebt Deutschland: Raus aus dem Ghetto“ Staffel 4 Folge 34 72
11.1 Inhalt: 72
11.2 Analyse 76
11.2.1 Zerrbild Armut 79
11.2.2 Carearbeit 80
12. „We are Family! So lebt Deutschland: Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere“ Staffel 4 Folge 58 83

12.1 Inhalt: 83
12.2 Analyse 87
13. „We are family! So lebt Deutschland: Wir sind zu dick“ Staffel 4 Folge 89 92
13.1 Inhalt: 92
13.2 Analyse 95
13.2.1 Die Blicke der anderen 100
14. Anders sehen – die andere Leseweise 104
15. Conclusio 106
16. Literaturverzeichnis 107
16.1 Print 110
16.2 Online 110
17. Anhang 111
17.1 Dr. Alexander Kissler im Interview 111
17.2 Karl-Heinz Angsten im Interview 116
17.3 Rüdiger Kasten im Interview 119
17.4 Transkriptionen 124
17.4.1 „We are Family! So lebt Deutschland: Raus aus dem Ghetto“ Staffel 4 Folge 34 Intro: 124
Die Familie und ihre Geschichte werden vorgestellt 41 sec 124
17.4.2 „We are Family! So lebt Deutschland: Raus aus dem Ghetto“ Staffel 4 Folge 34 „Schicksal“: 125
17.4.3 „We are Family! So lebt Deutschland: Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere“ Staffel 4 Folge 58„Abnehmen“ 130
17.4.5 „We are Family! So lebt Deutschland: Wir sind zu dick“ Staffel 4 Folge 89 „Intro“ 132
17.4.6 „We are family! So lebt Deutschland: Wir sind zu dick“ Staffel 4 Folge 89 „Mittagessen“ 134
17.4.7 „We are family! So lebt Deutschland: Wir sind zu dick“ Staffel 4 Folge 89 „Einkaufen“ 140
17.5 Mail 143
17.5.1 Mail maxdome 143
17.5.2 Mail Janus-TV 144

1. Einleitung

Man wird nicht als Frau geboren,
man wird dazu gemacht.

Diese oft zitierte Kurzform Simone de Beauvoirs zentraler These, ist Ausgangspunkt der Überlegungen, die dieser Diplomarbeit vorausgingen.

Auch das Fernsehen macht Frauen.
Da in den gegenwärtigen medialisierten Gesellschaften Medien eine zentrale Rolle dafür spielen, welche Subjektformen sozial akzeptiert werden, erscheint es mir sinnvoll, wenn die mediale Repräsentation als auch der Umgang mit Medien als „doing subjects" verstanden wird.
„Doing Subjects" insofern, als dass bestimme Diskurse Normen und Praktiken vermitteln, die bestimmte Körper und Menschen hervorbringen.
Die vorliegende Arbeit soll die Macht- und Gewaltmechanismen aufzeigen, mit denen Subjektmodelle, Modelle von Frauen, konstruiert und manifestiert werden. Es soll herausgearbeitet werden, welche Norm- und Moralvorstellungen dominieren und das Bild der Frau formen.

Hierzu ist es meiner Meinung nach eine kritische Produkt- als auch Inhaltsanalyse der jeweiligen Sendungen angebracht. Es ist meiner Ansicht nach wichtig, dass bei einer kritischen Analyse der medialen Repräsentation die verwendeten symbolischen Formen, mit denen Bedeutungen konstruiert werden, genauer zu analysieren, das heißt Codes zu entschlüsseln und zu hinterfragen. Dabei sollte man gleichzeitig auch den Diskurs aufdecken in dem und durch den diese jeweiligen Bedeutungen zustande kommen.
Diese Präsentation der Subjektformen ist insofern interessant, als dass ein jeweils vorherrschendes System der Sichtbarkeit mit den jeweiligen gesellschaftlichen Macht- und Herrschaftsverhältnissen verknüpft ist. Oder anders: Wie es diese Verhältnisse aufrechterhält.
Als einen konzeptionellen Rahmen mit dem es möglich ist den Umgang mit Medien als Subjektivierungspraktiken zu verstehen, sehe ich die Cultural Studies. Sie fungieren als eine Forschungsmethode, die davon ausgehen, dass es historisch spezifische Formen der Subjektivität gibt und diese Subjektivität ein Produkt soziokultureller Bedingungen und

Praktiken ist. Die Entwicklung der Cultural Studies werde ich einführend nachzeichnen und dabei den Fokus auf die Begrifflichkeiten „Macht“, „Medien“, „Subjekt“ legen.
Das zu untersuchende Produkt ist die Reality-Sendung „We are Family! So lebt Deutschland“.
Die 2005 erstmals ausgestrahlte Sendung erhebt den Anspruch „reale“ Familien, „reale“ Geschichten zu zeigen. Es ist jene Tatsache, die eine Untersuchung des Formats interessant macht. Es gilt der Frage nachzugehen: Was sind reale Frauen? Wie werden sie dargestellt? Welches Bild der Realität wird den ZuschauerInnen so erfolgreich all nachmittäglich vorgeführt?

Um jene Fragen beantworten zu können, erscheint es mir notwendig, eine Definition des Begriffs „Reality-TV“ zu entwickeln. Im Anschluss daran gehe ich näher auf das Format „We are Family! So lebt Deutschland“ ein, indem ich die Produktionsbedingungen, als auch die vermeintliche Zielgruppe aufzeige.
Der zweite Teil dieser Diplomarbeit konzentriert sich auf die Fernsehanalyse.
Hierzu werden drei Folgen der vierten Staffel „We are Family! So lebt Deutschland“ mit dem Fokus auf die Darstellung der Frau, analysiert.
Der Analyse hilfreich sind zudem drei durchgeführte „Experteninterviews“.
Der Kulturjournalist Alexander Kissler, der Formatentwickler Karl-Heinz Angsten, wie auch der ehemalige „We are Family!“-Protagonist Rüdiger Kasten, halfen mit ihren Antworten die Sendung „We are Family! So lebt Deutschland“ zu verstehen.

Abschließen werde ich meine Arbeit mit einem fragmentarischen Konzept hinsichtlich einer „anderen Betrachtungsweise“. Dieses Konzept, angelehnt an den britischen Medien- und Kulturwissenschaftler John Fiske, soll verdeutlichen, dass die medial repräsentierte Ideologie enttarnt werden kann und die bewegten Bilder anders betrachtet und verstanden werden können.

2. Cultural Studies

Den theoretischen Rahmen der vorliegenden Diplomarbeit bilden die Cultural Studies.
In Bezug auf meine Kernthese, dass die Repräsentation als auch der Umgang mit Medien, als „doing subjects“ verstanden werden kann, erscheint mir die Wahl der Cultural Studies passend, bilden sie doch einen konzeptionellen Rahmen, in dem es möglich ist, den Umgang mit Medien, sowohl aktiv als auch passiv, als Subjektivierungspraktiken zu verstehen.

Da es sich um eine politikwissenschaftliche Arbeit mit einem kulturwissenschaftlichen Ausgangspunkt handelt, erscheint es mir sinnvoll und notwendig den Begriff der Cultural Studies näher zu betrachten und seine Entwicklung nachzuzeichnen.

Den Begriff in wenigen Worten zusammenzufassen ist nicht allzu einfach; ist „Kultur“ doch ein sehr weit gefasster Terminus und je nach eingenommener Perspektive anders zu definieren.
Auch Stuart Hall, britischer Soziologe und Mitbegründer der Cultural Studies stellt fest, dass

> *„Cultural Studies nichts einheitliches [sind], sie waren nie einheitlich.“*[1]

Nicht allein die Weitläufigkeit des Kulturbegriffs, auch die durch historische Bedingungen hervorgerufene Wandelbarkeit, stellt ein Problem dar, wenn es um eine eindeutige Definition geht.

Das scheinbare Manko der Definitionsschwierigkeit kann jedoch auch positiv gedeutet werden; so kann mit Hilfe der Cultural Studies eine große Bandbreite an verschiedensten Fragestellungen untersucht werden. So lässt sich auch der Boom deuten, der heutzutage von den Cultural Studies ausgeht. In der deutschsprachigen Wissenschaftslandschaft noch relativ neu, gehen die Anfänge der Cultural Studies auf den britischen Literaturwissenschaftler Raymond Williams zurück und finden ihren Ursprung in Großbritannien.

[1] Hall, Stuart: Das Aufbegehren der Cultural Studies und die Krise der Geisteswissenschaften. In: Hepp, Andreas: Die Cultural Studies Kontroverse. Lüneburg, 2003. S. 33.

In den 1950er Jahren entwickelte Raymond Williams eine Konzeption von Kultur als einen gesellschaftlichen Prozess, der einen gemeinsam erschafften Bedeutungspool zur Folge hat.[2]

> *„Williams gelang es aufzuzeigen, dass (sic!) die kulturellen Lebensverhältnisse der Menschen untrennbar mit ihrer gelebten alltäglichen Praxis verwoben sind.“*[3]

Kultur ist demnach „Alltagskultur“; ein elitärer Anspruch wird damit abgelehnt. Kultur durchzieht damit sämtliche soziale Praktiken und ist gleichzeitig auch das Ergebnis jener Praktiken. Um dem Wesen der Kultur nachzugehen bzw. die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Kultur, die Kulturtheorie zu definieren, gilt es zu erforschen, wie jeweilige gesellschaftliche Praktiken unter spezifischen historischen Bedingungen gelebt und erfahren werden. Die Forschung findet in dem Spannungsfeld von „Kultur“, „Macht“ und „Identität“ statt.[4] Der doppeldeutige Charakter der Cultural Studies, auf der einen Seite ein kulturalistischer, auf der anderen Seite ein strukturalistischer, bietet einen möglichen Zugang zur Kultur.

2.1 Strukturalistisch-semiologischer Ansatz von de Saussure bis Barthes

Der bereits erwähnte Strukturalismus ist ein wesentliches Paradigma, welches zur Entwicklung der Cultural Studies beigetragen hat. Im Unterschied zum anderen Paradigma, dem viel kritisiertem Kulturalismus[5], geht es weniger um die Frage, wie der Alltag erlebt wird bzw. was in der gesamten Lebensweise persönlich für wichtig erachtet wird, sondern vielmehr um die sachliche Aufdeckung von scheinbar universalen Denkprinzipien bzw. Denkstrukturen. „Während im „Kulturalismus“ Erfahrung das Fundament- der Bereich des „Gelebten“ war, auf dem sich das Bewußtsein (sic!) und die Bedingungen überschneiden, betonte der Strukturalismus, dass (sic!) „Erfahrung“ per definitionem nicht das Fundament von irgendetwas sein

[2] Vgl. Williams, Raymond: Schlußbetrachtung zu *Culture an Society 1780-1950*. In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999. S. 74.
[3] Ebd. 57.
[4] Marchart, Oliver: Cultural Studies. Konstanz, 2008. S. 34.
[5] Die Kritik äußerte sich dahingehend, als dass behauptet wurde, dass Machtverhältnisse im Kulturalismus nicht aufgezeigt werden könnten, da die Gefühlsstruktur der Menschen hierfür ein ungeeignetes Mittel darstelle.

könne, weil man seine Existenzbedingungen nur in und durch die Kategorien, Klassifikationen und Rahmen der Kultur „leben“ und erfahren könne. Diese Kategorien entstehen nicht aus und basieren nicht auf Erfahrung: eher ist die Erfahrung ihr „Effekt“.[6]

Ferdinand de Saussure, Schweizer Sprachwissenschaftler, entwickelte hierzu ein Konzept von Sprache, welches Sprache als ein autonom organisiertes System von Zeichen begreift. Für die Cultural Studies, wie auch für weitere sozialwissenschaftliche und philosophische Theorien ist der Strukturalismus insofern interessant, als das er den Ausgangspunkt für verschiedenste Ordnungskonzeptionen bildet. So ist beispielsweise Foucaults Theorie der „Dispositive der Macht“ aus einer „genealogischen“ und „archäologischen“ Analyse des Strukturellen und der Regeln[7] in diskursiven Ordnungen entstanden.

> „*A science that studies the life of signs within society is conceivable; it would be part of social psychology and consequently of general psychology; I shall call it semiology (from Greek semeion, ‚sign’). Semiology would show what constitutes signs, what laws govern them. Since the science does not yet exist, no one can say what it would be; but it has a right to existence, a place staked out in advance. Linguistics is only a part of the general science of semiology; the laws discovered by semiology will be applicable to linguistics, and the latter will circumscribe a well-defined area within the mass of anthropological facts*”[8]

Grundlegendes Ziel de Saussures war die innere Gesetzmäßigkeit der Sprache als ein System zu untersuchen, dieses System definiert er als „langue“[9]. Für de Saussure ist das

[6] Hall, Stuart : Die zwei Paradigmen der Cultural Studies. In: Hörning, Karl H.; W, Rainer (Hrsg.): Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung.Frankfurt am Main, 1999. S. 30.
[7] Vgl. U.a. Foucault, Michel: Dits et Ecrits. Schriften , Band I, 1954-1969. Frankfurt am Main, 2001. S. 869 f.
[8] Ferdinand de Saussure zitiert nach Peter Wollen in: Wollen, Peter: Signs and meaning in the cinema. London, 1998. S. 79.
[9] Stam, Robert; Burgoyne, Robert; Flitterman-Lewis, Sandy: New Vocabularies in Film Semiotics. Structuralism, Poststructuralism and beyond. London, 2000. S. 8.

System der Sprache, welches sich aus Zeichen zusammensetzt auch Ausgangspunkt von Ideen - Zeichen drücken Ideen aus.
Christian Metz' Versuch den Semiologie- Anstaz de Saussures auf das Medium Film zu übertragen muss mit Vorsicht betrachtet werden. Die Gefahr besteht dahingehend, dass wenn von solch einem umfassenden Anspruch ausgegangen wird, der Text an sich zu weit in den Vordergrund gestellt wird und somit den Blick auf wesentliche Aspekte verdeckt wird. Grundlegende Aspekte sind meiner Ansicht nach sowohl produktionsrelevante Elemente, als auch der sozialhistorische Kontext, in dem der Film agiert. Jene Aspekte werden in den Überlegungen Paul du Gays und Richard Johnson, auf die ich später eingehen werde, berücksichtigt.

In der Folge übernahm Claude Lévi-Strauss, französischer Ethnologe, die Idee der Sprache als System und wendete diesen Gedanken auf die Analyse der Gesellschaft an. Gesellschaftliche Strukturen, in Folge auch die Kultur, sollten so untersucht werden, als seien sie wie Sprache aufgebaut und gegliedert.

> *„According to Lévi-Strauss, myths, rituals, and even aspects of social organization, such as kinship systems, can be understood to be like language."*[10]

Levi-Strauss vertrat die Überzeugung, dass auch die unterschiedlichsten Kulturen, universalen Denkprinzipien und Strukturen unterlegen waren. Im Fokus seiner Forschung stand die Analyse von Mythen und Verwandtschaftsbeziehungen. Die Analyse jener Mythen solle dazu dienen die, „innere Ordnung" einer Gesellschaft hervorzubringen.

2.1.1 Roland Barthes - die Vielfältigkeit des Lesens

Für den strukturalistisch-semiologischen Ansatz der Cultural Studies spielt Roland Barthes eine wichtige Rolle.

[10] Mascia-Lees, Frances E.; Johnson Black, Nancy: Gender and anthropology. Prospects Heights, 2000. S. 69.

Die vorhergegangenen Überlegungen de Saussures und Levi-Strauss' greift Barthes auf und führt den Grundgedanken der sozialen Welt als ein System von Zeichen weiter aus. Barthes geht es weniger um den Autor[11], als vielmehr um die RezipientInnen als Quelle von Bedeutungszuweisungen. Mediale Texte lesen, d.h. sie zu „codieren" und „decodieren", geschieht nicht in einem strukturfreien Raum. Ideologische wie auch mythologische Strukturen, die einem gesellschaftlichem Diskurs inhärent sind, beeinflussen die Kommunikation bzw. das Lesen.

> *„Gerade Medienereignisse bieten sich an, als soziale Texte interpretiert zu werden. Der wachsende mediale Einfluss auf soziale Situationen und auf die damit bewusst oder unbewusst verbundene Symbolisierungen bietet ein zusätzliches Argument für eine Rezeption, welche die Codes, Mythen und Interpretationsangebote des Sozialen hervorhebt."* [12]

Wie auch der Text an sich, so sind die RezipientInnen nicht frei von Strukturen. Vielfältige Lesarten ergeben sich aus der Vielfältigkeit der RezipientInnen. So haben beispielsweise Variablen wie Geschlecht, Bildung, ethnische Zugehörigkeit etc. einen Einfluss auf die jeweilige, individuelle Lesart. Jeder Rezipient, jede Rezipientin liest anhand von verschiedenen Codes, die im Laufe der Zeit auch erlernt werden können und mit bisherigen Erfahrung verknüpft werden.

> *„[Ein] Text besteht aus vielfachen, mehreren Kulturen entstammenden Schreibweisen, die untereinander im Dialog, eine Parodie, ein Gefecht eintreten; nun gibt es aber einen Ort, an dem sich die Vielfalt sammelt und dieser Ort ist nicht, wie bisher gesagt wurde, der Autor, sondern der Leser (…)"*[13]

[11]Roland Barthes spricht in seinen Aufsatz vom "Tod des Autors", da alle Bedeutungszuweisungen von den RezipientInnen ausgehen sollen. Vgl. Barthes, Roland: Der Tod des Autors. In: Jannidis, Fotis (Hrsg.): Texte zur Theorie der Autorschaft. Stuttgart, 2000. S. 185-193.
[12]Moser, Heinz: Bedürfnisse, soziale Texte und die Cultural Studies. In: MedienPädagogik 2, Online-Zeitschrift, 2003. www.medienpaed.com/03-2/moser03-2.pdf .S. 18.
[13] Barthes, Roland: Das Rauschen der Sprache. Frankfurt am Main, 1984. S.62f.

Die Idee der zahlreichen möglichen Lesarten, die auch später von John Fiske aufgenommen und weiterentwickelt wurde, lässt sich mit dem Begriff der *Polysemie*. Ein Text[14] stellt lediglich den Ausgangspunkt vieler weiterer Interpretationsformen dar, wobei:

> *„ einen Text interpretieren heißt nicht, ihm einen […] Sinn geben, vielmehr abschätzen, aus welchen Pluralen er gebildet ist.“*[15]

Mit der Ausarbeitung der verschiedenen Pluralen, wie es Barthes nennt, weist er zudem auch auf die Tatsache hin, dass Bedeutungen nicht stabil sind. Sie sind wandelbar und gesellschaftliche Konstrukte.
Produkte jener gesellschaftlichen Interpretationsformen, können auch dominante Lesemuster sein -

> *„(…) wir sprechen von „dominant“, weil es ein Muster „bevorzugter Lesearten“ gibt; und diesen ist die institutionelle, politische und ideologische Ordnung eingeschrieben, und sie sind selbst schon institutionalisiert worden.“*[16]

Bedingt dadurch, sind Texte auch immer Träger einer Ideologie. Barthes' Semiologie kann im nächsten Schritt als eine Ideologiekritik gelesen werden.

2.2 Ideologiekritische Ansätze

Stand die Ideologiekritische Leseweise Barthes' noch im Zeichen des Strukturalismus bzw. Poststrukturalismus, so wurde der marxistische Ideologiebegriff im Laufe der Entwicklung der Cultural Studies immer bedeutsamer.

[14] Wenn von Text gesprochen wird, gehe ich von einem weitgefassten Textbegriff aus; so handelt es sich hierbei nicht allein um literarische Werke, sondern auch um filmische Texte, um kulturelle, soziale oder mediale Texte.
[15] Barthes, Roland: S-Z. Frankfurt am Main, 1976. S. 9.
[16] Hall, Stuart: Kodieren/ Dekodieren.. In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999. S. 103.

Auch für die vorliegende Arbeit ist ein ideologiekritischer Ansatz von Relevanz.

> *„ […]* ***every cultural artefact*** *- book, movie, music video, song, billboard, joke, slang term, earring, etc.- is an expression of the culture that produces it. Every cultural artefact is thus a* ***text*** *that conveys information, carrying the ideological messages of both its authors and the culture that produced it."*[17]

Es gilt, die Ideologie sichtbar zu machen. „Cultural artifacts" sind bedeutungsgeladene Arenen, in denen Macht gleichzeitig produziert, als auch umkämpft wird. Dieser Kampf um die Macht von Bedeutungen ist gleichzeitig auch ein Kampf um die Subjektivität. Das Subjekt, auf das im Folgenden noch näher eingegangen werden soll, ist ein kontingentes Produkt sozio-kultureller Bedingungen und Praktiken. Subjektivität ist somit nicht als eine gegebene Wesenheit anzusehen, sondern als ein Produkt gesellschaftlicher Praktiken und Bedeutungsschemata, die einem ständigen Kampf ausgesetzt sind.
Im Licht der marxistischen bzw. postmarxistischen Einflüsse auf die Cultural Studies wird dabei die subjektivitätsstiftende Rolle der Ideologie betont.

2.2.1 Louis Althusser

Insbesondere Louis Althusser, französischer Philosoph, beeinflusst unter anderem von Lacan, Spinoza und Gramsci, sprach der Ideologie eine wesentliche Rolle bei der Subjektkonstruktion zu. Die eigentliche Aufgabe der Ideologie sei es, Individuen als Subjekte zu konstituieren. Althusser sprach hierbei von einer „Anrufung", „Interpellation". Zugleich ist die Ideologie aber auch auf die Konstitution durch das Subjekt angewiesen- Althusser beschreibt dies als eine doppelte Konstituierung.

[17]Benshoff, Harry M.; Griffin, Sean: America on film. Representing Race, Class, Gender and Sexuality at the movies. Malden, 2004. S. 15. Hervorhebung durch die Autoren

„Es gibt Ideologie nur durch das Subjekt und für Subjekte.“[18]

Die Ausbildung der unterschiedlichen Gruppen und damit der unterschiedlichen Subjekte für den gesellschaftlichen Produktionsprozess ist damit eine ideologische Unterwerfung der Subjekte unter die herrschende Klassenordnung vermittels der Ideologie und Politik.

Louis Althusser unterscheidet zwischen zwei Staatsapparaten. Dem repressiven und den ideologischen (RSA und ISA) Staatsapparaten. Bei dem repressiven Staatsapparat handelt es sich um „den“ Staatsapparat im Singular. Er übernimmt die repressive Funktion und lässt sich in den Institutionen Regierung, Polizei, Militär, (Straf-) Justiz wiederfinden. Der zweite, ideologische Staatsapparat ist von einer vielfältigeren Natur. Institutionen wie Familie, Schule, Kirche aber auch die Medien übernehmen eine ideologische bzw. ideologisierende Funktion.[19]

Louis Althusser plädiert dafür, das Marx’sche Werk neu zu lesen, sodass „verschwiegene Untersuchungsobjekte wie Kultur, Sprache, Ideologie, aufgegriffen und diskutiert werden können -

„Indem wir genau die Punkte bestimmen, an denen die Strenge des Marx’schen Diskurses nachlässt, entdecken wir diese Strenge wieder: Sie selbst ist es, die uns auf das Nachlassen hinweist. Wir aber tun nichts anderes, als Marx in den Augenblicken seines vorläufigen Schweigens zu dem ihm eigenen Sprechen zu bringen.“[20]

2.2.2 Medien als ISA

[18] Althusser, Louis: Ideologie und ideologische Staatsapparate. Hamburg, 1977. S. 140.
[19] Vgl. ebd. S. 119 ff.
[20] Althusser, Louis. Zitiert nach: von Brauk, Stefan: Zur Staats- und Ideologietheorie im strukturalistischen Marxismus. Dissertation, Universität Göttingen, 2002. S. 6.

Der vorhergegangene Gedanke, dass auch Medien zu den sog. „ideologischen Staatsapparaten“ zählen, soll hier nochmals kurz aufgegriffen und weitergedacht werden.
Folgt man den Überlegungen des französischen Philosophen Althusser, so kann auch das Fernsehen unter die ISAs fallen. Die ZuschauerInnen werden mit dem Konsum des Fernsehprogramms in Beziehung zu einer dominanten Ideologie gesetzt. Wie bereits Stuart Hall herausgearbeitet hat, gibt es auch eine „bevorzugte Leseart“, die durch den ideologischen Apparat beeinflusst ist.
Der unmittelbare Beobachter, die unmittelbare Beobachterin wird mit einer

> *„bestimmte(n) Anzahl von Realitäten (…)“*[21]

konfrontiert. Inhaltliche als auch visuelle Darstellungsformen führen zu der sog. Interpellation der ZuschauerInnen. Louis Althusser unterscheidet zwar grundsätzlich, dass ideologische Staatsapparate lediglich

> *„auf der Grundlage der Ideologie“*[22]

funktionieren und repressive Apparate auf der Grundlage der Gewalt; doch sehe ich eine derart strikte Grenzziehung als fragwürdig, gar unzulässig an. Insbesondere wenn Althusser betont, dass

> *„(…) in zweiter Linie [die ideologischen Staatsapparate] auf der Grundlage der Repression arbeiten, auch wenn sie im Grenzfall - aber nur im Grenzfall - sehr gemildert, versteckt, ja sogar symbolisch ist.“*[23]

Diese Repression ist meines Erachtens eine Form von Gewalt, nämlich einer strukturellen Gewalt. Medien, in diesem konkreten Fall das Fernsehen, besitzen eine symbolische, strukturelle Gewalt, indem sie den ZuschauerInnen verschiedene Subjektformen darbieten und ihnen spezifische Subjektmuster nahelegen.

[21] Althusser, Louis: Ideologie und ideologische Staatsapparate. Hamburg, 1977. S. 119.
[22] Ebd. S. 121.
[23] Ebd. S. 121.

Die Unterwerfung, die zur Subjektwerdung führt, ist ein Ergebnis jener strukturellen, versteckten Gewalt.

Auch die Filmtheoretikerin Laura Mulvey greift diesen Gedanken auf und setzt ihn in einen feministischen Kontext. Die Hauptthese ihres 1975 verfassten Essays „ Visual Pleasures and Narrative Cinema“ ist, dass geschlechtsspezifische Ausformungen patriarchaler Gesellschaftsstrukturen bereits tief im Unterbewusstsein verankert sind.[24] Auf diese Verankerung greifen Hollywoodfilme zurück und können so funktionieren.

Aktuelle mediale Darstellungen der Frau sind auch Ergebnisse eines neoliberalen Geschlechterregimes, welches auf Grundlage der strukturellen Gewalt agiert.[25]

Im Späteren soll auf diesen Gedanken nochmals genauer eingegangen werden.

2.2.3 Stuart Hall Kodieren/Dekodieren

Stuart Hall, einer der bedeutendsten Vertreter der Cultural Studies, erkennt Louis Althusser als eine Schlüsselfigur der modernen Theorie an. Althussers frühere Werke, in denen er sich mit der Ideologie auseinandersetzt, dienen Halls theoretischen Überlegungen.

Stuart Hall entwickelte mit seinem „Kodieren - Dekodieren“ („encoding/decoding“) Ansatz, einen theoretischen als auch methodologischen Beitrag zur Medienforschung. Mit Hilfe seines Modells versucht Hall zu verdeutlichen, welche ideologische Macht Medien ausüben können.

Dabei kritisiert er das traditionelle, lineare „Sender-Empfänger-Modell“ und betont die Vielschichtigkeit und Komplexität des Kommunikationsprozesses.[26]

Kommunikation kann dann verstanden werden, wenn Zeichen sinnvoll „decodiert“ werden. Dass „encodierte“ Zeichen bzw. Bedeutungen jedoch nicht gleichzeitig dieselbe Bedeutung besitzen, wie die Decodierten, lässt sich auf die simple Tatsache zurückführen, dass zahlreiche verschiedene Deutungssysteme existieren.

Wie bereits erwähnt, geht Hall davon aus, dass eine „dominante Leseart“ existiert, doch kann der Leser, die Leserin eines Textes auch abseits der „dominanten Leseart“ den Text verstehen.

---

[24]Vgl. Mulvey, Laura: Visual Pleasures and Narrative Cinema. In: Braudy, Leo; Cohen, Marshall: Film Theory and Criticism : Introductory Readings. New York, 1999. S.833-844.

[25] Vgl. McRobbie, Angela: Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes. Wiesbaden, 2010.

[26] Vgl. Hall, Stuart: Kodieren/ Dekodieren.. In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999. S. 92f.

> *„Schließlich ist einem Zuschauer durchaus möglich, sowohl die von einem Diskurs vorgegebene wörtliche als auch konnotative Flexion zu verstehen, die Nachricht aber dennoch in einer von Grund auf völlig gegensätzlichen Weise zu dekodieren. Er/sie enttotalisiert die Nachricht mittels des bevorzugten Kodes, um sie darauf innerhalb eines alternativen Bezugrahmens zu re-totalisieren.“*[27]

Stuart Hall entwickelt hier den Gedanken eines „anderen“ Lesens - der Verwendung eines „oppositionellen Kodes“[28].
Es wird deutlich, dass die ZuschauerInnen die Möglichkeit besitzen, Kodes verschieden zu deuten, somit zu handeln. In der Analyse wäre somit die Chance gegeben Diskurse explizit zu machen.

> *„Einer der wesentlichsten politischen Momente (sie fallen übrigens aus offensichtlichen Gründen mit den Krisensituationen innerhalb der Sendeanstalten selbst zusammen) wird von dem Punkt markiert, an dem Ereignissen, die normalerweise in ausgehandelter Form bezeichnet und dekodiert werden, eine oppositionelle Leseart zugeschrieben wird. An dieser Stelle haben wir es mit der „Politik des Bezeichnens“, dem Kampf im Diskurs zu tun.“*[29]

2.3 Poststrukturalismus und Dekonstruktion

[27] Hall, Stuart: Kodieren/ Dekodieren.. In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999. S. 109.
[28] Ebd. S. 110.
[29] Ebd. S. 110.

Im Gegensatz zu den bereits besprochenen strukturalistischen Ansätzen, gehen die Vertreter des Poststrukturalismus, Michel Foucault, Jaques Derrida etc., davon aus, dass die Untersuchung der Strukturen selbst bereits kulturell geprägt sind. Ihre Untersuchungen gehen damit einen Schritt zurück; geht es nicht mehr allein um die Struktur des Textes an sich, sondern vielmehr um den Macht-Wissens-Komplex, in dem der Text entstand.

> *„The post-structuralist movement, (…), demonstrated a thoroughgoing distrust of any centered, totalizing theory, a radical skepticism about the possibility of constructing a metalanguage which might position, stabilize or explain all of the other discourses, since the signs of the metalanguage are themselves subject to slippage and indeterminancy“*[30]

2.3.1 Michel Foucault

Schon früh griffen die Cultural Studies auf die Werke des französischen Soziologen und Philosophen Michel Foucault zurück.
Im Folgenden ging Judith Butler auf Foucaults Aspekte ein und entwickelte sie weiter.
Im Zuge dieser Arbeit, bei dem der Prozess des „doing-subjects“ im Vordergrund steht, erscheint Michel Foucaults Konzeption der Diskursanalyse relevant.
Foucaults Grundgedanke Diskurse als historisch spezifische Ordnung des Sag- und Denkbaren zu definieren, ist eng mit der Herausbildung von Subjektivitätsformen verbunden.
Komplexe diskursive Mechanismen konstruieren die Umwelt oder auch unsere Selbstwahrnehmung, die wir als natürlich erachten.
Die Diskursanalyse, die der französische Philosoph entwickelte, soll jene Mechanismen und Techniken aufdecken, die unsere Wahrnehmung steuern.[31]

[30] Stam, Robert; Burgoyne, Robert; Flitterman-Lewis, Sandy: New Vocabularies in Film Semiotics. Structuralism, Poststructuralism and beyond. London, 2000. S. 23.
[31] Vgl. Foucault, Michel: Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt am Main, 1974.

Was darf gesagt, was gedacht werden? Welche Handlungen sind möglich, welche legitim?

Zugang zu den Subjektivierungspraktiken bildet der Diskurs als auch die Disziplinen. Tritt der Mensch in das Feld des Diskurses ein, übernimmt er damit sämtliche Regeln und Bedingungen des Diskurses, er handelt von da an aus einer Subjekt-Position heraus. Bevor von dem Subjekt gesprochen werden kann, geht Foucault von der Bezeichnung „Individuum" aus. Das Individuum unterwirft sich den vorhandenen, formenden Diskursen und wird dadurch zu einem handlungsfähigen Subjekt. Auch hier zeichnet sich eine doppelte Funktion ab - Ist ein Subjekt auf der einen Seite wissend und fähig die Wahrheit zu formulieren und produzieren, so ist das Subjekt auf der anderen Seite, das Objekt des Wissens. Foucault spricht hierbei von dem „unterworfenen Souverän" und „betrachteter Betrachter"[32]

> *„Als Erstes denke ich tatsächlich, dass es kein souveränes, stiftendes Subjekt, keine Universalform Subjekt gibt, die man überall wieder finden könnte. (...) Ich denke im Gegenteil, dass das Subjekt durch Praktiken der Befreiung, der Freiheit konstituiert wird, wie in der Antike, selbstverständlich ausgehend von einer gewissen Anzahl von Regeln, Stilen, Konventionen, die man im Kulturen Milieu vorfindet."*[33]

Nach Foucault existiert damit kein Subjekt per se –

> *„Man muß (sic!) Subjekt werden, um Individuum zu werden."*[34]

Diskurse sind dabei subjektstiftendes Elemente, vermitteln sie doch Normen und Praktiken, die damit bestimmte Subjekte, Körper hervorbringen.

[32] Foucault, Michel: Die Ordnung der Dinge. Frankfurt am Main, 1971. S. 380.
[33] Foucault, Michel: Dits et Ecrits. Schriften, Band IV. Frankfurt am Main, 2005. S.906.
[34] Foucault, Michel: Geschichte der Gouvernementalität I. Sicherheit, Territorium und Bevölkerung. Vorlesung am Collège de France 1977-1978. Frankfurt am Main, 2004. S. 337.

Im Hinblick auf den politikwissenschaftlichen Anspruch dieser Arbeit sollen nicht allein die unterschiedlichen Subjektformen im Hinblick auf ihre Entstehung in einem Rahmen struktureller Gewalt herausgearbeitet werden, sondern es muss auch ein weiter gefasster Begriff des Foucaultschen Diskurses Erwähnung finden.
Der Diskurs als ein Feld kultureller, gesellschaftlicher als auch politischer Interaktion und Kämpfe. Die zu analysierende Fernsehsendung wird im weiteren Teil in diesem Interaktionsfeld positioniert. Diese Positionierung bildet einen politikwissenschaftlichen Zugang, die Möglichkeit einer kritischen Auseinandersetzung.

2.4 Populärkultur - John Fiske

> *„Es geht mir um das politische Potential der Populärkultur, weil ich der Auffassung bin, dass (sic!) eine solche Kultur in ihrem Kern immer politisch ist. Sie wird unter Bedingungen sozial asymmetrischer Machtverteilung produziert und konsumiert und nimmt in den Machtspielen der Gesellschaft eine zentrale Rolle ein.“*[35]

John Fiske knüpft eng an das bereits erwähnte „encoding/decoding“ Modell von Stuart Hall an. Fiske führt Halls Überlegungen weiter und fokussiert die Tatsache der „präferierten Leseart“; dabei sind die Strukturen, die hinter jener „präferierten Leseart“ stehen für ihn von Bedeutung, denn erst sie führen dazu, dass diese Leseweise sichtbar und damit verwendet wird.
In der Populärkultur, oder im populären Vergnügen deutet Fiske einen politischen Moment - die Möglichkeit des Widerstandes. Fiske betont, dass dieser Widerstand in kapitalistischen Gesellschaften ein eher progressiver und weniger ein radikaler sei.[36] Eine Abwertung jener Widerstandsform ist dies aber bei Weitem nicht. Anders als ein offen ausgetragener, radikaler Widerstand, birgt die Populärkultur einen subversiven

[35] Fiske, John: Politik. Die Linke und der Populismus. In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999. S. 237.
[36] Vgl. Ebd. S. 239.

Ansatz. Die „Beherrschten“ besitzen Handlungsmacht auf einer mikropolitischen Ebene; sie nehmen eine oppositionelle Haltung ein.

> *„Populärkultur ist progressiv, nicht revolutionär.“*[37]

Das Konzept eines aktiven Publikums, d.h. dass die Macht der dominanten Ideologie, die in der Medienkommunikation eingeschrieben ist, insofern begrenzt wird, als dass die RezipientInnen mit ihrem Prozess des „readings“ aktiv den Text „encodieren“ - Sinn produzieren.
War es bei Stuart Hall noch die Klassenzugehörigkeit, die bei der Decodierung eines Textes ausschlaggebend war, so sind es bei Fiske soziodemografische Faktoren. Erst durch die sozialen Erfahrungen der RezipientInnen wird ein Text überhaupt produziert.

> *„ The production of meaning from a text follows much the same process as the construction of subjectivity within society. The reader produces meanings that derive from the intersection of his/her social history with the social forces structured into the text. The moment of reading is when the discourses of the reader meet the discourses of the text. When these discourses bear different interests reading becomes a reconciliation of this conflict.”*[38]

2.4.1 Warum John Fiske?

[37] Ebd. S. 240.
[38] Fiske, John: Television culture. London, 1987. S.82f.

John Fiskes Beitrag zur Populärkulturtheorie ist für die vorliegende Diplomarbeit insofern interessant, als dass er als Ausgangspunkt für eine *andere Leseweise* dient.
Im zweiten Teil dieser Arbeit werde ich den Versuch unternehmen, das (pseudo) Reality- Format „We are Family! So lebt Deutschland" widerständig, feministisch zu betrachten, strukturelle Gewaltmechanismen aufzuzeigen und anschließend eine alternative Betrachtungsweise zu konzipieren.
Sendungen wie „We are Family! So lebt Deutschland" präsentieren, wie Medien im Allgemeinen, ein sehr eingeschränktes Repertoire an Subjektmodellen. Der Untertitel der Sendung, „so lebt Deutschland", vermittelt den RezipientInnen den Eindruck, dass die hier präsentierten Subjektmodelle als „normal" zu gelten haben.
Es kann zwar nicht angenommen werden, dass jene vorherrschenden Subjektformen auch in derselben Weise von den RezipientInnen übernommen werden, doch erscheint es mir sinnvoll, klare alternative Betrachtungsweisen bereitzustellen.
Hierfür muss davon ausgegangen werden, dass der Text, im spezifischen Falle die Sendung „We are Family! So lebt Deutschland", multidiskursiv aufgebaut ist, so dass der Ansatzpunkt für ein widerständiges Lesen gegeben ist.
John Fiske knüpft im Bezug auf das produktive, widerständige Potential eines Textes bzw. der RezipientInnen an den französischen Soziologen Michel de Certeau an und sein Konzept von der „Kunst des Handelns" an. De Certeau vergleicht die Praktiken des Konsums mit dem des Guerilla Kampfes.[39] Fiske betont, dass die RezipientInnen die Macht besitzen, von der dominanten Ideologie abzuweichen.

> *„Natürlich werden unsere Erfahrungen von der Gesellschaftsordnung hervorgebracht und durch sie begrenzt, aber was wir aus ihnen und uns dabei machen, muß (sic!) nicht unbedingt das sein, was die herrschenden Mächte von uns erwarten."*[40]

[39] Vgl. De Certeau, Michel: Kunst des Handelns. Berlin, 1988. S. 60.
[40] Fiske, John: Politik. Die Linke und der Populismus. In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999. S. 262.

Dieses Konzept des *Vergnügens*[41] am Widerstand werde ich aufgreifen und im weiteren Teil der Arbeit auf die Sendung „We are Family! So lebt Deutschland“ anwenden.

2.4.2 Richard Johnson

Im Zuge einer kritischen Analyse der medialen Repräsentation ist es notwendig, die symbolischen Formen, die Bedeutungen konstruieren, herauszuarbeiten.
Dass Repräsentationsformen auf der einen Seite codiert als auch encodiert werden müssen, wurde bereits vorhergehend besprochen. Einen zusätzlichen Aspekt birgt der „Kreislauf der Produktion, Zirkulation und Konsumption kultureller Produkte“[42] von Richard Johnson.
Im Sinne der Cultural Studies wird Kultur als Kreislauf bzw. als Zirkulation von Bedeutungen verstanden, wobei sie durch vier Bestandteile geformt wird.
Zum einen durch die *Produktion*, die abhängig ist von den jeweiligen Bedingungen; 2. der *Text* bzw. das Kulturprodukt an sich; 3. die *Konsumption* - jene individuelle Rezeption (siehe unterschiedliche Leseweisen) und 4. die, wie Richard Johnson es nennt, *Kultur als Lebensweise.*

> *„Prozesse verschwinden in Resultaten. So werden zum Beispiel alle Kulturprodukte notwendigerweise produziert, aber die Produktionsbedingungen lassen sich aus ihrer Analyse als „Texte“ nicht erschließen. Gleichermaßen werden alle Kulturprodukte in erster Linie (…) in Alltagszusammenhängen konsumiert / rezipiert bzw. gelesen (…), und diese Alltagsverwendung läßt (sic!) sich an einer wissenschaftlichen Analyse dieser*

[41] Vgl. Ebd. S. 260.
[42] Vgl. Johnson, Richard: Was sind eigentlich Cultural Studies. In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999. S.148.

Produkte ebenso wenig erschließen wie aus den Produktionsbedingungen.“[43]

Jedes Element ist somit von den anderen zu unterscheiden. Bedingungen eines Elements lassen sich nicht aus der Analyse eines anderen Elements „herauslesen“. Auch wenn die Elemente im Kreislaufmodell voneinander abhängig sind, nehmen sie doch ihre spezifisch Position im Kreislauf ein.

Meines Erachtens ist die mediale Repräsentation eng mit dem Aspekt des Konsums verwoben. Nicht allein der Inhalt der Medien ist von Bedeutung, wenn es um eine kritische Medienanalyse geht, sondern auch der Umgang mit den Medien. Halls Terminus des encoding, d.h. jene codierten Zeichen in den individuell ausgehandelten Kontext setzen, ist ein Teil des Konsumierens.

Medieninhalte werden von jedem Rezipienten, jeder Rezipientin unterschiedlich aufgenommen und übernommen. Es ist ein aktiver, produktiver Vorgang, der von der bereits vorhergegangenen Subjektpositionierung heraus betrieben wird.

2.5 Paul du Gay et al.- Die Weiterentwicklung des Kulturkreislaufmodells

Das von Richard Johnson 1986 konstruierte Modell wurde 1997 u.a. von Paul du Gay, Stuart Hall, Linda Janes weiterentwickelt.

Entscheidend ist im Falle du Gays et al. die Einbeziehung, der Artikulationstheorie von Stuart Hall, Chantal Mouffe und Ernesto Lavlau. Das „In-Beziehung-Setzen“ der einzelnen Elemente wird im Gegensatz zum Johnson- Modell stärker fokussiert. Artikulation heißt in diesem Falle,

„dass einzelne Elemente durch ein diskursives In-Beziehung-Setzen ihre Bedeutung verändern, wodurch sie zu Momenten von etwas „Größerem“ werden, nämlich der diskursiven Formation.“[44]

[43] Johnson, Richard: Was sind eigentlich Cultural Studies? In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999. S. 149.

[44] Hepp, Andreas: Richard Johnson: Kreislauf der Kultur. In: Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich; Thomas, Tanja (Hrsg.): Schlüsselwerke der Cultural Studies. Wiesbaden, 2009. S. 253.

Paul du Gay et al. arbeiteten für ihr Kulturkreislaufmodell fünf wesentlichste Prozesse heraus.

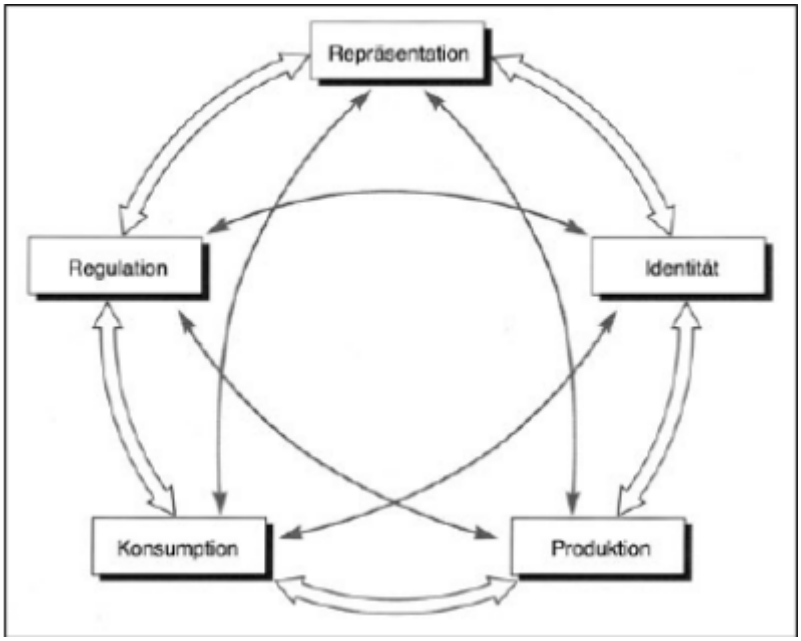

Abb. 1: Kreislauf der Kultur nach du Gay et al. (vgl. Hepp, 2009,: 254)

Die Ebene der Produktion ist ökonomisch geprägt. Kulturelle Produkte werden nun nicht mehr als „Texte“ „gelesen“, sondern Objekte, Repräsentationsformen werden konsumiert. Der bereits erwähnte Prozess des Konsums ist ein von den ReziepientInnen aktiv geförderter, da das jeweilige Produkt bzw. der jeweilige Medieninhalt aktiv in den individuellen sozialen Kontext eingeführt wird. Die Regulierung bildet den Rahmen, oftmals den politischen, in dem dass jeweilige Produkt angeboten und verwendet werden darf. Der Prozess der Regulation wurde im Modell von Richard Johnson noch nicht erwähnt.

Die Repräsentation steht für den Diskurs, in den Bedeutungen konstruiert und in Umlauf gebracht werden.

Identität setzt sich aus den gelebten Kulturen zusammen; sie ist zur Formung von den jeweiligen Subjektivitäten entscheidend.

Die wechselseitigen Pfeile innerhalb des Modells verweisen auf die Notwendigkeit, die einzelnen Prozesse nicht als Teilprozesse zu deuten, sondern vielmehr die wechselseitige Abhängigkeit zu unterstreichen.[45]

[45]Vgl. Du Gay, Paul: Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman. London, 1997. S. 3.

In einem theoretischen Rahmen sind die jeweiligen Prozesse zwar klar voneinander abgetrennt, doch ist in der Realität eine solche Klarheit nicht gegeben. Prozesse können sich überschneiden und sind auch teilweise miteinander verbunden. Diese komplexe Verbundenheit versucht das Modell aufzugreifen.

2.6 Feminismus in den Cultural Studies & in der Filmtheorie

> *„Hinter den Äußerungen der Geschlechtsidentität (gender) liegt keine geschlechtlich bestimmte Identität (gender identity). Vielmehr wird diese Identität gerade performativ durch diese „Äußerungen" konstituiert, die angeblich ihr Resultat sind."*[46]

Die Annahme Judith Butlers, dass das Geschlecht nicht als „natürliche" Gegebenheit zu sehen ist, sondern als ein Produkt kultureller Faktoren und Sprechakte, möchte ich aufgreifen und im Folgenden auch für diese Arbeit beibehalten.
Meine eingangs formulierte These, dass die Repräsentation als auch der Umgang mit Medien als „doing subjects" verstanden werden kann, basiert auf Butlers Überlegung des „(un)doing gender" - der These, dass Geschlecht diskursiv konstituiert wird.

Das Verb „doing" soll hier unterstrichen werden, ist es doch ein kultureller Inszenierungsakt, der durch und mit Medien vollzogen wird.
Für die vorliegende Arbeit ist der Zugang über die feministische Film- und Medientheorie als auch der feministischen Strömungen innerhalb der Cultural Studies relevant.
Die Filmtheorie aus dem Grunde, als dass sie sich unter anderem mit den medial produzierten Subjektformen beschäftigt.[47] Der Fokus wird hierbei auf den unbewusst ablaufenden Prozess der Bedeutungsproduktion und dem hierbei implizierten ideologischen Aspekt gelegt. Andreas Dörner streicht dabei die Vermittlung von Moral als einen Bedeutungsprozess heraus:

[46] Butler, Judith: Das Unbehagen der Geschlechter. Frankfurt am Main, 1991. S. 49.
[47] Vgl. Hipfl, Brigitte: Zuschauen, Rezipieren, Partizipieren. In: Haug, Frigga (Hrsg.): Sündiger Genuss? Filmerfahrungen von Frauen. Hamburg, 1995. S. 152.

> *„Jede Filmwelt enthält eine implizite oder explizite Moral. Bestimmte Werte werden propagiert, andere kritisiert."*[48]

Während sich die aktuelleren Mediendebatten innerhalb der Cultural Studies oft mit der Frage auseinandersetzen inwiefern das Geschehene Gegenstand von Interpretation wird - ein Rezipientinnen-orientierter Zugang.

Judith Butlers These der sozial und kulturell geprägten Gender-Rollen ist eine wesentliche in der feministischen Forschung.
Insbesondere die psychoanalytischen Theorien, wobei Jaques Lacan hierbei eine tragende Rolle spielt, sowie die diskurstheoretischen (vgl. Michel Foucault) und semiologischen Ansätze trugen zur Entwicklung der feministischen Forschung bei.

In den Cultural Studies, präziser in der Medienforschung, wurden Frauen bzw. Gender-Fragen relativ spät behandelt.
Laut Hipfl besteht der Unterschied zwischen den Cultural Studies und den filmtheoretischen Ansätzen darin

> *„In der Filmtheorie geht es um den Platz, der für die Zuschauerin im Film bereitgestellt wird, in den Cultural Studies um die Frage, was reale Frauen als Zuschauerinnen mit den Filmen machen."*[49]

An dieser Stelle muss betont werden, dass die feministische Filmtheorie nie den Anspruch erhoben hat, ein einheitliches Theoriegebilde zu entwickeln. Feministische Bewegungen außerhalb des „wissenschaftlichen Elfenbeinturms" prägten den akademischen Diskurs und somit die feministische Filmtheorie wesentlich. Mit der

[48]Dörner, Andreas: Das politische Imaginäre. Vom Nutzen der Filmanalyse für die Politische Kulturforschung. In: Hofmann, Wilhelm (Hrsg.): Visuelle Politik. Filmpolitik und die visuelle Konstruktion des Politischen. Baden-Baden, 1998. S. 213.
[49]Hipfl, Brigitte: Zuschauen, Rezipieren, Partizipieren. In: Haug, Frigga (Hrsg.): Sündiger Genuss? Filmerfahrungen von Frauen. Hamburg, 1995. S. 196.

Positionierung der Kategorie „Geschlecht“ im Zentrum der jeweiligen Analyse entwickelte sich die Filmtheorie weiter.

Zwar waren Frauen für die Medienproduzent(Innen)[50] schon länger von Interesse, da sie es waren, die die Einkäufe tätigten und somit für den Konsum verantwortlich waren.[51]
Neben dem ökonomischen Interesse entwickelte sich erst seit den 1970er Jahren ein Forschungsansatz, der sich mit dem „wie“ auseinandersetzte. In überwiegend inhaltsanalytischen Ansätzen wurde der Frage nachgegangen, „wie“ Frauen in den Medien vorkommen und welche präsentierten weiblichen Subjektformen dominieren. Vernachlässigt wurde dabei zur Gänze die RezipientInnenforschung, da von einer polysemantischen Leseweise Abstand genommen wurde bzw. diese nicht angedacht war.
Brigitte Hipfl betont, dass auch dieser Ansatz geprägt war durch einen „männlichen Blick“

> *„Der Mainstream ist bestimmt von Arbeiten, in denen männliche Normen und Fragestellungen dominieren und deren Ergebnisse auf alle Menschen verallgemeinert werden. Wenn Frauen aufscheinen, dann nur als soziale Kategorie.“*[52]

Der „männliche Blick“ zog sich nicht nur durch wissenschaftliche Arbeiten, sondern auch und insbesondere durch die mediale Darstellung von Frauen.
Inhaltsanalysen hatten ergeben, dass es zu meist einseitige Darstellungen von Frauen waren, die den ZuschauerInnen präsentiert wurden. Bilder wie das der Hausfrau und

[50]In diesem Falle steht die weibliche Form in Klammern, da es sich überwiegend um männliche Medienproduzenten handelte, die in der Zeit arbeiteten.
[51]Hipfl, Brigitte: Cultural Studies und feministische Filmwissenschaft. Neue Paradigmen in der Rezeptionsforschung. In: Dorer, Johanna; Geiger, Brigitte (Hrsg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Wiesbaden, 2002. S. 192.
[52]Hipfl, Brigitte: Cultural Studies und feministische Filmwissenschaft. Neue Paradigmen in der Rezeptionsforschung. In: Dorer, Johanna; Geiger, Brigitte (Hrsg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Wiesbaden, 2002. S.192.

Mutter dominierten die Medien. Die Frau nahm dabei in passiver Art und Weise die Rolle des Objekts ein; das des „männlichen Blicks".

> *„ Die Rolle ist passiv, sie wird zum Objekt des Blicks, und zwar sowohl des männlichen Hauptakteurs als auch des Zuschauers."*[53]

Damit wird die Frau allein durch den „männlichen Blick" sichtbar. Jene männlich konnotierte Tradition führt dazu, dass das (männlich) perspektivisch konstruierte Bild als richtig und wahr decodiert wird.
Um Botschaften zu verstehen, die aus kulturellen Übereinkünften entstanden und Produkte von Verhandlungen sind, ist es notwendig, die ideologischen Grundsätze, die auf den Prozess des Encodierens beruhen, auch im Prozess des Decodierens zu übernehmen.
Für den „männlichen Blick", bzw. für die patriarchalen Ideologien und Machtstrukturen die während des Encodierens eine Rolle spielten, bedeutet das, dass die Macht- und Gewaltstrukturen auch in Folge des Decodierens abgerufen und angewandt werden.
Will heißen, dass gleich ob männlicher oder weiblicher Rezipient oder Rezipientin, es wird die Position eines

> *„(…) white, male, middle-class American (or westerner) of conventional morality."*[54]

eingenommen.
Auch Laura Mulvey, feministische Filmtheoretikerin, greift den Gedanken Fiskes auf.

> *„Mulvey kommt in ihrer Analyse zu dem Schluss, dass es im Hollywoodfilm keine Position für eine weibliche Subjektivität gibt, da der Film den Zuschauerinnen die eingebaute männliche Sichtweise aufzwingt. Sie sieht nur die Möglichkeit, in*

[53] Ebd. S. 196.
[54] Fiske, John: Television Culture. London, 1987. S. 11.

feministischen Gegenentwürfen diese Form der Schaulust zu zerstören.“[55]

Der Aspekt des Vergnügens spielt eine wesentliche Rolle in den Arbeiten Mulveys. Frauen werden, ihrer Ansicht nach, so inszeniert und dargestellt, dass sie dem männlichen Zuschauer Vergnügen bereiten. Durch ihren Ansatzpunkt, der Psychoanalyse, gelingt es Mulvey herauszuarbeiten, dass das Unbewusste der hegemonial, patriarchalen Gesellschaft sich durch das mainstream Hollywood-Kino zieht und dementsprechend auf die Repräsentation von Frauen im Film einwirkt.
Kritik an Laura Mulveys Überlegungen kann dahingehend geäußert werden, als dass sie Fiskes „white, male, middle-class American“- Attribute auch auf die repräsentierte Frau auf der Leinwand anwendet. Mulvey richtet sich an eine „white, heterosexual, female, middle class-American“ und deckt dabei nur einen kleinen Teil von Frauen ab.

„(…)she ignores other variables such as age, social class, sexuell orientation and ethnicity.“[56]

Heutzutage ergibt sich ein vielfältigeres Bild von Frauen in den Medien. Sie werden in sämtlichen sozialen und beruflichen Positionen gezeigt. Das Bild der toughen Karrierefrau ist ebenso präsent wie das der liebevollen Mutter und Ehefrau. Dabei werden hegemoniale Geschlechterverhältnisse aber nicht beseitigt. Vordergründig erscheint es, als seien festgeschriebene Geschlechterverhältnisse, Stereotypen aufgebrochen und beseitigt worden. Dass Frauen die gleichen Chancen, die selben Machtinstrumente besitzen wie Männer. Doch der Schein trügt.
Bonnie J. Dow teilt diese Ansicht und ist der Annahme, dass

„(…) that patriarchy is alive and well, that women’s attempts at self-definition and self-determination continue to be marginalized,

[55] Hipfl, Brigitte: Cultural Studies und feministische Filmwissenschaft. Neue Paradigmen in der Rezeptionsforschung. In: Dorer, Johanna; Geiger, Brigitte (Hrsg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Wiesbaden, 2002. S. 197.
[56] Bennett, Peter; Hickman, Andrew; Wall, Peter: Film Studies. The Essential Resource. London, 2007. S. 261.

silenced, and stymied in myriad ways (despite descriptions of contemporary times as "postfeminist"), and that popular culture and television play key roles in that process."[57]

2.6.1 Der Weg in die Re-Traditionalisierung?

Der Feminismus ist tot. Männer und Frauen sind gleichberechtigt.
Diese Annahme könnte man formulieren, wenn ein oberflächlicher Blick auf die aktuelle Medienlandschaft geworfen wird.
Frauen stehen augenscheinlich den Männern in nichts nach, wenn es um präsentierte Subjektmodelle im Fernsehen geht.
Auch innerhalb der politikwissenschaftlichen Theorie wird die feministische Theorie gerne an die Peripherie gedrängt und ihre Notwendigkeit in Frage gestellt.
Ulrich Beck und Elisabeth Beck-Gernsheim kommen in ihrem Buch „Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften"[58] zu dem Schluss, dass der Feminismus längst überholt sei. Die gesellschaftliche Situation der Frauen hätte sich verbessert und sei mit jener der Männer gleichzusetzen. Ausschlaggebend sei der Kapitalismus, jenes Wirtschafts- und Gesellschaftssystem, welches die Weichen für die Befreiung der Frauen gestellt hat.
Im Folgenden soll gezeigt werden, dass die präsentierte These sehr einseitig und kritisch zu betrachten ist. Es soll der Frage nachgegangen werden, ob die scheinbare Freiheit der Frau nicht Ausgangspunkt für eine Re-Traditionalisierung ist, die auch von Reality-Formaten aufgegriffen und bestärkt wird.

2.6.2 Die Rolle der Frau in der neoliberalen Welt - eine neoliberale Domestizierung?

Im Zuge der Globalisierung schrumpften die Wohlfahrtstaaten. Öffentliche Unterstützungen bzw. Leistungen wurden rapide zurückgefahren, die Sozialstaatlichkeit nahm ab, der Staat als Souverän trat in den Schatten des Marktes.

[57] Dow, Bonnie J.: Prime-Time Feminism. Television, Media Culture, and the Women's Movement Since 1970. Philadelphia, 1996. S.11-12.
[58] Vgl. Beck, Ulrich; Beck-Gernsheim, Elisabeth: Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften. Frankfurt am Main, 1998.

Die neoliberale Doktrin - der Markt richtet alles- drängte den Staat an den Rand und ordnete bestehende Macht- und Gewaltstrukturen neu.

> *„ Der neoliberale Glaube an die Rationalität der Märkte, die keine Diskriminierung kenne, verlegt den Markt jedoch in ein gesellschaftliches Vakuum und verdeckt, dass in einer patriarchalen Gesellschaft die Institution des Marktes nicht weniger patriarchal als diese selbst ist.“*[59]

Hinter der Annahme der „Rationalität der Märkte“ stehen komplexe und vielschichtige Macht- und Gewaltstrukturen, die sich im Lauf der Zeit wandelten. Ungleichheitsformen haben sich diversifiziert und Geschlechterverhältnisse wurden komplexer. Die ehemalige Sichtbarkeit der Diskriminierung wandelte sich in eine trügerische, scheinbare Unsichtbarkeit, zu deren Ausformung der „Androzentrismus“ zählen kann.

Im Mittelpunkt stehen der Markt und die KonsumentInnen. Aufgrund der schrumpfenden Sozialleistungen wurde der Ruf nach zunehmender Eigenbeteiligung laut - das Bild der sog. „Ich-AG“[60] nahm Gestalt an. Es kommt zu einer Verschiebung der Aufgabenverteilungen: die ehemals staatlichen Aufgaben beispielsweise das Instandhalten bzw. der Ausbau der Infrastruktur, die Regulierung öffentlicher Güter, wurden dem Markt oder den jeweiligen privaten Anbietern zugeschrieben.

Private Anbieter im Rahmen sozialer Dienstleistungen sind in erster Linie Frauen.

Uta Winterfeld und Claudia von Braunmühl erarbeiteten in ihrem Paper „Global Governance. Eine begriffliche Erkundung im Spannungsfeld von Nachhaltigkeit, Globalisierung und Demokratie. Welche Globalisierung ist zukunftsfähig?“[61] unter anderem die Rolle der Frau in jener neoliberalen Werte- Weltordnung.

Die Bewegung weg vom Staat hin zum Markt, bezeichnen sie als

---

[59]Michalitsch, Gabriele: Die neoliberale Domestizierung des Subjekts. Von den Leidenschaften zum Kalkül. Frankfurt am Main, 2006. S.141.

[60] Der Begriff der „Ich-AG“ ist eng an das Gesetzpaket „Hartz II“ gekoppelt, welches 2003 in Deutschland in Kraft trat. Grundgedanke ist, dass Arbeitslose Einzelunternehmen gründen, sog. „Ich-AGs“ und hierfür von Seiten des Staates einen Existenzgründungszuschuss erhalten.

[61] Winterfeld, Uta; von Braunmühl, Claudia: Global Governance. Eine begriffliche Erkundung im Spannungsfeld von Nachhaltigkeit, Globalisierung und Demokratie. Welche Globalisierung ist zukunftsfähig? In: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH: Wuppertal Papers Nr.135. Wuppertal, 2003. www.wupperinst.org/uploads/tx_wibeitrag/WP135.pdf

„(…) „doppelte Privatisierung“ [wobei] sich der Versuch [verbindet], weibliche „Kernkompetenzen“ in die Familien oder gemeindliche Fürsorgearbeit zurück zu verlagern.“[62]

Den Wegfall der Sozialleistungen stemmen die Frauen.

„ Während staatliche Dienstleistungen eingeschränkt werden, wird das „Unternehmen Haushalt“ propagiert. Anstelle von Investitionen im Bereich der Kinder- und Altenbetreuung wird mittels Transfers an die jeweils Betroffene, die bestehende geschlechtliche Arbeitsteilung festgeschrieben.“[63]

Eine Folge ist die Verlagerung gesellschaftspolitischer Debatten in die Sphäre des Privaten; die in Weiterführung auch auf die Geschlechterverhältnisse Einfluss hat.

„ Die Neukonfigurierung des Verhältnisses von öffentlich und privat ist verbunden mit einer Restrukturierung der Geschlechterverhältnisse und deutlichen Anstrengungen, diese wieder traditionellen Ordnungen entsprechend zu gestalten.“[64]

---

[62] Ebd. S. 28.

[63] Michalitsch, Gabriele: Die neoliberale Domestizierung des Subjekts. Von den Leidenschaften zum Kalkül. Frankfurt am Main, 2006. S.141.

[64] Winterfeld, Uta; von Braunmühl, Claudia: Global Governance. Eine begriffliche Erkundung im Spannungsfeld von Nachhaltigkeit, Globalisierung und Demokratie. Welche Globalisierung ist zukunftsfähig? In: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH: Wuppertal Papers Nr.135. Wuppertal, 2003. S. 9.
www.wupperinst.org/uploads/tx_wibeitrag/WP135.pdf

Damit ist anzunehmen, dass eine scheinbare Enttraditionalisierung sowie das neoliberale Verständnis der Individualitätssteigerung in Wirklichkeit eine subversiv eingeführte Re-Traditionalisierung der Geschlechterverhältnisse ist.

2.6.3 Re-Traditionalisierung: Auswirkung auf das Fernsehen

Film bzw. Fernsehen kann nicht ohne die sozialen und politischen Realitäten existieren. Der filmische Text ist immer auch in ein komplexes Geflecht aus Macht-, Herrschafts- und Geschlechtsstrukturen gebettet, die der außerfilmischen Wirklichkeit zuzuschreiben sind.
Andreas Dörner greift jene These auf und betont die Wechselwirkung der filmischen Bildwelten und der politischen Handlungsmacht.

> *„ Filme sind einer der wichtigsten Bestandteile des politischen Imaginären, in ihnen werden wirkungsmächtige Bildwelten formuliert, die den öffentlichen Raum und somit die Wahrnehmungswelt der Bürger nachhaltig prägen.“*[65]

Um der Frage nachzugehen, ob die bereits erwähnten Re-Traditionalisierungsansätze auch das Fernsehen, konkret das „Reality-Fernsehen“ beeinflussen, sind meines Erachtens Michel Foucaults Überlegungen zur Begrifflichkeit der „Gouvernementalität“ hilfreich.
Kann das Fernsehen als ein „Transportmittel“ neoliberaler Macht- und Herrschaftsstrukturen im Sinne der Gouvernementalität gesehen werden?
Komplexe diskursive Mechanismen konstruieren die Umwelt oder auch unsere Selbstwahrnehmung, die wir als natürlich erachten. Die Diskursanalyse Michel Foucaults dient der Aufdeckung von Techniken und Mechanismen, die die Wahrnehmung lenken und beeinflussen.

[65] Dörner, Andreas: Das politische Imaginäre. Vom Nutzen der Filmanalyse für die Politische Kulturforschung. In: Hofmann, Wilhelm (Hrsg.): Visuelle Politik. Filmpolitik und die visuelle Konstruktion des Politischen. Baden-Baden, 1998. S. 205.

Die Machttechniken, welche den jeweiligen Wahrheits- oder Wirklichkeitsbegriff ermöglichen, konzentrieren sich nicht auf eine Person oder eine Institution. Machtbeziehungen durchziehen den gesamten „sozialen Körper“[66]-

> *„Machtbeziehungen sind tief im sozialen Nexus verwurzelt und bilden daher keine zusätzliche Struktur außerhalb der „Gesellschaft“; von deren vollständiger Beseitigung man träumen könnte.“*[67]

Durch die tiefe „Verwurzelung“ im sozialen Nexus, kann eine Analyse der Machtbeziehungen nur dort ansetzen, wo konkrete Praktiken erkennbar werden, wo die Techniken der Macht „greifbar“ sind.
Der Begriff der „Gouvernementalität“ setzt sich aus den Worten *„gouverner“*, regieren und *„mentalité “*, der Denkweise zusammen. Dementsprechend stellt die Gouvernementalität eine Macht- bzw. Regierungsform dar, die nicht darauf abzielt den Menschen zu unterwerfen, sondern ihn zu regieren- es handelt sich um eine Form Menschen zu führen. Dabei richtet sich der „Regierende“, die „Regierende“ nicht in direkter Weise an die Regierten, sondern tut dies über komplexe Machtstrukturen. Es handelt sich um eine Form Regierens auf Distanz, wobei Distanz die Unmittelbarkeit der Machtausübung beschreibt.
Die regierten Subjekte unterwerfen sich einer Form des Selbstdisziplinierung, einer Maßnahme, die die scheinbare Individualität stärkt.

> *„Disziplin ist im Grunde der Machtmechanismus, über den wir den Gesellschaftskörper bis hin zum kleinsten Element, bis hin zu den sozialen Atomen, also den Individuen, zu kontrollieren vermögen. Es handelt sich um die Techniken der Individualisierung von Macht. Wie kann man jemanden überwachen, sein Verhalten und*

[66]Foucault, Michel: Dispositive der Macht. Über Sexualität, Wissen und Wahrheit. Berlin, 1978. S. 82.
[67]Foucault, Michel: Subjekte und Macht. In: Foucault, Michel: Dits et Ecrits. Schriften, Bd. 4. Frankfurt am Main, 2005. S. 288-289.

> *seine Eignung kontrollieren, seine Leistung steigern, seine Fähigkeiten verbessern? Wie kann man ihn an den Platz stellen, an dem er am nützlichsten ist? Darum geht es bei der Disziplin.“*[68]

Den Regierten werden jene Machstrukturen selten sichtbar gemacht; sie obliegen dem Schein eigenständig und frei handeln zu können.
Die Regierung bzw. der Souverän ist dabei nicht als singulär zu definieren. Institutionen wie die Familie, Schule, Fernsehen etc. bilden beispielsweise gouvernementale Institutionen auf unterer Ebene.
„Reality-Fernsehen“ und der damit verbundene Anspruch die Realität, das Alltagsleben darzustellen, kann als Teil einer kulturellen Gouvernementalität definiert werden.
Erwünschte Subjektformen als auch Verhaltensweisen werden im Fernsehen produziert und repräsentiert. Die Unterscheidung zwischen „Gut“ und „Böse“ wird durch medial vermittelte Bilder erleichtert. Selbstpraktiken werden den ZuschauerInnen vorgeführt, mit denen erstrebenswerte Subjektmodelle produziert werden können.
Das „Reality-Fernsehen“ bedient sich eines großen ZuseherInnenpools, da die inszenierten Alltagsgeschichten theoretisch jeden betreffen.
Neoliberale Werte und Normen prägen das „Reality-Fernsehen“.

> „(…) worum es bei Reality-TV strukturell ganz wesentlich auch geht, nämlich um die Einübung in die Anforderungen einer neoliberalen Arbeitswelt (…)“[69]

Dass diese neoliberale Arbeitswelt insbesondere für Frauen unter anderem zu einer Re-Traditionalisierung der Geschlechterverhältnisse führen kann, wurde im vorhergehenden Kapitel bereits analysiert.

[68]Foucault, Michel: Dits et Ecrits. Schriften, Band IV. Frankfurt am Main, 2005. S.233.
[69]Bernold, Monika: Tele-Authenifizierung: Fernseh-Familien, Geschlechterordnung und Reality-TV. In: Geiger, Brigitte (Hrsg.): Feministische Kommunikations-und Medienwissenschaft. Ansaetze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Wiesbaden, 2002. S. 231.

Der dominante Diskurs des Neoliberalismus beeinflusst die Darstellung der Frauen dahingehend, als dass Praktiken eines neoliberalen Geschlechterregimes aufgezeigt und als „normal“ gekennzeichnet werden.
Die selbstbestimmte Frau, die aus einer Vielfalt an Optionen wählen kann und Selbstverantwortung übernimmt repräsentiert das neoliberale Subjektmodell.

3. Subjektivität

> *„Meiner Ansicht nach beschäftigen sich die Cultural Studies mit den historischen Formen des Bewusstseins oder der Subjektivität, oder mit den subjektiven Formen, in denen und durch die wir leben oder - eine etwas gefährliche Verkürzung, wenn nicht gar Reduktion - mit der subjektiven Seite der gesellschaftlichen Verhältnisse.“*[70]

Nach Richard Johnson umfasst der Forschungsbereich der Cultural Studies die Erforschung von historischer Subjektivität.
Subjektivität ist damit nicht als vorgefertigte, gegebene Wesenheit zu verstehen, sondern als etwas, was im Rahmen von gesellschaftlichen Praktiken und durch solche Praktiken entsteht. Diese, aus der marxistischen Theorie entstandene, Überlegung stellt das Subjekt und sein aktives Einwirken auf den eigenen Subjektivierungsprozess, in den Mittelpunkt. Dabei agiert das Subjekt immer im Feld von gesellschaftlichen Normen und Regeln.
Mit der Produktion von Subjektivität entsteht auf der einen Seite das Selbstverständnis und gleichzeitig auch ein Gefühl der Zugehörigkeit.
Ein Gefühl der Zugehörigkeit wird heutzutage sehr stark durch materielle als auch körperliche Aspekte geschaffen. Dabei treten Identitätsprägende Institutionen wie Religion, Familie oder Arbeit immer mehr in den Hintergrund.[71]

[70] Johnson, Richard: Was sind eigentlich Cultural Studies? In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999. S. 143.
[71] Vgl. Körber, Christian; Schaffar, Andrea : Identitätskonstruktionen in der Mediengesellschaft. Theoretische Annäherungen und empirische Befunde. In: Medienimpulse 41/2002, S. 81.

Stuart Hall sieht die Ursache von mehrdimensionalen Identitätsformen in der Globalisierung:

> *„Je mehr das gesellschaftliche Leben durch die globale Vermarktung von Stilen, Räumen und Vorstellungen, durch internationale Reisen, global vernetzte Medienbilder und Kommunikationssysteme vermittelt wird, desto mehr lösen sich Identitäten von besonderen Zeiten, Orten, Vergangenheiten und Traditionen – sie werden entbunden und erscheinen „frei flottierend". Wir werden mit einer Reihe von Identitäten konfrontiert, die alle zu uns oder besser zu bestimmten Seiten von uns gehören und zwischen denen wir wählen können."*[72]

3.1 Subjekt- und Identitätsformen in den Medien

In der gegenwärtigen medialisierten und visuell geprägten Gesellschaft nehmen Medien eine tragende Rolle in der Frage nach sozial akzeptierten Subjektformen ein.
Die eigene Identität wird mit medial vermittelten Bildern, role models[73], konfrontiert; Medieninhalte dienen als „Orientierungsquelle"[74]. Das Verhalten und die Gedanken der jeweiligen RezipientInnen wird dementsprechend beeinflusst. Unter Identität ist hier ein Set von unterschiedlichsten Identitäten zu verstehen, soziale Positionen, die wir im Laufe unseres Lebens einnehmen und die unser Verhalten beeinflussen.

> *„ Identitäten sind verinnerlichte positionale Bezeichnungen bzw. Kennzeichnungen, die*

[72] Hall, Stuart: Rassismus und kulturelle Identität. In: Hall, Stuart (Hrsg.): Ausgewählte Schriften. Band 2. Hamburg, 1994. S. 212.
[73] Vgl. Geißler, Rainer (Hrsg.): Integration durch Massenmedien . Medien und Migration im internationalen Vergleich. Bielefeld, 2006. S.o.A.
[74] Bonfadelli, Heinz (Hrsg.): Jugend, Medien und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven. Wiesbaden, 2008. S. 27.

> *sich in sozialer Interaktion behaupten und bewährt haben. Sie sind diejenigen sozial anerkannten Personenkategorien, die man in einer Gesellschaft sein kann.“*[75]

Über Identifikation oder Abgrenzung entsteht eine enge Verflechtung des realen Alltags mit der medial vermittelten Realität.
Für die vorliegende Diplomarbeit ist die Präsentation der Subjektformen insofern interessant, als dass ein jeweils vorherrschendes System der Sichtbarkeit mit den jeweiligen gesellschaftlichen Macht- und Herrschaftverhältnissen verknüpft ist. Aber auch die Vielfalt an dargebotenen Subjektformen, im speziellen in der Sendung „We are Family! So lebt Deutschland“, soll aufgezeigt und kritisch betrachtet werden.
Die Betrachtung der dargebotenen Subjektformen erfolgt vor dem Hintergrund der Foucaultschen Diskursanalyse. Dabei sind Diskurse, wie bereits erwähnt, historisch geprägt. Sie beeinflussen bzw. generieren Räume von Regeln, die wiederum spezifische Möglichkeiten von Subjektformen kreieren.
Der Kultur- und Filmwissenschaftler Drehli Robnik beschreibt dieses „ZuseherInnen-Subjekt“ als ein

> *„unterworfenes - hervorgebracht und reguliert in einem Machtdispositiv, dessen Kräfte auf Ausbeutung, Disziplinierung und Fixierung abzielen.“* [76]

Wenn Robnik von jenem ZuseherInnen-Subjekt spricht, bezieht er sich auf ein - durch das Kino produziertes - Subjekt.
Für diese Arbeit ist die Frage relevant, ob diese „Subjektwerdung“ auch für die ZuschauerInnen des Fernsehens gilt.
Interessant ist in diesem Zusammenhang die Überlegung John Fiskes. Der Ausgangspunkt, dass „alle Texte (…) polysemantisch [sind]“, ist für das Medium insofern relevant, als dass

[75]Stryker, Sheldon: Die Theorie des Symbolischen Interaktionismus. In: Auwärter, Manfred; Kirsch, Edith; Schröter, Manfred (Hrsg.): Seminar: Kommunikation, Interaktion, Identität. Frankfurt am Main, 1976. S. 267.
[76]Robnik, Drehli: Was wird Kino? In: blimp 33/1996. S.56.

„für die Textualität des Fernsehens (…) diese Polysemie absolut zentral [ist]“[77]

Anders als Robnik, geht Fiske von einem aktiv agierenden Zuschauer, Zuschauerin aus. ZuseherInnen produzieren Fernseh“texte“ dahingehend selbstständig, als dass sie ihre individuellen gesellschaftlichen und kulturellen Erfahrungen mit dem in Verbindung setzen, was sie im Fernsehen sehen.[78]
Dabei unterscheidet Fiske Fernsehsendungen zwischen kulturindustrieller Ware und „Texten“. „Texte“ werden durch die RezipientInnen selbst produziert und sind in ihren Bedeutungen damit nie völlig ident. In diesem Sinne spricht Fiske von

„Fernsehzuschauer-Produzenten“[79].

Auch wenn Fiske von einem aktiv wirkenden Fernseh-Konsument/Konsumentin spricht, ist Robniks Überlegung damit nicht hinfällig.
Der Rahmen, in dem die RezipientInnen agieren, ist ein von Machtdispositiven durchzogener Raum, der auf die Disziplinierung des Einzelnen abzielt, um ihn später in der Masse zu „integrieren“. Die unbewusste oder gar bewusste Annahme eines medial vermittelten Bildes, führt zu einer Identifikation und gleichzeitig zur Annahme der hinter dem vermittelten Bild stehenden *Ideologie*.
Jener Disziplinierung, bzw. dieser symbolischen strukturellen Gewalt entgegenzuwirken, dient die Möglichkeit die Polysemie eines Textes zu nutzen und den Text selbst zu „produzieren“.

3.1.1 Medienwissenschaftlicher Aspekt der Identitätsentwicklung

Medien übernehmen im Bezug auf die Identitätsentwicklung drei wesentliche Funktionen[80]

[77] Fiske, John: Augenblicke des Fernsehens. Weder Text noch Publikum. In: Pias, Claus (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bist Baudrillard. Stuttgart, 1999. S. 237.
[78]Vgl. Fiske, John: Augenblicke des Fernsehens. Weder Text noch Publikum. In: Pias, Claus (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bist Baudrillard. Stuttgart, 1999. S. 235.
[79]Ebd. S. 241.
[80]Vgl. Bonfadelli, Heinz (Hrsg.): Jugend, Medien und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven. Wiesbaden, 2008. S. 27.

- Medien präsentieren **Inhalte**

  Diese Inhalte können bei der Identitätsausbildung entsprechend verwendet werden. Wie bereits erwähnt, kann nicht davon ausgegangen werden, dass Inhalte von jedem Rezipienten, jeder Rezipientin in gleicher Form aufgegriffen und übernommen werden.

- Medien präsentieren **Vorbilder**

  Mediale Figuren vermitteln Wertvorstellungen und Normen, die wiederum von den RezipientInnen angenommen werden *können* und damit als Leitbild dienen. Eine derartige Interaktion zwischen den Medienfiguren und den RezipientInnen führt zudem zu einem Identifikationsprozess und einem Vergleich mit der sozialen Umwelt.

- Medien präsentieren **Artikulationsräume**

  Die RezipientInnen agieren dabei aktiv. Insbesondere neuere Medien wie das Internet, bieten Räume, in denen sich die User *öffentlich* präsentieren können - ihre Identität artikulieren.

Die enorme Vielzahl an Medienangeboten in der heutigen Zeit führt auch zu einer wachsenden Anzahl an Identitätsressourcen. Werte, Normen, Handlungsmuster etc. werden nicht mehr allein über zwischenmenschliche Kommunikation vermittelt; man muss nur bspw. den Fernseher einschalten und wird unablässig durch Soaps oder Reality-Formate etc. mit einer Flut an Identitätsformen konfrontiert. Grenzen fallen weg, Kommunikation findet nicht mehr lokal statt - somit ist der Pool an Identitätsmöglichkeiten global. Aus der Fülle an Charakteren, kann sich der Zuschauer, die Zuschauerin entscheiden, mit welchem Charakter er sich identifizieren möchte.

3.1.2 Identitätsentwicklung in Reality-Formaten: Die Inszenierung des Privaten

> *„Das Reale […] erzählt keine Geschichten, nur der Mensch eignet sich das Reale in Form von Geschichten an.“*[81]

Sogenannte Reality-Formate gewannen im Laufe der Zeit, und insbesondere mit der Entwicklung des Privatfernsehens, immer mehr an Erfolg. Mehr als 60 solcher Sendungsformate gibt es allein jede Woche im deutschen Fernsehen[82] (Stand: 2009).
In diesen Formaten werden vermeintlich reale und „normale“ Menschen gezeigt, die dem Zuschauer/der Zuschauerin einen Einblick in ihre private Welt gewähren.
Der Alltag spielt im Fernsehen und insbesondere in Reality-Formaten eine bedeutende Rolle. Es geht weniger darum, dass ZuschauerInnen den medial präsentierten Figuren eine Wirklichkeit zugestehen bzw. dass das Verhalten dieser Figuren überzeugend dargestellt wird, sondern vielmehr, dass Alltag abgebildet und vermittelt wird.

> *„ Das vom Fernsehen betonte Interesse am Normalzustand führt dazu, dass unsere Wahrnehmung nicht herausgefordert wird, unsere Gleichgültigkeit nicht aufgehoben und keine Neigung erzeugt wird, im televisuellen Bild etwas zu entdecken und ein Detail zu fokussieren.“*[83]

Trotz der oftmals kritischen Nachfrage, inwiefern solche medialen Inszenierungen noch mit der realen Welt kompatibel sind, haben diese Angebote Erfolg.

[81] Hohenberger, Eva: Die Wirklichkeit des Films. Dokumentarfilm. Ethnographischer Film. Jean Rouch. Hildesheim, 1988. S. 79.
[82] Vgl Spiegel-Online: http://www.spiegel.de/spiegel/0,1518,656022,00.html , zuletzt aufgerufen: 07.10.2011
[83] Schwaab, Herbert: Erfahrung des Gewöhnlichen. Stanley Cavells Filmphilosophie als Theorie der Populärkultur. Münster, 2010. S. 315.

4. Formen des „Reality-Fernsehens“: Begriffsdifferenzierung

Die steigende Nachfrage nach „Reality-Formaten“ führt zu einer zunehmenden Differenzierung des Reality Programms. Für die RezipientInnen nicht immer eindeutig, ist „Reality-Tv“ nicht gleich „Reality-Tv“.

Eine von Winterhoff-Spurk et al. in den 1990er Jahren formulierte Definition des „Reality-Tvs“ (RTV) , fokussiert einen inhaltsanalytischen Zugang

> *„ Als RTV definieren wir Tv- Sendungen, in denen im allgemeinen*
>
> - *bereits vergangene negative Deviationen des Alltäglichen (kriminelles und nicht kriminelles deviantes Verhalten sowie Unglücksfälle) und deren erfolgreiche Bewältigung,*
> - *vornehmlich mit nachgespielten oder für die Sendung inszenierten Ereignissen, mit Originalaufnahmen und mit Interviews,*
> - *die meist männlichen Einzelpersonen in den Rollen von Rettern oder Opfern,*
> - *vorwiegend unter Verwendung von Groß- und Nahaufnahmen mit häufigem Einsatz von Living Camera, Schwenk und Zoom in Auf- und Untersicht,*
> - *in den Schritten Vorgeschichte, Verbrechen bzw. Notsituation sowie Ermittlung bzw. Rettung*
>
> *dargestellt werden“*[84]

Auffällig ist bei dieser Definition, eine Fokussierung auf eine bestimmte Form des „Reality-Tvs“, nämlich der des „eyewitness-programmes“. Formate wie beispielsweise die „Daily-Talks“ werden mit dieser Definition gar nicht gefasst. Solch eine einschränkende Definition ist für das heutige „Reality-Fernsehen“ unzureichend.

[84] Winterhoff-Spurk, Peter; Heidinger, Veronika; Schwab, Frank: Reality TV. Formate und Inhalte eines neuen Programmgenres. Saarbrücken, 1994. S. 206.

Eine von Laurie Ouellette und Susan Murray vorgenommene Definition ist hilfreicher, wenn die heutigen „Reality-Formate“ definiert werden sollen. Dennoch wird hierbei der Fokus auf ein kommerzielles Produkt zur Unterhaltung der Massen gelegt und weniger auf die jeweiligen Formen.

> *„ We define „reality television“ as an unabashedly commercial genre united less by aesthetic rules or certainities than by the fusion of popular entertainment with a self-conscious claim to the discourse of the real.“*[85]

Für die vorliegende Arbeit soll der Begriff „Reality-TV“ als ein Ober- bzw. Sammelbegriff fungieren.
Gameshows, Daily Talks etc. fallen zwar unter diesen Oberbegriff, sollen aber nicht näher beleuchtet werden.

Der Schwerpunkt liegt vielmehr auf den Begriffen *„Real-Life-Soap“*, *„Doku-Soap“*, *„Reality-Soap“* und *„scripted documentary“*; wobei letztere, als auch die „Doku-Soap“ näher betrachtet werden und auf das Fallbeispiel „We are family! So lebt Deutschland“ übertragen werden sollen.

4.1 „Real-Life-Soap“

Der Begriff der „Real-Life-Soap“ dient, laut Stephanie Lücke, selbst als Sammelbegriff für die serielle Alltagserzählungen der Doku- und Reality-Soap.

> *„ Während in Docu Soaps die zu beobachtenden Menschen in ihrer gewohnten privaten oder beruflichen Umgebung begleitet werden, setzt man sie*

[85]Murray, Susan; Ouellette, Laurie: Introducing. In: Murray, Susan; Ouellette, Laurie (Hrsg.): Reality TV. Remaking Television Culture. New York und London, 2004. S. 2.

> *in Reality Soaps in ein künstlich arrangiertes soziales Setting, d.h. sie werden aus ihrer natürlichen Umgebung in eine eigens für die Reality Soap entstandene Umgebung versetzt.“*[86]

Real-Life hebt die Bedeutung des „Alltäglichen“ erneut hervor. Dabei liegt es in der Macht des Fernsehens, was es für „alltäglich“ oder „normal“ definiert. Um die ZuseherInnen für das jeweilige Programm zu gewinnen, um Einschaltquoten zu erzielen, darf der Inhalt nicht so normal sein, dass es nachher keiner sehen will[87].
Damit muss das Außergewöhnliche, das Spektakuläre als „normal“ definiert werden. Jene Transformation führt bei den RezipientInnen zu einem verzerrten Bild der Realität - das Außergewöhnliche wird zum Normalen.
So sind es

> *„(…) nicht Schicksale oder Emotionen die interessieren, sondern der Alltag der Personen, der narrativ aufbereitet wird.“*[88]

Göttlichs Ausklammerung der Emotionen möchte ich nicht ganz zustimmen.
Mithilfe „spektakulärer“ Emotionen wird das Alltägliche für die ZuschauerInnen erst interessant. Mit der Darstellung von Emotionen wird eine Bindung zwischen ZuschauerInnen und medialen Figuren hergestellt - der Zuschauer, die Zuschauerin nehmen Anteil. Ob es sich dabei um „reale“ Emotionen handelt ist zweitrangig.

[86]Lücke, Stephanie: Real Life Soaps. Ein neues Genre des Reality TV. Münster, 2002. S. 63.
[87]Vgl. Schader, Peer: Reality-Tv. Der Horror des Alltags. In: FAZ online http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/reality-tv-der-horror-des-alltags-1744113.html , zuletzt aufgerufen: 07.10.2011
[88]Göttlich, Udo: Fernsehproduktionen, factual entertainment und Eventisierung. Aspekte der Verschränkung von Fernsehproduktion und Alltagsdarstellung. In: montage/av 10, 2001. S. 79.

Zu den wesentlichen Elementen einer Real-Life-Soap können folgende Punkte zählen[89]

- überwiegend handelt es um Fortsetzungserien; d.h. eine Geschichte wird in mehrere Episoden unterteilt. Eine eindeutige Ausdifferenzierung in Fortsetzungsserien und abgeschlossenen Episodenhandlungen ist jedoch nicht immer passend - die Grenzen hier sind sehr schwammig
- es existieren mehrere Hauptfiguren, von denen jede eine eigene dargestellte Geschichte besitzt
- „Die Erzählstruktur wird über den Stoff gelegt, der Stoff hat sich dieser Struktur anzupassen.“[90]

4.2 Doku-Soap

Die Doku-Soap lässt sich als ein Hybridgenre verstehen. Bereits existierende Formen wie die Reportage, die Dokumentation, das Porträt etc.[91] werden in dieser Form vereint und fügen sich zu jener neuen Gattung, die mit dem Begriff „Doku-Soap“ betitelt werden kann.
Wesentliches Element ist die dramaturgische Aufarbeitung des vorhandenen Filmmaterials.

> *„Menschen werden mit der Kamera dokumentarisch in ihrem Alltag beobachtet. Das Material wird später nach dramaturgischen und auch dramatischen Regeln von Soap Operas bzw. Serien montiert. Es findet eine Bearbeitung des Alltags statt, der dann in dieser dramatisierten, inszenierten Form auf dem Bildschirm erscheint.“*[92]

[89]Vgl. Hisnauer, Christian: Fernsehdokumentarismus. Theoretische Näherungen, pragmatische Abgrenzungen, begriffliche Klärungen. Konstanz, 2011. S.356.
[90]Wolf, Fritz: Der plötzliche Erfolg der Doku-Soaps. In: Cippitelli, Claudia; Schwanebeck, Axel (Hrsg.): Pickel, Küsse und Kulissen. Soap Operas im Fernsehen. München, 2001. S.115.
[91] Vgl. Witzke, Bodo; Rothaus, Ulli: Die Fernsehreportage. Konstanz, 2003. S. 313.
[92] Mikos, Lothar et al.: Im Auge der Kamera. Das Fernsehereignis Big Brother. Berlin, 2000. S. 45.

Den Doku-Soaps ist damit eine Verbindung aus Stilmitteln, die dem fiktionalen Genre (Spielfilme, Serien etc.) zuzuschreiben sind und der Darstellung der „Wirklichkeit“ inhärent.
Hauptcharateristik jenes Formats ist die Aufteilung in sich fortsetzenden seriellen Abschnitten (serial).
Als Beispiel für jene Formate kann die 1990 im WDR ausgestrahlte Serie „Die Fussbroichs“ gelten. In den 30-minuetigen Folgen sollte das authentische Bild einer „klassischen Arbeiterfamilie“ vermittelt werden.
Bodo Witzke und Ulli Rothaus[93] nehmen eine noch präzisere Unterteilung des Doku-Soap Genres vor, wobei diese dem wissenschaftlichen Zugang dient. Dass es in der Realität zu Mischformen der jeweiligen Typen kommt sei unbestritten.

- **Typorientierte Doku-Soap** die dargestellten Personen bilden eine zusammenhängende Gruppe, deren Alltag von der Kamera begleitet wird. Ein Beispiel dafür wäre die bereits erwähnte Sendung „Die Fussbroichs“

- **Themenorientierte Doku-Soap** das verbindende Element ist hier das Thema. Die dargestellten ProtagonistInnen müssen keine Gruppe bilden. Ein Beispiel dafür wäre die von VOX seit 2006 ausgestrahlte Sendung „ Goodbye Deutschland! Die Auswanderer“. Auch die später zu analysierende Sendung „We are family- so lebt Deutschland“ kann unter diese Kategorie fallen, da das verbindene Thema in diesem Falle Familien im weitesten Sinne sind.

- **Ortsbezogene Doku-Soap** das verbindende Element ist hier der Ort. Ein Bezug der einzelnen ProtagonistInnen muss nicht gegeben sein; allein der Ort gilt als Gemeinsamkeit. Ein Beispiel dafür wäre die 2011 ausgestrahlte Sendung „Hamburger Hafen“

- **Reality-Soap** gecastete ProtagonistInnen werden hier in eine künstliche Umgebung gesetzt. Dass es sich dabei um ein inszeniertes Setting handelt wird relativ leicht ersichtlich. Ein Beispiel dafür wäre die 2010 von RTL ausgestrahlte Sendung „ Die Farm“.

[93]Vgl. Witzke, Bodo; Rothaus, Ulli: Die Fernsehreportage. Konstanz, 2003. S. 301.

4.3 Reality-Soap

Die Definition von Witzke und Rothaus greift bereits ein wesentliches Element der Reality-Soap heraus - es handelt sich um ein geplantes, inszeniertes Format, welches lediglich existiert, damit es im Fernsehen gezeigt werden kann.
Es wird eine Künstlichkeit geschaffen, die im besten Falle als Realität verkauft werden kann.
Die Reality-Soap

> *„(…) simuliert den Alltag in einem außergewöhnlichen Umfeld und unter besonderen sozialen Bedingungen, damit unterscheidet sie sich fundamental von dokumentarischen Genres.“*[94]

Eines der wohl bekanntesten und meist diskutierten Fernsehbeispiele wäre wohl „Big Brother“. „Big Brother“ wurde erstmals im Jahre 2000 von RTL II ausgestrahlt. Bis heute existiert die Sendung, auch wenn sie im Laufe der Zeit Änderungen unterworfen war, so blieb die Grundstruktur dieselbe. Die ProtagonistInnen werden in einem abgeschlossenen, künstlichen Setting, wie bspw. dem Container gesetzt und rund um die Uhr durch Kameras beobachtet. Die Kameras sind 24 Stunden aktiv, so dass der Zuschauer, die Zuschauerin auch via Internet das Geschehen beobachten kann. „Big Brother“ vereint auch Elemente der Game- und Talkshow und muss dementsprechend als Hybridform betrachtet werden.
John de Mol, „Big Brother“- Erfinder und Chef der Produktionsfirma Endemol, beschrieb in einem SPIEGEL-Interview den Reiz der Sendung mit den Worten

> *"Big Brother" zeigt wahre Menschen in einer unwahren Umgebung. Diese Mischung macht das Projekt so interessant.“*[95]

[94] Lücke, Stephanie: Real Life Soaps. Ein neues Genre des Reality TV. Münster, 2002. S. 106.
[95] De Mol, John: Alles wäre machbar. In: Spiegel 28/2000. http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-16860800.html , zuletzt aufgerufen: 08.10.2011

4.3.1 Sonderfall der Reality-Soap: „making-over“- Formate

Die viel diskutierten „making-over“-Formate bilden eine Ausnahme in der Kategorie der Reality-Soap.

Hierbei werden die ProtagonistInnen nicht in ein künstliches Setting gesetzt, sondern ihr Alltag wird künstlichen Situationen ausgesetzt.

Ein Beispiel dafür sei die von RTL 2004 erstmals ausgestrahlte Sendung „Die Super Nanny“. Dabei tritt Katia Saalfrank, ihres Zeichens Diplom-Pädagogin, in den Alltag überforderter Eltern ein und berät die Familie in Erziehungsfragen. Ziel dieser Sendung, aber auch sämtlicher anderer „making-over“-Formate ist eine dauerhafte Veränderung des Alltags durch das Eingreifen der „Fernseh-ExpertInnen“.

Es sind jene Formate, die den RezipientInnen die Selbstpraktiken vorführen, mit denen die gegenwärtigen Subjektform produziert wird. Welche Subjektformen erstrebenswert sind, welche eher abzulehnen sind, wird hier präsentiert. Frei nach dem Motto: So sollst du leben, so ist es richtig.

Insbesondere die Frau wird im Rahmen von „making-over“-Formaten zum „Versuchsobjekt“. Oftmals sind es Sendungen, die sich mit dem making-over des jeweiligen Stils auseinandersetzen. Dass der Stil gleichzeitig auch die Körperlichkeit umfasst, sei an dieser Stelle lediglich kurz erwähnt.

> *„Eine Schlüsselfunktion dieser Stilberatungs-Sendungen besteht darin, Frauen von einem -nunmehr als inakzeptabel geltenden- Zustand in einen anderen Zustand zu versetzen. Letzterer zeichnet sich dadurch aus, dass das Erscheinungsbild und der Allgemeinzustand der Teilnehmerinnen sich entscheidend verbessert haben.“*[96]

[96]McRobbie, Angela (Hrsg.): Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes. Wiesbaden, 2010. S. 165.

4.4 Scripted-documentary: „Man kann alles scripten außer news“[97]

Wie der Name bereits erahnen lässt, sind „scripted documentaries“ fiktive, nach einem Drehbuch konzipierte Sendungen, die auf Basis der Real-Life-Soaps funktionieren.
Interessant erscheint dieses Format, da die später zu analysierenden Filmbeispiele auch teilweise „gescripted“ sind. Zu Beginn des Serienstarts von „We are family- so lebt Deutschland“ (PRO 7) 2005, war die Sendung noch nicht gescripted. Nach offiziellen Angaben[98] ist dies auch später nicht der Fall. Die Sendung wird als Doku-Soap bezeichnet. Dass die Sendung keinen fiktiven Charakter beinhaltet, darf jedoch angezweifelt werden.

Die vergleichbare Sendung „Mitten im Leben - Familien im Brennpunkt“, ausgestrahlt auf RTL, seit 2008, ist beispielsweise „gescripted“. Dieser fiktionale Aspekt wird jedoch, wie oftmals üblich, nur kurz eingeblendet in Form des Hinweises „ Alle handelnde Personen sind frei erfunden“.
Für den ungeübten Blick der ZuschauerInnen ist jene Einblendung kaum wahrnehmbar. Die Geschichten werden in der Folge größtenteils als real betrachtet.
So hat das Marktforschungsinstitut Ipsos im Rahmen der Panorama-Sendung „Das Lügenfernsehen“[99] (NDR) eine repräsentative Online-Umfrage entwickelt.
1000 ZuschauerInnen wurden Ausschnitte aus der Scripted-Reality-Sendung „Die Schulermittler“ (RTL) gezeigt, ohne dem Hinweis, dass es sich um ein „gescriptetes“ Format handelt. Die Aufgabe der ProbandInnen bestand darin, Statements zu bewerten - von einer Skala von 1 „ich stimme voll und ganz zu“ bis 7 „ich stimme überhaupt nicht zu“.
Ergebnis der Umfrage war, dass die gezeigten Ausschnitte überwiegend realistisch wirkten.[100] Die Aussage „ Man weiß doch, dass solche Schulermittler sinnvoll sind! Es sollte mehr davon geben“ stimmten 48% deutlich zu. Auch hier zeigt sich bereits eine

[97]Vgl. Stampf, Günter im Interview In: Panorama “Das Lügenfernsehen” http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/panorama_die_reporter/luegenfernsehen105.html , zuletzt aufgerufen: 10.10.2011.
[98]Vgl. PRO 7 Homepage: http://www.prosieben.at/tv/we-are-family-lebt-deutschland/sendung/ , zuletzt aufgerufen: 09.10.2011.
[99]Vgl. Panorama “Das Lügenfernsehen” http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/panorama_die_reporter/luegenfernsehen105.html , zuletzt aufgerufen: 10.10.2011.
[100]Vgl. Ergebnisse IPSOS-Studie: http://daserste.ndr.de/panorama/fernsehstudie101.html , zuletzt aufgerufen: 10.10.2011.

Tendenz Realität mit Fiktion zu vermischen, gibt es in der Realität so etwas wie „Schulermittler“ gar nicht.
Der Realitätsbegriff wandelt sich, indem der Begriff an Substanz verliert und allein als absatzstarkes Stilmittel funktioniert. Im Interview mit dem Kulturjournalisten Alexander Kissler wurde diese Behauptung einer „Auflösung“ der Realität angesprochen.

> *„In der Tat erleben wir durch die Flut der billigst produzierten Real-Life-Formate einen dramatischen Wandel des Wirklichkeitsbegriffes. Wirklichkeit bedeutet im Fernsehen nicht länger, dass ein unbeeinflusst ablaufendes Geschehen von der Kamera protokolliert wird, sondern lediglich, dass eine bewegte Kamera verwackelte und/oder unscharfe Bilder von Menschen liefert, die keine professionellen Schauspieler sind. Wirklichkeit wird damit von einem inhaltlichen zu einem ästhetischen Phänomen. Die Folgen in der außertelevisionären Welt können deshalb dramatisch sein, weil auf diese Weise auch reale Vorgänge, zu denen wir uns moralisch verhalten sollten, als bloß ästhetische Ereignisse missverstanden werden.“*[101]

Ein Grund für den großen Erfolg dieses Formats sind die geringen Produktionskosten. Ökonomisch betrachtet, können und wollen sich privatwirtschaftliche Sendeanstalten, wie beispielsweise RTL, ungescriptete Beiträge nicht mehr leisten[102].

> *„In einer gewöhnlichen Programmwoche im November 2009 laufen im deutschen Free-TV*

[101] Vgl. Interview Kissler, Alexander, Anhang S. 110.
[102] Vgl. Stampf, Günter im Interview In: Panorama “Das Lügenfernsehen” http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/panorama_die_reporter/luegenfernsehen105.html , zuletzt aufgerufen: 10.10.2011.

> *nicht weniger als 222 Sendungen unter dem Label Dokusoap.*
> *Vor zwei Jahren waren es im selben Zeitraum gerade mal 88. Der Grund für die Reality-Flut ist ebenso schlicht wie schnöde:*
> *Das Genre ist extrem billig.“*[103]

Auch Alexander Kissler äußert diese Vermutung und betont die Relevanz, aus privatwirtschaflicher Sicht, der Schaffung eines „werbefreundlichen Umfelds“.

> *„Jeder Fernsehsender, der nicht auf Gebührengelder zurückgreifen kann, hat als Daseinszweck, ein werbefreundliches Umfeld zu schaffen. Das Eigentliche geschieht in den Pausen, wenn die Commercials ausgestrahlt werden. Ganz offensichtig lassen sich mit den schnell und preisgünstig herzustellenden Dokusoaps ordentliche Renditen erwirtschaften.“*[104]

4.5 Kamera & Voice-Over: die Stimme der Wahrheit

Die medial präsentierten Subjektformen werden nicht allein durch die Bilder der Kamera hergestellt, sondern zusätzlich (überwiegend ist dies in der Doku-Soap zu finden) durch einen voice-over Kommentar.
Die offene Kamera suggeriert in erster Linie, dass die ProtagonistInnen in ihrem Alltag begleitet werden. In Ausnahmefällen wenden sich die ProtagonistInnen auch selbst an die Kamera, die in diesem Falle die Rolle des vermeintlichen Gesprächspartners übernimmt. Die Kamera dient als Sprachrohr für die Vermittlung von Gefühlen und Gedanken. Die RezipientInnen werden in dieses „pseudo-therapeutische“ Gespräch

[103]Holst, Christian: Reality-TV. Die schmutzige Wahrheit. In: TV Spielfilm http://www.tvspielfilm.de/news-und-specials/interviewsundstories/reality-tv-die-schmutzige-wahrheit,3942889,ApplicationArticle.html , zuletzt aufgerufen: 10.10.2011.
[104] Vgl. Interview Kissler, Alexander, Anhang S.110.

miteinbezogen. Scheinbar ungefiltert nehmen sie Anteil an der Selbstreflexion der ProtagonistInnen.

> *„ Diesem entpersonifizierten, technisch reproduzierten machtvollen Blick begegnen wir nun tagtäglich im Fernsehen, wir werden durch den Apparat in seine Bahnen gezwungen, wir werden durch die encodierte Ideologie in unserem Er-Leben bestimmt.“*[105]

Die dominante, omnipräsente „voice-over“-Stimme bietet den ZuschauerInnen in diesem Prozess eine Orientierung. Die anonyme Stimme entwickelt sich zu einem Partner, einer Partnerin, der/die durch das Geschehen begleitet, das Geschehen zusammenfasst und zusätzliche Informationen liefert.

> *„Die Rhetorik mit der die Protagonisten ihr jeweiliges Treiben begleiten und die von der Erzählerin verstärkt wurde, war eine fernsehtypische Rhetorik forcierter Sachlichkeit. Das Hohelied ehrlicher Arbeit und professionellen Verhaltens wurde gesungen. Eine Rhetorik wird eingesetzt, wenn das Abstruse, Grenzwertige, Obszöne Thema ist und Bildinhalt. Umgekehrt muss der gesellschaftliche Normalfall (…) mit hohem Aufwand dramatisiert werden.“*[106]

Kritisch betrachtet lenkt die „voice-over“-Stimme den Blick der ZuschauerInnen. Sie betont auf welche Punkte genau geachtet werden soll, auf was der Fokus gesetzt wird. Sie ist es, die einen Leitfaden anbietet, wie das Sichtbare interpretiert werden soll. Prokop spricht hierbei von der „Stimme der Wahrheit“[107].

---

[105] Prokop, Sabine: Bevor Big Brother kam. Über das Fernsehen am Ende des 20. Jahrhunderts. Wien, 2010. S. 100.
[106] Kissler, Alexander: Dummgeglotzt. Wie das Fernsehen uns verblödet. Gütersloh, 2009. S. 16-17.
[107] Vgl. Prokop, Sabine: Bevor Big Brother kam. Über das Fernsehen am Ende des 20. Jahrhunderts. Wien, 2010. S. 99.

Auf direkte Art und Weise wird den ZuschauerInnen gesagt, was „wahr“ ist. Der Zuschauer, die Zuschauerin kennt die Wahrheit, die hinter den Bildern steht oftmals nicht; so muss angenommen werden, dass das was die Stimme aus dem Fernseher mitteilt wahr ist. Die implizierte Ideologie wird dabei übernommen.

5. „We are family! So lebt Deutschland“

Bei der Sendung „We are family! So lebt Deutschland“, handelt es sich um eine Hybridform.
Eine klare Zuordnung in die erwähnten Kategorien fällt schwer, da einzelne Kriterien nicht nur für eine jeweilige Kategorie geltbar zu machen sind.
Da sich das Genre der „Doku-Soap“ selbst als ein Hybridgenre definiert, ist die Zuordnung der entsprechenden Sendung gerechtfertigt.

Wie bereits erwähnt, lässt sich „We are Family! So lebt Deutschland“ der Unterkategorie „Themenorientierte Doku-Soap“ zuordnen, da das verbindende Thema in diesem Falle die Familie ist. Das Sujet Familie wird relativ offen gestaltet und geht nicht allein von einem traditionellen Familienbegriff bzw. -konzept – Mutter, Vater, Kind - aus.
Im Bezug auf den fiktionalen Charakter, bzw. der Frage: gescripted oder nicht, kann lediglich eine Vermutung geäußert werden.
Zwar wird von offizieller Seite[108] her bestritten, dass die Sendung gescripted ist, ein fehlender fiktiver Charakter darf jedoch und wird auch, stark angezweifelt.

Der Sender PRO 7 stellt die Sendung „We are Family! So lebt Deutschland“ auf seiner Homepage folgendermaßen vor:

> *„Großstadt, Vorort oder Dorfidylle - Norden,*
> *Süden, Osten oder Westen? Wo und wie lebt es*
> *sich hierzulande am Besten? "We are Family! So*

[108]Vgl. PRO 7 Homepage: http://www.prosieben.at/tv/we-are-family-lebt-deutschland/sendung/ , zuletzt aufgerufen: 23.10.2011.

lebt Deutschland." begibt sich auf die Spuren deutschen Familienglücks. In den einzelnen Folgen blickt die ProSieben-Doku-Soap hinter die Kulissen deutscher Familien.

Vom jungen, stolzen Pärchen mit Baby über die Großfamilie mit vier Generationen bis hin zur Patchwork-Familie: Wie meistern sie alle den Alltag zwischen Windelwechseln, Haushalt organisieren, Partnerschaft, Fernsehabenden und Beruf - nicht nur werktags, sondern auch am Wochenende und in den Ferien? Welche finanziellen Hürden sind zu nehmen? Wie funktionieren Fernbeziehungen mit Kindern? Wie lebt es sich mit Sprössling und Großeltern unter einem Dach? Und was steht bei den einzelnen Fällen für wirkliches Glück - abseits von Geld und Karriere?

ProSieben begibt sich auf die Suche nach den Antworten ...“[109]

Die vorerst 30-minütige Sendung, die später auf 50 Minuten ausgebaut wurde, wurde erstmals 2005 im Nachmittagsprogramm des Privatsenders Pro 7 ausgestrahlt. Zunächst strahlte Pro 7 die Folgen von montags bis freitags von 14:00 Uhr bis 14:30 Uhr aus. Aufgrund der erfolgreichen Einschaltquoten, wurde aus dem halbstündigen Format schnell ein einstündiges. Aktuell ist die Sendung aus dem Programm des Senders genommen, Wiederholungen werden jedoch im Nachtprogramm des Senders gezeigt.

[109] PRO 7 Homepage: http://www.prosieben.at/tv/we-are-family-lebt-deutschland/sendung/ , zuletzt aufgerufen: 23.10.2011.

5.1 Produktionsbedingungen

„We are family- so lebt Deutschland“ wird bzw. wurde durch Pro 7 ausgestrahlt. Produziert wurde das Format jedoch von zahlreichen externen Fernsehproduktionsfirmen im Auftrag von der ProSiebenSat1 Media AG.
Einige der Produktionsfirmen sind: Janus TV GmbH, south&browse GmbH, Good Times Fernsehproduktions-GmbH, MAGMA TV Produktions GmbH als auch die Skarabäus Entertainment GmbH.
Dabei handelt es sich um ein sogenanntes „total buy-out“-Prinzip. Der zuständige Sender legt dabei die Richtlinien des Formats fest, so auch beispielsweise wie O-Töne auszusehen haben, wie oft bzw. wie schnell geschnitten werden darf etc.
Sämtliche Rechte an Bild, Ton und künstlerischer Gestaltung obliegen dabei dem Sender.
Im Zuge meiner Recherche wird mir dies durch Stephanie Lechelmayr von der Produktionsfirma Janus TV GmbH bestätigt.

> *„(...)die Rechte des Filmmaterials zu der Sendereihe „We are Family“ liegt bei dem Fernsehsender Pro Sieben. Die Janus TV GmbH hat im Auftrag von Pro Sieben produziert und hat mit Abgabe der Sendung alle Rechte an den Sender abgetreten (...)“*[110]

Allein die Quantität der Sendung ist ein Grund, warum Pro 7 die Sendung produzieren lässt. Der Anspruch der Produktion eines täglichen Formats wäre durch den Sender allein nicht zu schaffen.
Karl-Heinz Angsten, Verantwortlicher für die Formatentwicklung bei der Kölner Produktionsfirma „Good Times Fernsehproduktions-GmbH“, schilderte den Produktionsweg wie folgt

> *„Wir suchen und finden Protagonisten mit einer guten „Geschichte“ bzw. einer anstehenden Entscheidung (Berufswechsel, Auswanderung,*

[110] Vgl. Email Janus-TV, Anhang S.142.

Schwangerschaft etc.), schlagen sie dem Sender als Expose vor, und bei gefallen(sic!) wird dann ein treatment (sic!) geschrieben (kein „Drehbuch"), das mögliche Schritte der docu (sic!)enthält. Nach dessen Abnahme durch den Sender wird gedreht, wobei die Wirklichkeit in der Regel stärker ist – und sein sollte – als das treatment (sic!)."[111]

Welche „Geschichten" bzw. welche ProtagonistInnen der Sender für interessant erachten, wird aus jener Aussage nicht deutlich. Die Vermutung liegt aber nahe, dass die Entscheidung auch hier stark an den Begriff des „Normalen" gekoppelt ist. Wie bereits erwähnt, dürfen die „Geschichten" als auch die ProtagonistInnen nicht „zu normal" sein, denn das wäre für die ZuschauerInnen nicht interessant. Somit muss das „Außergewöhnliche", das „Spektakuläre", das „Extreme" umbenannt und als „normal" verkauft werden.

Die vorgegebenen Richtlinien verleihen dem Produkt Kontinuität und eine Einheit. Aspekte, die für die ZuschauerInnen einer Soap bzw. Serie von großer Bedeutung sind. Das einheitliche Erscheinungsbild einer Sendung unterstützt die ZuseherInnen dabei der Sendung adäquat folgen zu können. Die Sehgewohnheiten des Einzelnen werden geschult. Wenn die Rahmenbedingungen bekannt und die Strukturen der Sendung erlernt wurden, können die vermittelten Botschaften einfacher aufgenommen werden.

5.2 Zielgruppe

Filme, wie auch Fernsehsendungen, richten sich immer an ein Publikum.

Das Publikum kann dabei im Vorhinein bereits definiert sein oder es handelt sich um ein nicht konkret spezifiziertes Publikum.

Eine Form der Publikumszuwendung verläuft über intertextuelle Bezüge.

Lothar Mikos definiert die Intertextualität als eine Positionierung des aktuellen Textes (in diesem Fall die rezipierte Fernsehsendung) im Verhältnis zu anderen Texten.

[111] Vgl. Interview Angsten, Karl-Heinz, Anhang S. 116.

„Intertextualität meint die Beziehung eines Textes zu anderen Texten.“[112]

Intertextuelle Bezüge können bereits vorhandene Erlebnis- und Erkenntnisweisen der ZuschauerInnen ansprechen.
Die jeweiligen bereits vorhandenen Erfahrungen im Bezug auf Erlebnisse oder Erkenntnisse sind dahingehend von Bedeutung, als dass der Prozess des Konsumierens geprägt wird von dem Kontext (Erlebnisse und Erkenntnisse bilden einen Teil jenes Kontextes) in dem sich der/die RezipientIn befindet. Der Konsum ist ein produktiver Vorgang. Während dieser Aktion wird bestimmt, welche medial dargebotenen Subjektformen angenommen werden und welche nicht.
Im Falle von „We are family! So lebt Deutschland“ lässt sich die Zielgruppe bereits im Vorhinein teilweise definieren. Die Tatsache, dass die Sendung bereits am Nachmittag, ab 14 Uhr bis 14.30Uhr, später 15Uhr, ausgestrahlt wurde, engt den Kreis von potentiellen ZuschauerInnen ein. Der überwiegende Teil der Berufstätigen wäre aufgrund der Arbeitszeiten wohl nicht in der Lage die Sendung zu sehen. Der Schluss liegt nah, dass somit Hausfrauen/Hausmänner bzw. SchülerInnen potentielle ZuseherInnen sind. Diese Vermutung wird auch im Interview von Karl-Heinz Angsten bestätigt –

„(…) Kernzielgruppe aller ausstrahlenden Sender sind aber die 20-59-jährigen, und da eher Frauen/Haushaltsführende.“[113]

Eng verbunden mit der Definition der Zielgruppe ist die Frage, wie etwas dargestellt, bzw. wie etwas erzählt wird. Im Falle der Sendung „We are family! So lebt Deutschland“ heißt das

„(…) dass die Kernzielgruppe eher weiblich ist, also keine „männlichen“ Themen dominieren sollten – und das Publikum eher dazu neigt, mit

[112]Mikos, Lothar: Zwischen den Bildern – Intertextualität in der Medienkultur. In: Ammann, Daniel; Moser, Heinz; Vaissière, Roger (Hrsg.): Medien lesen. Der Textbegriff in der Medienwissenschaft. Zürich, 1999. S. 68.
[113] Vgl. Interview Angsten, Karl-Heinz, Anhang S. 114.

einer Frau Mitgefühl zu empfinden als mit einem Mann.“[114]

Jene Aussage impliziert zwei, für mich entschiedene Annahmen bzw. Definitionen. Zum Einen wird bereits definiert, was „weibliche“ bzw. was „männliche“ Themen sind. Zum Anderen wird davon ausgegangen, dass die dargestellte Frau als eine Art Projektionsfläche für Emotionen und Gefühle dient. Sie wird bereits im Vorhinein mit Attributen belegt. Beide Annahmen wirken sich entsprechend auf die Darstellungs – und Erzählweise der Sendung aus, die im Folgenden analysiert werden soll. Es soll aber bereits an dieser Stelle erwähnt werden, dass die Tatsache, wie die Geschichte der Sendung erzählt wird, wie die Frauen oder auch die Männer dargestellt werden, Positionsanweisungen für RezipientInnen beinhalten.

6. „Unterschichtenfernsehen“ – Ein Einblick in die Diskussion

Der Einschub dieses Kapitels ist dahingehend begründet, als dass der Begriff des „Unterschichtenfernsehens“ sowohl auf die KonsumentInnen bezogen werden kann, als auch auf die hier besprochene Sendung „We are family! So lebt Deutschland“. „We are family! So lebt Deutschland“ wird häufig als „Unterschichtenfernsehen“ betitelt.
Was diese Bezeichnung mit sich bringt, welche moralischen Verdikte und Wertvorstellungen damit verbunden sind, soll in diesem Kapitel angesprochen werden.
Der Begriff des „Unterschichtenfernsehens“ als auch die darauffolgende Debatte sind bereits Untersuchungsgegenstände zahlreicher wissenschaftlicher Arbeiten und Diskurse. Aus diesem Grunde möchte ich lediglich einen Überblick und Denkanstöße liefern, sodass eine Kontextualisierung meiner eigentlichen Arbeit, meines wesentlichen Untersuchungsgegenstandes, die Sendung „We are family! So lebt Deutschland“, vollzogen werden kann.

2005 gelang der Begriff „Unterschichtenfernsehen“ durch die Aussagen des Entertainers Harald Schmidt an die Öffentlichkeit. Bis dato hatten sich bereits WissenschaftlerInnen mit dem Begriff auseinandergesetzt.

[114] Vgl. Interview Angsten, Karl-Heinz, Anhang S. 116.

Für Schmidt bezog sich der Begriff auf die privaten Sendeanstalten in Deutschland und ihr niveauloses Programm.
Eine Zuordnung, die der Historiker Paul Nolte skizzierte. Nolte geht den Fragen nach, wie sich die heutige Gesellschaftsordnung verändert hat, welche Faktoren auf die Veränderungen einwirken und wie sich der Begriff der „Klassengesellschaft" gewandelt hat.
In seinem Buch „Generation Reform. Jenseits der blockierten Republik" vertritt er die Auffassung, die „ Klassengesellschaft" habe sich unter anderem hinsichtlich der Fernsehgewohnheiten positioniert und manifestiert –

> *„(…) neuen Mechanismen der Klassengesellschaft findet man nicht so sehr, wie früher, in der Sphäre der Produktion und Arbeit, sondern vielmehr im Konsum und im Alltag. […] Sagen wir es ruhig noch deutlicher: Sie (Anm.: die „Klassendifferenzierung des Fernsehens") hat mit RTL und SAT. I ein spezielles Unterschichtenfernsehen entstehen lassen(…)."*[115]

Nolte legt seinen Fokus auf den Konsum und damit auf die RezipientInnen, die seiner Ansicht nach vorwiegend aus der „Unterschicht" stammen: eine Gesellschaftsschicht in der Arbeit weniger geschätzt wird als die Freizeit.
Der Medienpsychologe Peter Winterhoff-Spurk betrachtet den Begriff des Unterschichtenfernsehens kritisch und kommt zu der Erkenntnis, dass es sich bei dem Begriff um einen „publizistischen Mythos"[116] handele.

> *„Die Beschreibung und Erklärung gesellschaftlicher Strukturen und Prozesse ausschließlich durch die Dimension*

[115]Nolte, Paul: Generation Reform. Jenseits der blockierten Republik. München, 2004. S. 41-42.
[116]Winterhoff-Spurk, Peter: Die mediale Klassengesellschaft – politische Realität oder publizistischer Mythos? www.mediendaten.de/fileadmin/Texte/Winterhoff01.pdf , S. 7. Zuletzt aufgerufen: 06.11.2011

„Mediennutzung- und wirkung" erscheint mir als eine unzulässige Reduzierung."[117]

7. „Armut ist eine Schande" – das „richtige" und das „falsche" Subjekt

Dass gesellschaftliche Strukturen allein durch die Mediennutzung und -wirkung erklärt werden können, halte auch ich für eine unzureichende Annahme.
Dennoch ist die Medienwirkung bzw. der Mediennutzen nicht zu vernachlässigen, wenn es um gesellschaftliche Hierarchien und ihre Aufrechterhaltung geht. Wie bereits ausführlich ausgearbeitet und von den Cultural Studies unterstrichen, tragen Medien einen wesentlichen Beitrag im „Kampf" um gesellschaftlich anerkannte Bedeutungen bei.
Die „Unterschichtendebatte" führt uns vor Augen, dass soziale Ressourcen wie Arbeit, Bildung etc. zur Bewertung von Medien dienen; und im Folgenden Abwertungen und gesellschaftliche Hierarchien verfestigt werden. Der Begriff des „Unterschichtenfernsehens" wird somit legitimiert.
Alexander Kissler hebt im Interview noch einen weiteren Aspekt heraus –

„Zum anderen haben viele Real-Life-Formate, da sie im proletarischen und subproletarischen Milieu angesiedelt sind, die verhängnisvolle Botschaft: Armut ist eine Schande. Der arme Mensch ist hier in der Regel an Bildung komplett desinteressiert, ist manierenlos, suchtgefährdet, gewalttätig. Ein solches Zerrbild trägt dazu bei, geringes Einkommen als Indikator für soziale und charakterliche Defekte zu halten."[118]

[117] ebd. S. 7.
[118] Vgl. Interview Kissler, Alexander Anhang S. 111.

Die Aussage Kisslers führt die bereits erwähnte Bedeutung von vermittelten Subjektpraktiken und der damit verbundenen Botschaft – das ist gut, das ist erstrebenswert, das ist schlecht und somit abzulehnen – fort.
In diesem spezifischen Falle ist es die abzulehnende Armut – „Armut ist eine Schande“
Im Kapitel „Die Rolle der Frau in der neoliberalen Welt – eine neoliberale Domestizierung?“ wurde der Stellenwert der Arbeit in der heutigen Zeit bereits herausgearbeitet.
Zunehmend identifiziert sich der Mensch über seine Arbeit. Neoliberale Wertemuster vermitteln die Nachricht: wer arm ist, ist im Grunde selbst schuld; er/sie ist im Endeffekt zu faul. Armut wird als selbstverschuldet definiert.
Das Subjekt muss in Folge diszipliniert werden, unter anderem durch die Verbreitung jener Moral- und Wertvorstellungen über das Fernsehen.
In der folgenden Analyse wird diese Disziplinierung näher betrachtet. Handelt es sich doch nicht nur um eine Disziplinierung des „Geistes“, sondern auch, und im Wesentlichen, um eine Disziplinierung des Körpers an sich.

> *„Das spätmoderne Fernsehen zeigt an sehr vielen Stellen, wie Menschen ihren Willen durchsetzen oder nicht, blendet aber die Frage aus, ob der jeweilige Wille durchsetzungswürdig ist und ob die Mittel zur Durchsetzung angemessen sind. Andererseits wird das Normale eingegrenzt auf das sinnlich Fassliche. Anstrengungen etwa des Geistes werden in der Regel für nicht darstellbar gehalten. Body Tuning, heißt das, ist gut und beachtenswert, der Kampf um sozialen Aufstieg durch Bildung eher nicht.“*[119]

[119] Vgl. Interview Kissler, Alexander Anhang S. 112.

8. Die Schwierigkeit der Materialbeschaffung - zur Auswahl der Untersuchungsbeispiele

Die Problematik der vorliegenden Diplomarbeit lag hauptsächlich in der Beschaffung des Filmmaterials.

Im Vorfeld der Arbeit ging ich von der Überlegung aus, dass es interessant sei, einen chronologischen Überblick der Sendung aufzuzeigen. Das heißt, dass ich der Frage nachgehen wollte, ob sich die Darstellung der Frau in der Sendung „We are Family! So lebt Deutschland“ im Laufe der Zeit gewandelt hat, oder ob die Prinzipien der Darstellung seit 2005 dieselben geblieben sind.

Im Zuge meiner Recherche habe ich zahlreiche Produktionsfirmen (siehe oben) angeschrieben, mit der Bitte mir entsprechendes Filmmaterial für meine wissenschaftliche Arbeit bereitzustellen.

Keine der Produktionsfirmen kam meiner Anfrage nach.

Teilweise wurde ich an den Sender Pro 7 verwiesen, überwiegend wurde mir jedoch gleich eine Absage, ohne nähere Erläuterung, erteilt. Eine Ausnahme gab es dennoch. Die entsprechende Produktionsfirma hatte mir Material in Aussicht gestellt, wollte jedoch das genaue Thema der Arbeit in Erfahrung bringen. Als ich ihnen das Thema mitteilte und sagte, dass der Schwerpunkt auf der Darstellung der Frau liegt, wurde mein Wunsch kommentarlos abgewiesen.

Auch die Anfrage bei Pro 7 selbst verlief nicht zufriedenstellend. Es wurde auf das kostenpflichtige Portal „maxdome“ verwiesen, auf dem ich die Chance hätte, die Serie zu sehen.

Die Entscheidung, mein Material von der besagten Plattform zu beziehen, erwies sich ebenfalls als schwierig und nicht ganz optimal.

Lediglich eine Staffel, Staffel 4, der Sendung „We are Family! So lebt Deutschland“ war auf maxdome.de erhältlich. Zudem war der Zugang kostenpflichtig und zeitlich begrenzt. Aus mir, per Mail mitgeteilten, „rechtlichen Gründen“[120], war es zudem nur möglich das Material in Deutschland bzw. über einen deutschen Internetzugang zu sehen. Ein Zugriff aus Österreich wurde mir untersagt.

Meine Überlegung die Entwicklung der Darstellung der Frau in „We are Family! So lebt Deutschland“ musste ich aus den hier geschilderten Gründen verwerfen.

Die vorliegende Arbeit umfasst daher drei Folgen der vierten Staffel der Serie.

Ich habe mich für drei Folgen entschieden, da ich im Bezug auf die Darstellung der Frau, drei „Hauptthemen“ herausgearbeitet habe.
Staffel 4 umfasst meines Erachtens die Hauptthemen:

- Rotlicht/ Sex
- Körper/ Übergewicht
- Existenzielle Probleme/ prekäre Arbeitsverhältnisse

Die von mir ausgewählten Folgen, drei an der Zahl, decken die genannten Hauptthemen ab.

Im Folgenden sollen die drei Folgen analysiert werden und exemplarisch für die Forschungsfrage „wie wird die Frau im Reality-Format „We are family! So lebt Deutschland“ dargestellt dienen.
Die Analyse des Materials erfolgt chronologisch.

9. Körper

Eines der drei definierten Hauptthemen habe ich mit den Stichworten „Körper“ und „Übergewicht“ betitelt.
In diesem Kapitel soll die Bedeutung des Körpers und die Entwicklung als Untersuchungs- wie auch Projektionsobjekt herausgearbeitet werden. Der Körper als auch die Formung des Körpers ist ein Teil der Subjektivität, den materiellen als auch körperlichen Aspekten zuzuordnen.
Der Körper kann als ein Feld verschiedenster Machttechniken und Machtkämpfe definiert werden. Er ist gleichzeitig Konstruktion wie auch Repräsentation persönlicher Identität.
Michael Kolb definiert den Körper als ein „permanentes Gestaltungsobjekt“, ein Feld auf dem, wie bereits erwähnt, Machtstrukturen einwirken.

> *„Festzuhalten bleibt, dass in der fortgeschrittenen Moderne die eigene Identität und damit auch der eigene Körper als integraler Kernbestandteil dieser Identität zu*

> *einem permanenten Gestaltungsobjekt geworden ist. Die Suche nach individueller Identität hat sich auch zu einer Suche nach einer tragfähigen Verortung des eigenen Körpers ausgedehnt.“*[121]

Die Definition des Körpers als Gestaltungsobjekt hat sich im Laufe der Jahre entwickelt.

War der Körper vormals als rein biologischer Leib definiert, wurde mit der Begrifflichkeit „gender“ ein neuer Aspekt hinzugefügt, der von der Frauen- und Geschlechterforschung der Sechziger- und Siebzigerjahre ausging.

Bis dato wurde der Körper durch das biologische Geschlecht definiert. Männlich oder weiblich galten als unveränderbare Kategorien. Mit dem Begriff und der Zuschreibung „gender“, wurde diese Unveränderbarkeit durchbrochen. Biologische Anhaltspunkte wurden mit sozialen und kulturellen Praktiken ergänzt. Auf den Körper wurden jene Ausdrucksformen geschrieben und im Späteren auch eingeschrieben.

Mit den (poststrukturalistischen) Gender Studies änderte sich der Körper als Untersuchungsobjekt dahingehend, als dass der Körper „in seiner ganzen Vielfalt“ untersucht wurde/wird

> *„(…) und als bedeutende[r] Ort der medialen Verhandlungen des Geschlechtsverhältnisses“*[122]

enthüllt wurde.

Damit wird der Körper gleichzeitig zum Träger als auch zum Darstellungsobjekt von Sinn und Bedeutung. Jener dualer Prozess verdeutlicht sich dahingehend, als dass der Mensch den Körper als ein Medium sieht – das auf der einen Seite dazu dient, der Außenwelt zu zeigen, zu repräsentieren, was die/der jenige *ist* bzw. sein *möchte*; auf der

[121] Kolb, Michael: Trends der Körperthematisierung. In: Marschnik, Mathias; Müller, Rudolf; Penz, Otto; Spital, Georg (Hrsg.): Sport Studies: Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung. Wien, 2009. S.o.A.

[122] Klaus, Elisabeth: Enthüllungen. Gedanken zum Verhältnis von Körper und Medien aus der Perspektive der Kommunikationswissenschaft. In: Haas, Birgit (Hrsg.): Der postfeministische Diskurs. Würzburg, 2006. S. 127.

anderen Seite wird der Körper als Projektionsfläche für die Botschaften der (medialen) Außenwelt genutzt, mit der Aufgabe aufzuzeigen, was die jeweilige Person sein *soll*.

Die medial vermittelten Bilder/Körper stellen Körper dar, bzw. stellen sie her, die als „natürlich" gelten, gelten zu haben.

> *„Medien sind Vermittler von Nachrichten, die im Prozess der Nachahmung und Identifikation die biologischen Körper mit „richtiger" Weiblichkeit und „richtiger" Männlichkeit umgarnen und so das hierarchische Geschlechterverhältnis fixieren."*[123]

Macht- als auch Gewaltstrukturen wirken auf den Körper ein um diese „Richtigkeit" zu produzieren und im Folgenden auch um eine heteronormative Geschlechterordnung zu manifestieren und aufrechtzuerhalten.
Die einwirkenden Konstruktionsmechanismen wirken dabei verdeckt – sie setzen sich aus diskursiven sowie sehr konkreten materiellen

> *„(…) Manifestationen der Geschlechterdifferenz und Geschlechterhierarchien"*[124]

zusammen.

Im Kapitel „Die Rolle der Frau in der neoliberalen Welt - eine neoliberale Domestizierung?" wurde bereits die Flexibilität angesprochen, die der Neoliberalismus, der Neo-Kapitalismus fordert. Die Forderung nach Flexibilität überträgt sich auch auf den Körper. Der Ruf nach einem starken, trainierten, belastbaren Körper wird lauter.

[123] Klaus, Elisabeth: Enthüllungen. Gedanken zum Verhältnis von Körper und Medien aus der Perspektive der Kommunikationswissenschaft. In: Haas, Birgit (Hrsg.): Der postfeministische Diskurs. Würzburg, 2006. S. 129.
[124] Ebd. S. 133.

Auch wenn im Laufe der Jahrzehnte die physische Arbeit abgenommen hat, so hat sich im selben Zug der psychische Druck erhöht, der in letzter Konsequenz auch Auswirkungen auch auf den Körper hat.

Michel Foucaults Überlegungen im Bezug auf die Disziplinierung des Körpers sind von enormer Aktualität. Offene Gewalt gegenüber dem Körper ist subtileren Machtpraktiken gewichen. Ein Ergebnis dieser Machtpraktiken ist unter anderem der Ausschluss all jener, die dem ideologisch manifestierten Körperideal nicht nachkommen können oder wollen.
Unsportliche, fülligere, rauchende Menschen, um nur ein paar wenige Attribute zu nennen, werden als undiszipliniert und faul angesehen. Dieser Logik folgend weist ihr Körper auf ihre Identität, ihre Einstellungen hin – sie sind faul und tragen nicht zum Erfolg der Gesellschaft bei. Sie sind weniger wert.
Disziplinierung und Selbstdisziplinierung führen scheinbar zu dem erwünschten „natürlichen", „richtigen" Körper. Dass dieser Körper de facto nicht zu erreichen ist, ist kalkulierter Bestandteil der Machtpraktiken.
Damit ist eine permanente Selbstdisziplinierung gewährleistet, da das unerreichbare Ziel vordergründig erreichbar und erstrebenswert erscheint: Das Ziel ist vor Augen, aber es ist nicht erreichbar.

In Eva Kreiskys Beitrag „Arbeitskörper, Sportkörper" arbeitet die Politikwissenschaftlerin die Bedeutung des Körpers in der Gesellschaft heraus und stellt dabei fest, dass

> *„Während die Relevanz sozialer Klassen in postmodernen Gesellschaftsgefügen zu schwinden scheint, legen „Körperklassen" sichtbar an Bedeutung zu. Auch der Körper mutiert zu einem sozialen Kampf-Feld, zu einem Feld, auf dem das neoliberale Gesellschaftsspiel des „Aussiebens" immer härter ausgetragen wird. Altes, Unschönes,*

> *Unsportliches verschwindet aus Lifestyle-Märkten wie öffentlichen Räumen.“*[125]

Starker und wesentlicher Player auf diesem „sozialen Kampf-Feld“ sind die Medien und im Speziellen das Fernsehen.

Das Fernsehen fungiert als Vermittlungs- als auch Moralinstanz. Zahlreiche „Make-over-Shows“ definierten, was richtig, was akzeptabel ist. Passt die Person nicht in dieses Konzept, wird er/sie „ummodelliert“, der Körper wird einem „make-over“ unterzogen. Dabei geht es vom schlichten Umkleiden bis hin zur Schönheits-Op, die vor laufender Kamera durchgeführt wird.
Nicht nur „make-over-Shows“ sind Formate in denen Definitionen des „richtigen“ Körpers artikuliert werden. Zwar wird in ihnen offensichtlich definiert was „richtig“ und was „falsch“ und damit abzulehnen ist, doch gibt es zahlreiche andere Formate in denen diese Kategorisierung auch unternommen wird, wenn auch nicht so offensichtlich.

Alexander Kissler fasst dies in einer publizistisch, ironisch, zugespitzten Weise mit den Worten:

> *„Das Leben, das sie meinen, besteht aus genau zwei Zutaten: aus Hormonen und aus Fleisch. Mit diesen Ingredienzien lässt sich beinahe das komplette Nachmittagsprogramm bestreiten. Hormone sorgen für Keiferei, Aggression und Paarungstrieb, wie sie allesamt in den Gerichtsshows, den Talkshows und den bestenfalls halbdokumentarischen Szenen aus zerrütteten Familien abgehandelt werden. Das Fleisch aber sorgt für die permanente Modellierbarkeit hormonell erregter Menschen. Das Fleisch ist die Trägermasse der Träume,*

[125]Kreisky, Eva: Arbeitskörper, Sportkörper und Geschlechtskörper. Einflüsse des Geschlechts auf moderne Sportkulturen. In: Kreisky, Eva; Spitaler, Georg: Reader zur Ringvorlesung „Macht Bewegung – Transformation des sportlichen Feldes“. Wien, 2007. S. 47.

die vom Fernsehen befeuert werden. Es ist die Grundsubstanz fortwährenden Ab- und Umbaus, wie ihn das Abbruchunternehmen Fernsehen liebt. Das Fleisch fungiert wie auch die renovierungsbedürftigen Häuser und abgewrackten Küchen, die das Fernsehen nicht minder gern saniert, als Existenzberechtigung mit Appellcharakter. Wir tun was, was das Fernsehen, indem wir euch antun, was ihr bisher nicht zu tun gewagt habt."[126]

zusammen.

10. Überlegungen zur Analyse

Wie bereits eingangs betont, handelt es sich um eine politikwissenschaftliche Arbeit mit einem kulturwissenschaftlichen Ausgangspunkt.
Bisher ist ein politikwissenschaftlicher Theorieansatz zur Arbeit mit Film und/oder Fernsehen noch ein relativ junger – die enorme Bedeutung von Bildern, in diesem Falle bewegten Bildern, stößt in den Politikwissenschaften bisher auf wenig Resonanz.
Lange Zeit wurde das Denken in bewegten Bildern an die Peripherie gedrängt.

Diese Arbeit soll den Versuch unternehmen, einen politikwissenschaftlichen „Blick" auf bewegte Bilder zu werfen.
Meines Erachtens liegt der Unterschied zwischen einem politikwissenschaftlichen Ansatz und einem Ansatz aus anderen Disziplinen darin, dass sich die Begrifflichkeit unterscheidet. Im Besonderen, dass überhaupt erst ein Politikbegriff formuliert werden sollte – was zur Folge hat, dass zentrale Begriffe wie „Staat", „Herrschaft", „Gewalt", „Macht", „Geschlecht" etc. auch einer Definition unterzogen werden müssen.
Wie im Vorhinein erarbeitet, spielt auch der Kontext, der Diskurs in dem die Bilder agieren eine wichtige Rolle.

[126]Kissler, Alexander: Dummgeglotzt. Wie das Fernsehen uns verblödet. Gütersloh, 2009. S. 25.

Deutlich wurde im Laufe der Arbeit, dass ein Theorienansatz allein bei der Herangehensweise unzureichend wäre. Deshalb muss mit einem Theoriepluralismus gearbeitet werden.
Diese Überlegung teilt auch der Fernsehwissenschaftler Lothar Mikos, wenn er schreibt:

> *„Um diesen gedanklichen Ausgangspunkt gerecht zu werden, wird nicht von einer einzigen theoretischen Perspektive aus auf die Filme und Fernsehsendungen geschaut, sondern in einer inter- und transdisziplinären Zugangsweise, werden theoretische Ansätze aus unterschiedlichen Disziplinen berücksichtigt (Interdisziplinarität) und im Hinblick auf die Analyse zusammengeführt (Transdisziplinarität).“*[127]

Im Folgenden möchte ich auch die Analysekategorien des Herrn Mikos übernehmen und für meine Arbeit anwenden.
Folgende fünf Ebenen[128] sollen als Richtlinien für meine Fernsehanalyse dienen, wobei der letzte Punkt „Kontext“ meines Erachtens, bedingt durch den politikwissenschaftlichen Blick, bereits im Theorieteil dieser Diplomarbeit angeschnitten wurde. Aus diesem Grund sollen die bisherigen Überlegungen und Thesen als Bezugs- und Referenzpunkte dienen.

- Inhalt und Repräsentation
- Narration und Dramaturgie
- Figuren und Akteure
- Ästhetik und Gestaltung
- Kontexte

[127] Mikos, Lothar: Film- und Fernsehanalyse. Konstanz, 2003. S.12.
[128] Vgl. Ebd. S. 39.

10.1 Forschungsfragen

Die fünf Ebenen der Analyse dienen als Grundlage für die Bearbeitung der von mir formulierten Fragen:

- Wie werden die Frauen in den Folgen dargestellt?
- Wie verhalten sich die Frauen den Männern gegenüber?
- Welche gesellschaftlichen Normen / Moralvorstellungen werden artikuliert?
- Welche Rolle nehmen die Frauen innerhalb der Familie ein?
- Welche Subjektmodelle werden angeboten – welche sind dabei anzustreben, welche abzulehnen?

11. „We are Family! So lebt Deutschland: Raus aus dem Ghetto“ Staffel 4 Folge 34

Titel: Raus aus dem Ghetto
Film von: Ines Mordasini
TV-Ausstrahlung: 05.03.2007

11.1 Inhalt:

> *„Seit sich Mutter Petra aus Berlin vor vier Jahren von ihrem Mann trennte und mit den Kindern auszog, ging es bergab. Der wachsende Schuldenberg der allein erziehenden Mutter führte zum Unausweichlichen: Mietschulden und der Rauswurf. Jetzt lebt die vierköpfige Familie im Obdachlosenwohnheim. Die Talfahrt hört nicht auf: Tochter Sandra ist schwanger. Sohn Ronny muss in eine vom Jugendamt betreute*

WG umziehen und sich von der Familie trennen ...“[129]

Berlin Reinickendorf. In einem Obdachlosenheim wohnt Familie Treichert, bestehend aus Mutter Petra, der Tochter Sandra und den Söhnen Ronny und Johnny. Die Wohnung ist heruntergekommen, die Kinder müssen sich mit kaltem Wasser die Zähne putzen. Geheizt wird mit einem Kohleofen. Den ZuschauerInnen wird eine dramatisch anmutende Situation dargeboten; verstärkt und näher erläutert durch eine weibliche Erzählerin aus dem Off:

„Bei Familie Teichert stehen die Betten in der Küche. Seit einem halben Jahr lebt Petra mit ihren drei Kindern im Obdachlosenheim. Das Jugendamt hat sich eingeschaltet – der 14-jährige Ronny muss ins Heim. Auch Tochter Sandra will raus, sie ist im 3. Monat schwanger.“[130]

Familie Teichert blickt traurig in die Vergangenheit. Die Familie betrachtet gemeinsam ein Familienfotoalbum. Mutter Petra stellt fest, dass es ihr damals mit ihrem Mann sehr gut ging. Nach der Trennung war bzw. ist die Familie in finanzieller Not. Den ZuschauerInnen werden bereits in den ersten Minuten die Hauptfiguren der Sendung vorgestellt – Mutter Petra, sowie der Sohn Ronny.
Ronny packt seine Sachen, um in ein „betreutes Wohnen-Projekt“ zu ziehen. Er leidet unter der Trennung von seiner Familie. Erst, wenn die Mutter ihr „Leben wieder in ordentliche Bahnen“ gelenkt hat, kann der Sohn in die Familie zurückkehren, erklärt die Erzählerin. Sie ist es auch, die den ZuseherInnen Petras Vergangenheit erläutert. So war die Mutter selbst 18 Jahre lang in einem Heim untergebracht.
Tochter Sandra lebt noch bei der Mutter. Sie ist mit 16 Jahren bereits schwanger und besitzt keinen Schulabschluss.

[129]Inhaltsbeschreibung maxdome: http://www.maxdome.de/we-are-family-b218416.html#top , zuletzt aufgerufen am 22.11.2011
[130]“We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 34 “Raus aus dem Ghetto“, 00:00:06-00:00:31.

Ihr Entschluss das Kind zu behalten und alleine großzuziehen wird von der Mutter unterstützt, auch wenn sie sich für ihre Tochter eine andere Zukunft gewünscht hätte. Beide gehen in einem Secondhand-Laden Babyklamotten kaufen.
Geld ist ein entscheidendes Thema – die Familie muss monatlich von 600 Euro leben.
Nach dem Einkaufen besucht Sandras Schulfreund Micha die Familie. Micha ist ein enger Vertrauter Sandras. Auch der arbeitslose Daniel, der Vater des Kindes kommt vorbei. Er bringt der Familie die Kohlen für den Ofen und verrichtet handwerkliche Tätigkeiten in der Wohnung.
Telefonisch meldet sich die Betreuerin von Ronnys Heim, die der Mutter mitteilt, Ronny dürfe seine Familie noch nicht besuchen, er müsse länger im Heim bleiben. Petra ist enttäuscht und weint. Den Ratschlag des Jugendamtes, dass Petra ihr Leben in die Hand nehmen soll und eine Veränderung erarbeiten muss, kann die Mutter nicht umsetzen.

> *„(…) doch die 40-jährige ist mit Leib und Seele Mama (…)“*[131]

wie die Erzählerin erläutert.

Petra fasst einen Entschluss und möchte sich gegen das Jugendamt stellen – sie möchte „kämpfen“. Sie möchte Stärke beweisen und einen Job suchen.

> *„Die alleinerziehende Mutter weiß – nur wenn sie ihr Leben ändert, bekommt sie ihr Kind wieder zurück.“*[132]

Am nächsten Tag macht sich die Mutter auf die Suche nach einer Wohnung, zuerst einmal vergeblich. Sandra teilt ihrer Mutter mit, dass sie bei einem möglichen Umzug nicht dabei wäre, sie möchte in ein Mutter-Kind-Heim ziehen. Petra kann die Entscheidung nur bedingt nachvollziehen, sie möchte ihre Tochter nicht gehen lassen.
Am Nachmittag holt sie ihren jüngsten Sohn Johnny aus der Kindertagesstätte ab und geht mit ihm zur Tafel (eine gemeinnützige Organisation, die Lebensmittel an Bedürftige verteilt) um dort Lebensmittel abzuholen.

[131] “We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 34 “Raus aus dem Ghetto“, 00:18:08-00:18:11.
[132] Ebd. 00:19:24-00:19:29.

Zuhause packt die Familie die Waren aus – ihnen sind nicht alle enthaltenen Obst- und Gemüsesorten bekannt.
Einen Tag darauf präsentiert Sandra ihrer Mutter ein Jobangebot als Altenpflegerin. Petra ruft bei der Vermittlungsagentur an und vereinbart ein Bewerbungsgespräch für den folgenden Tag. Nach dem Telefonat begleitet Petra ihre Tochter bei dem Besuch eines Mutter-Kind-Heims. Auch die Familienbetreuerin, Frau Klause, begleitet die Frauen. Der Entschluss in ein Mutter-Kind-Heim zu ziehen wurde von Sandra selbst ausgesprochen, sie sieht keine Zukunft in dem Obdachlosenheim.
Um dem Obdachlosenheim zu entkommen, besichtigt Petra eine Wohnung in Spandau. Sie klagt der Mieterin ihr Leid und hofft auf eine Zusage.
Nach der Wohnungsbesichtigung folgt das vereinbarte Bewerbungsgespräch in einer privaten Arbeitsvermittlung für soziale Berufe, das erste nach fünf Jahren.

> *„Petra versucht alles um ihr Kind wieder zurückzuholen. Dazu braucht sie eine Wohnung und einen festen Job(…)“*[133]

Petra hat keine abgeschlossene Berufsausbildung, sie ist lediglich im Besitz einer Fortbildung, die schon einige Jahre zurückliegt. Im Gespräch wird ihr ein 4-wöchiges Praktikum in Aussicht gestellt, eine Chance die Petra nutzen möchte.

> *„Irgendwie hab ich jetzt ein gutes Gefühl dabei gehabt, jetzt (…)“*[134]

Nach einer Woche kann Mutter Petra ihren Sohn Ronny besuchen. Beide sind sehr traurig, da die Trennung schmerzt. Doch die Aussichten auf einen Job und eine Wohnung machen ihnen Hoffnung.
Zum Abschluss der Sendung ist es die Erzählerin, die jene Hoffnung zunichte macht –

> *„Nach den Dreharbeiten musste Mama Petra erfahren, dass ihr Sohn mindestens ein halbes Jahr im Heim bleiben muss. Auch mit der Wohnung hat es nicht geklappt. Und der*

[133] “We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 34 “Raus aus dem Ghetto, 00:38:40-00:38:44.
[134]Ebd. 00:40:40-00:40:42.

Jobvermittler konnte noch keine Stelle für sie finden.“[135]

11.2 Analyse

„Bei Familie Teichert stehen die Betten in der Küche“[136]

Mit diesen Worten stellt die weibliche Stimme aus dem Off den ZuschauerInnen Familie Teichert und ihre Lebenssituation vor. Es soll bereits zu Beginn verdeutlicht werden – bei Familie Teichert stimmt etwas nicht, Betten stehen nicht in der Küche, Betten haben im Schlafzimmer zu stehen. Der Grund, der Familie Teichert zu etwas „Anderem“ macht, wird im darauffolgenden Satz genannt –

„Seit einem Jahr lebt Petra mit ihren drei Kindern im Obdachlosenheim.“[137]

Die Familie ist arm; sie lebt von Hartz IV, 600 Euro im Monat.
Mit dieser Tatsache ist Familie Teichert prädestiniert für das sogenannte „Unterschichtenfernsehen“ – sie gehören der untersten Schicht der Gesellschaft an, wenn es nach Ansicht der FernsehproduzentInnen geht.
Grund für die Armut, so wird den RezipientInnen erläutert, seien Mietschulden. Schulden, die sich nach der Trennung von ihrem Mann, angehäuft hätten, so die Argumentation der Mutter, Petra Teichert.
Eine Entwicklung, die kühl und scheinbar emotionslos auch von der Erzählerin nachgezeichnet wird:

„Nach der Trennung vom Vater gings bergab. Frauenhaus, Übergangswohnung dann eine bezuschusste Wohnung. Die kleine Familie

[135]“We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 34 “Raus aus dem Ghetto, 00:45:45-00:46:00.
[136]Ebd. 00:00:06-00:00:08.
[137]Ebd. 00:00:08-00:00:10.

lebte über ihre finanziellen Verhältnisse und landete fast in der Gosse.“[138]

Eng mit dem einstigen Familienglück verbunden, ist der materielle Wert, über den die Familie damals verfügte.

„(…) da ist unser Auto, aber das haben wir ja nicht mehr. Jetzt sind wir alleine, ohne den Papa(…)“[139]

In der jetzigen Situation verfügt die Familie über kaum etwas.
Ein Blick in die Vergangenheit lässt die ZuschauerInnen erfahren, dass Petra einst gearbeitet hat und ihr Glück über jene Arbeit definierte. Die Erwerbstätigkeit trug zum Glück bei und besaß einen großen Stellenwert.
Nun ist Petra Teichert arbeitslos, arm und unglücklich. Zudem ist sie mit der Situation, als alleinerziehende Mutter scheinbar überfordert. Die Konsequenz daraus – das Jugendamt nimmt vorerst Sohn Ronny in seine Obhut.
Wie so oft in den nachmittäglichen Doku-Soap-Formaten muss ein Wandel stattfinden.

„Die alleinerziehende Mutter weiß – nur wenn sie ihr Leben ändert, bekommt sie ihr Kind wieder zurück.“[140]

Ihr Leben setzt sich, der Logik der Sendung folgend, aus einem neuen Job und einer neuen Wohnung zusammen. Bei diesem Schritt begleitet das Kamerateam die Familie. Die Entscheidung, dass eine Veränderung stattfinden muss, ist dramaturgisch exakt platziert – in der Hälfte der Sendung wird jener Wunsch nach einer Veränderung geäußert und wesentlich durch den Kommentar aus dem Off bestärkt.
Erneut wird der Appell der Selbstdisziplinierung laut. Petra muss ihr Leben ändern, sie muss einen Job und eine neue Wohnung finden!
Die Tatsache, dass Petra etwas ändern muss, beruht auf dem Fakt, dass sie bis dato faul gewesen ist. Scheinbar widerstandslos hat sie sich ihrem Schicksal gefügt. So erscheint

[138] “We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 34 “Raus aus dem Ghetto, 00:00:58-00:01:09.
[139] Ebd. 00:03:24 – 00:03:29.
[140] Ebd. 00:19:24-00:19:29.

die Aufzählung der Erzählerin „Frauenhaus, Übergangswohnung dann eine bezuschusste Wohnung“ einer feststehenden Logik zu folgen.

> *„(…)die 40-jährige ist mit Leib und Seele Mama (…)“*[141]

Mutter sein ist im „Auge“ der Kamera kaum etwas wert. Im Gegenteil – es führt in „die Gosse“. Der phlegmatische Charakter Petras wird beispielsweise dadurch gekennzeichnet, dass ihre erste Handlung nach Ronnys Umzug in ein Heim, das Haarefärben ist.

> *„Die ersten Tage ohne Ronny – Mama Petra tut sich schwer, sie hat sich die Haare gefärbt (…)“*[142]

Als Tochter Sandra ihr ein vermeintliches Jobangebot präsentiert, als Altenpflegerin spricht Petra die Worte aus, die stellvertretend als Maxime der Sendung fungieren

> *„Versuch dit auf alle Fälle, gib nicht auf“*[143]

Dass diese Worte jedoch wenig Substanz besitzen, wird wenige Augenblicke nach ihrem Ausruf klar –

> *„Ich lass mich einfach überraschen was mir das morgen bringt (…) und ne Hoffnung ist ersma gar nicht drin (…)“*[144]

Bedenkt man, dass Petra Teichert mit ihrem Vorhaben zum Ende der Sendung scheitert, sie findet keinen Job, keine neue Wohnung, so erscheint es fast schon hämisch, dass das Kamerateam Petra bei ihrem Bewerbungsgespräch begleitet. Petra Teichert wird vorgeführt; nicht nur weil sie am Ende „versagt“, sondern bereits während des

[141]“We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 34 “Raus aus dem Ghetto“, 00:18:08-00:18:11.
[142]Ebd. 00:06:30-00:06:36.
[143]Ebd. 00:29:19-00:29:21.
[144]Ebd. 00:30:30-00:30:41.

Bewerbungsgesprächs wird sie als passiv, naiv und unwissend dargestellt. Ihre Bewerbungsunterlagen sind unvollständig und die Ratschläge des Jobvermittlers werden in einem lehrenden Ton ausgesprochen.
Der Jobvermittler nimmt die machtvolle Position ein, von der aus er ausspricht wie es richtig gemacht wird und wie nicht –

> *„(…) weil, sag ich mal, zu ordentlichen Bewerbungsunterlagen, da is oben ein Anschreiben, dann kommt der Lebenslauf, da kommt ein Bild drauf, dass man sich ein Bild machen kann, vom Bewerber, von der Bewerberin (…)“*[145]

Das Bild, dass der Zuschauer, die Zuschauerin nun von Frau Teichert vermittelt bekommt: sie hat es nicht richtig gemacht.

11.2.1 Zerrbild Armut

Eine reflektive kritische Betrachtung des Themas „Armut“ findet in dieser Sendung nicht statt. Vielmehr handelt es sich um eine plakative, vorurteilsbeladene Darstellung.
Alexander Kissler spricht in diesem Falle von einem „Zerrbild“[146]. Ein Zerrbild, welches bereits in dem Titel der Folge zum Ausdruck gebracht wird – „Raus aus dem Ghetto“.
Die Begrifflichkeit des „Ghettos“ ist je nach historischem Kontext und regionalem Bezugsrahmen unterschiedlich, auch wenn die Unterschiede zum Teil im Detail liegen. Im Zuge sozialräumlicher Polarisierung kommt es zur Inklusion als auch Exklusion. Bestandteil der Exklusion ist eine räumliche als auch eine soziale Exklusion. Meiner Ansicht nach ist die Begrifflichkeit, wenn es sich lediglich um die Wohnsituation der Familie handelt, des „Ghettos“, in diesem Falle jedoch Ausdruck dramaturgischer Überzeichnung und Bestandteil des „Zerrbildes“.

[145]“We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 34 “Raus aus dem Ghetto“, 00:40:56- 00:41:06.
[146] Vgl. Interview Kissler, Alexander Anhang S. 111.

Wie bereits angedeutet, wird die Protagonistin Petra Teichert mit den Attributen faul, überfordert und dumm charakterisiert. Auch diese Tatsache trägt zur Ausformung des Zerrbildes bei –

> *„(…) geringes Einkommen als Indikator für soziale und charakterliche Defekte“*[147]

Ein anschauliches Beispiel für die plakative Darstellung der „sozialen und charakterlichen Defekte“, findet man in der Szene, als Petra die Lebensmittelspenden, die sie von der Organisation Tafel erhalten hat, nach Hause bringt und dort mit Tochter Sandra auspackt.
Zahlreiche Obst – oder Gemüsesorten sind Petra Teichert scheinbar unbekannt.

> *„Da sind manchma Überraschungen drinne, da fragen wir uns auch, Mensch, was is denn das alles? Manche Sachen kennen wir gar nicht.“*[148]

Jene scheinbare Unwissenheit unterstreicht die plakative Darstellung der „sozialen und charakterlichen Defekte“ vor dem Hintergrund, dass arme, einkommensschwache Menschen anscheinend kaum bis gar keine gesunde Nahrung zu sich nehmen und diese auch nicht kennen.

11.2.2 Carearbeit

Die Tatsache, dass im Zuge der Globalisierung die wohlfahrtsstaatlichen Leistungen zurückgeschraubt werden und öffentliche Unterstützungen zunehmend abnehmen, wurde bereits im Kapitel „Die Rolle der Frau in der neoliberalen Welt – eine neoliberale Domestizierung?“, mit Verweis auf die damit verbundene Rolle der Frau, angesprochen.
Das nun folgende Kapitel greift jenen Gedanken erneut auf und erweitert ihn um den Begriff der „Care“- oder auch „Sorgearbeit“. Die Carearbeit, das heißt die Sorgearbeit

[147] Vgl. Interview Kissler, Alexander Anhang S. 111.
[148] “We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 34 “Raus aus dem Ghetto“, 00:27:02-00:27:09.

für Kinder, Kranke, für Menschen mit Behinderung oder alte Menschen, können und werden von verschiedenen Institutionen übernommen:
vom Staat, vom Markt, von Organisationen oder auch von Privathaushalten.
Wenn in Zeiten der Globalisierung von einer zunehmenden Privatisierung der Carearbeit gesprochen werden kann, so ist die Tatsache, dass der überwiegende Teil der Fürsorge- und Pflegearbeit von Frauen übernommen wird, unumstößlich. Mehr noch, die Tatsache der zunehmenden Privatisierung, der Rückzug der staatlichen Hilfeleistungen, verschiebt jene Form der Arbeit überwiegend an private Haushalte und somit an Frauen.
Auch wenn der Anteil an Frauen in der Erwerbsarbeit zunimmt, so liegt die Verantwortung für die Fürsorge und Pflege noch immer in den Händen der Frauen.
Die Carearbeit ist sozial definiert, sie besitzt einen vergeschlechtlichen Charakter, der als „natürlich“ weiblich gilt.
Anders als in den skandinavischen Ländern, gilt zumeist das Prinzip der individuellen Verantwortung, wenn es um die Vereinbarkeit von Sorge- und Erwerbsarbeit geht. Es liegt in der Verantwortung der Frauen, wie sie „Kind und Karriere“ vereinbaren soll. So bestimmt die Verantwortung für die Carearbeit die Möglichkeiten der Erwerbsarbeit, sie begrenzt diese sogar. Dem neoliberalen, neo-kapitalistischen Gedanken der „freien Wahl“ folgend, erscheint diese Wahl fraglich, wenn zwischen Teilzeit-, flexibler, haushaltsnaher oder gar selbstständiger Arbeit, entschieden werden muss.
Die zu analysierende „We are Family!“-Folge „Raus aus dem Ghetto“ greift unter anderem auch die Thematik der Carearbeit auf.
Petra Teichert, so erfahren die ZuschauerInnen, sucht einen Job im Bereich der Altenpflege. Auch nach mehreren Bewerbungen ist Frau Teichert noch arbeitslos und wendet sich daraufhin an eine private Vermittlungsagentur.
Die Chancen eine Erwerbstätigkeit zu finden, sind gering, glaubt man der Erzählerin aus dem Off:

> *„Petras Lebenslauf ist übersichtlich. Sie hat keine abgeschlossene Berufsausbildung. Ihr einziger Trumpf: eine Fortbildung in der*

Altenpflege. Allerdings war die schon 1999.“[149]

Auf die Nachfrage des Arbeitsvermittlers, ob Frau Teichert nach der Fortbildung die Möglichkeit hatte, den Beruf auszuüben, verneint Petra Teichert.
Der vermeintliche Grund dafür: Petra Teichert pflegte ihre Schwiegermutter.

„Das lag daher, also – es gab Probleme in der Familie, mit den Kindern und so, ich musste oft bei den Kindern sein und dann hat ich auch ne Mutti, meine Schwiegermama, die hatte Pflegestufe 3, die musst ich pflegen und von der Zeit her hatte ich das nicht geschafft. Ich hätte es gern weitergemacht, aber da ich dann mit meiner Mutter, die gepflegt habe, hab ich von der Zeit, von den drei Kindern noch (…)“[150]

Die Vereinbarung von Care und Erwerbstätigkeit scheiterte im Falle von Frau Teichert. Die Tatsache, dass sie einige Jahre der Carearbeit verpflichtet war, schmälert ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt drastisch. Auch wenn Petra Teichert mit der Pflege ihrer Schwiegermutter Praxiserfahrungen gesammelt hat, die sie in der Erwerbsarbeit anwenden könnte, bleibt ihr diese Chance verwehrt.
Frau Teichert ist und war ganz besonders von Armut gefährdet. Die verrichtete Pflegearbeit wurde unentgeltlich getätigt. Das Prinzip der „Kostenteilung“ bzw. der Kostenverlagerung kam zwar dem Staat zugute doch Frau Teichert nicht.

[149]“We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 34 “Raus aus dem Ghetto“, 00:39:49-00:39:59.
[150]“We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 34 “Raus aus dem Ghetto“, 00:40:13-00:40:35.

Abb.3: Petra Teichert, seit fünf Jahren arbeitslos (vgl. “We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 34 “Raus aus dem Ghetto”)

12. „We are Family! So lebt Deutschland: Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere“ Staffel 4 Folge 58

Titel: Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere

Film von: Sandra Heckeroth

TV-Ausstrahlung: 13.04.2008

12.1 Inhalt:

“Bis zu ihrer ungeplanten Schwangerschaft arbeitete Anke mit ihrer Schwester Biggi in einem Web Cam Chat als Erotikzwilling. Während die 26-jährige, zweifache Mutter heute von Hartz IV lebt, hat Biggi ihre Karriere weiter

vorangetrieben und nun die einmalige Chance eine Tagessendung zu moderieren ...”[151]

Biggi Bardot ist “Erotikmoderatorin” bei dem Quizsender 9live. Die Karriere besitzt im Leben der 26-jährigen einen hohen Stellenwert. Ihr Ziel ist es ein Star zu werden und für diesen Traum würde sie alles geben.
Biggis Zwillingsschwester Anke ist, so stellen die ZuschauerInnen schnell fest, das genaue Gegenteil von ihr. Sie hat sich für Kinder statt Karriere entschieden und hat den erotischen Auftritten mit ihrer Schwester abgeschworen.
Vor einigen Jahren waren die Schwestern gemeinsam in der Erotikbranche erfolgreich.

“Anke tauschte vor vier Jahren Geld und Karriere gegen Kinder und Haushalt.”[152]

Anke lebt nun von Hartz IV und ist arbeitslos. Sie sieht ihre Erfüllung in der Rolle der Mutter und Hausfrau. Zwar sucht sie auch nach einem Job, doch die Suche war bisher erfolglos.
Im Gegensatz dazu ist ihre Schwester Biggi scheinbar erfolgreich in ihrem Beruf. Sie moderiert bei einem Privatsender ein erotisches Quiz und betreibt eine eigene “Webcamshow” von Zuhause aus. Vor zwei Jahren heiratete sie ihren Mann Martin, der eine Tochter mit in die Ehe brachte.
Der Zuschauer, die Zuschauerin kann sich ein Bild davon machen, was unter einer “Webcamshow” zu verstehen ist. Biggi bewegt sich leicht bekleidet und nach eigener Definition, erotisch, vor einer Webcam. Interaktiv können User mit ihr Chatten und sie beobachten.

“So unterschiedlich die Leben der Zwillinge sind, so unterschiedlich sind auch ihre Familienmodelle. Biggi ist seit zwei Jahren mit

[151]Inhaltsbeschreibung maxdome: http://www.maxdome.de/we-are-family/staffel-4/folge-58--a59901.html#top , zuletzt aufgerufen am 04.12.2011.
[152]“We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 58 “Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere“, 00:07:59-00:08:02.

dem 44-jährigen Wasserinstallateur Martin verheiratet."[153]

Abends begleitet das Kamerateam Biggi Bardot und ihren Mann zu einer Sportveranstaltung, auf der Biggi den Pokal überreichen wird. Diese Tatsache sieht sie als einen weiteren Schritt auf der Karriereleiter.

"Auf dem Weg nach oben braucht man die Öffentlichkeit."[154]

Zur gleichen Zeit sieht man Anke mit ihrem Mann und den Kindern Zuhause spielen. Die Tatsache, dass ihr Mann nicht der leibliche Vater der Kinder ist, sorgte innerhalb der Familie, so berichtet Anke, für Vorurteile und Bedenken.
Zur Hälfte der Sendung fasst Anke den Entschluss, eine Arbeit zu finden, denn das Geld reicht scheinbar nicht zum Leben aus.

"Zwilling Biggi muss sich finanziell keine Sorgen machen. Sie tut alles dafür, ihre Karriere voranzutreiben, in der Hoffnung, dass sich eines Tages ihr Traum von der großen TV-Karriere erfüllt."[155]

Der Unterschied zwischen Biggi und Anke wird im Laufe der Sendung zum eigentlichen Thema. Anke beteuert, alles für ihre Schwester tun zu wollen, während Biggi sich klar von dem Lebensentwurf ihrer Zwillingsschwester distanziert.
Einer der gravierensten Unterschiede, so wird den ZuschauerInnen verdeutlicht, ist der Körper.

"Biggi war nie schwanger, daher blieb die Erotikmoderatorin schlank und konnte ihren Traum vom Berühmtwerden weiterträumen.

[153] "We are Family! So lebt Deutschland" Staffel 4 Folge 58 "Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere", 00:17:20-00:17:30.
[154] Ebd. 00:23:00-00:23:03.
[155] Ebd. 00:22:34-00:22:56.

Schwester Anke dagegen nahm in der Schwangerschaft fast 30 Kilo zu."[156]

Um dem Idealbild Biggis zu entsprechen, so stellt Anke fest, müsste sie sich operieren und ihre überschüssige Haut entfernen lassen.

"*Ich müsste mich komplett sanieren lassen"*[157]

Scheinbar leidet Anke unter einem mangelnden Selbstbewusstsein; sie sieht sich im Schatten ihrer Schwester. Um dem zu entkommen lässt sie sich von Biggi die Haare blond färben – eine Wandlung, die sie näher an ihre Schwester bringen soll.
Eine Wandlung ergibt sich auch für Biggi: Sie wird nun eine Sendung in "der Tagesschiene" moderieren und muss sich dafür nicht mehr ausziehen.
Im Hinblick auf die Karriere hat Anke ein Praktikum als Verkäuferin angeboten bekommen.

Die Erzählerin schließt mit den Worten:

"Das Praktikum verleiht Anke das gewünschte Selbstvertrauen. Nur Hausfrau und Mutter ist ihr zu wenig. Auch in Biggis Leben hat sich etwas verändert,(...)ein weiterer Schritt nach oben auf Biggis Karriereleiter(...)Biggi hat es geschafft. Zusätzlich zu ihrer Erotiksendung wird sie künftig auch angezogen moderieren dürfen."[158]

[156]We are Family! So lebt Deutschland" Staffel 4 Folge 58 "Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere",00:35:05-00:35:16.
[157]Ebd. 00:37:57-00:37:58.
[158]We are Family! So lebt Deutschland" Staffel 4 Folge 58 "Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere", 00:44:38-00:45:50.

12.2 Analyse

Zwei Themen stehen im Mittelpunkt der Folge "Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere" – zum einen der Körper, zum anderen der Beruf.
Biggi Bardot und ihre Zwillingsschwester Anke agieren als Antagonistinnen. Für Biggi steht die Karriere an erster Stelle, für Anke ist es die Familie.
Die Tatsache, dass Biggi auch die Rolle der Stiefmutter einnimmt, führt dazu, dass den ZuschauerInnen zwei „Mutterrollen" präsentiert werden. Lediglich die symbolische Bedeutung der Mutterschaft unterscheidet die Frauen voneinander.
Anke, die liebende und aufopfernde Mutter und Hausfrau,

> *„(…)Nur Hausfrau und Mutter(...)"*[159]

die sich um die Familie und den Haushalt kümmert, hin zur berufstätigen Mutter, die ihren Beruf in den Vordergrund stellt und sich dennoch mit der „Doppelbelastung" in ihrem Alltag auseinandersetzen muss.
Auch trotz der „neuen" Mutterbilder, ist und bleibt die Mutterschaft weiterhin ein Thema, welches emotionalisiert.
Eine Tatsache, die im Sinne der SendungsmacherInnen ist, wenn man der Argumentation Karl-Heinz Angsten folgt,

> *„Ein wesentliches Merkmal ist sicher auch, dass sie (Frauen, eigene Anm.) Emotionen nicht für etwas Negatives halten, das unterdrückt werden muss."*[160]

Die bereits angesprochene Antagonistinnen-Rolle wird auch auf ästhetischer Ebene betont.
Besonders deutlich wird diese Tatsache in den „Intervieweinstellungen". Biggi kleidet sich grell und auffällig. Die Farben rosa, pink, dominieren ihren Kleidungsstil. Zudem

[159] We are Family! So lebt Deutschland" Staffel 4 Folge 58 "Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere", 00:44:38-00:45:50.
[160] Vgl. Interview Angsten, Karl-Heinz, Anhang S. 117.

trägt sie halblanges, blondes Haar. Attribute, die dem konservativen Idealbild einer Frau, bzw. eines Mädchens entsprechen.

Abb.4: Biggi Bardot (vgl. We are Family! So lebt Deutschland" Staffel 4 Folge 58 "Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere")

Im Gegensatz dazu kleidet sich Anke unauffällig und schlicht. Die Farben braun und beige dominieren. Zu Beginn der Sendung trägt sie braune Haare, die sie sich jedoch im Laufe der Sendung von ihrer Schwester blond färben lässt. Dieser Akt des Färbens ist insofern bedeutend, als dass Anke ihrer Schwester nacheifern möchte und ihre Rolle als Mutter und Hausfrau in Frage stellt. Bedingt werden die Zweifel jedoch zum überwiegenden Teil durch abfällige Kommentare von Seiten Biggis, die sich ein solches Lebensmodell, wie das ihrer Schwester, nicht vorstellen kann.
Dass eine äußerliche Veränderung zu einer Veränderung des Selbstwertgefühls führt, betont auch die Erzählerin aus dem Off:

> *„Anke will ihr Selbstvertrauen aufmöbeln. Ein erster Schritt: Sie färbt sich die Haare blond (…)"*[161]

[161] We are Family! So lebt Deutschland" Staffel 4 Folge 58 "Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere", 00:38:00-00:38:06.

Abb. 5: Anke (vgl. We are Family! So lebt Deutschland" Staffel 4 Folge 58 "Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere")

Neben Ankes Haarfarbe ist auch ihr Körper in einem Zustand, der inakzeptabel scheint. Diese Inakzeptanz wird durch die Aussagen anderer manifestiert.

Ihre Schwester Biggi besitzt einen scheinbar „perfekten" Körper und kritisiert den Körper ihrer Zwillingsschwester.[162] Jene Einstellung wird auch den ZuschauerInnen nahegelegt und durch die Kommentare der Erzählerin vermittelt. Ankes Körper wurde durch die Schwangerschaft „entstellt", ein solcher „Mutterkörper" ist abzulehnen, denn:

> *„(…) der schöne schwangere Körper ist der schlanke."*[163]

Nicht nur das Selbstbewusstsein ist an den Körper gekoppelt, sondern auch die Chance auf einen Beruf. Erst, wenn Anke schlank werden würde, würde sie von ihrer Schwester, als auch im Berufsleben respektiert werden.

Anke erklärt ihrer Schwester, dass nur, wenn sie ihren Körper verändern würde, das heißt konkret schlank sein, die Möglichkeit bestünde, wieder in der Erotikbranche tätig

[162] Vgl. Transkriptionsprotokoll „Abnehmen", S. 128ff.
[163] Rose, Lotte: Körperästhetik im Wandel. Versportung und Entmütterlichung des Körpers in den Weiblichkeitsidealen der Risikogesellschaft. In: Dölling, Irene; Krais, Beate: Ein alltägliches Spiel. Geschlechtskonstruktion in der sozialen Praxis. Frankfurt am Main, 1997. S. 145.

zu sein. Der Körper ist damit nicht etwas, was schlichtweg hingenommen werden muss und dem Fatalismus unterlegen ist, sondern er wird zu einer veränderbaren Option.

> *„Das Fleisch fungiert wie auch die renovierungsbedürftigen Häuser und abgewrackten Küchen, die das Fernsehen nicht minder gern saniert, als Existenzberechtigung mit Appellcharakter.“*[164]

Anke wird durch ihren Körper zu einem Thema, sie wird sichtbar und tritt aus dem „Schatten ihrer Schwester“[165] - die Kamera schenkt ihr Aufmerksamkeit.
Jenes „Licht“, in das Anke damit tritt, ist jedoch kein positives. Ihr Individuum dient der Dramatisierung, ihr Körper als ein Negativbeispiel.
Anke vorübergehend sichtbar, wahrnehmbar zu machen, ist eine Form der Macht, die dazu führt, Geschlechter-, und Körperverhältnisse zu definieren und zu manifestieren.

Mit ihrem Körper ist Biggi hingegen sehr zufrieden. Er dient als identitäts- und sinnstiftendes Element. Bedingt durch ihre Arbeit in der Erotikbranche, ist ihr ihr Körper sehr wichtig, er ist ihr Kapital.
Eine Schwangerschaft schließt Biggi für sich aus, auch aus dem Grund, als dass dies zu Veränderungen an ihrem Körper führen würde

> *„Ich hab eine wunderbare Tochter bekommen, mit vier Jahren und meine Figur behalten. Das soll mir mal einer nachmachen, so!“*[166]

Im Kapitel „Körper“, habe ich mich bereits mit den Anforderungen des Neo-Kapitalismus an den Körper auseinandergesetzt. Die Forderung nach flexiblen, trainierten Körpern und Menschen wird lauter.

---

[164] Kissler, Alexander: Dummgeglotzt. Wie das Fernsehen uns verblödet. Gütersloh, 2009. S. 25.
[165] Vgl. Transkriptionsprotokoll „Abnehmen“, S. 128ff.
[166] We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 58 “Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere“, 00:34:21-00:34:30.

Dieser Forderung ist auch Biggi nachgegangen, indem sie ihren Körper selbst zum „Objekt“ ihrer Erwerbstätigkeit macht. Vor den Kameras, seien es Fernsehkameras oder Webcams, präsentiert sie ihren Körper und verkauft ihn zugleich. Das Attribut „erotisch“ wird dem Körper dabei eingeschrieben.
Bereits zu Beginn der Sendung wird den ZuschauerInnen die Bedeutung des Körpers demonstriert.
Die ZuschauerInnen sehen Biggi in der Garderobe des Fernsehsenders 9live. Biggi bereitet sich auf ihre erotische Quizsendung vor und muss sich dafür umziehen. Der Zuschauer, die Zuschauerin verfolgt das Geschehen. Auch wenn Biggis Sendung erst in der Nacht ausgestrahlt wird, kann man somit bereits im Mittagsprogramm Biggi nackt betrachten.
Zu den Worten der Erzählerin aus dem Off

> *„Viele Fragen und wenig Stoff. Die Quizsendung der karrierebewussten 26 Jährigen darf nur im Nachtprogramm laufen“*[167]

sehen die RezipientInnen knapp eine halbe Minute lang Biggis nackte Brüste.

Die Botschaft, die unter anderem vermittelt werden soll: Anke würde gut daran tun ihrer überlegenen Schwester nachzueifern.
Dass dies jedoch nicht geschieht, wird am Ende der Sendung deutlich: Biggi darf eine neue Sendung moderieren, Anke nimmt eine unbezahlte Praktikumsstelle als Tupperwaren-Verkäuferin an.

Recherchen abseits der Sendung haben gezeigt, dass auch Biggi nicht den Erfolg erzielen konnte, den sie während der Folge „We are Family!“ formuliert hatte. Sie wollte in der Fernsehbranche Fuß fassen und berühmt werden, abseits der Erotik. Ein Blick auf ihre offizielle Website zeigt, dass sie dieses Ziel nicht erreicht hat. Sie ist immer noch primär in der Erotikbranche tätig.

[167] Ebd. 00:00:46-00:00:58.

13. „We are family! So lebt Deutschland: Wir sind zu dick“ Staffel 4 Folge 89

Titel: Wir sind zu dick

Film von: Stefan Zimmermann

TV-Ausstrahlung: 06.06.2007

13.1 Inhalt:

> *„Manuela verwöhnt ihre Familie gerne mit Selbstgekochtem und das ist meistens deftig. Dabei nimmt sie keine Rücksicht auf Tochter Nadine, die bereits 30 Kilo zu viel mit sich rumschleppt. Doch mit Hilfe ihrer großen Schwester Jennifer und ihrem Bruder Timo will die 17-jährige nun abnehmen. Die Teilnahme bei einem Sing-Talentwettbewerb soll ihr Selbstbewusstsein stärken. Ob Nadine die Mutprobe besteht?“*[168]

Die Familie Preuß isst zu Mittag. Mutter Manuela hat kalorienreiches Essen gekocht. Eine Tatsache, die Tochter Nadine missfällt. Sie scheint unzufrieden und möchte sich dem Essen der Mutter verweigern – vergeblich.
Eine Einführung in die Familienkonstellation und die Thematik der Sendung erhalten die ZuschauerInnen von einer weiblichen Erzählerin aus dem Off:

> *„Mittagessen bei Familie Preuß aus Oberhausen. Mama Manuela hat Pommes aus der Friteuse gezaubert. Die 39- jährige kocht gerne üppig. Gemüse kommt fast nie auf den Tisch. Der Fettgehalt ihres Essens hinterlässt Spuren- bei ihr und den Kindern. Mama Manuela hat 25 Kilo zu viel auf den Hüften.*

[168] Inhaltsbeschreibung maxdome: http://www.maxdome.de/we-are-family/staffel-4/folge-89--a50828.html#top , zuletzt aufgerufen am 13.11.2011

> *Die 17-jährige Nadine wiegt 110 Kilo. Der 8-jährige Raphael hat 8 Kilo Übergewicht und die 20-jährige Jennifer, die nicht mehr Zuhause wohnt, aber regelmäßig zum Essen kommt, bringt 82 Kilo auf die Waage. Nur der 14-jährige Timo ist schlank"*[169]

Während des Mittagessens kommt es zu einem Konflikt. Tochter Nadine möchte fettarmes Essen, doch Mutter Manuela weigert sich fettarm zu kochen. Dem Zuschauer, der Zuschauerin wird klar, dass es sich bei den beiden Personen, Mutter Manuela und Tochter Nadine, um GegenspielerInnen handelt. Tochter Jennifer nimmt im Gespräch die Rolle der Vermittlerin ein.
Nach dem Essen wird Nadine beim Klamottenkauf gefilmt. Auch hier stößt Nadine, aufgrund ihres Körpergewichts, auf Hindernisse – die Klamotten passen ihr nicht, sie ist unzufrieden.
Die Erzählerin verdeutlicht den ZuseherInnen nochmals die scheinbare Schwierigkeit mit der Nadine zu kämpfen hat:

> *„Nadine findet nur in der Übergrößenabteilung passende Kleidung. Vor Häme ist sie aber auch hier nicht sicher. Fast immer wir sie von gleichaltrigen, schlanken Mädchen aufs übelste angepöbelt."*[170]

Nadine kehrt ohne neue Kleidung frustriert nach Hause zurück. Sie erhofft sich Verständnis von ihrer Mutter, die zum Zeitpunkt von Nadines Rückkehr die Kleidung des jüngsten Sohnes Raphael in den Schrank räumt. Nachdem von Seiten der Mutter kaum bis kein Verständnis geäußert wurde, geht Nadine traurig in ihr Zimmer. In einer Interviewsituation in ihrem Zimmer verdeutlicht Nadine ihren Wunsch, dass ihre Mutter ihr helfend zur Seite steht, da sie sich selbst nicht als stark ansieht. Darauffolgend kommt Nadines Mutter zu Wort. Sie versteht die Sorgen ihrer Tochter bedingt und rät ihr „drüberzustehen". Es folgen Kinder- und Jugendfotos von Nadine.

[169] "We are Family! So lebt Deutschland" Staffel 4 Folge 89 "Wir sind zu dick", 00:00:47-00:01:21.
[170] Ebd. 00:04:53-00:05:04.

Die Erzählerin teilt dem Zuschauer, der Zuschauerin mit, wie schwer es Nadine in der Vergangenheit hatte. Grund dafür: ihr Übergewicht.

> *„Sogar die Schule musste sie wechseln, weil ihre Mitschüler sie jahrelang wegen ihres Körpergewichts verspottet haben.“*[171]

In einem Interview äußert sich Nadine zu ihrer Lage.

> *„Also ich find dat nich gut. Weil eigentlich müssten die Menschen mich so nehmen wie ich bin. Aber dat is einfach nur…Jugend von heute so, ja die Jugend von heute, die wollen einfach nur irgendwie schlank sein, gut aussehen Charakter interessiert ja auch keinen. Ja. Find ich.“*[172]

Am Abend plant Nadine in die Diskothek „Apfelbaum“ zu gehen. Sie verabredet sich mit ihrer Freundin. Da sie aber an der Loyalität ihrer FreundInnen zweifelt, bittet sie auch ihre Schwester Jennifer zu kommen. Nadine plagen auch in diesen Situationen Gedanken über ein passendes Outfit.
Nadine trifft ihre Schwester Jennifer in der Disco. Nadines Freunde halten sich im Abseits. Die überwiegende Zeit des Abends verbringen die Schwestern gemeinsam. Nadine verlässt die Disco und fährt mit dem Bus nach Hause. Ihre Eltern holen sie von der Busstation ab und begleiten sie.
Am nächsten Morgen wird ein Entschluss gefasst – Nadine möchte abnehmen und verzichtet auf das Frühstück. Doch ihre Mutter überredet sie das Frühstück zu essen. Es kommt zu einem Streit zwischen Mutter und Tochter. Jennifer wohnt dem Streit bei und übernimmt erneut die Rolle der Schlichterin und Vermittlerin. Des Weiteren weist sie Nadine darauf hin, dass sie ihr Hobby, das Singen, wieder fördern sollte. Fazit des Streits: Mutter Manuela wird einmal die Woche „gesund“ kochen.

[171] Ebd. 00:08:48-00:08:53
[172] “We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 89 “Wir sind zu dick”, 00:09:36-00:09:52.

Nach dem Streit berichtet Jennifer Nadine von einem Talentwettbewerb, bei dem sie doch mitmachen solle. Jennifer meldet Nadine für den Wettbewerb eines Internetradiosenders an.

Nadine kauft ein Kochbuch in dem sie mit ihrer Mutter nach einem passenden Rezept sucht. Zahlreiche Obst- und Gemüsesorten sind beiden fremd. Sie begeben sich auf den Wochenmarkt und kaufen die Zutaten. Auch hier wird deutlich, dass sie sich auf dem „Gebiet" des gesunden Essens nicht auskennen.

Während die Mutter in der Küche die Gemüsesuppe vorbereitet, nimmt Jennifer im Keller des Hauses bei ihrem Vater ein Demotape für den Wettbewerb auf. Sie ist mit dem Produkt zufrieden. Auch die Gemüsesuppe stößt bei der Familie auf Zustimmung. Mutter Manuela wird bewusst, dass sie es in den Jahren davor versäumt hat, gesundes Essen zu kochen. Nach dem Essen begleitet Nadine ihren Bruder in ein Fitnesscenter. Sie trainiert mit mäßigem Erfolg und stellt fest, dass Sport nichts für sie ist.

Zwei Tage später erhält Nadine Post von dem Wettbewerbsveranstalter – sie darf an dem Wettbewerb teilnehmen. Nadine und ihre Schwester suchen ein passendes Outfit für den Auftritt. Vor dem Spiegel wird Nadine erneut ihre fülligere Figur bewusst. Sie ist unzufrieden, nimmt aber dennoch am Wettbewerb teil. Nadine kommt zwar nicht unter die ersten Drei, doch ist zum Abschluss scheinbar zufrieden mit sich. Auch ihre Familie ist stolz auf sie.

13.2 Analyse

Zentrales Thema dieser „We are Family! So lebt Deutschland"-Folge ist der Körper.

Dem Körper haftet ein Dualismus an, derjenige, der sowohl „Kultur" bzw. soziokulturelle Praxis als auch die Begrifflichkeit „Natur" umfasst. Jene Besonderheit wurde bereits im Kapitel „Körper" angesprochen. Interessant erscheint die Übertragung dieser theoretischen Überlegungen in die Praxis; in diesem spezifischen Falle auf die Sendung „We are Family! So lebt Deutschland".

Die Protagonistin Nadine Preuß ist zu dick.

Diese (scheinbare) Tatsache wird den ZuschauerInnen bereits in den ersten fünf Sekunden der Sendung vermittelt, wenn die Erzählerin, in Form eines Off-Kommentars feststellt:

„(…) alle sind übergewichtig. Vor allem Tochter Nadine leidet unter ihrem Gewicht von 110 Kilogramm und möchte abnehmen (…)“[173]

Nicht allein die Tatsache, dass Nadine zuviel wiegt, auch die Tatsache, dass Nadine unter diesem Gewicht leidet, wird den ZuseherInnen nahegelegt.
Mit diesen wenigen Worten, lässt sich der Inhalt und der mögliche Verlauf der Sendung bereits zusammenfassen.
Der dramaturgische Aufbau jener Folge unterscheidet sich kaum bis gar nicht zu den anderen Folgen der Sendung:
Es gibt einen/eine Protagonisten/Protagonistin, die/der seine/ihr Problem äußert, einen scheinbaren Willen artikuliert, dieses Problem zu beheben und kurzzeitig mit dem Widerstand eines „Gegners“, einer „Gegnerin“ „kämpfen“ muss.
Die Sendung verfolgt die ProtagonistInnen auf ihrem Weg ihren Willen durchzusetzen oder eine alternative Lösung anzustreben.

In diesem Falle handelt es sich bei Nadines „Gegenspielerin“ um ihre Mutter Manuela. Sie fungiert als Antagonistin. Auch diese Tatsache wird bereits sehr früh betont:

„Nadine leidet im Gegensatz zu den Anderen extrem unter ihrem Übergewicht: beim Klamottenkauf, in der Disco, überall wird ihr schmerzlich die füllige Figur bewusst. Sie will abnehmen, aber sie schafft es nicht, weil Mama Manuela sich weigert kalorienarm zu kochen.“[174]

Erneut ist es die Erzählerin aus dem Off, die den RezipientInnen eine Vorschau auf die kommenden 45 Minuten gewährt.
Es kann demnach vermutet werden, dass sich Nadine ihrer Mutter gegenüberstellen muss und versuchen wird ihren Willen gegen den, der vermeintlich stärkeren Mutter, durchzusetzen.

[173]“We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 89 “Wir sind zu dick”, 00:00:03-00:00:05.
[174]Ebd. 00:02:08-00:02:25.

Diese Vermutung wird bereits im Intro der Folge bestätigt:
Zu sehen sind Nadine und ihre Mutter in der Küche. Sie blättern gemeinsam in einem Kochbuch, als die Mutter feststellt:

> *„Gemüsesuppe is gut. Wat is denn Tofu. Tofu hab ich ja noch nie gehört.“*[175]

Doch die Aussage der Erzählerin beinhaltet nicht nur einen Verweis auf das kommende Geschehenem sondern auch weitere Informationen zu Nadine.
Nadine ist zu dick, Nadine leidet, Nadine ist aber auch faul.
Dass Nadine zu dick ist, wird den ZuschauerInnen permanent vor Augen geführt.
Die Kamera liefert überwiegend Nahaufnahmen (Close up und Big close up) von Nadine; close ups davon, wie Nadine isst, Close ups davon, wie Nadine ihr Brötchen belegt etc.
Diese großen Einstellungen wirken emotional sehr stark. Die ZuseherInnen sind dadurch in der Handlung.
Wenn von Emotionen gesprochen wird, so ist in jedem Falle auch von negativen Emotionen die Rede. Ekel, Angst, Trauer sind Teil der Emotionen, die zu übermitteln versucht werden.
Wenn Nadine in einer Close up Einstellung gefilmt wird, wie sie ihr Brötchen isst, kann es bei vielen ZuseherInnen zu einem Gefühl des Ekels, der Ablehnung kommen. Ganz bewusst sollen diese Emotionen angesprochen werden, denn die ZuschauerInnen sollen verstehen, dass Nadines Art zu Leben nicht die Art ist, die angestrebt werden soll – es ist falsch, dick zu sein.
Oftmals werden solche „Negativ-Bilder“, d.h. Bilder, die eine negative Emotion vermitteln, mit der umgangssprachlichen Äußerung „ungünstig getroffen“ oder „nicht schmeichelhaft“ betitelt. Was im Alltag dazu führt, dass solche Bilder von den entsprechenden Personen entfernt werden, wird in diesem Falle bewusst inszeniert.
Die Darstellung der Protagonistin soll emotional wirken und gleichzeitig die Botschaft vermitteln „so nicht!“.
Diese Botschaft wird nicht nur durch die Bilder vermittelt, sondern auch durch den gesprochenen Text.

[175] “We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 89 “Wir sind zu dick”, 00:00:21-00:00:26.

> *„Mama Manuela hat 25 Kilo zuviel auf den Hüften. Die 17-jährige Nadine wiegt 110 Kilo. Der 8-jährige Raphael hat 8 Kilo Übergewicht und die 20–jährige Jennifer, die nicht mehr Zuhause wohnt, aber regelmäßig zum Essen kommt, bringt 82 Kilo auf die Waage. Nur der 14-jährige Timo ist schlank.“*[176]

Alle Familienmitglieder, bis auf den Vater, werden durch/mit ihrem Gewicht charakterisiert und definiert.
Der Vater an sich ist sehr selten zu sehen. Er nimmt zwar mit Nadine ein Demotape auf und ist auch am Ende im Zuge des „Singwettbewerbs“ anwesend, doch den überwiegenden Teil der Sendung ist er nicht präsent. Die Stimme aus dem Off erklärt das Fehlen des Vaters mit den Worten:

> *„(…) auch Papa Christian kann sie nicht unterstützen. Er macht grad eine Umschulung und kommt erst abends nach Hause (…)“*[177]

Vater Christian ist damit der „Ernährer“ der Familie. Er ist es, der arbeiten geht, bzw. an einer Umschulung teilnimmt. Hier wird einer klassischen Rollenverteilung nachgegangen. Mutter Manuela kümmert sich um die Kinder und den Haushalt, Vater Christian übernimmt die Erwerbsarbeit.

Zurückkommend auf den Faktor Gewicht:
Es scheint, als würden die Personen lediglich aus ihrem Namen und ihrem Gewicht bestehen. Das Gewicht macht den Menschen.
Eine These, die ebenfalls Bestätigung findet, wenn das Element der „Bauchbinde“ näher betrachtet wird.
Unter dem Begriff der Bauchbinde[178] oder auch des Inserts, versteht man die kurze Einblendung von Informationen, oftmals im unteren Drittel des Bildschirms.

[176]“We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 89 “Wir sind zu dick”, 00:00:47-00:01:22.
[177]Ebd. 00:07:25-00:07:29.

Überwiegend beinhaltet die Bauchbinde den Namen des/der Interviewten, sowie seine/ihre Funktion.
Ziel jener Einblendung ist es den ZuschauerInnen Informationen zu den entsprechenden Personen bereit zu stellen, sodass sie dadurch identifizier- und einordenbar sind.
Die Information, die im Falle Nadines übermittelt wird, setzt sich aus Name, Alter und Gewicht zusammen.

Abb. 2: Nadine Preuß (17) wiegt 110 Kilogramm
(vgl. "We are Family! So lebt Deutschland" Staffel 4 Folge 89 "Wir sind zu dick")

Neben einer „klaren" Bezeichnung des Gewichts in Kilogramm, wird von Seiten der Erzählerin auch das Attribut „zuviel" angeführt. So hat beispielsweise

> *„Mama Manuela (…) 25 Kilo zuviel auf den Hüften"*[179]

Durch den Zusatz „zuviel" wird den ZuschauerInnen verdeutlicht, dass Mutter Manuela von einer Norm abweicht. Eine Norm, die im Vorhinein jedoch nicht klar definiert wurde. Damit wird von Seiten der SendungsmacherInnen ein Wert festgelegt, ob nun willkürlich oder medizinisch bestätigt, der als Maßstab dienen muss. In diesem Augenblick werden Mutter Manuela als auch die weiteren Familienmitglieder aus dem

[178]Vgl. Karstens, Eric; Schütte, Jörg: Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten. Wiesbaden, 2010. S. 418.
[179]"We are Family! So lebt Deutschland" Staffel 4 Folge 89 "Wir sind zu dick", 00:00:47-00:01:22.

Kreise der akzeptablen, „normalen“ Körper ausgeschlossen – ihre Körper sind sozial unerwünscht.

13.2.1 Die Blicke der anderen

Bei der Betrachtung der Folge „Wir sind zu dick“ war eines der Hauptthemen, neben der Thematik des Übergewichts, das mangelnde Selbstbewusstsein Nadines.
Beide Aspekte, Übergewicht als auch Selbstbewusstsein sind augenscheinlich eng miteinander verbunden. Den ZuseherInnen wird die (scheinbare) Logik nahegelegt, dass „dicke“ Menschen unzufrieden mit ihrem Körper sind; sie schämen sich, sind weniger wert als „normal“ gebaute Menschen und leiden unter dem fehlenden Selbstbewusstsein.
Auch bei der Protagonistin Nadine ist das der Fall.
Bereits hier lässt sich ein Kerngedanke neoliberaler Körperkulte herauslesen –
In erster Linie ist es der Körper, der die Identität formt bzw. stiftet.
Bei der Analyse des Filmmaterials fällt auf, dass es nicht in erster Linie Nadine ist, die sich über ihren Körper definiert, sondern mehrheitlich Andere, Außenstehende.

> *„Nadine leidet im Gegensatz zu den anderen extrem unter ihrem Übergewicht: beim Klamottenkauf, in der Disco, überall wird ihr schmerzlich die füllige Figur bewusst.“*[180]

Nadine nimmt dabei eine relativ passive Haltung ein. Sie übernimmt die Fremddefinitionen, überträgt diese in der Folge auf sich, bzw. ihren Körper und leidet.
Ein weiterer Punkt, der unter die Begrifflichkeit der „Passivität“ fällt, ist der Aspekt der Faulheit. Nadine erscheint faul. Begründet wird dies dadurch, dass sie zwar den Wunsch äußert, abzunehmen, doch Taten, die diesen Prozess fördern könnten, folgen nur stockend. Es sind andere, im Konkreten die Familienmitglieder (abgesehen von ihrer Mutter), die Nadine aus ihrer Passivität versuchen zu befreien. So fungiert die Schwester als Vermittlerin zwischen Mutter und Tochter und erreicht, dass einmal in der Woche „gesund“ gekocht wird. So ist es auch der Bruder, der Nadine in ein Fitnessstudio begleitet und versucht, sie zur körperlichen Betätigung zu motivieren.

[180]“We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 89 “Wir sind zu dick”, 00:02:08-00:02:25.

Allein diese wenigen Beispiele formen eine Meinung, eine Ansicht – Nadine ist faul.

Nadines Körper und in der Folge auch Nadine selbst, werden durch den Blick der anderen zu einem bloßen Objekt.
Die „Blicke der anderen“ lassen sich auf verschiedenen Ebenen verorten.
So sind es verständlicherweise zum einen die RezipientInnen der Sendung, die Nadine beobachten. Aus der heterogenen Masse an RezipientInnen lassen sich auch verschiedenste „Lesearten“ ableiten. Den Regierungsweisen des Fernsehens folgend, bauen die Botschaften, die die Sendung übermittelt, bereits auf einen Diskurs auf, der im Vorhinein von den ZuschauerInnen verinnerlicht wurde. Dieser Diskurs umfasst eine klare Definition von „richtigen“ und „falschen“ Körpern – ein Bild eines ideologisch erwünschten/nicht erwünschten Körpers.
Zudem muss betont werden, dass es sich bei der Zielgruppe hauptsächlich um Frauen[181]handelt. Diese Tatsache führt zu einem möglichen Schluss, nämlich dass sich ein Grossteil der weiblichen Zuseherinnen möglicherweise „leichter“ mit Nadine identifizieren können, bzw. die Botschaft „einfacher“ lesen können.
Stark gelenkt wird der Blick der ZuschauerInnen zudem durch den Kommentar aus dem Off. Die Erzählerin (in diesem spezifischen Fall handelt es sich um eine weibliche Erzählerin) begründet, erklärt das visualisierte Geschehen und wird im Laufe der Sendung zu einem „Partner“, einer „Partnerin“ für die RezipientInnen. Aus der subjektiven Perspektive der ErzählerIn werden das Dargestellte bzw. die dargestellten Personen implizit als auch explizit bewertet. Die Bewertung impliziert zudem eine Moralvorstellung, die den ZuseherInnen vermittelt werden soll – die Stimme aus dem Off, die Stimme der Regierungsmacht.

Zu den Blicken der Menschen vor dem Fernseher folgen die Blicke der Menschen im Fernsehen.

> *„(…) beim Klamottenkauf, in der Disco, überall (…)“*[182]

[181] Vgl. Interview Angsten, Karl-Heinz, Anhang S. 114.
[182]“We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 89 “Wir sind zu dick”, 00:02:08-00:02:25.

Der Besuch in der Disco, das „öffentliche Schaulaufen“[183]wird abhängig von der Reaktion der Anderen bewertet. Nadine steht überwiegend allein in der Disco und stellt fest:

> *„(…)und meine Freunde, so, ich weiß nicht, ob man die Freunde nennen kann, so, die lassen mich alleine stehen, so (…)“*[184]

Die Kamera zeigt Nadine an einem Tisch stehend und schwenkt rüber zu einem Tisch an dem sich die vermeintlichen FreundInnen versammeln.
Dieses Bild wirkt emotional stark auch aufgrund seiner simplen und eindeutigen Botschaft. Nadine wird aus der Gruppe ausgestoßen, sie wird ausgeschlossen – anscheinend aufgrund ihres Körpers. Gespräche, Nachfragen bei den FreundInnen fehlen gänzlich, es bleibt eine mehr oder minder anonyme Masse. Bedenkt man, dass Nadine sich im Vorfeld telefonisch mit einer Freundin[185] verabredet hat und den Abend gemeinsam geplant hat, stellt sich die Frage, aus welchem Grund Nadine nun verstoßen wird. Kritische Nachfragen sind in dem Konzept der Sendung nicht vorgesehen, nicht erwünscht. Das Bild muss wirken und das tut es – Nadine steht alleine, denn sie ist dick.
Der in der zweiten Hälfte der Sendung dargestellte „Singwettbewerb“ greift nochmals auf diese Positionierung zurück – Nadine steht allein einer Masse Menschen gegenüber. Die Macht jener Menschen besteht in der Bewertung. Nadines Familie ist ein Teil dieser „Masse“. Sie stehen vor der Bühne und unterstützen ihre Tochter. Zum Ende der Sendung wird der Konflikt zwischen Mutter und Tochter aufgehoben, Zusammenhalt und der Wert der Familie nehmen an Bedeutung zu.

> *„(…) meine ganze Familie die steht dann hinter mir und, und ich glaube die geben mir bisschen Mut, nicht nur ein bisschen, die geben mir Mut da aufzutreten (…)“*[186]

[183]Ebd. 00:14:49.
[184] “We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 89 “Wir sind zu dick“, 00:14:26-00:14:33.
[185] Ebd. 00:09:53-00:10:31.
[186] Ebd. 00:30:25-00:30:34.

Die Stimme, der Gesang steht während dieses Wettbewerbs jedoch nicht primär im Vordergrund; erneut ist es der Körper, der diese Position einnimmt.

> *„Also ich mach kein Karaoke mehr, weil jetzt im Laufe der Jahre habe ich zugenommen. Früher war ich ja ein bisschen schlanker und da hab ich mich noch etwas getraut da draufzugehen und zu singen. Und jetzt wo ich zugenommen habe is das ein bisschen peinlich, so, weil da auch viele Dünne sind, die da singen und ich dann als einzige Dicke, is das peinlich.“*[187]

Mit den Strukturen des Neoliberalismus bzw. des Neo-Kapitalismus verschärfen sich auch die Konkurrenzkämpfe, folgend dem Leitsatz „survival of the fittest“. Der Kult nach einem Gewinner nimmt an Bedeutung zu. Auch Nadine ist Teil eines Wettbewerbs. Sie muss sich an anderen messen, muss sich beweisen. Nadine wird zum Schluss des Wettbewerbs auf die hinteren Ränge verwiesen.

Ein bedeutungsvolles Symbol für jene beschriebenen „Blicke“ ist der Spiegel.
Der Spiegel zeigt die Person, die sich vor demselbigen befindet.
Nadine steht im Laufe der Sendung allein fünf Mal vor einem Spiegel. Sie betrachtet sich dabei kritisch und unzufrieden.
Der Spiegel übernimmt dabei die Rolle als „Spiegel der Gesellschaft“.

> *„Also ich find schon, dat is für meine Schwester ne große Belastung, wenn die jedes Mal nachdenkt, wie guckt der, was denkt der jetzt grade über mich, so.“*[188]

Wie und was Nadine im Spiegel sieht ist von Bedeutung. Zu dem Abbild ihrer Selbst wird ein Abbild des gesellschaftlichen Diskurses sichtbar. Nadine wird erneut zu einem betrachteten Objekt.

[187] “We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 89 “Wir sind zu dick“, 00:23:42-00:24:04.
[188] Ebd. 00:13:44-00:13:51.

Abb.2: Nadine vor dem Spiegel (vgl. “We are Family! So lebt Deutschland” Staffel 4 Folge 89 “Wir sind zu dick”)

14. Anders sehen – die andere Leseweise

In Anlehnung an John Fiskes Beitrag zur Populärkulturtheorie möchte ich im folgenden Kapitel den Versuch unternehmen, eine alternative Betrachtungsweise, eine andere Lesart zu entwickeln.

Die vorhergehenden Sendungsanalaysen haben strukturelle Macht- und Gewaltmechanismen aufgezeigt, die der Sendung „We are Family! So lebt Deutschland“ inhärent sind.

Diese Mechanismen aufzuzeigen ist ein erster Schritt einer feministisch, kritischen Medienanalyse. Ein weiterer Schritt ist das Aufzeigen anderer Subjektmodelle, die auf den ersten Blick nicht sichtbar sind.

Mögliche Subjektmodelle, die durch eine andere, tiefere Betrachtungsweise definiert werden können.

Im Folgenden soll keine vollständige „We are Family!“-Folge solch einer Betrachtung unterzogen werden; vielmehr soll ein allgemeiner Ansatz diskutiert werden. Jener

Ansatz basiert auf dem Konzept des Vergnügens[189], welches von John Fiske erarbeitet wurde.

Eine ebenso simple wie machtvolle Betrachtungsweise ist jene der Ironie.
Indem ich die Sendung auf ironische Art und Weise betrachte, stelle ich die dort präsentierten moralischen Werte in Frage, mehr noch, ich mache mich über sie lustig.
Die Stimme der Erzählerin, die als Moralinstanz fungiert, kann in diesem Sinne missachtet werden und der Lüge enttarnt werden.
Die Betrachtung mit einem ironischen Blick eröffnet die Entwicklung einer Gegenstrategie zur dominanten Ideologie. In diesem Schnittpunkt zwischen Text und Rezeption liegt das widerständische Potential.
Den herrschenden Ideologien wird der Mantel der scheinbar überzeugenden Theorien abgenommen.
Die Figur der Ironie wird zu einem aktiven, produktiven, widerständischen Akt. Bedingt durch das Vernunftspotential der ZuschauerInnen kann Vergnügen als auch eine „andere Betrachtungsweise", eine ironische, Lust hervorbringen, die Lust der Macht zu widersprechen.

> *„Lust, eine Macht auszuüben, die ausfragt, überwacht, belauert, erspäht, durchwühlt, betastet, an den Tag bringt; und auf der anderen Seite eine Lust, die sich daran entzündet, dieser Macht zu entrinnen zu müssen, zu fliehen, zu täuschen oder lächerlich zu machen. Macht, die sich von der Lust, der sie nachstellt, überwältigen lässt; und ihr gegenüber eine Macht, die ihre Bestätigung in der Lust, sich zu zeigen, einen Skandal auszulösen oder Widerstand zu leisten, findet."*[190]

[189] Vgl. Fiske, John: Politik. Die Linke und der Populismus. In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999. S.260.
[190] Foucault, Michel: Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit I. Frankfurt am Main, 1983. S. 61.

15. Conclusio

Das vorrangige Ziel dieser Diplomarbeit war es, herauszuarbeiten, welche weiblichen Subjektmodelle die Sendung “We are Family! So lebt Deutschland“ den ZuschauerInnen präsentiert.
An diese Fragestellung eng gekoppelt ist die Frage nach dem „wie“. Wie werden Frauen dargestellt, welche Subjektivierungsstrategien werden von Seiten der SendungsmacherInnen angewandt.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der Körper die bedeutendste Rolle bei der Subjektivierung der Frau einnimmt.
Der Körper ist gleichzeitig Konstruktion als auch Repräsentation persönlicher Identität. Der Körper kann als ein Feld verschiedenster Machttechniken und Machtkämpfe definiert werden. Machtkämpfe, in denen die Definitionsmacht des Fernsehens eine tragende Rolle spielt.

Die analysierten Sendungen waren geprägt durch eine neo-kapitalistische Körperideologie, die trainierte, belastbare Körper als Ideal versteht.
Ein Ergebnis dieser Machtpraktiken ist unter anderem der Ausschluss all jener, die diesem ideologisch manifestierten Körperbild nicht nachkommen wollen oder können.
Unsportliche, fülligere Menschen, die überwiegend Thema der Sendung sind, werden mit den Attributen „faul“ und „undiszipliniert“ versehen.
Die Sendung „We are Family! So lebt Deutschland“ fungiert als Vermittlungs- und Moralinstanz, sie zeigt auf, was auch außerhalb der Fernsehwelt abzulehnen ist.

Die Frage, ob von einer re-traditionalisierenden Darstellung der Frau innerhalb der Sendung gesprochen werden kann, kann ich so explizit, wie es der Kulturjournalist Alexander Kissler tut, nicht verneinen.
Auch, wenn eine Unterordnung unter den Mann nicht offen propagiert wird, so ist anzunehmen, dass eine scheinbare Enttraditionalisierung, sowie das neoliberale Verständnis der Individualitätssteigerung eher eine subversiv eingeführte Re-Traditionalisierung des Geschlechterverhältnisses ist. Dieser Prozess kann meines Erachtens auch in der Sendung „We are Family! So lebt Deutschland“ entdeckt werden.
Durch den männlichen Blick definieren sich die Frauen.

16. Literaturverzeichnis

- **Althusser, Louis:** Ideologie und ideologische Staatsapparate. Hamburg, 1977.
- **Barthes, Roland:** Der Tod des Autors. In: Jannidis, Fotis (Hrsg.): Texte zur Theorie der Autorschaft. Stuttgart, 2000.
- **Barthes, Roland:** Das Rauschen der Sprache. Frankfurt am Main, 1984
- **Barthes, Roland**: S-Z. Frankfurt am Main, 1976.
- **Beck, Ulrich; Beck-Gernsheim, Elisabeth:** Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften. Frankfurt am Main, 1998.
- **Bennett, Peter; Hickman, Andrew; Wall, Peter:** Film Studies. The Essential Resource. London, 2007.
- **Benshoff, Harry M.; Griffin, Sean**: America on film. Representing Race, Class, Gender and Sexuality at the movies. Malden, 2004.
- **Bonfadelli, Heinz (Hrsg.):** Jugend, Medien und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven. Wiesbaden, 2008.
- **Bernold, Monika:** Tele-Authenifizierung: Fernseh-Familien, Geschlechterordnung und Reality-TV. In: Geiger, Brigitte (Hrsg.): Feministische Kommunikations-und Medienwissenschaft. Ansaetze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Wiesbaden, 2002.
- **Butler, Judith:** Das Unbehagen der Geschlechter. Frankfurt am Main, 1991.
- **De Certeau, Michel:** Kunst des Handelns. Berlin, 1988.
- **Dörner, Andreas:** Das politische Imaginäre. Vom Nutzen der Filmanalyse für die Politische Kulturforschung. In: Hofmann, Wilhelm (Hrsg.): Visuelle Politik. Filmpolitik und die visuelle Konstruktion des Politischen. Baden-Baden, 1998.
- **Dow, Bonnie J.:** Prime-Time Feminism. Television, Media Culture, and the Women's Movement Since 1970. Philadelphia, 1996.
- **Du Gay, Paul:** Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman. London, 1997
- **Fiske, John:** Politik. Die Linke und der Populismus. In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999.
- **Fiske, John:** Television culture. London, 1987.
- **Fiske, John:** Augenblicke des Fernsehens. Weder Text noch Publikum. In: Pias, Claus (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bist Baudrillard. Stuttgart, 1999.
- **Foucault, Michel:** Dispositive der Macht. Über Sexualität, Wissen und Wahrheit. Berlin, 1978
- **Foucault, Michel:** Dits et Ecrits. Schriften , Band I, 1954-1969. Frankfurt am Main, 2001.
- **Foucault, Michel:** Dits et Ecrits. Schriften, Band IV. Frankfurt am Main, 2005.
- **Foucault, Michel:** Geschichte der Gouvernementalität I. Sicherheit, Territorium und Bevölkerung. Vorlesung am Collège de France 1977-1978. Frankfurt am Main, 2004.
- **Foucault, Michel:** Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt am Main, 1974.
- **Foucault, Michel:** Die Ordnung der Dinge. Frankfurt am Main, 1971.
- **Foucault, Michel:** Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit I. Frankfurt am Main, 1983.
- **Geißler, Rainer (Hrsg.):** Integration durch Massenmedien . Medien und Migration im internationalen Vergleich. Bielefeld, 2006.

- **Hall, Stuart:** Kodieren/ Dekodieren.. In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999.
- **Hall, Stuart:** Das Aufbegehren der Cultural Studies und die Krise der Geisteswissenschaften. In: Hepp, Andreas: Die Cultural Studies Kontroverse. Lüneburg, 2003.
- **Hall, Stuart:** Die zwei Paradigmen der Cultural Studies. In: Hörning, Karl H.; W, Rainer (Hrsg.): Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung.Frankfurt am Main, 1999.
- **Hall, Stuart:** Rassismus und kulturelle Identität. In: Hall, Stuart (Hrsg.): Ausgewählte Schriften. Band 2. Hamburg, 1994.
- **Hepp, Andreas:** Richard Johnson: Kreislauf der Kultur. In: Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich; Thomas, Tanja (Hrsg.): Schlüsselwerke der Cultural Studies. Wiesbaden, 2009.
- **Hipfl, Brigitte:** Zuschauen, Rezipieren, Partizipieren. In: Haug, Frigga (Hrsg.): Suendiger Genuss? Filmerfahrungen von Frauen. Hamburg, 1995.
- **Hipfl, Brigitte:** Cultural Studies und feministische Filmwissenschaft. Neue Paradigmen in der Rezeptionsforschung. In: Dorer, Johanna; Geiger, Brigitte (Hrsg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Wiesbaden, 2002.
- **Hisnauer, Christian:** Fernsehdokumentarismus. Theoretische Näherungen, pragmatische Abgrenzungen, begriffliche Klärungen. Konstanz, 2011.
- **Hohenberger, Eva:** Die Wirklichkeit des Films. Dokumentarfilm. Ethnographischer Film. Jean Rouch. Hildesheim, 1988.
- **Johnson, Richard:** Was sind eigentlich Cultural Studies. In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999.
- **Karstens, Eric; Schütte, Jörg:** Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten. Wiesbaden, 2010
- **Kissler, Alexander:** Dummgeglotzt. Wie das Fernsehen uns verblödet. Gütersloh, 2009.
- **Klaus, Elisabeth:** Enthüllungen. Gedanken zum Verhältnis von Körper und Medien aus der Perspektive der Kommunikationswissenschaft. In: Haas, Birgit (Hrsg.): Der postfeministische Diskurs. Würzburg, 2006.
- **Kolb, Michael:** Trends der Körperthematisierung. In: Marschik, Matthias; Müllner, Rudolf; Penz, Otto Spitaler, Georg (Hrsg.): Sport Studies: Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung. Wien, 2009
- **Kreisky, Eva:** Arbeitskörper, Sportkörper und Geschlechtskörper. Einflüsse des Geschlechts auf moderne Sportkulturen. In: Kreisky, Eva; Spitaler, Georg: Reader zur Ringvorlesung „Macht Bewegung – Transformation des sportlichen Feldes“. Wien, 2007
- **Lücke, Stephanie:** Real Life Soaps. Ein neues Genre des Reality TV. Münster, 2002.
- **Marchart, Oliver:** Cultural Studies. Konstanz, 2008.
- **Mascia-Lees, Frances E.; Johnson Black, Nancy:** Gender and anthropology. Prospects Heights, 2000.
- **McRobbie, Angela:** Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes. Wiesbaden, 2010.
- **Michalitsch, Gabriele:** Die neoliberale Domestizierung des Subjekts. Von den Leidenschaften zum Kalkül. Frankfurt am Main, 2006

- **Mikos, Lothar:** Zwischen den Bildern – Intertextualität in der Medienkultur. In: Ammann, Daniel; Moser, Heinz; Vaissière, Roger (Hrsg.): Medien lesen. Der Textbegriff in der Medienwissenschaft. Zürich, 1999.
- **Mikos, Lothar et al.:** Im Auge der Kamera. Das Fernsehereignis Big Brother. Berlin, 2000.
- **Mikos, Lothar:** Film- und Fernsehanalyse. Konstanz, 2003.
- **Mulvey, Laura:** Visual Pleasures and Narrative Cinema. In: Braudy, Leo; Cohen, Marshall: Film Theory and Criticism : Introductory Readings. New York, 1999
- **Murray, Susan; Ouellette, Laurie:** Introducing. In: Murray, Susan; Ouellette, Laurie (Hrsg.): Reality TV. Remaking Television Culture. New York und London, 2004.
- **Nolte, Paul:** Generation Reform. Jenseits der blockierten Republik. München, 2004.
- **Prokop, Sabine:** Bevor Big Brother kam. Über das Fernsehen am Ende des 20. Jahrhunderts. Wien, 2010.
- **Rose, Lotte:** Körperästhetik im Wandel. Versportung und Entmütterlichung des Körpers in den Weiblichkeitsidealen der Risikogesellschaft. In: Dölling, Irene; Krais, Beate: Ein alltägliches Spiel. Geschlechtskonstruktion in der sozialen Praxis. Frankfurt am Main, 1997.
- **Schwaab, Herbert:** Erfahrung des Gewöhnlichen. Stanley Cavells Filmphilosophie als Theorie der Populärkultur. Münster, 2010.
- **Stam, Robert; Burgoyne, Robert; Flitterman-Lewis, Sandy:** New Vocabularies in Film Semiotics. Structuralism, Poststructuralism and beyond. London, 2000.
- **Stryker, Sheldon:** Die Theorie des Symbolischen Interaktionismus. In: Auwärter, Manfred; Kirsch, Edith; Schröter, Manfred (Hrsg.): Seminar: Kommunikation, Interaktion, Identität. Frankfurt am Main, 1976.
- **von Brauk, Stefan:** Zur Staats- und Ideologietheorie im strukturalistischen Marxismus. Dissertation, Universität Göttingen, 2002.
- **Williams, Raymond:** Schlußbetrachtung zu Culture an Society 1780-1950. In: Bromley, Roger: Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999.
- **Winterfeld, Uta; von Braunmühl, Claudia:** Global Governance. Eine begriffliche Erkundung im Spannungsfeld von Nachhaltigkeit, Globalisierung und Demokratie. Welche Globalisierung ist zukunftsfähig? In: Wuppertal Institut fuer Klima, Umwelt, Energie GmbH: Wuppertal Papers Nr.135. Wuppertal, 2003.
- **Winterhoff-Spurk, Peter; Heidinger, Veronika; Schwab, Frank:** Reality TV. Formate und Inhalte eines neuen Programmgenres. Saarbrücken, 1994.
- **Witzke, Bodo; Rothaus, Ulli:** Die Fernsehreportage. Konstanz, 2003.
- **Wolf, Fritz:** Der plötzliche Erfolg der Doku-Soaps. In: Cippitelli, Claudia; Schwanebeck, Axel (Hrsg.): Pickel, Küsse und Kulissen. Soap Operas im Fernsehen. München, 2001.
- **Wollen, Peter**: Signs and meaning in the cinema. London, 1998.

16.1 Print

- **Göttlich, Udo:** Fernsehproduktionen, factual entertainment und Eventisierung. Aspekte der Verschränkung von Fernsehproduktion und Alltagsdarstellung. In: montage/av 10, 2001.
- **Körber, Christian; Schaffar, Andrea :** Identitätskonstruktionen in der Mediengesellschaft. Theoretische Annäherungen und empirische Befunde. In: Medienimpulse 41/2002
- **Robnik, Drehli:** Was wird Kino? In: blimp 33/1996.

16.2 Online

- **De Mol, John:** Alles wäre machbar. In: Spiegel 28/2000. http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-16860800.html
- **Holst, Christian:** Reality-TV. Die schmutzige Wahrheit. In: TV Spielfilm http://www.tvspielfilm.de/news-und-specials/interviewsundstories/reality-tv-die-schmutzige-wahrheit,3942889,ApplicationArticle.html
- **IPSOS-Studie:** http://daserste.ndr.de/panorama/fernsehstudie101.html
- **Moser, Heinz:** Bedürfnisse, soziale Texte und die Cultural Studies. In: MedienPädagogik 2, Online-Zeitschrift, 2003. www.medienpaed.com/03-2/moser03-2.pdf
- **Panorama** "Das Lügenfernsehen" http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/panorama_die_reporter/luegenfernsehen105.html
- **PRO 7** Homepage: http://www.prosieben.at/tv/we-are-family-lebt-deutschland/sendung/
- **Schader, Peer:** Reality-Tv. Der Horror des Alltags. In: FAZ online http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/reality-tv-der-horror-des-alltags-1744113.html
- **Spiegel-Online:** http://www.spiegel.de/spiegel/0,1518,656022,00.html
- **Stampf, Günter** im Interview In: Panorama "Das Lügenfernsehen" http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/panorama_die_reporter/luegenfernsehen105.html
- **Winterhoff-Spurk, Peter:** Die mediale Klassengesellschaft – politische Realität oder publizistischer Mythos? www.mediendaten.de/fileadmin/Texte/Winterhoff01.pdf

17. Anhang

17.1 Dr. Alexander Kissler im Interview

Dr. Alexander Kissler, Kulturjournalist und Autor des Buchs **„**Dummgeglotzt. Wie das Fernsehen uns verblödet.“
Das Interview wurde per Mail geführt.
Datum: 24.10.2011

Hermes:
Warum guckt man Sendungen wie “We are Family”, “Mitten im Leben”, “Familien im Brennpunkt” etc.?

Dr. Kissler:
Hier verbinden sich Schadenfreude, Voyeurismus und Unterhaltungsbedürfnis. Die Formate unterhalten insofern, als sie einer klar erkennbaren, zuverlässigen Dramaturgie gehorchen. Ein rasch zur Eskalation vorangetriebener innerfamiliärer Streitfall verbindet verschiedene standardisiert wiederkehrende Archetypen, die aus der eigenen Familien bekannt sind oder scheinen, etwa die selbstbewusste Tochter, die schrille Mutter, den überforderten oder abwesenden Vater. Voyeuristische Bedürfnisse werden befriedigt, da weder auf obszöne Wortwahl noch auf (halb-)nackte Körper verzichtet wird. Schadenfroh stimmen die Konflikte, weil sie oft derart derb und rücksichtslos, tumb und töricht ausagiert werden, dass die meisten Zuschauer sich moralisch wie intellektuell überlegen fühlen können.

Hermes:
Bei den sog. Real-Life-Soaps oder auch Doku-Soaps, geht es um die Darstellung des realen, des wirklichen Lebens mit einem fiktionalen Anteil. Bis auf einen kurzen, kaum sichtbaren Verweis am Ende der Sendungen wird dieser fiktionale Anteil von den Sendern kaum erwähnt. Kommt es bei den ZuschauerInnen zu einer Entdifferenzierung zwischen Wirklichkeit und Fiktion?

Dr. Kissler:
In der Tat erleben wir durch die Flut der billigst produzierten Real-Life-Formate einen dramatischen Wandel des Wirklichkeitsbegriffes. Wirklichkeit bedeutet im Fernsehen nicht länger, dass ein unbeeinflusst ablaufendes Geschehen von der Kamera protokolliert wird, sondern lediglich, dass eine bewegte Kamera verwackelte und/oder unscharfe Bilder von Menschen liefert, die keine professionellen Schauspieler sind. Wirklichkeit wird damit von einem inhaltlichen zu einem ästhetischen Phänomen. Die Folgen in der außertelevisionären Welt können deshalb dramatisch sein, weil auf diese Weise auch reale Vorgänge, zu denen wir uns moralisch verhalten sollten, als bloß ästhetische Ereignisse missverstanden werden.

Hermes:
Was ist der Sinn und Zweck solcher, wie PRO 7 es selbst definiert, Doku-Soaps?

Dr. Kissler:
Jeder Fernsehsender, der nicht auf Gebührengelder zurückgreifen kann, hat als Daseinszweck, ein werbefreundliches Umfeld zu schaffen. Das Eigentliche geschieht in den Pausen, wenn die Commercials ausgestrahlt werden. Ganz offensichtig lassen sich mit den schnell und preisgünstig herzustellenden Dokusoaps ordentliche Renditen erwirtschaften.

Hermes:
Dienen solche Sendungen unter anderem auch dazu „Identifikationsobjekte“ zu präsentieren gar zu schaffen? Das heißt Menschen aus der Masse hervorzuheben, sodass andere einen Einblick in das „wahre“ Leben erhaschen können und vielleicht auch Konsequenzen für ihr Leben daraus ziehen?

Dr. Kissler:
Das denke ich nicht. Die abgebildeten Menschen ragen ja nur um ein Winziges aus der Masse hervor, weil sie eben im Fernsehen gezeigt werden. Was sie tun und nicht tun, soll hingegen „massenkompatibel“ sein, soll Verhaltensmuster zeigen, die der jungen Zielgruppe vertraut sind, die aber deutlich rasanter, derber abgehandelt werden.

Hermes:
Sie selbst haben die bereits angesprochenen Sendungen als „gefährlich“ definiert. Wieso?

Dr. Kissler:
Gefährlich kann man zum einen den oben skizzierten Wandel des Wirklichkeitsbegriffes nennen. Zum anderen haben viele Real-Life-Formate, da sie im proletarischen und subproletarischen Milieu angesiedelt sind, die verhängnisvolle Botschaft: Armut ist eine Schande. Der arme Mensch ist hier in der Regel an Bildung komplett desinteressiert, ist manierenlos, suchtgefährdet, gewalttätig. Ein solches Zerrbild trägt dazu bei, geringes Einkommen als Indikator für soziale und charakterliche Defekte zu halten.
Hermes:
Welche Macht besitzen die FernsehmacherInnen?

Dr. Kissler:
Wie bei jedem Produkt: Jene Macht, die die Konsumenten ihnen geben. Stark nachgefragte Produkte (also Sendungen mit hoher Quote) stärken die Macht der Produzenten, treiben die Werbepreise in die Höhe.

Hermes:
Wie kann man dieser Macht entgegenwirken?

Dr. Kissler:
Durch Aufklärung, also bewussten Konsum, oder durch Konsumverweigerung. Sendungen lassen sich ebenso boykottieren wie die beworbenen Gegenstände, deren Hersteller die Sendung erst ermöglichen, indem sie Werbeflächen buchen. Erster Schritt zur Aufklärung wäre die Erkenntnis, dass das Fernsehen zunächst Aussagen über das Fernsehen trifft, nicht über die Wirklichkeit.

Hermes:
Mit zum Teil Einschaltquoten von über 20% war „We are Family“ ein sehr erfolgreiches Programm. Daraus lässt sich schließen, dass nicht allein „die Unterschicht“ das Programm verfolgt hat. Wenn man also davon ausgeht, dass quer

durch alle „Schichten“ „we are Family“ geguckt wird, kann man dann auch von verschiedensten Lesarten ausgehen?

Dr. Kissler:
„Familien im Brennpunkt“ stößt zuweilen gar in den 40-Prozent-Bereich vor. Gewiss gibt es verschiedene Lesarten, man kann das Geschaute ernstnehmen oder kann es als Hintergrundrauschen nebenbei konsumieren oder aber es rein ironisch nehmen und so als das durchschauen, was es ist: eine künstliche Veranstaltung mit dem (falschen) Schein von Echtheit.

Hermes:
In den gegenwärtigen medialisierten Gesellschaften nehmen die Medien eine zentrale Rolle ein; sie definieren, welche Subjektformen sozial akzeptiert erscheinen; was normal, was anormal ist. Ich möchte bei der medialen Repräsentation als auch beim Umgang mit Medien von „doing subjects“ sprechen. Welche Subjektformen bietet beispielsweise „We are family“?

Dr. Kissler:
Der Bereich des Normalen wird einerseits enorm ausgeweitet, ja entgrenzt. Jeder Egoismus, so scheint es, hat dasselbe Recht auf mediale Präsenz – ob es nun der Egoismus etwa des Fleisches ist oder des Geldes. Das spätmoderne Fernsehen zeigt an sehr vielen Stellen, wie Menschen ihren Willen durchsetzen oder nicht, blendet aber die Frage aus, ob der jeweilige Wille durchsetzungswürdig ist und ob die Mittel zur Durchsetzung angemessen sind. Andererseits wird das Normale eingegrenzt auf das sinnlich Fassliche. Anstrengungen etwas des Geistes werden in der Regel für nicht darstellbar gehalten. Body Tuning, heißt das, ist gut und beachtenswert, der Kampf um sozialen Aufstieg durch Bildung eher nicht.

Hermes:
Wie unterscheidet sich die Darstellung von Männern und Frauen in „We are Family“?

Dr. Kissler:
Oft werden Frauen als alleinerziehende und mit ihrer Alleinerziehung heillos überforderte Mütter gezeigt. Sie sind schrill, eitel, egoistisch, aber auch zupackend.

Männer hingegen werden oft in die Rolle lethargischer, begriffsstutziger Softies gedrängt. Oder aber es sind Machos der prekärsten Art. Eine innerfamiliäre Balance zwischen dem Weiblichen und Männlichen findet kaum statt.

Hermes:
Kann man bei Formaten wie „We are Family“ von einer re-traditionalisierenden Darstellung der Frau sprechen?

Dr. Kissler:
Nein, denn eine Unterordnung unter den Mann wird nicht propagiert. Auffällig ist jedoch das starke Bemühen vieler gezeigter Frauen um äußere Schönheit, um Wettbewerbsvorteile also im Konkurrenzkampf der Körper. Die Frauen in den Real-Life-Formaten wollen gefallen.

Hermes:
Die Diskussion über das sog. „Unterschichtenfernsehen“ war in den letzten Jahren eine kontroverse und heftige. Vor dem Hintergrund, dass „Deutungsdiskurse kultureller Eliten (…) maßgeblich kulturelle Normalitäten prägen.“ (Andreas Dörner) – was hat sich seit dieser Diskussion in der Fernsehlandschaft verändert? Kann man auch von einer Veränderung der Wertmuster sprechen?

Dr. Kissler:
Verringert haben sich die Unterschiede zwischen dem sogenannten Spaß- und dem sogenannten seriösen Fernsehen. Auch in den Reportage- und Nachrichtenformaten der Öffentlich-Rechtlichen hat der Siegeszug des Gefühligen und Lauten begonnen. Insofern muss man sagen: Legt man die bei Beginn der Diskussion angeführten Kriterien für das „Unterschichtenfernsehen“ zugrunde, werden wir schleichend in Ansehung des Fernsehens alle zur Unterschicht, weil das Fernsehen uns mit diesem Produkttypus überproportional versorgt.

17.2 Karl-Heinz Angsten im Interview

Karl-Heinz Angsten, Leiter Entwicklung Good Times Fernsehproduktions-GmbH
Das Interview wurde per Mail geführt.
Datum: 03.11.2011

Hermes:
Warum werden Sendungen wie “We are family”, “Mitten im Leben”, “Familien im Brennpunkt” etc. geguckt?

Angsten:
Zunächst würde ich eine klare Unterscheidungslinie zwischen den og. Formaten ziehen, denn „FiB“ ist ja geskriptet und extrem konfliktorientiert – im Gegensatz zu „WaF“, das ja in der Grundausrichtung eher positiv war, und auch im Gegensatz den meisten „MiL“-Folgen, und ich bin nach wie vor davon überzeugt, dass das ein erheblicher Unterschied ist, auch wenn es Medienforschung gibt, die besagt, dass diese Unterscheidung für den Zuschauer irrelevant ist.
Was die Sehmotivation angeht, so ist das eine schwierige Frage; denn da kommen unterschiedlichste Sehmotive zum Ausdruck – der Abgleich mit dem eigenen Leben; der „Schlüsselloch“-Blick; das Gefühl, bei etwas „Authentischem“ dabei sein zu dürfen, sicher aber auch Schadenfreude, der berühmte „Abwärtsvergleich“ etc.

Hermes:
Wer rezipiert diese Formate hauptsächlich?

Angsten:
Das kann die MeFo besser beurteilen; Kernzielgruppe aller ausstrahlenden Sender sind aber die 20-59-jährigen, und da eher Frauen/Haushaltsführende.

Hermes:
Das Format „We are family! So lebt Deutschland“ war lange Zeit sehr erfolgreich. Aus welchem Grund? Wie manifestierte sich das in den Einschaltquoten?

Angsten:
Es war tatsächlich zu Beginn eine einzigartige Möglichkeit, „echten Menschen beim echten Leben“ zuzuschauen und hatte in der Art und Weise, wie es seine Protagonisten zeichnete, etwas schon „öffentlich-rechtliches“, verbunden mit der Kunst, den Menschen nahe zu kommen, ohne ihnen zu nahe zu treten. Es „adelte“ ganz normaler Konflikte und gab damit auch den Zuschauern, die solche Konflikte selbst kannten, das Gefühl, dass sie ernstgenommen wurden.

Hermes:
Besteht der Sinn und Zweck der sogenannten „Doku-Soaps“, wie PRO 7 sie selbst definiert, lediglich in der Schaffung eines werbefreundlichen Umfelds?

Angsten:
Für einen kommerziellen Sender hat JEDES Programm zunächst die Aufgabe, genügend Publikum zu generieren, um Werbezeiten zu möglichst guten Preisen verkaufen zu können; da ist die Frage des Genres zweitrangig. Warum es ausgerechnet docu-soaps waren, die am Nachmittag erfolgreich waren, ist, vor allem nach dem Ende der ebenfalls sehr preiswert hergestellten talkshows, eher eine Rendite-Frage – sie sind deutlich preiswerter als fiktionale oder Show-Programme und nahezu beliebig wiederholbar und prägen zudem ein Senderimage mehr als eingekaufte Serien.

Hermes:
Es heißt mit diesen Formaten lässt sich ausreichend bzw. gute Rendite machen- was kostet eine Folge „we are family“ überhaupt?

Angsten:
In der Regel liegt der Preis bei 30.000 bis 35.000 Euro, also deutlich unter 1.000 Euro die Sendeminute.

Hermes:
Wie kann man sich die Produktionsschritte der Sendung „We are family“ vorstellen? PRO 7 teilt der jeweiligen Produktionsfirma mit, wie das Thema lautet und dann wird ein Drehbuch geschrieben und entsprechend gecastet?

Angsten:
Nein! Wir suchen und finden Protagonisten mit einer guten „Geschichte“ bzw. einer anstehenden Entscheidung (Berufswechsel, Auswanderung, Schwangerschaft etc.), schlagen sie dem Sender als Expose vor, und bei gefallen wird dann ein treatment geschrieben (kein „Drehbuch“), das mögliche Schritte der docu enthält. Nach dessen Abnahme durch den Sender wird gedreht, wobei die Wirklichkeit in der Regel stärker ist – und sein sollte – als das treatment.

Hermes:
Bei den sog. Real-Life-Soaps oder auch Doku-Soaps, geht es um die Darstellung des realen, des wirklichen Lebens mit einem fiktionalen Anteil. Die Kamera ist ein wesentlicher Bestandteil, wenn es um die Aufnahme des „wirklichen Lebens“ geht. Wie definiert sich die Rolle der Kamera in „we are family“? Welche Position nimmt sie ein?

Angsten:
Einen fiktionalen Anteil sehe ich nicht; in den klassischen WaF-Folgen ging es immer um reale Menschen mit realen Problemen; Situationen, in denen diese zutage treten, werden vom Autor vor Ort bestenfalls initiiert, aber nicht inszeniert – die Kamera ist dabei Begleiter und wird idealerweise nicht wahrgenommen.

Hermes:
Wie unterscheidet sich die Darstellung von Männern und Frauen in „We are family“?

Angsten:
Im Grunde gar nicht, sieht man einmal davon ab, dass die Kernzielgruppe eher weiblich ist, also keine „männlichen“ Themen dominieren sollten – und das Publikum eher dazu neigt, mit einer Frau Mitgefühl zu empfinden als mit einem Mann.

Hermes:
Welcher „Typ“ Frau wird in dem Format maßgeblich repräsentiert?

Angsten:
Es sind in der Regel eher jüngere und relativ „starke“ Frauen, die sich „einen Traum“ auch gegen Widerstände verwirklichen oder ein Problem lösen, das sie zu Beginn für

unlösbar hielten. Ein wesentliches Merkmal ist sicher auch, dass sie Emotionen nicht für etwas Negatives halten, das unterdrückt werden muss. (Vereinfacht gesagt, gilt zudem die Regel: Sie sollten von sich in der ersten Person sprechen, und das tun Frauen deutlich ausgeprägter als Männer, die ja dazu neigen, selbst über extreme emotionale Zustände so zu reden, als ob sie selbst nicht betroffen seien – also „Man ist dann schon traurig…“ oder „Natürlich wird man da wütend…“)

17.3 Rüdiger Kasten im Interview

Rüdiger Kasten, Protagonist der 2006 ausgestrahlten Folge „We are Family! So lebt Deutschland – Mama, wir drücken Dir die Daumen“
Das Interview wurde per Mail geführt.
Datum: 13.11.2011

Hermes:
Herr Kasten, können Sie mir sagen, wann Sie sich damals an der Sendung “We are family! So lebt Deutschland“ beteiligt haben?

Kasten:
Die Sendung wurde im August 2006 ausgestrahlt. Der Erstkontakt mit der Readaktion war im Mai 2006, danach telefonische Interviews, ein Probedreh und im Juli 2006 dann der richtig Dreh.

Hermes:
Wie sah ihre Familiensituation zu diesem Zeitpunkt aus?

Kasten:
Wir waren eine Familie mit 2 Kindern. Meine Frau war damals noch in Elternzeit und hat sich um die Kinder gekümmert. Ich war ganztägig berufstätig und bin nachmittags/abends nach Hause gekommen.

Hermes:
Gab es bei ihnen so etwas wie eine Rollenverteilung innerhalb der Familie – bspw. im Bezug auf Haushalt und Kinder?

Kasten:
Die Rollen waren klassisch aufgeteilt. Die Frau macht den Haushalt und betreut die Kinder und der Mann ist berufstätig. Nach meinem Feierabend haben wir uns gemeinsam im die Kinder und den Haushalt gekümmert. An Wochenenden haben in der Regel die Kinder im Mittelpunkt gestanden.

Hermes:
Wie sind sie dazu gekommen in der Sendung mitzumachen?

Kasten:
Es scheint, als wenn die Produktionsfirma Personen beauftragt sich im Internet nach interessanten Familien umzusehen. Wir sind per eMail von der Produktionsfirma angesprochen worden, ob wir nicht Interesse an der Teilnahme hätten.

Hermes:
Welche Fragen taten sich für Sie auf, als Sie von der Produktionsfirma kontaktiert wurden?

Kasten:
Da wir die Sendung gar nicht kannten, haben wir uns erstmal zwei Folgen angesehen. Nachdem die Sendung zumindest einigermaßen seriös erschien und nicht nur zur Befriedigung der vojeuristischen Zuschauer verwendet wird, haben wir uns weiter mit dem Thema beschäftigt.
- Was könnte das Thema sein, was uns Interessant macht?
- Wie lange dauert so ein Dreh? Gibt es Einschränkungen im Alltag?
- Wieviele Personen kommen zum drehen?
- Gibt es Geld für die Teilnahme?

Hermes:
Könnten Sie den Inhalt „ihrer“ Folge kurz zusammenfassen?

Kasten:
"Gesche ist die Sportskanone der Familie und hat noch einmal die Chance bei den Deutschen Seniorenmeisterschaften (4x100m Staffel, W30) in Erfurt teilzunehmen. Sie hat zwar in der Vergangenheit regelmässig trainiert, das reicht für solch eine Veranstaltung aber nicht. Aus diesem Grund hat Gesche das Trainingspensum erhöht und Rüdiger muss sich mehr um die Kinder kümmern. Die Geschichte zeigt den Tagesablauf am Tag vor dem Wettkampf in Iserlohn und am Wettkampftag in Erfurt."

Hermes:
Könnten Sie mir den Ablauf von der Planung bis hin zur fertigen Sendung grob schildern?

Kasten:

Mai 2006:	Erstkontakt per Mail, Telefoninterviews mit den Eltern
Juni 2006:	kleines Drehteam kommt, um ein Casting zu machen. In diesem Casting stellt die Produktionsfirma dem Sender (Pro7) die Famile vor und die entscheiden, ob es zu einem Dreh kommt. Danach kommt die Entscheidung, dass Pro7 den Dreh mit uns will. Danach Abstimmung des Drehbuchs mit uns.
Juli 2006:	3 Tage Durchführung der Dreharbeiten.
August 2006:	Ausstrahlung der Folge bei Pro7.

Hermes:
Gab es so etwas wie ein Casting, ein Drehbuch?

Kasten:
Ja, es gab ein Casting und ein Drehbuch.
Das Casting wurde durchgeführt, weil Pro7 die Sendung nicht selber produziert, sondern die Produktion an JanusTV ausgelagert hat. JanusTV macht erst ein Casting, mit dem Pro7 entscheidet, ob die Familie interessant genug ist.
Das Drehbuch wurde vorher grob mit uns abgestimmt. Es sollte natürlich etwas sein,

was zumindest annähern realistisch ist. Wir hätten nicht mitgemacht, wenn wir nicht dahinter gestanden hätten oder es zu unrealistisch gewesen wäre.

Hermes:
Worauf wurde beim Casting geachtet? Was gab es für Anforderungen?

Kasten:
Zu den internen Richtlinien kann ich nichts sagen. Wir haben uns im Casting so gegeben, wie wir auch wirklich waren.

Hermes:
Ein Teil meiner Arbeit beschäftigt sich auch mit der Körperlichkeit, dem Körper. Wie wurde der Körper bzw. „Sportkörper“ ihrer Frau dargestellt?

Kasten:
Der Körper wurde so dargestelt, wie er auch wirklich war. Es wurden keine besonderen Posen eingebaut, die nicht der Wirklichkeit entsprochen haben. Es wurde auch keine besondere Kleidung verlangt; wir haben in unseren Alltagssachen gedreht, die wir im normalen Leben auch tragen.

Hermes:
Inwiefern entsprach das Bild der „We are family“-Familie dem Bild der/ihrer „realen“ Familie?

Kasten:
Meine Frau war damals wirklich der sportliche Teil der Familie. Sie hat auch in jungen Jahren die beschriebenen Erfolge in der Leichtathletik gehabt. Mit der Geburt der Kidner ist der Sport dann in den Hintergrund getreten.
Der Umfang der wöchtenlichen Trainingseinheiten wurden innerhalb der Sendung etwas überzogen dargestellt.

Hermes:
Aus ihrer Sicht: Welche Rolle nahm ihre Frau in der Sendung ein, welche Rolle nahmen Sie ein?

Kasten:
Meine Frau war die Hauptperson der Sendung, um die sich die ganze Geschichte gedreht hat. Ich habe eher eine Nebenrolle eingenommen.

Hermes:
Welche Reaktionen gab es von Außen auf ihre Teilnahme an „We are family! So lebt Deutschland“?

Kasten:
Viele Leute haben uns darauf angesprochen und waren sehr interessiert wie es abgelaufen ist und wie wir gefunden wurden. Sie waren sehr neugierig, zu den Hintergründen, also dass was bei so einem Dreh passiert, was man eben nicht in der Sendung sieht.
Das war für uns auch einer der Gründe, warum wir mitgemacht haben. Einfach mal einen Blick hinter die Kulissen zu werfen.

Hermes:
Würden Sie nochmals bei „We are family! So lebt Deutschland“ mitmachen?
Wenn ja, wieso?
Wenn nein, wieso?

Kasten:
Wir sind in der Tat noch einmal angesprochen worden, ob es irgendwelche Veränderungen in der Familie gegeben hat, über die es sich lohnen würde eine Sendung zu machen.
Zum damaligen Zeitpunkt hat sich mein Frau gerade von mir getrennt und sie stand mit den Kindern kurz vor dem Auszug. Hier wurde dann von der Produktionsfirma der Vorschlag gemacht, dass wir den Auszug noch etwas hinauszögern sollten, damit 3-4 Wochen später ein Filmteam den Auszug und die Geschichte darum filmen kann. Wir haben dann dankend abgelehnt, weil dies nämlich genau der Vojeurismus des Zuschauers ist, den wir nicht noch unterstützen wollen.

17. 4 Transkriptionen

17.4.1 „We are Family! So lebt Deutschland: Raus aus dem Ghetto“ Staffel 4 Folge 34 Intro:

Die Familie und ihre Geschichte werden vorgestellt 41 sec

Zeit	Geschehen	Dialog / Musik
00:00:06	Mutter Petra macht das Bett, die Kamera verfolgt sie dabei dynamisch	Zu der Titelmusik der Sendung ist die Stimme der Erzählerin aus dem Off zu hören: „Bei Familie Teichert stehen die Betten in der Küche. Seit einem halben Jahr lebt Petra…“
00:00:12	Mutter Petra mit ihren drei Kindern auf der Couch. Ihr jüngster Sohn sitzt auf ihrem Schoss. Sie blättern durch ein Fotoalbum	„…mit ihren drei Kindern im Obdachlosenheim.“ Stimme der Mutter aus dem Off: „Das war so ein scheiss Gefühl,…“
00:00:17	Mutter alleine auf der Couch. Sie weint. „Interviewsituation“. Kamera fängt die Frau in einer Medium close up auf	„Ich hab mir immer gesagt, du bist ne schlechte Mama“
00:00:19	Close up. Mutter umarmt ihren weinenden Sohn.	Stimme der Erzählerin aus dem Off: „Das Jugendamt hat sich eingeschaltet – der 14-jährige Ronny muss ins Heim.“
00:00:24	Close up. Mutter telefoniert, sie weint	Mutter: „Natürlich is es schon traurig, dass er weg is“

00:00:27	Mutter und Tochter in einem Geschäft, sie suchen Babykleidung	Stimme der Erzählerin aus dem Off: „Auch Tochter Sandra will raus, sie ist im 3. Monat schwanger.“
00:00:31	Sandra alleine auf der Couch. Medium Close up- „Interviewsituation“	Sandra: „ Ja, ich hab mir gewünscht mit 16 mein erstes eigenes Kind zu kriegen.“
00:00:36	Beginn Intro: Logo der Sendung wird eingeblendet	Titelmusik

17.4.2 „We are Family! So lebt Deutschland: Raus aus dem Ghetto“ Staffel 4 Folge 34 „Schicksal“:

Familie Teichert wird in ihrem Zuhause gezeigt. Dem Zuschauer wird das Schicksal der Familie erläutert. 3min 25 sec.

Zeit	Geschehen	Dialog / Musik
00:00:41	Schwenk über ein Haus. Herbst, Grautöne dominieren	Traurige Musik
00:00:43	Einblendung (Bauchbinde) Titel der Sendung: „Raus aus dem Ghetto“ Kamera bleibt auf Tür stehen.	Stimme der Erzählerin aus dem Off zu hören: „Berlin Reinickendorf. Seit fünf Monaten ist das Obdachlosenheim das karge Zuhause…“
00:00:47	Einblendung (Bauchbinde) Ein Film von Ines Mordasini Close up auf einen Zahnputzbecher. Ein kleiner Junge im	„…der Familie Teichert. Zaehneputzen mit kaltem Wasser heißt es jeden Morgen für den 5 Jährigen Johnny und seinen 14-jährige Bruder…“

	Schlafanzug. Kamera folgt die Bewegung, wie der Junge die Zahnbürste an den Mund führt. Close up Johnny putzt sich die Zähne.	
00:00:55	Schwenk von Herd, auf dem noch Pfannen mit Essensresten stehen auf die beiden Söhne, die sich an der Spüle die Zähne putzen. Close up auf die beiden Söhne.	„…in der Küche. Nach der Trennung vom Vater ging es bergab. Frauenhaus, Übergangswohnung, dann eine bezuschusste Wohnung. Die kleine Familie lebte über ihre finanziellen Verhältnisse und landete…“
00:01:08	Mutter Petra trägt Essen. Die Kamera verfolgt sie dabei. Sie deckt den Fruehstueckstisch. Mutter Petra verlässt den Raum. Big close up auf den Tisch.	„…fast in der Gosse. Stimme Petra aus dem Off: „Aus dem Grunde wo ich hier wohne is Mietschulden. Und da wurd ich natürlich von heut auf morgen fristlos gekündigt. Letztes Jahr 2006. Und da musst ich natürlich, notgedrungen musst ich…“
00:01:23	Petra wird auf der Couch interviewt. Sie richtet sich wieder an den die Person neben der Kamera (vermutlich an den Redakteur, die Redakteurin). Close up. Einblendung (Bauchbinde): Petra Teichert (40)	„…mir natürlich sofort n’ Platz holen mit meinen Kindern, sonst waer ich auf der Strasse. Und da musst ich natürlich gezwungenermaßen hier im Obdachlosenheim rein.“

	Mutter von drei Kindern	
00:01:31	Zoom von Sohn Ronny, der ein Brotchen isst, raus, über den Fruehstueckstisch auf die Familie.	Erneuter Einsatz der traurig anmutenden Musik. Stimme der Erzählerin aus dem Off zu hören: „Gearbeitet hat die angelernte Altenpflegerin seit der Geburt von Sohn Johnny nicht mehr – seit fünf Jahren. Zu sehr hat sie ihr Schicksal mitgenommen…“
00:01:40	Totale. Der jüngste Sohn Johnny sitzt auf einem Kinderstuhl und schaut Fernsehen.	„…sie wollte nur noch für ihre Kinder da sein. Der Preis dafür ist…“
00:01:43	Mutter Petra steht auf. Sie fängt eine Flasche auf, die vermutlich von ihrem Sohn Johnny geworfen wurde. Schwenk auf Johnny.	„…das Leben im Obdachlosenheim. Keine gute Umgebung. Vor allem nicht für Petras Kinder. Stimme Ronny aus dem Off: „Ich will hier raus weil hier viele…“
00:01:54	Ronny wird auf der Couch interviewt. Er richtet sich wieder an den die Person neben der Kamera (vermutlich an den Redakteur, die Redakteurin). Close up. Einblendung (Bauchbinde): Ronny (14)	„…mit Drogen dealen und so und die meisten sind besoffen und so und das is…keine gute Gegend hier.
00:02:03	Petra wird seitlich von hinten gefilmt, wie sie mit	Stimme der Erzählerin aus dem Off zu hören: „Auch

	einem Messer die Kohlen im Ofen verschiebt. Close up auf den Ofen.	die Lebensumstände in der Wohnung mit kaltem Wasser und Kohleöfen sind schwierig. Oft sehnt sich die Familie nach alten Zeiten…“
00:02:10	Petra geht vom Ofen hin zum Sofa. Die Kamera folgt ihr. Sie setzt sich zu ihren Kindern. Ihr Sohn Ronny hält ein Fotoalbum in der Hand. Der jüngste, Johnny, setzt sich auf den Schoss seiner Mutter. Big Close up auf das Fotoalbum. Die Familie blättern in dem Album	Petra aus dem Off: „Glücklich war ich gewesen, wo ich damals noch mit meinem Exmann zusammen war und da hat ich ja auch die Arbeit gehabt und da hab ich sehr gut gelebt. Ich hab sehr gut verdient und ich muss sagen das war eigentlich mit die schönste Zeit, so. Da haben wir ein Häuschen gehabt und ein Grundstück. Und die Kinder die, ham da, also, das war wirklich dat schönste eigentlich so.“
00:02:35	Petra zeigt auf ein Foto. Die Kamera verfolgt den scheinbaren Blick der Familie. Auch auf ein Foto des Vaters.	Zu hören Orignialstimme Petra: „Guck ma, da machen se beide Mittagschlaf, Sandra und Ronny. Da grillt der Papa. Da ham ma oft Würstchen gegessen, da hast du auch schon Würstchen mitgegessen, wo ma bei Papa gelebt haben…“
00:02:49	Close up auf den Sohn Ronny. Er weint. Petra	„das war 1993. Da war der Ronny ein Jahr alt gewesen.

	streichelt seinen Kopf und nimmt ihn in den Arm.	Komm her mein Schatz“
00:02:56	Big Close up auf den weinenden Ronny.	Musik setzt ein. Stimme der Erzählerin aus dem Off zu hören: „Obwohl das Zusammenleben am Ende schwierig war, macht die Trennung vom Vater allen zu schaffen. Die Erinnerung an eine Zeit als glückliche Familie ist schwer.“
00:03:12	Big Close up auf Sandra. Auch sie weint.	Originalstimme Petra: “Und unser Auto, das ist unser Auto, das wir mit Papa zusammen hatten. Da is unser Auto. Aber das ham wir ja nich mehr. Ja. Jetzt sind wir ja alleine, ohne den Papa.“ Mit Einsatz der Musik kommt die Stimme der Erzählerin aus dem Off: „Ein weiterer Schlag für die gestrandete Familie: das Jugendamt fürchtet dass der ältere Sohn Ronny weiter abrutscht und will ihn in eine betreuten WG…“
00:03:33	Totale. Familie sitzt traurig auf dem Sofa und betrachtet das Fotoalbum.	„…unterbringen. Raus aus dem Ghetto aber auch weg von Mama Petra.“ Stimme Petra aus dem Off: „Das Jugendamt sacht zwar zu mir, also weil ich, immer

		sehr verzweifelt bin, weil die immer sagen Frau Teichert sie haben das Sorgerecht und das bleibt…“
00:03:44	Petra wird auf der Couch interviewt. Sie richtet sich wieder an den die Person neben der Kamera (vermutlich an den Redakteur, die Redakteurin). Close up. Einblendung (Bauchbinde): Petra Teichert (40) lebt im Obdachlosenheim. Am Ende des Statements beginnt sie zu weinen.	„…ihnen auch und die Kinder werde ihnen nicht weggenommen. Die werden nur für ne gewisse Zeit untergebracht. Aber wenn ich mir den Gedanken jetzt so nehme, da kommt jetzt der Tag wo der Ronny wegkommt, hab ick Angst dass ick ihn irgendwo verliere. Ne. Wir sehen uns ja nu nich jeden Tag. Dass er mir irgendwo entgleiten tut.

17.4.3 „We are Family! So lebt Deutschland: Erotikzwillinge zwischen Kind und Karriere“ Staffel 4 Folge 58„Abnehmen“

Anke und Biggi sprechen über Ankes Körper 44 sec.

Zeit	Geschehen	Dialog / Musik
00:35:31	„Interviewsituation“: Biggi in einem rosafarbenen Zimmer. Sie spricht zu einer, für die ZuschauerInnen nicht sichtbare Person. Vermutlich Redakteur/in.	Biggi: „Ich denke schon, dass Anke in gewissen Situationen in meinem Schatten steht, wo ich mich gar nicht damit profilieren wollen würde. Ich find das einfach schade, dass sie

		sich da sieht und sie sieht sich ja auch in meinem Schatten in dem Moment, wo sie sieht wie viel abgenommen ich hab und (zögernd) weil sie es jetzt so schwer hat nach der zweiten Schwangerschaft wirklich ihre Pfunde zu verlieren und das sie jetzt wirklich ein arges Problem mit hat.“
00:35:54	In Ankes Küche. Biggi und Anke stehen in der Küche und diskutieren. Kameraeinstellung: halbnahes Doppel	Anke: „Ja gut, aber im Endeffekt ist es doch so, dass…“
00:35:56	Anke zieht ihren Pullover hoch und zeigt ihrer Schwester ihren Bauch. Die Kamera zoomt auf ihren Bauch. Ueberschuessige Haut hängt an ihrem Bauch.	„…wenn ich jetzt so doll abnehm, wie du das machst. Ich mein, ich hab ja schon so ne Haut,ja…“
00:36:03	Kamera zoomt raus auf Biggi und Anke – medium close up	Biggi: „Kannst Dir ja ein Schal von machen (lacht)“ Anke: „Ich mein dann kann ich, dann muss ich wirklich ins Krankenhaus mich liften lassen, wenn ich mir das so runterhunger wie du“ Biggi: (nickt) „Wirst du sowieso nicht drum rumkommen, wenn du einen schönen Bauch…“

00:36:15	Close up auf Ankes Gesicht	„…haben willst“ Anke: „Toll“

17.4.5 „We are Family! So lebt Deutschland: Wir sind zu dick“ Staffel 4 Folge 89 „Intro“

Die Familie und ihre Geschichte werden vorgestellt 26 sec

Zeit	Geschehen	Dialog / Musik
00:00:00	Closeup: Friteuse. Mutter Manuela holt das Essen aus der Friteuse	Zu der Titelmusik der Sendung ist die Stimme der Erzählerin aus dem Off zu hören: „Mutter Manuela verwöhnt ihre Familie am liebsten…“
00:00:03	Kamera schwenkt über den gedeckten Tisch. Am Tisch sitzt die Familie, bestehend aus Mutter Manuela, Tochter Nadine und den Söhnen Raphael und Timo. Auf dem Tisch befinden sich zahlreiche Softdrinks, Ketchup-Flaschen, Pommesfrites und Frittiertes	„…mit deftigem Essen. Die Folge: alle sind übergewichtig…“
00:00:04	Closeup: gezeigt wird ein Brötchen mit Wurst. Nadine drückt Mayonnaise aus der Tube auf das Brötchen.	„…vor allem Tochter ..“
00:00:05	Closeup: Nadine beisst in das Brötchen hinein	„…Nadine leidet unter ihrem Gewicht von 110kg und möchte abnehmen“
00:00:07	Kameraschwenk von Mutter auf Nadine. Mutter reicht Nadine die Wurst. Nadine pult ein Ei und verzieht das Gesicht dabei. Kurzer, schneller Schwenk zur Mutter	Mutter: „Tu Dir noch ne Scheibe Putenbrust darauf und dann das Ei und dann die Mayo. Weißt du wie geil dat schmeckt?“
00:00:12	Closeup. Nadine rührt	Nadine: „Ich will jetzt ma

	niedergeschlagen in ihrem Getränk.	was anderes essen. Hier Müsli oder so. Geht doch auch, oder nich?“
00:00:16	Mutter und Tochter Nadine in der Küche. Blättern in einem Kochbuch	Stimme der Erzählerin aus dem Off zu hören: „Doch gesundes Essen ist im Hause Preuss ein seltener Gast.“
00:00:21	Closeup: Mutter zeigt auf Rezept für Gemüsesuppe. Schwenk weg von Kochbuch auf Mutter und Tochter	Mutter: Gemüsesuppe is gut. Wat is denn Tofu. Tofu hab ich ja noch nie gehört.“
00:00:26	Beginn Intro: Logo der Sendung wird eingeblendet	Titelmusik

17.4.6 „We are family! So lebt Deutschland: Wir sind zu dick“ Staffel 4 Folge 89 „Mittagessen“

Die Familie sitzt gemeinsam in der Küche um den Esstisch herum und diskutiert über ungesundes Essen. 3min 30 sec

Zeit	Geschehen	Dialog / Musik
00:00:32	Mutter bringt das Essen an den Tisch Kameraschwenk von Küche an den Tisch	Mutter: „Hier habt a Hunger?“ Nadine: „Ja, was hast denn gemacht?“ Mutter: „lecker, lecker.
00:00:39	Einblendung (Bauchbinde) Titel der Sendung: „Wir sind zu dick“ Direkt darauf folgend die Einblendung: Ein Film von	Mutter/Nadine: „Cordon bleu und Pommes“ Nadine: „Oh geil“ Mutter: „Cordon bleu könnt ihr euch schomma ein

	Stefan Zimmermann. Mutter stellt das Essen auf den Tisch	rausholen, weil wir essen dat nicht, der Raphael und ich“ Nadine: „Hier sin ja auch chicken drin“
00:00:47	Die Anwesenden nehmen sich selbstständig aus den Schüsseln das Essen. Mutter verteilt die Pommesfrites. Sobald die Off-Stimme über eine anwesende Person redet: Closeup auf die entsprechende Person abwechselnd zu Closeups auf das Essen	Stimme der Erzählerin aus dem Off zu hören: „ Mittagessen bei Familie Preuß aus Oberhausen. Mama Manuela hat Pommes aus der Friteuse gezaubert. Die 39- jährige kocht gerne üppig. Gemüse kommt fast nie auf den Tisch. Der Fettgehalt ihres Essens hinterlässt Spuren- bei ihr und den Kindern. Mama Manuela hat 25Kilo zuviel auf den Hüften. Die 17-jährige Nadine wiegt 110 Kilo. Der 8- jährige Raphael hat 8 Kilo übergewicht…“
00:01:14	Tochter Jennifer tritt in die Küche ein. Begrüßt ihre Familie.	„…und die 20–jährige Jennifer, die nicht mehr Zuhause wohnt, aber regelmäßig zum Essen kommt, bringt 82 Kilo auf die Waage…“
00:01:22	Closeup Timo: er isst	„…nur der 14-Jaehrige Timo ist schlank“
00:01:25	Jennifer und Mutter im Bild. Jennifer zeigt der Kamera	Jennifer: Wir essen ja, seht ihr ja hier, Pommes und hier Cordon bleu, gucken se

	was es zu essen gibt. Closeup auf Cordon Bleu	ma hier, wie fettich dat is. Sowas ess ma eigentlich schon gern weil dat is auch mächtig.“
00:01:36	Einwurf Nadine Closeup Teller mit Essen	Nadine: „Ja wir Bratwurst und so“ (lacht)
00:01:37	Closeup Teller mit Essen. Schwenk auf die essende Nadine	Jennifer: „Ja manchma gibt’s dann auch Bratwurst. Ja eigentlich viele Dinge, nä?“
00:01:43	Nadine dreht sich zu ihrem kleineren Bruder Raphael	Nadine: „Ne Raphael die Gulaschsuppe ist aber immer noch am geilsten. Mit Brötchen und so“
00:01:46	Schwenk auf essende Jennifer	Jennifer: „aber viele die auch wieder mächtig sind so. So richtig kräftigen Suppen, da sieht man auch noch immer bisschen das Fett schwimmen. Wat essen wir denn noch so, Nadine? Komm. Ab und zu wir essen aber auch oft hier, Spaghetti Bolognese, nae?“
00:01:56	Schwenk von Jennifer auf Nadine. Schwenk von Nadine auf Mutter und Jennifer	Nadine: „ Ja wegen Mama!“ Jennifer: „ Dat isst die Mama nämlich echt gern“ Nadine: Wegen die Mama ess ma das immer – Spaghetti Bolognese“ Mutter: „Mein Leibgericht! Lecker mit Ciabattabrot.“ Jennifer: Ja, und dat haut

		richtig rein dat Ciabattabrot“ Mutter: „Ja is aber lecker“ Jennifer: „Ja gut“
00:02:08	Closeup: Nadine beim Essen Sobald von Mutter Manuela gesprochen wird Closeup auf Mutter wie sie sich Pommesfrites in den Mund schiebt	Musik/ Stimme der Erzählerin aus dem Off zu hören: „Nadine leidet im Gegensatz zu den Anderen extrem unter ihrem Uebergewicht: beim Klamottenkauf, in der Disco, überall wird ihr schmerzlich die füllige Figur bewusst. Sie will abnehmen, aber sie schafft es nicht, weil Mama Manuela sich weigert Kalorienarm zu kochen.
00:02:25	Closeup auf Nadine. Nadine spielt mit Flasche herum und schaut knapp an der Kamera vorbei (vermutlich auf den Redakteur, die Redakteurin)	Nadine (lächelnd): „Ich hab jeden Tag n’ schlechtes Gewissen, wenn ich was gegessen hab wie sowat hier. Jetzt könnt ich auch sagen boah wär ich ma lieber n’ Salat kaufen gegangen oder so aber wat will man machen, ne? Die Mama kauft dat Essen und man muss ja essen wat aufn Tisch kommt, ne?“ Mutter: „Rrrrrichtich“
00:02:40	Jennifer holt Nachschlag aus der Küche. Closeup auf Essen.	Voice-Over Nadine: „ Ich würd ja gern Gemüse kaufen gehen und auch

	Kamera zeigt Familie beim Essen	essen,ja. Aber ich hab mir auch schon überleg, wenn man Film guckt da isst man ja auch gern Süßes bei, ne. Aber so irgendwie anstatt jetzt Salzstangen kann man irgendwie Kohlrabi in Scheiben schneiden oder anstatt jetzt irgendwie Bonbons kann…“
00:02:57	Nadine wird in ihrem Zimmer interviewt. Sie richtet sich wieder an den die Person neben der Kamera (vermutlich an den Redakteur, die Redakteurin)	„…die Möhren kleinschneiden, so hab ich mir das mal überlegt, aber gemacht hab ichs noch nich“ (lacht)
00:02:59	Einblendung (Bauchbinde) Nadine Preuß (17) wiegt 110 Kilogramm Statement von Nadine läuft in der Zeit weiter	„…weil irgendwie der Geschmack der is, hier von Chips so, der is besser so, als wenn man jetzt irgendwie einen Apfel isst oder so. Aber, aber ich weiß nich, wär eigentlich bestimmt auch lecker, Und kann man bestimmt auch gut Fernsehengucken dabei, bestimmt.“
00:03:16	Zurück am Esstisch. Tochter Jennifer redet auf Mutter ein. Sobald Nadine spricht geht die Kamera auf Nadine	Jennifer: „Vielleicht magst du dat doch“ Mutter: „Ich hab eure Sachen probiert, wo wir im Chinarestaurant waren und wat hat ich davon

		gegessen? NIX! Glasnudeln- da kannst de durchgucken. Die schmecken nich.“ Jennifer: Ach! Du übertreibst. Aber da gibt’s jetzt nicht nur so Sachn. Es gibt hundert verschiedene Sachen die du noch nicht gegessen und gesehen hast. Da kannst auch ma ausprobieren.“ Mutter: „Aber da im Chinarestaurant hat ich ausprobiert - und mir schmeckt das nicht!“ Jennifer: „Ja du musst ja nicht nur vom Chinarestaurant ausgehen“ Mutter: Ja geh ma am Griechen, da kommt Tsatsiki. Ess ich Tsatsiki? Nein. Nadine: Boah! Da gibt’s ja nich nur Tsatsiki. Du tust so als wenn da nut Tsatsiki geben würde. Mutter: Ja dann kauf ich mir n’ Jägerschnitzel mit Pommes, dann bin ich glücklich. Weil ich dat andere nich mag.
00:03:49	Jennifer greift Mutter an den Arm	Jennifer: „ Ja! Und wat is dat? Da bist de nich

		glücklich drüber?“ Nadine: Ja du kennst nur nicht anderes- dat is dat Problem Mutter: Mein Mann liebt mich wie ich bin Jennifer: Ja. Liebst du dich denn wie du bist? Mutter nach Zögern: joa…weil ich steh da drüber Jennifer: Ja! Aber, aber die Nadine nicht
00:04:02	Nachdem Jennifer mit dem Finger auf Nadine gedeutet hat, schwenkt die Kamera auf Nadine	Mutter: Dat is was anderes.

17.4.7 „We are family! So lebt Deutschland: Wir sind zu dick“ Staffel 4 Folge 89 „Einkaufen“

Nadine wird wahrend des Einkaufens begleitet 1min 30 sec

Zeit	Geschehen	Dialog / Musik
00:04:07	Nadine läuft durch die Stadt. Sie steuert ein Shoppingcenter an und betritt es.	Musik. Stimme der Erzählerin aus dem Off zu hören: „Nadine macht Mamas Kochkünste für ihre Fettpolster verantwortlich. Die 17-jährige befindet sich in einem ständigen Zwiespalt…“
00:04:12	Nadine betrachtet ausgestellte Klamotten im	„… Einerseits ist sie gerne Schnitzel mit Pommesfrites.

	Schaufenster	Andererseits leidet sie unter den Auswirkungen des fettigen Essens...“
00:04:18	Nadine steht vor einem Kleiderständer und betrachtet die Oberteile	„…Wenn sie zum Shopping geht, ist bei Nadine die Verzweiflung besonders groß. Nichts passt oder sitzt wie es soll“
00:04:24	Im inneren des Ladens. Schwenk von Hosen auf Nadine, die zwischen schlankeren Kundinnen steht. Sie bewegt sich durch die Gänge, die Kamera verfolgt sie.	Voiceover Nadine: „ Ich bin ja übergewichtig, ne? Und dann is das richtig schwer irgendwie wat zu finden. Bei den Oberteilen da is dat so das klemmt halt hier dann is dat hier irgendwie is so irgendwat. Und deswegen is dat schwer irgendwie wat zu finden…“
00:04:36	Nadine wird in der Totalen gezeigt, sie steuert auf die Kamera zu, geht an der Kamera vorbei und greift nach einem Oberteil	„… Jungs die gaffen immer auf die Brüste und aufn Hintern und ich find dat einfach nur bloed. Jetzt man ganz ehrlich weil aeh ...“
00:04:49	Nadine tritt vor die Kamera. Sie trägt das Oberteil, nach dem sie zuvor gegriffen hat.	„…wenn man auch schlabbrige Sachen anzieht, kann dat ja auch irgendwie zum Style werden. Nur keiner fängt damit an irgendwie…“
00:04:51	Nadine betrachtet sich und ihr das Oberteil im Spiegel.	„… und ich wird jetzt auch nich damit anfangen – bin ich ganz ehrlich“
00:04:53	Nadine vor Spiegel. Closeup Nadines Gesicht.	Musik. Stimme der Erzählerin aus dem Off zu

	Kamera schwenkt runter von Gesicht auf Füße. Totale: Nadine dreht und betrachtet sich im Spiegel.	hören: „Nadine findet nur in der Übergrößenabteilung passende Kleidung. Vor Häme ist sie aber auch hier nicht sicher. Fast immer wir sie von gleichaltrigen, schlanken Mädchen aufs übelste angepöbelt.“
00:05:04	Interviewsituation mit Nadine im Laden. Sie spricht erneut zu einer, für die ZuschauerInnen nicht sichtbare Person. Vermutlich Redakteur/in. Zoom auf Nadines Gesicht	Nadine: „ Dat krasseste wat ich mir ma anhören musste war…aehh… Fettes Walross. Dat war richtich dat krasseste, wat ich gehört hab. Und dat tat auch richtich weh (lächelt)“
00:05:15	Zoom auf Nadines Gesicht. Zu hören eine Frage des Redaketeurs	Redakteur: „ aber du lachst noch dabei, nimmst du das mit Humor oder?“
00:05:19	Closeup Gesicht	Nadine: „ Ja kommt drauf an wie ich grad drauf bin. Also wenn ich jetzt wirklich richtich schlechte Laune hab, dann könnt ich echt anfangen zu heulen und wenn ich jetzt mit guten Freunden unterwegs bin dann tu ich so als wenn mich nich juckt so, weil is ja auch blöd wenn ich jetzt anfang vor Freunden zu heulen. Wenn dann heul ich immer Zuhause für mich allein aber soll ja keiner mitkriegen so.“

00:05:39	Zoom-out von Puppen auf Nadine die den Laden verlässt.	Musik. Stimme der Erzählerin aus dem Off zu hören: Nadine hat wieder einmal nicht gefunden und kehrt frustriert nach Hause zurück. Trost erhofft sie sich bei ihrer Mutter, doch die nimmt Nadines Probleme nicht ernst.“

17.5 Mail

17.5.1 Mail maxdome

Sehr geehrte Frau Hermes,

vielen Dank für Ihr Interesse an maxdome.

Die Nutzung von maxdome ist aus lizenzrechtlichen Gründen nur über einen deutschen Internetanschluss möglich.

Grundsätzlich können lizenzrechtlich geschützte Medien, z.B. bei YouTube, Netflix oder Online-Angebote von TV-Sendern, nur innerhalb der freigegebenen Länder genutzt werden.

Daher ist der Erwerb und die Wiedergabe von maxdome Inhalten auf Deutschland beschränkt.

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir Ihnen keine anderslautende Information geben können.

Mit freundlichen Grüßen

Frank Dieter Bihan
maxdome Team

maxdome Kundenservice
Brauerstraße 48
76135 Karlsruhe
http://www.maxdome.de

17.5.2 Mail Janus-TV

Liebe Frau Hermes,

die Rechte des Filmmaterials zu der Sendereihe „We are Family“ liegt bei dem Fernsehsender Pro Sieben. Die Janus TV GmbH hat im Auftrag von Pro Sieben produziert und hat mit Abgabe der Sendung alle Rechte an den Sender abgetreten, somit kann ich Ihnen leider nicht weiterhelfen.

Bitte versuchen Sie es über den Sender!

Mit freundlichen Grüßen

Stephanie Lechelmayr

Abstract

Tagtäglich präsentiert und das Fernsehen die unterschiedlichsten Menschen und Lebensformen.
In der vorliegenden Diplomarbeit untersuche ich wie „die Frau“ in dem Reality-Format „We are Family! So lebt Deutschland“ dargestellt wird. Als Untersuchungsgegenstand dienen exemplarisch drei Folgen der vierten Staffel der Sendung.

In meiner Analyse zeige ich auf, welche Macht- und Gewaltmechanismen bei der Konstruktion und Manifestation von weiblichen Subjektmodellen wirken.
Weiteres werden die dominierenden Norm- und Moralvorstellungen, die das Bild der Frau maßgeblich formen, aufgezeigt und kritisch betrachtet.

Ergebnis der Arbeit ist, unter anderem, dass der Körper die bedeutendste Rolle in der Subjektivierungspraktik einnimmt. Der Körper, als ein Feld verschiedenster Machtkämpfe verstanden, wird zu einem Schauplatz auf dem die Definitionsmacht des Fernsehens eine tragende Rolle spielt.
Das Reality-Fernsehen kann als ein Machtinstrument der neoliberalen Ideologie definiert werden.
Auch wenn eine Unterordnung unter den Mann nicht offen propagiert wird, so ist anzunehmen, dass eine scheinbare Enttraditionalisierung, sowie das neoliberale Verständnis der Individualitätssteigerung eher eine subversiv eingeführte Re-Traditionalisierung des Geschlechterverhältnisses ist. Dieser Prozess kann meines Erachtens auch in der Sendung „We are Family! So lebt Deutschland“ entdeckt werden.

Day-to-day television presents different people and different ways of life.
In this diploma thesis I analyse how women are presented in the Reality-Show “We are Family! So lebt Deutschland”.
My objects of analysis are three episodes of the fourth season.

With my analysis I show which mechanisms of power and violence influence the construction and manifestation of female subjects.
Furthermore the dominant norms and morals, which shape the woman significantly, are shown and criticized.

One of the results is that the body plays the most important role in creating subjects. The body, understood as a field of different power struggles, becomes a battlefield where the defining power of television plays the main role.

One can define Reality-TV as an instrument of power of the neoliberal ideology.

Even if the submission of the woman is not openly shown, the assumption can be made that an apparent anti-Traditionalization and the neoliberal understanding of growing individualization can be rather understood as a subversive Re-Traditionalization of gender ratio.

This process takes place in the show “We are Family! So lebt Deutschland”.

Lebenslauf

Persönliche Daten

Ann Kathrin Hermes
Geboren am 30.05.1987 in Bonn

Schulischer und Universitärer Werdegang

10/2006- 2012	Diplomstudium der Politikwissenschaften an der Universität Wien
Seit 10/2008	Bakkalaureatsstudium Publizistik-u.Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien (nicht abgeschlossen)
2000-2006	Paris, Frankreich. Deutsche Schule Paris Abschluss: Abitur
1997-2000	Tripolis, Libyen. Deutsche Schule Tripolis
1995-1997	Bonn, Deutschland. St. Bernhard Grundschule
1993-1995	Brüssel, Belgien. Deutsche Schule Brüssel

Praktika/ Berufstätigkeit

Seit 10/2011	WirtschaftsBlatt online, Redakteurin
02/2011-10/2011	Meta Communication, Medienanalystin
05/2011-08/2011	OKTO Community TV-GmbH, Praktikum im Bereich Postproduktion
07/2010-08/2010	berkowicz radin film, Praktikum im Bereich Redaktion
01/2009-10/2009	A. C. Nielsen GmbH Wien
05/2009-06/2009	Ansager & Schnipselmann GmbH & Co. KG, Redaktionelles Praktikum im Rahmen der Sendung „**hart**aber**fair**“
07/2007	Bündnis 90 / Die Grünen, Abgeordnetenhaus Berlin, Praktikum in der Abteilung Integrationspolitik