



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Vom hässlichen Entlein zum Schwan.
Zur Darstellung von Schönheitsoperationen im
Fernsehen.

Verfasserin

Andrea Zeidler

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, im April 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuerin:

Univ.Ass. Dr. Andrea Seier

Danksagung

Ich möchte mich hiermit bei den Menschen bedanken, die mich durch mein Studium begleitet haben und/oder zur Entstehung dieser Arbeit beigetragen haben.

An erster Stelle gebührt mein Dank Frau Univ.Ass. Dr. Andrea Seier. Sie hat mich bereits in der ersten Stunde des DiplomandInnenseminars auf die wesentlichen Punkte zur Entstehung einer Diplomarbeit aufmerksam gemacht und ermutigt, diese letzte Arbeit im Rahmen des Masterstudiums auch mit Energie durchzuziehen. Ihre Worte haben mich während der Erarbeitung des Themas begleitet und waren Motivation und Hilfe.

An zweiter Stelle möchte ich mich bei meiner Familie bedanken. Meine Eltern sowie meine Schwester Raphaela waren immer an meiner Seite und haben mich auf allen Ebenen unterstützt. Ohne diese drei Menschen hätte ich das Studium vermutlich nie beendet.

In den letzten zwei Jahren konnte ich auch stets auf die Unterstützung meines Verlobten Patrick zählen. Ich hoffe, dass mir diese bis an mein Lebensende erhalten bleibt.

Zuletzt möchte ich mich auch noch bei meinen Arbeitgebern bedanken, die meine universitären Aktivitäten stets akzeptiert haben. Ich habe gelernt, dass offene Kommunikation ein Grundpfeiler ist, um Studium und Arbeit glücklich zu kombinieren und bin stolz, mit dieser Arbeit dem Ende eines langen und nicht einfachen Weges wieder ein Stück näher gekommen zu sein.

Inhaltsverzeichnis

Danksagung.....	2
Inhaltsverzeichnis	3
Einleitung.....	6
1. Soziologische Hintergründe.....	9
1.1 Kosmetische Chirurgie als Eingriff in die Identität	9
1.2 Schönheitschirurgie als Element einer bioästhetischen Gouvernamentalität ..	11
1.2.1 Begriffsklärung	11
1.2.2 Optimierungsmotiv und Gemeinwohlgebot	12
1.3 Normalisierung	13
2. Schönheitsideale	15
2.1 Einleitung: Die perfekte Proportion.....	15
2.2 Das Schönheitsideal in der Antike: Götter und Göttinnen	16
2.3 Das Schönheitsbild im Mittelalter: blass, blond und schlank	17
2.4 Schönheit im Barock: Lebenslust und Üppigkeit	17
2.5 Schönheit um die Jahrhundertwende: die Wende zum schlanken Schönheitsbild	18
2.6 Das Schönheitsideal der Zwischenkriegszeit: Selbstbestimmter Körper	19
2.7 Das Schönheitsideal des Nationalsozialismus: blond, blauäugig und gestählt	20
2.8 Von den 50er Jahren bis zu den 90er Jahren	20
2.9 Das aktuelle Schönheitsideal: jung und dünn.....	22
3. Medienwissenschaftliche und fernsehspezifische Mechanismen	24
3.1 Realität	24
3.2 Wahrnehmung und Wirklichkeit.....	25
3.3 Medien und Realität	26
3.4 Reality TV.....	28
3.4.1 Programmgeschichtliche Entwicklung.....	28

3.4.2 Reality TV aus medienwissenschaftlicher Sicht	29
3.4.2.1 Die vier Typen des Reality TV nach Thomas Eberle	30
3.4.2.2 Das narrative und performative Reality TV nach Angela Keppler	31
3.4.2.3 Reality TV als „Affektfernsehen“ nach Gary Bente und Bettina Fromm	33
3.4.2.4 Claudia Wegener und Reality TV zwischen Emotion und Information	34
3.4.2.5 Begriffsklärung der Charakteristika von Reality TV	36
3.4.2.5.1 Nicht-Prominente	36
3.4.2.5.2 Personalisierung	36
3.4.2.5.3 Emotionalisierung	37
3.4.2.5.4 Intimisierung	37
3.4.2.5.5 Stereotypisierung	38
3.4.2.5.6 Dramatisierung	38
3.4.2.5.7 Live-Charakter	39
3.4.2.5.8 Mischung Fiktion-Realität	39
3.4.2.5.9 Information und Unterhaltung	39
3.4.2.5.10 Authentizität und Inszenierung	40
4. Schönheitsoperationen im TV	41
4.1 „The Swan- endlich schön“	42
4.2 Der Vorher/ Nachher Effekt	43
4.3 Vorher	44
4.4 Verdeutlichung der Defizite	45
4.5 Die Spiegelszene	46
4.6 Die Experten	49
5. Ein Leben für die Schönheit	53
5.1 Die grafische Sendungsverpackung von „Ein Leben für die Schönheit“	55
5.1.2 Vorspann	55
5.2 Die Ärzte	57
5.2.1 Die Expertengläubigkeit	57
5.2.2 Das Ärzteteam	58
5.3 Die PatientInnen	62
5.3.1 Prominente PatientInnen	62

5.3.2 Nicht-prominente PatientInnen	64
5.4 Medienwissenschaftliche Einordnung von „Ein Leben für die Schönheit“	65
6.Fazit	66
Literaturverzeichnis.....	68
Abbildungsverzeichnis.....	74
Lebenslauf.....	75

Einleitung

„Schön ist – neben „anmutig“, „hübsch“ oder auch „erhaben“, „wunderbar“, „prächtig“ und ähnlichen Wörtern – ein Adjektiv, das wir oft benutzen, um etwas zu bezeichnen, das uns gefällt. Es scheint, so gesehen, als wäre das, was schön ist, identisch mit dem, was gut ist, und tatsächlich gab es in verschiedenen Epochen der Geschichte eine enge Verbindung zwischen dem Schönen und dem Guten.“¹

schreibt Umberto Eco (2004) in der Einleitung zu „Die Geschichte der Schönheit“. Betrachtet man die Aussage des renommierten Harvard-Ökonomen John Kenneth Galbraith (1993): „Bedeutende Führungspersönlichkeiten verdanken einen Teil ihrer Macht ihrer physischen Stärke und Körpergröße“² sieht man Umberto Eco bestätigt. Wer attraktiv ist hat mehr Selbstbewusstsein, ist daraus folgend kommunikativer und kann sich besser verkaufen. Das gilt nicht nur für die berufliche Karriere sondern auch für jede Art von zwischenmenschlicher Beziehung. Biesanz, J., Human, L., Paquin, A., Chan, M., Parisotto, K., Sarracino, J. und Gillis, R. (2011) bestätigen in ihrer Studie überdies, dass schönen Menschen automatisch positivere Charakterzüge zugeschrieben werden als weniger attraktiven.³ In Anbetracht dieser Ergebnisse scheint die Zunahme der Investitionen in Aussehen und Schönheit naheliegend und sinnvoll. Das Fernsehen greift in ganz spezifischer Weise auf den Themenkomplex „Schönheit und was damit möglich ist“ auf ein medienspezifisches Mittel zu. „Ja, das ist okay“ will uns oft (oder gar mehrheitlich) das Fernsehen verkaufen. Doku Soaps wie „Spieglein, Spieglein an der Wand“ auf VOX⁴

1 Eco, U. (2004). Einführung. In: U. Eco (Hg.), *Die Geschichte der Schönheit* (S. 8-15). München: Carl Hanser Verlag. S. 8

2 Galbraith, J. (1993). *Anatomie der Macht*. München: Heyne.

3 Biesanz, J., Human, L., Paquin, A., Chan, M., Parisotto, K., Sarracino, J., & Gillis, R. (2011). Do we know when our impressions of others are valid? Evidence for realistic accuracy awareness in first impressions of personality. *Social Psychological and Personality Science*. Published online January 19, 2011.

4 Spieglein, Spieglein - Neues Sendeformat auf VOX. Verfügbar unter: <http://weblog.medienwissenschaft.de/archives/2658> Zugriff am 14.03.2012.

„Ein Leben für die Schönheit“ auf ATV⁵ oder auch „Lebe deinen Traum“ auf PRO7⁶ suggerieren, eine Schönheitsoperation sei leicht, schnell und problemlos. Und auch andere Doku Soap-ähnliche Formate, deren Thema per definitionem nicht „Schönheit“ ist, wie „We are Family“⁷ oder „Sam“ auf PRO7⁸ begleiten immer häufiger Menschen auf dem Weg zum Streben nach dem schöneren Ich. Eines haben diese Formate gemeinsam: Es wird als Ende immer ein Happy End der Kandidaten inszeniert. Glückliche sind nach gelungener Operation alle Kandidaten. Zumindest sie selbst sind von der durchgehend positiven Veränderung des eigenen Lebens überzeugt. Ein spannender Aspekt, den die Wissenschaftssoziologin Sabine Maasen (2005) aufgreift:

Sie gibt an, dass im Schatten der Debatten um Schönheitschirurgie diese Praxis manipulativer Selbst-Technologie beständig zunimmt. Sie sei heutzutage Bestandteil einer Kultur des Selbst, sie gehöre neben anderen, mehr oder minder invasiven Praktiken wie Mode, Make-up, Body-building zum Inventar der Arbeit an sich selbst. Die Schönheitschirurgie arbeite an 'un-ordentlichen' Schnittflächen von Kultur und Natur. Dies zeige sich auch in den nicht unproblematischen Versuchen von PatientInnen, zunächst das eigene Äußere als operativ veränderungsbedürftig zu betrachten, sowie sich danach das optimierte Äußere zu Eigen zu machen.⁹

Serien wie „Nip-Tuck“ unterstützen das Bild, dass Schönheitschirurgie ein teurer aber doch erschwinglicher Luxus geworden ist und keineswegs eine schwerwiegende Entscheidung zur Veränderung des Aussehens.

In dieser Diplomarbeit soll ein Hintergrundwissen aus soziologischer, medienwissenschaftlicher und historischer Sicht zum Thema „Schönheitsoperation, Medien und Schönheit“ geben werden.

5 Ein Leben für die Schönheit – Alltag der Schönheitschirurgen. Zugriff am 14.03.2012.

Verfügbar unter: <http://atv.at/contentset/672239-ein-leben-fuer-die-schoenheit/672235/0/1>

6 Lebe deinen Traum. Verfügbar unter: <http://www.neuer-mensch.com/pro7.php> Zugriff am 14.03.2011.

7 Dr. Stephan Vogt führt Nasen-OP auf Pro7 durch. Verfügbar unter: <http://www.mybody.de/top-news-schoenheitsoperationen-schoenheitschirurg-dr-stephan-vogt-aus-hannover-fuehrt-nasen-op-auf-prosieben-durch.html> Zugriff am 14.03.2012.

8 Interview Nasenkorrektur mit Dr. Hundt – Teil 4 Verfügbar unter: <http://liste-kliniken.de/Videoportal-Medizin/videodirectlink/87-nasenkorrektur-exklusiv-interview-mit-dr-hundt-auf-sam-pro7-teil4.html>. Zugriff am 14.03.2012.

9 Maasen, S. (2005). Schönheitschirurgie. Schnittflächen flexiblen Selbstmanagements. In: B. Orland (Hg.). *Artifizielle Körper – Lebendige Technik. Technische Modellierungen des Körpers in historischer Perspektive* (S. 239-260). Interferenzen 8. Zürich: Chronos

Auch die Wurzeln von Reality TV, dem Genre, dem „Makeover shows“ zuzuordnen sind sowie dessen Herkunft aus dem angloamerikanischen Raum werden beleuchtet. Des Weiteren sollen die Formen der Inszenierung von Selbstverbesserungs-Shows kritisch untersucht werden. Dazu wird das in Pro 7 ausgestrahlte Format „The Swan endlich schön!“ herangezogen, dessen Inszenierung bereits u.a. von Seier, A. und Surma, H. (2009) wissenschaftlich aufgearbeitet wurde.¹⁰

Die vorliegende Arbeit möchte zeigen, welche Rolle Medien in Hinblick auf den Selbstentwurf spielen. Die Frage nach der Verschiebung der Verantwortung für den eigenen Körper soll anhand der aktuellen Literatur untersucht werden. Im Zentrum steht der Ansatz von Villa, P. (2008), die in ihrem Buch „Schön Normal“ den Fragen nachgeht, welchen Normen die Menschen dabei folgen, welche Erfahrungen sie dabei machen und wie dies in Medien thematisiert wird. Technologisch induzierte Arbeiten am eigenen Körper werden dabei als ambivalentes Phänomen zwischen Selbst-Ermächtigung und Selbst-Unterwerfung skizziert (Villa, 2008).¹¹

Eine Analyse des österreichischen TV- Formates „Ein Leben für die Schönheit“, das im Privatsender ATV zur Ausstrahlung gelangte soll abschließend mittels Einsatz der in der vorliegenden Arbeit beschriebenen soziologischen und medienwissenschaftlichen Hintergründe ein aktuelles Beispiel von „Makeover shows“ zeigen.

10 Seier, A. & Surma, H. (2008). Schnitt-Stellen - mediale Subjektivierungsprozesse in The Swan. In: P. Villa (Hg.). *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (173-198). Bielefeld: transcript Verlag. S. 183

11 Villa, Paula-Irene (Hg.): *Schön Normal-Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (2008) transcript Verlag Bielefeld

1. Soziologische Hintergründe

Um das Thema „Schönheitsoperationen“ ganzheitlich zu erfassen ist es wesentlich, soziologische Hintergründe zu untersuchen. Aus der umfassend vorhandenen Literatur sollen nun einige Schwerpunkte zum Verständnis des Themas unter einem soziologischen Blickwinkel vorgestellt werden.

1.1 Kosmetische Chirurgie als Eingriff in die Identität

Kathy Davis, die Autorin des Werkes „Reshaping the Female Body“ (1995), erforscht in diesem die Involviertheit von Frauen in die kosmetische Chirurgie, sowie Fragestellungen und Problemfelder, die sich aus dieser Involviertheit ergeben.

Schönheitsoperationen werden dabei als eine Schönheitspraxis betrachtet, die neben erheblichem finanziellen Aufwand und gesundheitlichen Risiken eine für Frauen erniedrigende Praxis darstellen.¹²

Kosmetische Chirurgie als Schönheitspraxis zu erfassen war der Autorin jedoch nicht ausreichend. Denn damit werden Frauen, die sich Schönheitsoperationen unterziehen, als von Medien beeinflusste, ideologisch verblendete und leichtsinnige Menschen betrachtet.

Das widersprach dem, was Kathy Davies von zahlreichen Frauen geschildert wurde. Denn diese erzählten ihr aus persönlicher Erfahrung von einem großen Leidensdruck, weil sie, für die eigene Wahrnehmung, abnorme Körperteile hätten. Jahrelang hätten sie ob dieser um soziale Akzeptanz gekämpft und eine Operation schien als der letzte Ausweg, „normal“ zu werden.¹³

Der von Kathy Davies gezogene Schluss war, dass kosmetische Chirurgie als Eingriff in die Identität zu erfassen sei und weniger als Schönheitspraxis.

12 Davies, K. (1995). *Reshaping the Female Body. The Dilemma of Cosmetic Surgery*. New York: Routledge

13 Davies, K. (2008). Surgical passing- Das Unbehagen an Michael Jacksons Nase. In: P. Villa (Hg.). *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (S. 41-66). Bielefeld: transcript Verlag. S. 42

Die Soziologin Sabine Maasen (2008) unterstützt diese These, dass hier mehr als eine Unterwerfung unter das gängige Schönheitsbild der Fall sei und geht sogar weiter indem sie beschreibt, dass auch die Entscheidung, sich einer Schönheitsoperation zu unterziehen, ein bewusster, souveräner Akt ist und als solcher zu akzeptieren sei.

Nun ergeben sich häufig aus dieser Souveränität Ambivalenzen für die betroffenen Frauen.

Der vermeintlich hohe Druck von außen ist zumeist ein Druck einer nicht im nächsten Umfeld befindlichen Gesellschaft. Denn eine Operation, mit allen damit verbunden Risiken wird gerade vom nächsten sozialen Umfeld oftmals abgelehnt. So müssen Frauen ihre Entscheidung in erster Instanz nicht selten vor der eigenen Familie rechtfertigen, obwohl sie selbst die Entscheidung zu einem invasiven Eingriff nur als letzten Ausweg aus einer persönlich als hoffnungslos empfundenen Situation getroffen haben.¹⁴

„Auch bezüglich des ideologischen Standpunktes gibt es Irritationen: Einige Patientinnen bezeichnen sich als überzeugte Feministinnen. Doch auch wenn sie die kritische Perspektive gegen das Bodymainstreaming aus einer Genderperspektive übernehmen, fehlen ihnen dennoch stichhaltige Argumente gegen Schönheitschirurgie in ihrem Fall. So sehr sie die männliche Sicht auf den Körper, die sie dazu anhält, ihre Erscheinung dementsprechend anzupassen, auch ablehnen, einige von ihnen leiden doch unter ernsthaftem Stress, der ihnen ein Körper macht, mit dem sie sich entweder gar nicht oder nur teilweise identifizieren können. In diesen Fällen stehen ideologische Bedenken Seite an Seite mit psychischen Leiden und verdoppeln so die Schwierigkeiten, mit denen man zurechtkommen muss.“¹⁵

Nichtsdestoweniger insistieren Frauen darauf, ihren eigenen Körper nach eigenen

14 Maasen, S. (2008). Bio-ästhetische Gouvernamentalität – Schönheitschirurgie als Biopolitik. In: P. Villa (Hg.). *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (S. 99-118). Bielefeld: transcript Verlag.

15 Maasen, S. (2008). am angegebenen Ort, S. 109

Vorstellungen umzubauen und zu modellieren. Der Körper muss perfekt gemacht werden, und nachdem weniger invasive Methoden nicht ausreichende Ergebnisse erzielen fühlt sich eine Frau berechtigt, einen chirurgischen Eingriff durchführen zu lassen. Denn in

„[...] einer Kultur, die Körpererfahrung mit Charakter gleichsetzt, und darüber hinaus mit Erfolg, stellt in der Tat der falsche Körper und nicht die kosmetische Chirurgie einen Akt der Täuschung dar.“¹⁶

1.2 Schönheitschirurgie als Element einer bioästhetischen Gouvernamentalität

Frauen stehen unter einem hohen Druck zur ästhetischen Selbstregulierung. Sabine Maasen (2008) benennt ebendiese Entwicklung als bioästhetische Gouvernamentalität. Sie legt dar, dass eine Ambivalenz von Freiheit und Zwang zur Selbstgestaltung herrscht. Schönheit ist demnach keine freie Entscheidung, sondern gesellschaftlicher und gesellschaftspolitischer Druck.

1.2.1 Begriffsklärung

Diesem Kapitel soll eine kurze Begriffsklärung zum Wort „Gouvernamentalität“ und „Bioästhetik“ vorangestellt werden.

Der von Michel Foucault (1993) geprägte Begriff der Gouvernamentalität zeichnet sich durch die semantische Verknüpfung der Worte ‚gouverner‘ = regieren und ‚mentalité‘ = Denkweise aus.

Regieren beschreibt er in „About the Beginning of the Hermeneutics of the Self“ folgendermaßen:

16 Maasen, S. (2008). Bio-ästhetische Gouvernamentalität – Schönheitschirurgie als Biopolitik. In: P. Villa (Hg.). *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (S. 99-118). Bielefeld: transcript Verlag. S. 109

„In der weiten Bedeutung des Wortes ist Regierung nicht eine Weise, Menschen zu zwingen, das zu tun, was der Regierende will; vielmehr ist sie immer ein bewegliches Gleichgewicht mit Ergänzungen und Konflikten zwischen Techniken, die Zwang sicherstellen und Prozessen, durch die das Selbst durch sich selbst konstruiert oder modifiziert wird.“¹⁷

Schönheitschirurgische Eingriffe ergeben sich nicht selten auch aus dem Zwang, sich selbst optimieren zu wollen oder zu müssen.

„Bioästhetik“ ist das Studium oder die Theorie der Schönheit des Lebendigen in seiner natürlichen Form und Funktion. (Maasen, 2008; Foucault, 1993)

1.2.2 Optimierungsmotiv und Gemeinwohlgebot

Zwei Grundlagen für eine bioästhetisch orientierte Gouvernamentalität sind das Optimierungsmotiv und das Gemeinwohlgebot.

„Schönheitschirurgie als Element einer bioästhetischen Gouvernamentalität leistet Doppeltes. Im Namen von Selbstbestimmung, Wahlfreiheit und Authentizität zielt sie auf eine Sozialität ab, deren Kosten überwiegend dem Individuum entstehen: Optimierungsmotiv und Gemeinwohlgebot gehen in diesem Arrangement eine ebenso effiziente wie flexible Allianz ein.“¹⁸

Das Optimierungsmotiv entsteht aus dem freien Willen des Einzelnen, seine eigene Persönlichkeit zu perfektionieren. Das gesamte verfügbare Wissen und die technischen Möglichkeiten sollen dazu verwendet werden, den eigenen Körper zu trimmen. Das Gemeinwohlgebot ist die Aufforderung, seinen Körper nicht zu einer gesellschaftlichen Last verkommen zu lassen. Jeder Einzelne ist aufgefordert, zum

17 Foucault, M. (1993). About the Beginning of the Hermeneutics of the Self. *Political Theory* Vol. 21. Frankfurt/Main: Suhrkamp. S. 193-194

18 Maasen, S. (2008). Bio-ästhetische Gouvernamentalität – Schönheitschirurgie als Biopolitik. In: P. Villa (Hg.). *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (S. 99-118). Bielefeld: transcript Verlag. S. 102

Wohle einer neoliberalen Gesellschaft seinen Körper dahingehend zu optimieren, dass er öffentlich wie privat maximalen Erfolg vorweisen kann. Denn wer außerhalb der gesellschaftlich vorgegebenen „Schönheitsnorm“ steht muss, so der verzerrte Blickwinkel, durch seine Unzulänglichkeit Missstände akzeptieren, die dann in weiterer Folge zu Lasten einer Gesellschaft gehen können.

„Aus gouvernementalitätstheoretischer Perspektive verweben sich Optimierungsmotiv (Selbstführung) und Gemeinwohlgebot (Fremdführung) zum zentralen Movens für die Akzeptabilität schönheitschirurgischer Aktivitäten“¹⁹

1.3 Normalisierung

Michel Foucault sagt, dass die Disziplinarstrafe die Aufgabe hat, Abweichungen zu reduzieren und sie darum wesentlich korrigierend sei.²⁰ Strafen sind ein Instrument um Macht auszuüben und Macht zu demonstrieren. Mittels einer Strafe wird dem Bestraften umgehend klar, wie er sich bessern oder auch nur verbessern könnte um in das gewünschte Schema und somit in die Norm zu passen. Dieser Norm zu entsprechen ist etwas, dass uns seit frühester Kindheit mitgegeben wird und dem wir uns scheinbar widerstandlos unterwerfen. Wer der Norm nicht entspricht oder gar nicht entsprechen möchte wird als krankhaft oder andersartig betrachtet. So wird beispielsweise eine übergewichtige Frau ebenso oft Ausgrenzung erfahren wie ein kleinwüchsiger Mann, und beide werden aufgrund dieser rein körperlich „nicht normalen“ Merkmale stigmatisiert.²¹

„Das Normale etabliert sich als Zwangsprinzip im Unterricht zusammen mit der

19 Maasen, S. (2008). Bio-ästhetische Gouvernementalität – Schönheitschirurgie als Biopolitik. In: P. Villa (Hg.). *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (S. 99-118). Bielefeld: transcript Verlag. S. 103

20 Foucault, M. (1976). *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt/Main: Suhrkamp. S. 232

21 Foucault, M. (1976). a.a.O. S. 232

Einführung einer standardisierten Erziehung und der Errichtung der Normalschulen; es etabliert sich in dem Bemühen, ein einheitliches Korpus der Medizin und eine durchgängige Spitalsversorgung der Nation zu schaffen, womit allgemeine Gesundheitsnormen durchgesetzt werden sollen; es etabliert sich in der Regulierung und Reglementierung der industriellen Verfahren und Produkte.“²²

Normalisierung ist damit ein machtvoll Instrument. Jürgen Link (1999) interpretiert den Normalismus von Michel Foucault als Standardisierung. Wer nicht entspricht wird entfernt. Er selbst spricht von einem „flexiblen Normalismus“. Denn die Gesellschaft bildet laut Link Mechanismen der flexiblen Selbststabilisierung aus.²³ Es kristallisieren sich Zonen des „Normalen“, innerhalb der sich die Individuen bewegen möchten.

“...der Wunsch, normal zu sein und sich in der komfortablen Mitte der Gaußkurve zu bewegen, verknüpft individuelle und gesellschaftliche Bewegung auf quasi kybernetische Weise: Gesellschaftliche Integration verläuft nicht länger über die Verteidigung starrer Grenzen, sondern darüber, dass in den flachen Randzonen der Normalverteilung die Grenzen des Normalen immer aufs Neue ausgehandelt und flexibel moduliert werden.“²⁴

Das Verändern und Anpassen des eigenen Körpers sieht auch Sabine Maasen (2008) in diesem Kontext kritisch. Angebote zur Normalisierung des Körpers sollen und müssen genutzt werden. Die freie Entscheidung des Individuums dafür ist in Hinblick auf Normalisierung als Machtinstrument fragwürdig.

22 Foucault, M. (1976). *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt/Main: Suhrkamp. S.237

23 Link, Jürgen (1999). Versuch über den Normalismus. Wie Normalität produziert wird. In: W. Sohn & H. Mehrrens (Hg.). *Normalität und Abweichung. Studien zur Theorie und Geschichte der Normalisierungsgesellschaft* (S. 73-82). Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH. S. 73-82.

24 Maasen, S. (2008). Bio-ästhetische Gouvernementalität – Schönheitschirurgie als Biopolitik. In: P. Villa (Hg.). *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (S. 99-118). Bielefeld: transcript Verlag. S. 105

2. Schönheitsideale

2.1 Einleitung: Die perfekte Proportion

Im 5. Jahrhundert verfasste der griechische Bildhauer Polyklet ein Werk, den Kanon, in dem er die idealen Maße und Proportionen des menschlichen Körpers beschrieb. Obwohl die Schrift selbst nicht erhalten ist wurde sie vielfach in weiterführenden Werken römischer Autoren erwähnt.²⁵

Vitruv formuliert schließlich die bei Polyklet verlangten geometrischen Proportionen aus:

„Ferner ist natürlicherweise der Mittelpunkt des Körpers der Nabel. Liegt nämlich ein Mensch mit gespreizten Armen und Beinen auf dem Rücken, und setzt man die Zirkelspitze an der Stelle des Nabels ein und schlägt einen Kreis, dann werden von dem Kreis die Fingerspitzen beider Hände und die Zehenspitzen berührt. Ebenso, wie sich am Körper ein Kreis ergibt, wird sich auch die Figur eines Quadrats an ihm finden. Wenn man nämlich von den Fußsohlen bis zum Scheitel Maß nimmt und wendet dieses Maß auf die ausgestreckten Hände an, so wird sich die gleiche Breite und Höhe ergeben, wie bei Flächen, die nach dem Winkelmaß quadratisch angelegt sind.“²⁶

Bei näherer Betrachtung von Schönheit im kunstgeschichtlichen Kontext wird man kontinuierlich technischen Feststellungen zum Thema der Proportionen begegnen. Doch wird Schönheit nicht allein durch definierte Proportionen hergestellt. Vielmehr ist sie auch stets dem soziokulturellen Umfeld der unterschiedlichen Epochen entsprungen (Eco, 2004). Der nun folgende Überblick über die wichtigsten Schönheitsideale der Frau im Wandel der Zeit soll das zeigen.

25 Eco, U. (2004). Der menschliche Körper. In: U. Eco (Hg.), *Die Geschichte der Schönheit* (S. 72-81). München: Carl Hanser Verlag. S. 72-77

26 Der vitruvianische Mensch. Verfügbar unter:

http://de.wikipedia.org/wiki/Der_vitruvianische_Mensch Zugriff am 14.03.2012

2.2 Das Schönheitsideal in der Antike: Götter und Göttinnen

Gerne wird im Zusammenhang mit der Definition des Schönheitsbegriffes festgestellt, dass das griechische Wort „Kalòn“ dessen Ursprung sei. Dies ist mit Vorsicht zu betrachten. „Kalòn“ steht vielmehr für etwas Bewundernswertes, Erregendes, Anziehendes.

Dabei muss es sich auch nicht um einen Menschen handeln. Durchaus kann auch die Schönheit von Seele oder auch die Schönheit von Gegenständen, die Schönheit der Lehre, der Kunst, der Tugend und vielen weiteren Bereichen gemeint sein.²⁷

Erkennen lässt sich hieraus, dass das ethische und ästhetische Schönheitsempfinden stark miteinander verwoben waren. Und so waren auch die Schönheitsideale der Antike Darstellungen von Göttern oder Göttinnen mit allen diesen zugeschriebenen Tugenden und Eigenschaften. Die Schönheit bewirkt alle guten Tugenden; denn, so meinte man in der Antike, sie verleitet Menschen dazu, ihrem Gegenüber mit den guten Tugenden wie Fleiß, Tapferkeit und Freigiebigkeit gegenüberzutreten.²⁸

Um nun auf das Körperideal der antiken Frau zurückzukommen kann bei der Betrachtung antiker Darstellungen von Göttinnen geschlussfolgert werden, dass zum körperlichen Idealbild der antiken Frau eine nicht zu zarte Figur sowie kleine Brüste und lange Haare gehören mussten (vgl. Eco, 2004 S.39, S.47).

27 De Michele, G. (2004). Das ästhetische Ideal Griechenlands. In U. Eco (Hg.), *Die Geschichte der Schönheit* (S. 39-41). München: Carl Hanser Verlag. S. 39-41

28 Brazda, F., Hunek, N. & Kämpfer, M. (2001). Der Schönheitsbegriff in der Antike. In: A. Hergovich (Hg.), *Psychologie der Schönheit* (S. 15-26). Wien: WUV-Univ.Verlag. S.19.

2.3 Das Schönheitsbild im Mittelalter: blass, blond und schlank

„Makellose unberührte Perlen aus dem Orient unter lebendig leuchtend roten Rubinen, von denen sich ein engelsgleiches Lächeln erhebt, das unter zwei schwarzen Brauen oft Venus und Zeus gemeinsam funkeln lässt, und mit roten Rosen und weißen Lilien seine Farbe unter alles mischt, ohne dass irgendeine Kunst eingreift: die goldenen Locken leuchten über der frohen Stirn, auf der Amor wunderbar erstrahlt; und die anderen Teile passen alle zu dem Gesagten, in gleicher Proportion, bei ihr, die einem wahren Engel gleicht.“²⁹

In diesen mittelalterlichen Texten finden sich typische Beschreibungen der Schönheitsansprüche an die damals lebende Frau. Die Beschaffenheit der Haare, die Farbe des Mundes, die Höhe der Stirn und die Form der Brust und Taille werden, wie auch alle anderen körperlichen Attribute, ausreichend dargestellt. (Boccaccio,) Die Figur der idealen Frau symbolisierte Askese. Knabenhafte Damen mit kleinem Busen waren beliebt. Auch die begehrte blasser Hautfarbe entspricht diesem Sujet. In der Renaissance wandelte sich dieses Schönheitsideal hin zu einer üppigeren Statur.³⁰

2.4 Schönheit im Barock: Lebenslust und Üppigkeit

Begriffe wie „Rubensfigur“ oder „barocke Figur“ für eine korpulente Person werden im alltäglichen Sprachgebrauch häufig verwendet. Und tatsächlich war im Barock das Sinnbild der schönen Frau eine korpulente, hochbusige Frau mit rosiger

29 Boccaccio, Giovanni: Rime. Zitiert nach F. Rousso (2000). Schönheit. Die zwanziger Jahre. In: D. Schefer Faux, N. Chahine, C. Jazdzewski, M. Lannelongue, F. Mohrt, F. Rousso & F. Vormese. *Schönheit. Beauty. Beauté. Eine Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts*. München: Schirmer/Mosel

30 Didou-Manent, M., Tran, K., Hervé, R. (2000). *Dick oder Dünn? Körperkult im Wandel der Zeit*. Bergisch Gladbach: Bastei Lübbe. S. 50ff.

schimmerndem Teint und vollem Haar. Diese neue und üppige Körperlichkeit entsprach dem Lebensgefühl der Zeit und spiegelt sich auch in der Architektur und Mode wieder.³¹

Ein wenig verwunderlich darf in Anbetracht dieser Vergötterung der lebenslustigen, molligen Frau die Tatsache erscheinen, dass die bekleidete Dame sich mittels Korsagen anstrengen musste, außerhalb intimen Räumlichkeiten eine sogenannte „Wespentaille“ zu erzeugen. Auch die Haare, die im bestmöglichen Fall in Locken um den Körper wallen sollten, mussten in der Öffentlichkeit geordnet getragen werden, sofern nicht generell eine Perücke zum Einsatz kam.³²

2.5 Schönheit um die Jahrhundertwende: die Wende zum schlanken Schönheitsbild

Nachdem im Klassizismus die Schönheitsideale der Antike eine Renaissance erleben durften, war um die Jahrhundertwende die Betonung der weiblichen Attribute ein wesentliches Merkmal. Eine schlanke Taille war ebenso wichtig wie ein üppiger Busen. Dazu wurden auch zahlreiche Hilfsmittel verwendet. Apotheken und Ärzte boten Tinkturen an, um den Busen zu vergrößern oder das Fett an der Hüfte schmelzen zu lassen.³³

Es war nicht mehr ausreichend den Körper in schöne Kleidung zu hüllen und mit der Wespentaille hielt die Diätkultur Einzug in das weibliche Leben.³⁴

31 Posch, W. (1999). *Körper machen Leute. Der Kult um die Schönheit*. Frankfurt: Campus Verlag. S.37.

32 Nuber, U. (1997). *Schöner werden wir morgen. Eine Ermunterung, so zu bleiben, wie wir sind*. Stuttgart: Kreuz.

33 Grauer, A. & Schlottke, P. (1979). *Muss der Speck weg? Der Kampf ums Idealgewicht im Wandel der Schönheitsideale*. München: DTV. S. 150-154

34 Posch, W. (1999): a.a.O. S.3

2.6 Das Schönheitsideal der Zwischenkriegszeit: Selbstbestimmter Körper

„Als Frauen anfangen, sich gesellschaftlich und politisch auf eine Stufe mit den Männern zu stellen, und ihr Recht einforderten, als ebenbürtig anerkannt zu werden, gaben sie allmählich auch die üppigen Figuren mit Signalwirkung auf. Ähnlich wie sie die Zöpfe abschnitten und auf Männerfrisuren wie den Pagenkopf setzten, die Röcke gegen Hosen eintauschten, wechselten sie – soweit bei der Trägheit der Evolution möglich – von betont weiblichen zu archetypisch männlichen Figuren.“³⁵

Die Frau der 20er Jahre wollte schlank und sportlich sein. Das ranke Erscheinungsbild wurde durch den sogenannten „Bubikopf“ noch weiter betont. Das neue weibliche Selbstbild wollte sich vom klassischen Bild der Hausfrau und Mutter emanzipieren. Stummfilmdarstellerinnen wie Marlene Dietrich wurden zu Schönheitsvorbildern. Auch die bis heute üblichen Miss Wahlen haben ihren Ursprung in den 20er Jahren: 1921 wurde die erste Miss Amerika, Margaret Gorman, gewählt.³⁶



Abb. 1. Margaret Gorman als Miss America

Verfügbar unter: <http://www.life.com/gallery/48771/image/3202847/the-real-boardwalk-empire#index/12>. Zugriff am 5.12.2011 um 15:48:00

35 Dahlke, R. (2007). *Der Körper als Spiegel der Seele*. München: Gräfe und Unzer. S. 39.

36 Chahine, N. (2000). Schönheit. Die zwanziger Jahre. In: D. Schefer Faux, N. Chahine, C. Jazdzewski, M. Lannelongue, F. Mohrt, F. Rousso & F. Vormese *Schönheit. Beauty. Beauté. Eine Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts*. München: Schirmer/Mosel. S. 108

2.7 Das Schönheitsideal des Nationalsozialismus: blond, blauäugig und gestählt

Die Frau in der Zeit des Nationalsozialismus war zwar weiterhin an das Schönheitsideal der Zwischenkriegszeit gebunden, im Alltag ließ sich ein solches jedoch nicht umsetzen.

Das von den Nationalsozialisten propagierte Bild der Frau entsprach einem natürlichen, großgewachsenen, kräftigen, nordischen Typ mit blauen Augen und von der Feldarbeit gebräunter Haut. Die Hüften sollten breit sein zum Gebären, die Brust prall.

Da Frauen vor allem als Mütter und später als Arbeiterinnen vom nationalsozialistischen Regime zu Heldinnen stilisiert wurden feierte der natürliche und starke, kräftige Körper eine Renaissance.³⁷

2.8 Von den 50er Jahren bis zu den 90er Jahren

Nach einer kurzen Phase der akzeptierten Üppigkeit in den 50er Jahren wandelte sich schon zu Beginn der 60er Jahre das Schönheitsideal wieder zugunsten schlanker Menschen.

Schönheitsratgeber kamen verstärkt auf den Markt und versuchten, Hilfestellung zum Erreichen des Idealbildes zu geben.³⁸

„Von nun an blieb weibliche Schönheit endgültig ein öffentliches Thema. Zahlreiche Schönheitsratgeber kamen in den frühen 60ern auf den Markt. Kosmetik,

37 Posch, W. (1999). *Körper machen Leute. Der Kult um die Schönheit*. Frankfurt: Campus Verlag. S.40-41.

38 Posch, W. (1999). a.a.O. S.43.

*Schlankheitskuren, Mode, Frisuren und Idealmaße waren die – übrigens stark an die Gegenwart erinnernden – Themen.*³⁹

Kurven waren jedoch durchaus wichtig, wie Sexsymbole wie Marilyn Monroe bis heute vor Augen führen.

Mit der sexuellen Revolution Ende der 60er Jahre war dann das Diktat klar: Wie in den 20er Jahren die Frau um den selbstbestimmten Körper kämpfte, brachte auch diese Revolution eine Tendenz zum dünnen Körper mit sich. Der schlanke Körper war ein Symbol der Befreiung und Selbstbestimmung. Gleichzeitig verunsicherte ein Neues, von der Werbe- und Modeindustrie geprägtes Schönheitsideal: die Kindfrau Twiggy symbolisierte Hilflosigkeit und Schwäche. Es ist ein makaberer Zufall der Geschichte, dass just in dieser Zeit des feministischen Aufbruchs zum ersten Mal ein tatsächlich ungesundes Schönheitsideal beworben wurde (Posch,1999). In weite Bereiche drang die Flamme des verstärkten Feminismus vor: häusliche Tätigkeiten, die bis in die 50er Jahre den Alltag vieler Frauen bestimmten, rückten in den Hintergrund und

*„...die endlose Sisyphusarbeit an der eigenen Schönheit ersetzte die endlose Sisyphusarbeit im Haushalt.“*⁴⁰

In den 70er Jahren war der beliebte Frauentyp nicht weniger schlank, jedoch kam nun auch der Fitnessaspekt hinzu, der sich in den 80er Jahren verstärkt durchsetzen konnte. Wild gelockte, toupierte Haare und eine ebenso schlanke wie athletische Figur wurden von der Modeindustrie gefordert. Ein Ziel, dass neben Aushängeschildern dieser Fitness-Bewegung, wie der Schauspielerin Jane Fonda, kaum eine Frau erreichen konnte. Diäten wurden zum gängigen Mittel um dem Schönheitsideal zu entsprechen.⁴¹

39 Posch, W. (1999): a.a.O. S.43.

40 Wolf, N. (1993). *Der Mythos Schönheit*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt. S. 19

41 Posch, W. (1999): a.a.O. S.46-47

„Parallel zu Fitneßwelle, Jogging, Bodybuilding und Aerobic beherrschten Diäten die 80er Jahre. 1991 hatten bereits 52 Prozent aller deutschen Frauen mindestens eine Diät hinter sich.“⁴²

2.9 Das aktuelle Schönheitsideal: jung und dünn

Waltraud Posch (1999) setzt in ihrem Buch „Körper machen Leute“ in dem Kapitel über das aktuelle Schönheitsideal zwei überaus treffende Überschriften: „Magere Zeiten“ und „Für immer jung“. Der Schönheitskult hat dazu geführt, dass nicht dünne, sondern regelrecht abgemagerte Frauen das Schönheitsideal bestimmen.

„Die soziokulturelle Entwicklung unserer modernen Gesellschaft hat dazu geführt, daß Fettleibigkeit nicht mehr allein eine ästhetische Frage ist. Längst wurde sie von Epidemiologen und Statistikern aufgegriffen und zu einem medizinischen Problem gemacht.

Die Zeiten, da Körperfülle Eindruck machte sind vorbei. Heute beeindruckt oder betört sie niemanden mehr. Ganz im Gegenteil-sie macht Angst, löst Mitleid, ja Abneigung aus. In den Rang der Krankheit erhoben, muß die Fettleibigkeit bekämpft werden.“⁴³

Gleichzeitig sollte eine Frau aber trotz der überschulenkten Figur weibliche Brüste, gesundes volles Haar, schöne Haut und alle weiteren Schönheitsmerkmale in sich vereinbaren. Wie ein viel zu dünner Körper dies alles leisten soll erklären Medien, Werbe- und Schönheitsindustrie. Denn schöne, schlanke Menschen stehen für Gesundheit, Selbstbewusstsein und Erfolg.

42 Posch, W. (1999). a.a.O. S.47.

43 Didou-Manent, M. et al. (2000). a.a.O. S. 220

In einer Gesellschaft die, wie in den vorangegangenen Kapiteln über soziologische Hintergründe erläutert wurde, Hässlichkeit nicht akzeptiert und Angst vor dem Alter zeigt, hat Schönheit sowie das Streben danach eine nie da gewesene Macht erlangt. Die Angst, nicht Teil dieser „schönen Welt“ zu sein oder die Teilhabe daran zu verlieren, lässt nicht wenige Menschen den Körper zum Werkzeug des Selbst degradieren. (Posch, 1999)

„Keine Frau der Welt kann sich ihrer einmal erlangten Schönheit sicher sein. Beständig muss sie danach trachten, diese zu erhalten. Diät, Schlankheitspillen, Fitneß, Kosmetik und immer häufiger auch kosmetische Chirurgie fungieren als Hilfsmittel zur Wahrung eines einmal erlangten attraktiven Äußeren. Unter Anstrengung muß der schöne Körper kontrolliert und konserviert werden. Denn Schönheit ist nur allzu vergänglich und zerbrechlich.“⁴⁴

44 Posch, W. (1999). a.a.O. S. 49

3. Medienwissenschaftliche und fernsehspezifische Mechanismen

Nach der Darstellung von ausgewählten soziologischen sowie geschichtlichen Hintergründen widmet sich der folgende Teil verschiedenen Theorien und Hintergründen aus der Medienwissenschaft.

3.1 Realität

Die Fragestellung „Was ist Realität?“ ist ein wichtiger Bestandteil dieses Kapitels. Claudia Wegener schreibt in ihrem 1994 erschienen Werk „Reality TV“ über die Definition von Realität:

„Im Hinblick einer Definition von `Realität` herrscht weitgehend Übereinstimmung, daß es die Realität, im Sinne von objektiv, überprüfbar, darstellbar nicht gibt bzw. daß wir sie nicht kennen und auch nicht kennen können. Die wohl berühmteste Ausführung über die Beschränkungen, die dem Individuum durch Wahrnehmung auferlegt sind, über die `äußere Realität`, die wir nicht kennen, ist das Höhlengleichnis von Platon.“⁴⁵

Platon beschreibt darin, dass unsere Wahrnehmung von Realität, also von einem wahrhaftig vorhandenen Gegenstand, nur das Abbild der Idee, die dahinter steckt ist. Die von uns wahrgenommene Wirklichkeit ist somit nur eine sekundäre Realität. Somit wären mediale Darstellungen nur Abbilder von weiteren Bildern (Wegener, 1994).

45 Wegener, C. (1994). *Reality TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information? Schriften der Gesellschaft für Medien und Kommunikationskultur*. Opladen: Leske+Budrich. S. 31-32

3.2 Wahrnehmung und Wirklichkeit

Um zu den Grundlagen von Reality TV in einem medienwissenschaftlichen Kontext zu gelangen ist es notwendig, die Begriffe Wahrnehmung und Wirklichkeit aus medienwissenschaftlicher Sicht zu definieren.

„Unser gängiges Konzept von Wahrnehmung beinhaltet, dass Wahrnehmung ein passives Hinnehmen der Reize an den Sinnesorganen ist. Zweifelsfrei ergibt sich dabei vermeintlich beim Beobachter die „objektive“ Wirklichkeit (d.h. „richtige“ Repräsentation) der Umwelt. Jedoch widerspricht dieser Sichtweise das Vorkommen von Wahrnehmungstäuschungen und Wahrnehmungsverzerrungen. Weiters erklärt dieses Wahrnehmungskonzept nicht, wie die Repräsentation zustande kommt und nach welchen Kriterien sie als richtig gilt.

Vielmehr ist die Wahrnehmung (ahd. wara neman, eigentlich „einer Sache Aufmerksamkeit schenken“) ein aktiver Konstruktionsprozess.“⁴⁶

Unsere Wahrnehmung ist demnach abhängig von unseren „Wahrnehmungsapparaturen“, unseren Sinnen. Alles was uns durch diese begreifbar wird bildet sodann eine Realität für uns. Wenn wir sehen, dass ein Kleid blau ist oder riechen, dass eine Rose intensiv duftet ist unsere Wahrnehmung klar und absolut. Für mit unseren Sinnen nicht begreifbare oder erfassbare Phänomene brauchen wir Hilfsmittel und Instrumente, um diese ebenso als Realität anerkennen zu können. Ein Geigerzähler ist ein Beispiel für solche „Übersetzer“ in eine für unsere Sinne verständliche Form.

Unser Gehirn nimmt alle von uns aufgenommenen Sinneseindrücke auf und konstruiert dann ein für uns stimmiges Bild unserer Realität (Hickethier, 2003).

46 Zitt, C. (2008). *Vom medialen Körperkult zum gesellschaftlichen Krankheitsbild. Zu den Zusammenhängen zwischen der Darstellung des weiblichen Körpers in Printmedien und Internet und Essstörungen*. Wien: Praesens Verlag. S. 21

„Viele von den Wahrnehmungsorganen gelieferte Impulse werden nicht weiter beachtet und ausgesondert. Das Gehirn gleicht die Wahrnehmungseindrücke mit den bereits im Gehirn gespeicherten Erfahrungen vergangener Situationen ab. Die Strukturen, nach denen das Gehirn diese Konstruktion vollzieht, sind Resultate der Genese der Gattung „Mensch“, d. h., sie haben sich als optimal für das Überleben der Menschen erwiesen. „Realität“ ist also eine menschliche Konstruktionsleistung, die uns deshalb nicht mehr bewusst wird, weil sie quasi im Hintergrund ständig vollzogen wird.“⁴⁷

3.3 Medien und Realität

Medien sind laut dem Medienwissenschaftler Knut Hickethier

„...Vermittlungsinstanzen, die zum einen zwischen Sprecher und Hörer, Produzent und Rezipient, die zum anderen zwischen dem Menschen und seiner Umwelt, die wir abgekürzt „Realität“ nennen, vermitteln und in der Regel diese „Realität“ (oder Aspekte von ihr) in einem Medienprodukt darstellen.“⁴⁸

Die Folgerung, dass Medien die Umwelt schlichtweg nur abbilden würden ist jedoch nicht ausreichend. Medien haben einen durch unterschiedlichste Einflüsse geprägten Blick auf die Umwelt. So sind sie nicht nur rein reproduktiv und abbildend. Die drei Basisformen der Medienorganisation, nämlich staatlich, privatrechtlich und öffentlich haben jeweils ein komplexes Kontrollsystem, das über Programminhalte entscheidet. So sind Medien als Institutionen zu sehen, die den Alltag ihrer Nutzer stark beeinflussen können (Hickethier, 2003).

„Dies geschieht jedoch nicht einheitlich, sondern aufgrund der unterschiedlichen gesellschaftlichen Konstitution und der sich darin artikulierenden gesellschaftlichen Macht- und Interessensverhältnisse kann es zu Widersprüchen kommen, wenn z. B.

47 Hickethier, K. (2003). *Einführung in die Medienwissenschaft*. Stuttgart: Verlag J.B Metzler S. 33

48 Hickethier, K. (2003). a.a.O. S. 32

*Medien als Institutionen zum einen im Sinne ihrer Eigentümer ökonomisch gewinnorientiert arbeiten und zum anderen eine demokratische Partizipation der Mediennutzer an der gesellschaftlichen Meinungsbildung gewährleisten soll.*⁴⁹

Medien konstruieren folglich eine für den Nutzer als konstitutiv wahrgenommene Realität, die nicht der tatsächlichen, allgemein vorhandenen Realität entsprechen muss. Die Medienwissenschaft hat hierfür den Begriff der „Medienwirklichkeiten“ geschaffen. Als Mediennutzer ist das Individuum jedoch imstande, seine Weltsicht von der im Medium vorgegebenen zu trennen und wahrzunehmen, dass es sich hier um eine konstruierte Wirklichkeit handelt. Doch umso geschickter die Bilder manipuliert werden und umso gekonnter Realität als solche und wahrhaftige Realität darzustellen versucht wird, umso schwieriger wird es für den Einzelnen, die Manipulation zu enttarnen (Hickethier, 2003). Die Manipulation des Einzelnen durch die Medien thematisiert auch Hans Magnus Enzensberger (1970) kritisch:

*„Manipulation, zu Deutsch Hand- und Kunstgriff, heißt soviel wie zielbewusstes technisches Eingreifen in ein gegebenes Material. Wenn es sich um ein gesellschaftlich unmittelbar relevantes Eingreifen handelt ist die Manipulation ein politischer Akt. Das ist in der Bewusstseinsindustrie prinzipiell der Fall. Jeder Gebrauch der Medien setzt also Manipulation voraus. Die elementarsten Verfahren medialen Produzierens von der Wahl des Mediums selbst über Aufnahme, Schnitt, Synchronisation, Mischung bis hin zu Distribution sind allesamt Eingriffe in das vorhandene Material. Ein unmanipuliertes Schreiben, Filmen und Senden gibt es nicht.*⁵⁰

Die permanente Manipulation von Bildern stellt den Nutzer vor die immer forderndere Aufgabe, die Realität von der Medienwirklichkeit zu trennen und darüber hinaus die Intention hinter dem Zeigen der manipulierten Realität zu erkennen. Die Reflexion des gesehenen Medieninhaltes wird durch Formate wie das Reality TV besonders für

49 Hickethier, K. (2003). a.a.O. S. 32

50 Enzensberger, H. (1970). Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: H. Enzensberger (Hg.), *Kursbuch 20*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 166

medienungeübte Nutzer wie Jugendliche erschwert. Dieser Problematik hat sich der Medienforscher Erich Feldmann bereits 1972 angenommen und schreibt:

„Durch die Vollkommenheit der Bildherstellung durch Photographie, Farbdruck, Lichtbild, Film- und Fernsehaufnahme ist den Menschen die Rezeption des Bildes als Ersatz für die Wahrnehmung der Wirklichkeit so selbstverständlich geworden, dass ihm das Bewusstsein der Trennung von Wirklichkeit und Bildlichkeit in der Illusion des Erlebens fast verloren gegangen ist. Die Jugend bedarf daher mehr als kritisch denkende erwachsene Menschen einer gründlichen Aufklärung der technischen und psychologischen Sachverhalte, um zu einer Bewertung des Realitätsgehaltes der Medienbilder fähig zu sein. Die pädagogischen Methoden dieser Aufklärung sind in der speziellen Pädagogik der Bildmedien zu entwickeln.“⁵¹

3.4 Reality TV

3.4.1 Programmgeschichtliche Entwicklung

Der Begriff „Reality TV“ lässt schnell die Assoziation zu, es handele sich in einem so benannten Format um wahrhaftige, abgebildete Realitäten. Tatsächlich ist Reality TV ein Kunstprodukt der Fernsehindustrie, das durch seine durchaus realitätsnahen Darstellungen, die tatsächlich in der dargestellten Form, Art und Weise stattgefundenen haben könnten, bei Zuschauern emotionalisieren und Nähe erzeugen kann. Reality TV zeigt jedoch ebenso „Medienwirklichkeiten“ wie jedes andere zur Ausstrahlung gebrachte Programm.

Der Ursprung des sogenannten „Reality TV“ liegt in den USA. Es gibt Fernsehsender, die ebendort beinahe 90 Prozent der Sendezeit mit Reality TV füllen.⁵²

51 Feldmann, E. (1972). *Theorie der Massenmedien - Eine Einführung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft*. München: Reinhardt Verlag. S.206-207

52 Wegener, C. (1994). a.a.O. S. 18

In den USA wurde der Begriff seit den 80er Jahren geprägt.

Seine Wurzeln hat dieses Genre in dem Bemühen, die Nachrichten aufgrund der zahlreichen TV-Sender und der daraus resultierenden Konkurrenzsituation quotenstärker zu machen. So wurden die weitgehend ernst gestalteten Beiträge immer plakativer und reißerischer sowie emotionsbeladen. Die Nachrichten wurden zu Shows (Lücke, 2002).

„Die Nachrichten gerieten zur „news show“ und es wurden extremere Versionen produziert, „Tabloid TV-News“ genannt. Nachrichten dieses Vertreters mussten eine personalisierte, konflikthaltige, gewalttätige „echte“ Story beinhalten. Aus diesen Sendungen, z.B. „Eyewitness“ – und „Action-News“ genannt, entstanden die ersten Varianten des Reality TV.“⁵³

Erst zu Beginn der 90er Jahre wurde das Konzept des Reality TV auch in Europa aktuell. Hier wurde es, wie auch in den USA, in zahlreiche verschiedene Formen gebracht: Suchshows, Gerichtsshow, Beziehungsshow, Lifestyleshow und viele mehr (Lücke, 2002).

3.4.2 Reality TV aus medienwissenschaftlicher Sicht

Um dieses Thema und um eine mögliche Definition von Reality TV haben sich nach dem Boom dieses Formates zahlreiche Medienwissenschaftler und Wissenschaftler anderer Disziplinen angenommen. Es sollen hier Theorien einiger Experten vorgestellt werden.

⁵³ Lücke, S. (2002). *Real Life Soaps: Ein neues Genre des Reality TV. Beiträge aus dem Zentrum für interdisziplinäre Medienwissenschaft der Universität Göttingen*. Münster: LIT Verlag. S.26

3.4.2.1 Die vier Typen des Reality TV nach Thomas Eberle

Viele der Sendungen, die zum Genre des Reality TV gezählt werden, haben auf den ersten Blick keine Gemeinsamkeit. Zu viele verschiedene Themen und Interessensgebiete werden damit abgedeckt und zu viele verschiedene Herangehensformen und Formatstrukturen lassen Reality TV nicht immer gleich erkennbar sein. Angefangen bei Gerichtssshows, über andere investigative Formate bis zu Talkshows ist Reality TV in verwirrend unterschiedlichen Ausformungen zu finden.

Thomas Eberle (2000) hat das Reality TV in vier Typen eingeteilt, die dabei hilfreich sind, Reality TV-Formate als solche zu erkennen.

Die vier Typen nach Eberle:

„Reality TV stellt Wirklichkeit in besonderer, teils veränderter Weise dar. Es verwendet dazu folgende Formen:

- 1. Filmdokumente: Echtaufnahmen, die zufällig oder vorgeplant ungewöhnliche Ereignisse dokumentieren.*
- 2. Dokumentationsdramen: Realgeschehnisse, die mit dem im- oder expliziten Anspruch der Wirklichkeitstreue nachgespielt werden und von den Sendern produziert sind.*
- 3. Reality-Shows: Talk-, Psychodrama- und Actionshows, in denen Realkonflikte der Zuschauer dargestellt und teilweise zu einer Lösung gebracht werden sollen.*
- 4. Problemlösesendungen: Programmformen, bei denen die Fernsehtechnik selbst zur Lösung eines Sozialproblems angeboten wird oder das Fernsehen sich für die Rechte von Zuschauern anwaltschaftlich einsetzt.“⁵⁴*

54 Eberle, T. (2000). *Motivation des Fernsehverhaltens Jugendlicher. Grundlagen, Verhaltensanalyse, Selbstausskünfte und Beurteilung des Reality TV*. Bad Heilbronn: Verlag Julius Klinkhardt. S.212

3.4.2.2 Das narrative und performative Reality TV nach Angela Keppler

Die Beobachtung Angela Kepplers (1994), dass seit den 90er Jahren die Zuschauer immer mehr zu Akteuren des Fernsehens wurden und diese Entwicklung eine positive Bilanz für die Einschaltquoten brachte zeigt, dass Reality TV hier genau den Zeitgeist getroffen hat.⁵⁵

Mit ihrer Forschung zum Thema Reality TV hat die Soziologin Angela Keppler weitere Differenzierungsmerkmale herausgearbeitet. Allerdings sind diese vornehmlich zur Differenzierung innerhalb der unterschiedlichen Reality TV Formate geeignet, können jedoch auch durchaus hilfreich sein, um Reality TV als solches zu erkennen.

Angela Keppler definiert zwei unterschiedliche Arten von „Realitätsfernsehen“: das narrative Realitätsfernsehen und das performative Realitätsfernsehen. Beim performativen Realitätsfernsehen handelt es sich nach Angela Keppler

„[...] um Unterhaltungssendungen, die sich zur Bühne herausgehobener Aktionen machen, mit denen gleichwohl direkt oder konkret in die Alltagswirklichkeit der Menschen eingegriffen wird.“⁵⁶

Den Ursprung des performativen Realitätsfernsehens ortet Angela Keppler in Daily Talkshows.

Narratives Realitätsfernsehen hingegen definiert sie als eine Unterhaltung des Zuschauers durch das Nachstellen realer Begebenheiten (Katastrophen).⁵⁷

In ihrer Arbeit beschäftigt sich die Wissenschaftlerin verstärkt mit dem Phänomen des performativen Realitätsfernsehens bei dem

„soziale Handlungen ausgeführt, die als solche bereits das alltägliche Leben der Akteure verändern. Es sind inzwischen schon kaum mehr zu überschauende

55 Keppler, A. (1994). *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung*. Frankfurt/Main: Fischer Verlag. S. 7

56 Keppler, A. (1994). a. a. O. S. 8

57 Keppler, A. (1994). a. a. O. S. 8

‚Kennenlern-‘ und ‚Liebessendungen‘, die zur Gattung des performativen ‚Reality TV‘ gehören und die bei weitem populärste Form des Wirklichkeitsfernsehens darstellen⁵⁸

Die nun folgende Abbildung gibt einen guten Überblick zu Angela Kepplers Theorie.⁵⁹

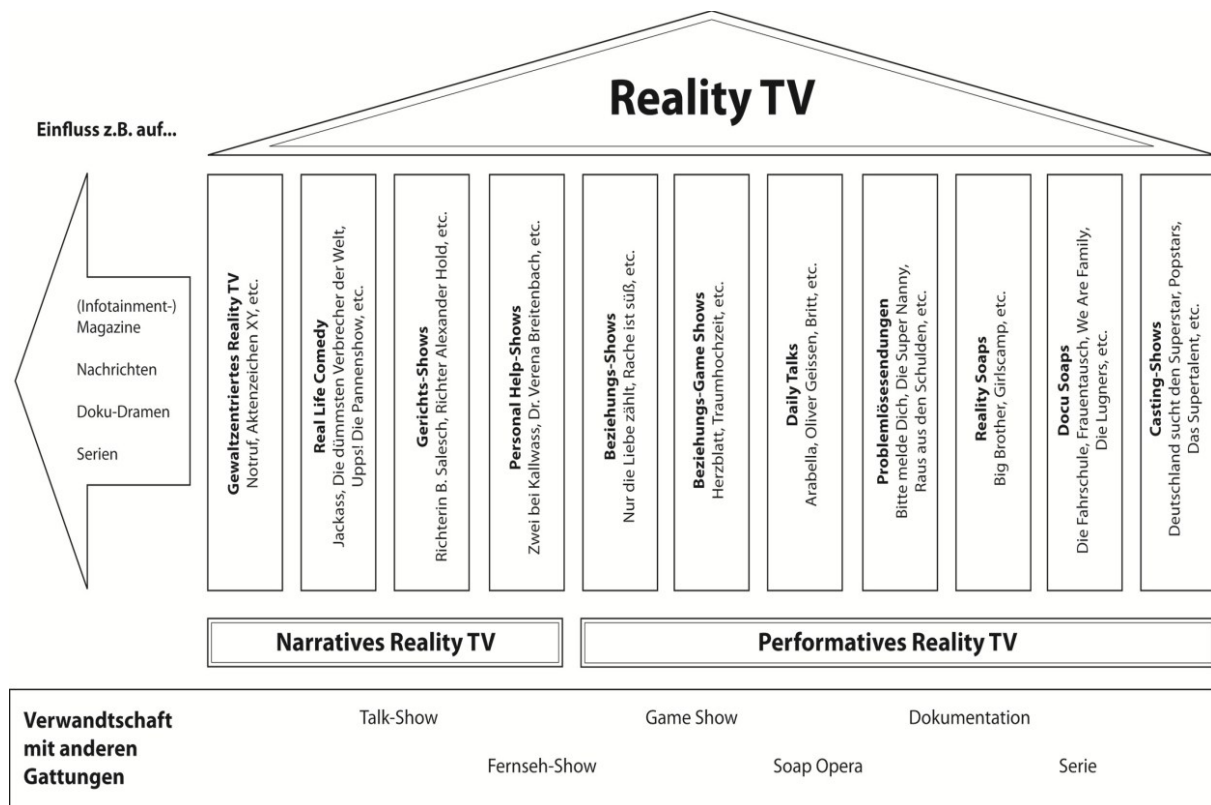


Abbildung 2: Narratives und Performatives Reality TV

58 Keppler, A. (1994). a. a. O. S. 8

59 Abbildung nach Lücke, S. (2002): Real Life Soaps: Ein neues Genre des Reality TV . Beiträge aus dem Zentrum für interdisziplinäre Medienwissenschaft der Universität Göttingen. Band 2.LIT Verlag Münster-Hamburg-London. S.51. In: J. Weiß. (2010). *Phänomen Castingshow. Untersuchungen zu Produktion und Rezeption eines TV-Formates*. Unveröffentlichte Diplomarbeit der Universität Wien S. 27

3.4.2.3 Reality TV als „Affektfernsehen“ nach Gary Bente und Bettina Fromm

Laut den Medienpsychologen Gary Bente und Bettina Fromm (1997) gibt es ein weiteres Genre, das dem Reality TV zuordenbar ist: das „Affektfernsehen“. Die Programmformate des Affektfernsehens, die den Anspruch erheben, Realität abzubilden, geben Menschen eine Plattform, ihre eigene Person und ihr persönliches Schicksal vor der Kamera offen zu legen. Gemeinsame Merkmale von Affektfernsehen sind:

„Non-Fiktionalität, das heißt der Anspruch, Realität abzubilden oder zu inszenieren, die Veröffentlichung der eigenen Person oder des persönlichen Schicksals von unprominenten Menschen durch direkte Selbstdarstellung vor der Kamera, die Thematisierung intimer Inhalte, die emotionalisierende, medientechnische Präsentationsweise, der Live-Charakter der Sendungen sowie die Interaktivität, die zum Beispiel durch das Studio-Publikum, Telefonbefragungen, Überraschungen oder ähnliches hergestellt wird, sowie die Personalisierung der Gäste und des Moderators. Zusammengefasst ergibt dies die Charakteristika Personalisierung, Authentizität, Intimisierung und Emotionalisierung.“⁶⁰

Ein wesentliches Merkmal von Affektfernsehen (Lücke 2002) ist, neben den erregenden Schicksalen, Geschichten und Selbstinszenierungen, der Fokus auf die Person des Moderators. Er übernimmt nicht nur die Moderationsfunktion, sondern ist die immer wiederkehrende menschliche Konstante.⁶¹

Laut Gary Bente und Bettina Fromm (1997) gehören folgende Formate zum Affektfernsehen:

60 Lücke, S. (2002). *Real Life Soaps: Ein neues Genre des Reality TV. Beiträge aus dem Zentrum für interdisziplinäre Medienwissenschaft der Universität Göttingen*. Münster: LIT Verlag. S.43

61 Bente, G. & Fromm, B. (1997). *Affektfernsehen. Motive. Angebotsweisen und Wirkungen*. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, Bd. 24. Opladen: Leske+Budrich.

- ➔ *Affekt-Talks* (zum Beispiel „Hans Meiser“, „Arabella“, „Fliege“)
- ➔ *Beziehungsshow*s (wie „Verzeih mir“, „Nur die Liebe zählt“, „Surprise Show“)
- ➔ *Spielshows* (u.a. „Herzblatt“, „Traumhochzeit“, „Geld oder Liebe“)
- ➔ *Suchsendungen* (z.B. „Vermißt!“, „Bitte melde Dich“)
- ➔ *Konfro-Talks* (zum Beispiel „Explosiv- der heiße Stuhl“, „Einspruch!“)
- ➔ *Infotainment* (beispielsweise „Spiegel-TV Magazin“, „taff“, „Brisant“)
- ➔ *Reality TV* (wie „Notruf“, „Augenzeugen-Video“, „Retter“) ⁶²

Bettina Fromm hat die Thesen zum Affektfernsehen in ihrer zwei Jahre später erschienen Dissertation „Privatgespräche vor Millionen“ noch weiter verfeinert. ⁶³

3.4.2.4 Claudia Wegener und Reality TV zwischen Emotion und Information

*„Insgesamt lässt sich feststellen, dass Reality-TV- Wirklichkeitsfernsehen, wie die deutsche Übersetzung lautet ein diffuses Genre ist.“*⁶⁴

Das schreibt Claudia Wegener gleich im ersten Kapitel ihres Werkes über Reality TV und beschreibt damit gleich eines der anfänglichen Hauptfelder, deren sie sich angenommen hat: der terminologischen Präzisierung des Genres.

Claudia Wegener hat sich 1994 zum ersten Mal in wissenschaftlicher und umfassender Form dem Thema Reality TV genähert und ein Standardwerk zum Thema verfasst, auf das zahlreiche weitere Arbeiten aufbauen. Gemeinsame Charakteristika verschiedener Reality TV Formate sind auch bei ihr

62 Bente, G. & Fromm, B. (1997). a. a. O. S. 21- 23

63 Fromm, B. (1999). *Privatgespräche vor Millionen. Fernsehauftritte aus psychologischer und soziologischer Perspektive*. Wissenschaftsforum Publizistik Band 6. Konstanz: UVK.

64 Wegener, C. (1994). a. a. O. S.15

Emotionalisierung, Personalisierung, Dramatisierung/Darstellung von Gewalt und Stereotypisierung.⁶⁵ Für sie sind die gemeinsame Basis der Sendungen tatsächliche Ereignisse, die nachgestellt werden oder von Augenzeugen durch Videoaufnahmen aufgezeichnet werden. Ebenso ist die Aufteilung der Sendung in einzelne Fragmente ein gemeinsames Merkmal des Genres Reality TV. Dabei werden die Abschnitte zwischen den Beiträgen vom Moderator eingeleitet, verbunden oder zusammengefasst, um den Zuschauer durch die Sendung zu führen.⁶⁶ Ein weiteres Merkmal ist laut der Medienwissenschaftlerin:

„... die Darstellung von Grenzsituationen, die das Genre u.a.kennzeichnet“⁶⁷

Claudia Wegener arbeitete folgende Merkmale für Sendungen aus dem Genre des Reality TV heraus:

- *Realereignisse werden entweder wirklichkeitsgetreu nachgestellt oder durch originales Filmmaterial dokumentiert*
- *Die Ereignisse haben in erster Linie keinen (oder nur selten) unmittelbaren Bezug zu aktuellen, gesellschaftlich-relevanten Themen*
- *die Ereignisse zeigen im Wesentlichen Personen, die entweder psychische und/oder physische Gewalt ausüben und/oder erleiden*
- *die einzelnen Beiträge thematisieren verschiedene Ereignisse, die in keinem unmittelbaren Zusammenhang miteinander stehen*⁶⁸

Der Vergleich mit den von Thomas Eberle beschriebenen Merkmalen zeigt, dass diese lediglich eine Weiterführung von Claudia Wegeners Definition sind (siehe Kapitel 3.4.2.1).

65 Vergl. Lücke, S. (2002). a. a. O. S.34

66 Wegener, C. (1994). a. a. O. S. 15- 16

67 Wegener, C. (1994). a. a. O. S. 16

68 Wegener, C. (1994). a. a. O. S. 17

3.4.2.5 Begriffsklärung der Charakteristika von Reality TV

Nachdem nun verschiedene wissenschaftliche Ansätze zur Definition von Reality TV vorgestellt wurden sollen nun noch die wichtigsten Begriffe in ihrer wissenschaftlichen Definition in Erinnerung gerufen werden, da diese ein für den Analyseteil wesentliches Werkzeug sein werden. Einen praktikablen Überblick bietet hier die Arbeit von Stephanie Lücke (2002), deren Gliederung im Folgenden verwendet werden soll.

3.4.2.5.1 Nicht-Prominente

Bevor sich Reality TV etablieren konnte waren nicht-Prominente Personen im Fernsehen fast ausschließlich in Quiz- oder Gameshows vertreten. Reality TV bediente sich zum ersten Mal „echter Menschen“ und konnte so dem Zuschauer vermitteln, dass es sich in der Darstellung der Person um einen „ganz normalen Menschen von Nebenan“ handeln würde. Laut Stephanie Lücke (2002) ist dadurch der Begriff „Reality“ erst gerechtfertigt.

3.4.2.5.2 Personalisierung

Dem Zuschauer wird die Möglichkeit gegeben, sich mit der dargestellten Person zu identifizieren. Das persönliche Schicksal, die Bewältigung von Problemen und andere emotionale Momente dienen der Identifikation und dem Vergleichsmoment mit der gesehenen Person. Wenn Zuschauer ihre medialen „Vorbilder“ als Vorbilder für das wirkliche Leben annehmen und zum Beispiel für eine Konfliktbewältigung Lösungsmodelle übernehmen, nennt dies der Medienwissenschaftler Klemens Hoppel „Parasoziale Beziehung“⁶⁹

„Es kann somit festgehalten werden, dass die Personalisierung, die Möglichkeit der parasozialen Beziehung, des Vergleichs mit den unprominenten Protagonisten und

69 Hoppel, K. (1993). Parasoziale Interaktion als Spiel. *MONTAGE/ AV 2*, 2. (S. 127-145).

die Chance des Eingreifens in den Fortgang einer Sendung durch Interaktion wesentliche Elemente des Reality TV sind und einen Anreiz zum Zuschauer bilden.“⁷⁰

3.4.2.5.3 Emotionalisierung

Jeder Mensch erlebt täglich verschiedene Arten von Emotionen. Glück, Trauer, Wut, Freude und viele mehr sind sehr persönliche Erfahrungen und intime Momente. Doch Emotionen sind im Hinblick auf Reality TV im übertragenen Sinne „bares Geld wert“. Emotionen werden von Produzenten genutzt und so gibt es heutzutage kaum noch Formate, die nicht zum Mittel der Emotionalisierung greifen, vor allem, um höhere Einschaltquoten zu erzielen. Denn während ein Zuschauer einer „Newsshow“ mit dem Schicksal anderer Menschen konfrontiert wird, kann er im Reality TV oftmals gleich Probleme und Lösungen mitverfolgen. Die erzählte Geschichte wird hier zweitrangig. Wichtig ist der Moment der Emotion, also der Gefühlsausbrüche in jegliche Stimmungsrichtung (Lücke, 2002).

Gary Bente und Bettina Fromm definieren Begriff der Emotionalisierung wie folgt:

„Die Sendungen betonen den emotionalen Aspekt der Geschichten, das persönliche Erleben und Empfinden, weniger die Sachaspekte. Die Gesprächsführung der Moderatoren und die formale Angebotsweise unterstützen diese Tendenz“⁷¹

3.4.2.5.4 Intimisierung

Die Intimisierung bezieht sich auf die privaten Momente der Protagonisten, die im Reality TV zu öffentlichen Momenten werden.

70 Lücke, S. (2002). a. a. O. S.54

71 Bente, G. & Fromm, B. (1998). Tabubruch als Programm? Angebotsweisen, Nutzungsmuster und Wirkungen des Affektfernsehens. In: W. Klingler, G. Roters & O. Zöllner. (Hg.). *Fernsehforschung in Deutschland. Themen-Akteure-Methoden*. (Südwestrundfunk, Schriftenreihe Medienforschung, Band 1, Teilband 2, S. 613-639). Baden-Baden: Nomos Verlag. S. 614

„Weniger auf das narrative Realitätsfernsehen, sondern eher auf die Subgenres des performativen Reality TV trifft das Stichwort der „Intimisierung“ zu. Unabhängig davon, ob es um die Alltagsbeobachtung in einer WG, um einen Heiratsantrag vor Millionenpublikum oder um das spurlose Verschwinden eines Familienangehörigen geht: was früher noch eindeutig im privaten Lebensbereich lag, wie persönliche Probleme und zwischenmenschliche Beziehungen, wird beim performativen Realitätsfernsehen zum öffentlichen Thema.“⁷²

3.4.2.5.5 Stereotypisierung

Der Begriff der Stereotypisierung meint, dass Handlungen und Darsteller in stark beschränkten Zeitfenstern agieren beziehungsweise dargestellt werden müssen, wodurch eine differenzierte Charakterdarstellung oder eine exakte Nachzeichnung von Geschehnissen nicht mehr möglich ist. Dadurch kommt es bei Reality TV Formaten häufig zu klischeehaften Darstellungen von Figuren und standardisierten Handlungsabläufen. Mehr als einen oberflächlichen Eindruck über das Gesehene kann der Zuschauer somit gar nicht erfassen (Lücke, 2002).

3.4.2.5.6 Dramatisierung

Der Begriff Dramatisierung beschreibt, dass jede Handlung im Reality TV möglichst reißerisch dargestellt wird. Jeder Streit im Haus von „Big Brother“, jede Konfrontation mit unliebsamen Personen, aber auch jeder Moment des Glücks wird gezeigt. Alltagsmomente sind nicht interessant.

Zur Steigerung der Dramatik wird auch häufig mit Stilmitteln wie einer spannungsgeladenen Musik, überraschenden Szenenwechseln oder schneller Kameratechnik gearbeitet (Lücke, 2002).

72 Lücke, S. (2002). a. a. O. S.55

3.4.2.5.7 Live-Charakter

Laut Stephanie Lücke (2002) versuchen die meisten Formen des Reality TV, dem Zuschauer eine Live Situation vorzutäuschen. Bei tatsächlich live ausgestrahlten Formaten hat das Fernsehpublikum meist die Möglichkeit, sich interaktiv am Geschehen zu beteiligen (zum Beispiel durch Anrufen, um einen Kandidaten vor der Abwahl zu bewahren).

3.4.2.5.8 Mischung Fiktion-Realität

Auch wenn Reality TV den Anspruch erhebt, Realität abzubilden, so tut es dies doch mithilfe von dramaturgischen Mitteln, wie bereits im Kapitel 3.4.2.5.6 Dramatisierung beschrieben.

„Festzuhalten ist, dass die Subgenres des Reality TV zwar alle dem non-fiktionalen Bereich des Fernsehens zuzuordnen sind, aber dass im Gegensatz zum Konzept des Genrenamens auch fiktionale Elemente in die Darstellung der meisten Sendungen einfließen.“⁷³

3.4.2.5.9 Information und Unterhaltung

Die Medienwissenschaftlerin Elisabeth Klaus (1996) schreibt zum Thema Unterhaltung und Information:

„Die Entgegensetzung von Information und Unterhaltung bestimmt bis heute das Agieren der Medienschaffenden, beeinflusst die Vorstellungen über das Publikum und über Rezeptionsprozesse und fundiert zahlreiche kommunikationswissenschaftliche Studien. Der Dualismus von Information und

73 Lücke, S. (2002). a. a. O. S.57-58

Unterhaltung hat sich in das Denken über Medien eingeprägt. Er spiegelt sich in der Gegenüberstellung von informationsorientierten versus unterhaltungsorientierten Journalismuskonzepten, in der Trennung von Unterhaltungs- und Informationsprogrammen, schließlich auch in der Scheidung in ein informations- und ein unterhaltungssuchendes Publikum. Ich will begründen, warum dieser Dualismus nicht tragfähig ist, sondern im Gegenteil das kommunikationswissenschaftliche Denken behindert und Möglichkeiten versperrt, den journalistischen Handlungszusammenhang und Wirkungsraum neu zu bestimmen. Unterhaltung und Information sind keine Gegensätze, sondern müssen vielmehr als zwei zusammengehörende Elemente im Journalismus neu bedacht werden (vgl. Dehm 1984; Rager/Müller-Gerbes 1992: 16–17).“⁷⁴

3.4.2.5.10 Authentizität und Inszenierung

Reality TV will stets authentisch wirken und so werden selbst tatsächlich inszenierte Szenen oder Textvorgaben gerne als real und uninszeniert dargestellt. Andererseits bedient sich Reality TV auch gerne Inszenierungen wenn es darum geht, tatsächlich Geschehenes nachzustellen. Das performative Realitätsfernsehen lässt gerne eine Erzählung mit real betroffenen Menschen und daher realen Emotionen eine Geschichte erzählen, zu der die Bilder jedoch nachgestellt und inszeniert werden müssen.

Reality TV möchte den Schein wahren, authentisch zu sein, es kommt allerdings ohne Inszenierungen nicht aus und setzt diese gekonnt ein (Lücke, 2002).

74 Klaus, E. (1996). Der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile. *Rundfunk und Fernsehen*, 44 (3). (403-417). Zusammenfassung unter <http://www.springerlink.com/content/h325m58484316517/abstract/> Zugriff am 07.01.2012.

4. Schönheitsoperationen im TV

Schönheitsoperationen und Makeover-Shows wurden im deutschsprachigen TV um die Jahrtausendwende verstärkt zum Thema. Einerseits wurde ästhetische Chirurgie durch verstärkten Konsum zu einer gesellschaftlich akzeptierten und nicht tabuisierten Methode der Selbsttechnologie, andererseits wuchs die Anzahl der Sendungen, die sich mit der Bearbeitung des Körpers beschäftigten. Vor allem Diät-Doku-Serien und sogenannte „turnover“-Sendungen gehören seither zum Medienalltag. Das Fernsehen bietet dort zahlreichen Teilnehmern und Teilnehmerinnen die Möglichkeit, sich in Konkurrenz zu anderen Kandidaten selbst zu optimieren. Wesentlich ist dabei eine permanente Suggestion, dass die Selbstoptimierung der Wille des Teilnehmers ist. Dies wird verstärkt, indem eine stetige Betonung auf der „eigenen Anstrengung“ oder der „eigenen Leistung“ liegt. Daher muss also ein Teilnehmer oder eine Teilnehmerin an der eigenen Person arbeiten, schwitzen und leiden. Dieser Autonomie-Diskurs begleitet Sendungen, die das Arbeiten am Körper thematisieren, zunehmend.⁷⁵

„Die Anerkennungswürdigkeit der Person speist sich aus ihrer filmbaren Arbeit an sich. Dabei wird die Selbstoptimierung im Management-Modus rhetorisch befeuert durch Autonomie-Imperative. Das Tuning der Person soll ja nicht den ‚anderen‘ dienen, soll nicht aufgezwungen sein-vielmehr folgt sie, so die Medienformate, immer den eigenen Wünschen, Vorstellungen, Sehnsüchten und vor allem dem eigenen Willen!“ (Villa, 2008)

Makeover-Shows, wie auch die im folgenden Kapitel behandelte namens „The Swan“, gehören dem Genre der Lifestyle Shows an. Diese sind als Subgenre des Reality TV einzuordnen. Dazu zählen unter anderem auch Kochshows,

⁷⁵ Villa, P. (2008). Habe den Mut, Dich Deines Körpers zu bedienen! Thesen zur Körperarbeit in der Gegenwart zwischen Selbstermächtigung und Selbstunterwerfung. In: P. Villa (Hg.). *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (S. 245-272). Bielefeld: transcript Verlag. S. 261

Heimwerkerformate oder Formate, die eine Transformation des Lebensraumes darstellen.⁷⁶

4.1 „The Swan- endlich schön“

Die erste Staffel der Vorher-Nachher-Realityshow „The Swan“ wurde im Jahr 2004 vom Sender FOX für den amerikanischen Markt produziert und ausgestrahlt. Im Jahr 2004 wurde diese dann mit der Moderatorin Verona Pooth auf Pro 7 gesendet. Der Inhalt war wie im amerikanischen Vorbild, das ja als Vorlage diente, eine Verschönerung von Einzelpersonen. Der Name der deutschen Show war: „The Swan-endlich schön!“ Sie beruhte auf dem gleichnamigen Erfolgsformat aus den USA und setzte dies fast originalgetreu um.

Kandidatinnen und Kandidaten, die sich als hässlich empfanden, wurden zwei Monate lang von Coaches, Ärzten und Beratern begleitet und „schön gemacht“. Diese Veränderung wurde durch verschiedene Körpertechnologien wie gesunde Ernährung, mentales Training sowie nicht-invasive und invasive Eingriffe herbeigeführt. Während dieser Phase war es den Teilnehmern nicht gestattet, in den Spiegel zu sehen, damit sie den langsamen Prozess der Veränderung nicht mitverfolgen konnten. Dem Zuschauer wurde die Verwandlung immer wieder durch Vorher-Nachher-Bilder vor Augen geführt.

Nach einer heftigen öffentlichen Diskussion über Schönheits-OP-Shows im deutschen Fernsehen reagierte der Sender, indem er die Show nicht wie geplant um 20.15 Uhr, sondern erst um 21.45 Uhr ausstrahlte. Die Zuschauerzahlen für diese Makeover-Show waren für den Sender befriedigend.⁷⁷

Diese Sendung ist ein Beispiel für die stetig populärer werdende Präsenz von Schönheitsoperationen im Fernsehen.

76 Surma, H. (2006). *Selbsttechnologien/Medientechnologien: Transformationen des Selbst in Film- und Fernsehen*. Schriftliche Hausarbeit zur Magisterprüfung der Fakultät für Philologie an der Ruhr-Universität Bochum. S. 20-21

77 Reufsteck, M. & Niggemeier, S. (2005). *Das Fernsehlexikon. Alles über 7000 Sendungen von Ally McBeal bis zur ZDF Hitparade*. Goldmann Verlag.

4.2 Der Vorher/ Nachher Effekt



.Abb. 3 Werbesujet für den Vorher/Nachher Effekt

Verfügbar unter: <http://blog.tagesanzeiger.ch/outdoor/index.php/15233/der-einzig-wahre-schlankmacher/>. Zugriff am 21. 02.2012 um 14:16:00

In „The Swan-endlich schön!“ werden die Kandidatinnen einem Transformationsprozess unterzogen. Um diesen für den Zuschauer spannend zu gestalten muss ein „Vorher“ ebenso gezeigt werden wie ein „Dazwischen“/ „Während“ und ein „Nachher“. Dies ist besonders wichtig, um die Größe der Veränderung, die durch das Format bewirkt wurden für den Zuschauer erlebbar und begreifbar zu machen.

Während klassische Vorher-Nachher Sujets im Printbereich (siehe Abbildung 3) alleine das Ergebnis der Transformation zeigen nützt dieses Format die Möglichkeit, jeden Schritt der Veränderung sowie auch dabei entstehende Emotionen zu zeigen.⁷⁸

⁷⁸ Seier, A. & Surma, H. (2008). Schnitt-Stellen - mediale Subjektivierungsprozesse in The Swan. In: P. Villa (Hg.). *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (S. 173-198). Bielefeld: transcript Verlag. S. 183

4.3 Vorher

Um die Kandidatinnen einzuführen und dem Zuschauer das Unbehagen des einzelnen Protagonisten in seinem Körper im Alltag nachvollziehen lassen zu können wird zu Beginn der Sendung das soziale Umfeld der einzelnen Kandidatinnen vorgestellt.

Dabei wird speziell auf Probleme der Teilnehmerinnen eingegangen, die scheinbar aufgrund der äußerlichen Mängel entstanden sind oder aufgrund dieser nicht zu beheben sind.⁷⁹

Die Teilnehmerinnen sind alle davon überzeugt, ihre Lebensumstände durch eine optische Veränderung innerhalb dieser Show verbessern zu können und erzählen von ihren Wünschen und Hoffnungen, die sie an die Transformation ihres Selbst hängen.

Daraus resultiert ein Handlungsbedarf, der nun als logische Konsequenz der gezeigten Leidensgeschichte, den Auftritt von Experten zur Folge hat.

„Das Vorher in The Swan- endlich schön stellt weder einen vorgängigen bzw. vor-medialen Ist-Zustand, noch eine reine Erfindung des Formates dar. Vielmehr konstituiert sich dieses (notwendig defizitäre) Vorher der Schnittstelle von Experten/innen- und Kandidaten/innenwissen, im Prozess seiner jeweiligen performativen, medialen Herstellung.“⁸⁰

Die Mischung aus folgenden drei Sichtweisen führt also das Fernsehpublikum in jede einzelne „Leidensgeschichte“ ein und lässt den Zuschauer eine Beziehung zum Kandidaten, sowie ein Interesse an der nun folgenden Transformation entstehen:

- Die Erzählungen der Kandidaten/innen über ihre Situation, ihre Gefühle und ihre Wünsche
- Die Schilderung des Umfeldes der Kandidaten/innen und deren Wortmeldung zur aktuellen Problemsituation der Kandidaten/innen

79 Seier, A. & Surma, H. (2008). a. a. O. S. 183

80 Surma, H. (2006). a. a. O. S.31

- Die ersten Fachkommentare von Experten und das von den Experten ausgearbeitete, individuelle Programm zur Veränderung der jeweiligen Kandidaten/innen. (Surma, 2006)

4.4. Verdeutlichung der Defizite

Der Expertise der Fachleute entsprechend werden die zu verbessernden Themenkreise in 4 Bereiche unterteilt:

- Chirurgie
- Zahnbehandlung
- mentales Training
- Fitness (Surma, 2006)

Für den Zuschauer ist es wesentlich, durch eine anerkannte Autorität ein Feedback zur Veränderung des Körpers zu bekommen. Dadurch entsteht die Versicherung, dass der in Erwägung gezogene oder gewünschte Eingriff und somit die Veränderung tatsächlich sinnvoll ist. So wird zum Beispiel durch die Zustimmung eines Chirurgen zu einer Nasenoperation, indem er diesen Wunsch als „nachvollziehbar“ beurteilt eine für den Zuschauer kompetente Meinung eines Experten dargestellt, die nicht weiter anzuzweifeln sei (Seier, Surma 2008). Sie analysieren auch die medienspezifischen Strategien zur Konstitution von Expertenwissen:

„Die Experten/innen des Fernsehformates werden stetig als Instanzen des Wissens um die Probleme der Kandidatinnen und somit als über einen privilegierten Zugang zu ihrem vorgeblich `wahren` Selbst verfügend konstruiert. Mit anderen Worten: Die Experten/innen scheinen in der Lage, dem Wunsch nach einer Transformation, für welche den Kandidatinnen jedoch das Wissen, die Fähigkeit und Fertigkeit (noch) fehlen, mit gezielten und auf Effizienz ausgerichteten Problemlösungsstrategien zu antworten.“⁸¹

81 Seier, A. & Surma, H. (2008). a. a. O. S. 188

Eine weitere Veranschaulichung der Defizite wird über Tafeln geführt, auf denen der jeweils zu behandelnde Bereich als Überschrift gebracht wird um darunter die Maßnahmen zur Veränderung des Selbst der Kandidatin darzustellen. Daneben wird ein Bild der Kandidatin gebracht, in dem der zu behandelnde Bereich vergrößert hervorgehoben wird um das Problem hervorzuheben. Der Zuschauer wird hier durch zahlreiche mediale Techniken wiederholt auf das Problemfeld des Kandidaten hingewiesen und auf allen Ebenen (Voice Over- Schrift- Bild/Grafik) adressiert. (Seier, Surma, 2008)



Abb. 4 Darstellung des Defizites einer Kandidatin aus dem Bereich Zahnbehandlung

Verfügbar unter: <http://www.birgitrichard.de/hc/sgd/zpics/TheSwan10%5B1%5D.jpg>. Zugriff am 22.02.2012 um 11:40:00.

4.5 Die Spiegelszene

Bei der Teilnahme an "The Swan - endlich schön!" begeben sich die auserwählten Kandidatinnen für drei Monate in ein Camp, in dem es keinen einzigen Spiegel gibt. Während sie also am eigenen Erscheinungsbild arbeiten, können sie selbst die kleinen Fortschritte nicht mitverfolgen. Umso höher wird die Erwartung, was wohl in

welcher Form verändert sein könnte. Die Szene, in der die Kandidatin sich selbst vor einem Spiegel das erste Mal sieht gilt als der Höhepunkt der Sendung und wird auch bis zum Zeitpunkt der Ausstrahlung dieser Sequenz konstant beworben.

Erst am Ende der Show wird den Teilnehmerinnen vor laufenden Kameras ein Blick in den Spiegel gewährt. Unter Freudentränen oder während Zusammenbrüchen kommentieren die Frauen ihre neue Nase oder die vergrößerten Brüste mit Äußerungen wie: "Ich bin schön! Ich bin wirklich schön!"

Da die Spiegelszene den Höhepunkt der Show darstellt, muss sie auch entsprechend inszeniert werden.⁸²

Seier, A. und Surma, H. (2008) haben diesen Inszenierungsablauf und darin eingesetzte mediale Techniken analysiert.

Zuerst schreitet die Kandidatin über einen roten Teppich dem Spiegel entgegen. Während dieses Ganges wird nach und nach der Teilnehmerin das veränderte Selbst enthüllt. Ein kurzes Interview mit der Moderatorin der Sendung unterbricht den Gang für einige Minuten. In diesem Gespräch bekommt die Teilnehmerin, die noch immer keine Vorstellung von ihrem veränderten Selbst hat, von der Moderatorin eine erste positive Beurteilung über ihr Erscheinungsbild.

Die nun vom Zuseher mit noch mehr Spannung erwartete Szene des Erkennen des veränderten Selbst kommt nun näher, da sich die Kandidatin letztlich vor dem Spiegel positioniert. Dort vollzieht sich dann ein klimatischer Wandel und in dem Moment, in dem die Teilnehmerin in den Spiegel blickt, nimmt die Kamera die Position des Spiegels ein. Der Zuseher wird nun frontal mit der gesamten Bandbreite der Emotion der Kandidatin konfrontiert und darf unvermittelt miterleben, was in der so veränderten Person vorgeht.

82 Seier, A. & Surma, H. (2008). a. a. O. S. 190f



Abb. 5 Spiegelszene- Die Kamera übernimmt für den Fernsehzuschauer die Position des Spiegels
Verfügbar unter:

http://www.prosiebende/lifestyle_magazine/swan/gallery_video/popup_gallery/07813/index_18.php

vom 07.05.2006 In: Seier, A. & Surma, H. (2008). a. a. O. S. 190

Typische Reaktionen neben dem beinahe obligaten Tränenausbruch und der Fassungslosigkeit über das veränderte Aussehen ist ein Ertasten des Gesichtes um sicherzugehen, dass es sich um das eigene Konterfei handelt sowie eine vorsichtige Annäherung an den Spiegel um das neue Ich langsam und mit Bedacht zu begreifen. Der Moment des Blickes in den Spiegel lässt sich als einen Moment der Konstitution eines gänzlich ‚neuen‘ Selbst lesen. Dieses neue Selbst ist das Ergebnis der innerlichen wie auch äußerlichen Optimierung innerhalb eines Medienformates. (Seier, Surma, 2008)

4.6 Die Experten

Die Experten, die in „The Swan- endlich schön!“ als Team inszeniert werden, erfüllen für das Format zwei Funktionen: einerseits wird wie schon im Kapitel „4.2.4. Verdeutlichung der Defizite“ das Bedürfnis der Zuschauer/innen nach Legitimierung der gezeigten Handlungen damit befriedigt, andererseits geben Experten durch ihr Wissen während der Sendung „Lob und Tadel“ an die Protagonisten weiter, was zur Meinungsbildung im Publikum beiträgt.⁸³

Weiters urteilen die Experten auch über die Fortschritte der einzelnen Kandidatinnen und treffen die Entscheidung über die Gewinnerin. Daher sind diese maßgeblich für die Meinung der Zuschauer. Paradox erscheint nur, dass die Experten durch die Bewertung der Kandidatinnen zugleich auch ihre eigene Leistung beurteilen.⁸⁴

Damit bleibt auch die Frage dahingestellt, ob die Experten tatsächlich nach eigenen Meinungen agierten oder ob sie als Sprachrohr von Pro 7 vorausgewählte Themen mit vorgefertigten Meinungen für den Zuschauer zu präsentieren hatten. Denn es ist dem Format anzusehen, dass es den Experten/innen stark um die Inszenierung der eigenen Person als Experte geht, und die Kandidatinnen nur Mittel zum Zweck zu sein scheinen. Somit profitieren die Experten durch das Format, indem sie es als Plattform für Prestige, Eigenwerbung und finanziellen Erfolg nutzen (Hartmann, 2006).

Die Kandidatinnen haben keinen wirtschaftlichen Nutzen aus dem Format. Das neue Selbst ist der einzige Nutzen, der als große Leistung der einzelnen Kandidatin dargestellt wird. Tatsächlich verlieren die Kandidatinnen, indem sie sich vor den Augen eines Millionenpublikums zu einem dem Schönheitsideal seiner Zeit entsprechenden Wesen trimmen lassen, letztlich ihre Würde und Selbstbestimmung (Hartmann, 2006).

83 Hartmann, C. (2006). Die besondere Rolle der Experten in „The Swan- endlich schön!“ In: U. Prokop & M. Jansen (Hg). *Doku-Soap, Reality-TV, Affekt-Talkshow, Fantasy-Rollenspiele* (S. 209-242). Marburg: Tectum-Verlag. S.209-210

84 Hartmann, C. (2006). a. a. O. S.228-232

Christine Hartmann stellt Kandidatinnen und Experten in einer tabellarischen Form gegenüber (vgl. Abb. 6). Anhand dieser Tabelle lässt sich deutlich erkennen, dass zwischen den Kandidatinnen und dem Expertenteam ein starkes Gefälle innerhalb der Inszenierung der Personen vorherrscht.

Unterscheidungsmerkmal	Experten (Modelle der Selbst-Darstellung)	Kandidatinnen (zur Schau gestellt)
Geschlecht	Männlich (mit einer Ausnahme, die jedoch abgewertet wird)	Weiblich
Präsentation	Subjekte	Objekte
Aktionsform	Aktivität	Passivität (bedingt)
Habitus	- der Erfolgreichen	- der Hilfesuchenden
Verhalten	Stellen Regeln auf, sitzen über die Kandidatinnen zu Gericht, loben und strafen	Unterwerfen sich den Regeln und einem rigiden Schönheitsmodell
Modell	Retter	Leidende
Sprache/ Kommunikation	Versachlichend	Gefühlsbetont
Kritikbezug	Über Kritik erhaben	Harscher Kritik unterworfen, Eindruck totaler Gefangenschaft
Verkörperung	Wissenschafts-Typus	Preisgabe der Intimität
Assoziation	Herren	Sklavinnen

Abb. 6 Gegenüberstellung von Kandidatinnen und Experten ⁸⁵

Zunächst lässt sich an dieser Tabelle die stark geschlechterspezifische Rollenverteilung ansehen. Das Expertenteam ist, bis auf eine Person, männlich. Die Kandidatinnen sind durchwegs Frauen.

Die Experten, die als Wissenschaftler, Profis und Erfolgsmenschen inszeniert werden stehen in starkem Gegensatz zu den als leidend und verzweifelt inszenierten Kandidatinnen. Der Erfolg, den die Experten bereits haben, ist das wonach sich die

⁸⁵ Hartmann, C. (2006). a. a. O. S.233

Kandidatinnen sehnen und was sie über die Veränderung des Äußeren herbeiführen

zu können glauben. So ordnen sie sich kritiklos den Anweisungen der Profis unter und unterwerfen sich den Regeln eines Teams, das sie jeglicher Eigenständigkeit und Selbstverantwortung enthebt.

Die Entblößungen und Inszenierungen der eigenen Defizite, auch über die eigenen Schamgrenze hinaus, wird von den Kandidatinnen als notwendiges Mittel wahrgenommen, um das letztendlich so begehrte Ziel der Selbst-Optimierung zu erreichen (Hartmann, 2006).

Denn als Grund für die Teilnahme bei Sendungen wie „The Swan“ nennen fast alle Kandidatinnen mangelndes Selbstbewusstsein, ein negatives Selbstbild und die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper.

Während die Kandidatinnen als Objekte inszeniert werden, von denen der Zuschauer vermeintlich alles weiß und kennt, agieren die Experten als Subjekte, deren Schamgrenze, Intimität sowie Privatleben unangetastet und unbekannt bleiben.

Aufgrund dieser enormen Passivität der Kandidatinnen und der dominanten Darstellung der Experten assoziiert Hartmann damit sogar das Bild von der Kandidatin als „Sklavin“ und dem Experten als „Herr“.⁸⁶

Die Experten werden also als unfehlbare Profis auf ihrem jeweiligen Fachgebiet inszeniert, deren Meinung über jegliche Kritik erhaben ist. Hartmann sieht das als die Sehnsucht vieler desorientierter Menschen in Zeiten der Globalisierung.

Verantwortung an Experten zu delegieren entbindet von der Verantwortung, eine eigenständige Meinung bilden zu müssen.

Überdies lässt das Konzept von Belobigung und Abmahnung Assoziationen an eine Vater-Kind Beziehung zu, ebenso wie die unerschütterliche Macht des Wissens um die Lösung eines Problems Geborgenheit vermittelt.

Christine Hartmann kommt zu dem Schluss:

„Überzeugen können die Experten nicht. Allzu offensichtlich sind sie in erster Linie daran interessiert, sich in den Mittelpunkt zu rücken. Wo die Selbstinszenierung der Teammitglieder aufhört und ihre Inszenierung durch den Sender anfängt, bleibt offen,

86 Hartmann, C. (2006). a. a. O. S.235

zumal die Grenzen fließend sind.

Festzuhalten bleibt insgesamt eine Inszenierung von Macht und Autorität, die sich zu Lasten der Kandidatinnen und ZuschauerInnen auswirkt: ein System der Gegensätze.“⁸⁷

87 Hartmann, C. (2006). a. a. O. S.239

5. Ein Leben für die Schönheit

Der österreichische Privatsender ATV produzierte zwischen 2010 und 2011 zwei Staffeln der Reality Show „Ein Leben für die Schönheit“. Die erste Staffel umfasst acht Folgen, die zweite Staffel weitere elf Episoden.

Bei „Ein Leben für die Schönheit“ handelt es sich um keine klassische Makeover Show. Es werden Patienten auf ihrem Weg zum Schönheitschirurgen begleitet und Ärzte in ihrem privaten und beruflichen Umfeld gezeigt. Vorher-Nachher Inszenierungen werden jedoch ausgespart. ATV beschreibt den Inhalt der Sendung wie folgt:

„Wie gestaltet sich das Leben der Schönheitschirurgen, wie arbeiten sie, wie verbringen sie ihre Freizeit, wer gehört zu ihrem Freundeskreis? ATV begleitet die Menschen, die mit den Reichen verkehren und sie zu Schönen machen... Sie modellieren den menschlichen Körper bis zur Perfektion. Ob neue Brüste, künstliche Pos oder Gesichtsstraffungen, keine Operation ist ihnen zu schwierig. Wie lebt ein Mensch der durch eine sieben Tage Woche hetzt, von Operation zu Operation, und wie schaut sein Familienleben aus? Die Serie begleitet vier Schönheitschirurgen durch ihren Alltag, zeigt schwierigste Operationen, glückliche Patienten und das oft vernachlässigte Privatleben der Ärzte.“⁸⁸

Diese Inhaltsbeschreibung deckt sich nicht ganz mit dem tatsächlichen Inhalt. Nicht nur die „Reichen und Schönen“ werden beim Gang zum Schönheitschirurgen begleitet. Auch Einzelschicksale von nicht-prominenten Menschen werden gezeigt. Alle Folgen der Sendung sind auf der Homepage von ATV permanent abrufbar. Die Zuschauer haben dort auch die Gelegenheit, mittels „Posts“ ihre Gedanken zum Thema zu diskutieren. Sehr oft beschreiben Zuseher in diesen „Posts“ eigene Erfahrungen, oder wollen sich für die Sendung bewerben.

⁸⁸ Ein Leben für die Schönheit – Alltag der Schönheitschirurgen. Verfügbar unter: <http://atv.at/programguide/2010/2/28/tag> Zugriff am 14.03.2012.

Die folgende Reihe von Postings wurde während der Ausstrahlung der zweiten Staffel geschrieben:⁸⁹



von [sophia33](#) 16.04.2011 | 16:46

Hallo! Ich habe mir vor gut 2 Jahren den Busen bei Dr. Jörg Knabl vergrößern lassen. Vom ersten Gespräch an bis zur Endkontrolle war die Betreuung perfekt! Frau Knabl war mir mit ihrer herzlichen Art und ihrer Erfahrung ebenfalls eine große Hilfe! Ich fühlte mich bestens aufgehoben und informiert! Es blieben keinerlei Fragen mehr offen! Ich würde mich jederzeit wieder für Dr. Knabl entscheiden! Lg Sophia

[Kommentieren](#)Melden



von [speedy62](#) 06.04.2011 | 21:07

Artur ich liebe dich!!!

[Kommentieren](#)Melden



von [beba87](#) 14.03.2011 | 19:06

Hey, ich würde alles im Fernsehen operieren lassen, was nötig ist um perfekt auszusehen. Kann man sich irgendwo bewerben??? Ich tue es sofort!! Wäre wirklich sehr gerne dabei. Lg Sandra

[Kommentieren](#)Melden



von [Anny66](#) 07.02.2011 | 00:21

ich möchte sogern dabei sein, wie und wo kann ich mich bewerben? lg

[Kommentieren](#)Melden

89 Ein Leben für die Schönheit – Alltag der Schönheitschirurgen (3). Verfügbar unter: <http://atv.at/contentset/672239-ein-leben-fuer-die-schoenheit/672235/0/1> Zugriff am 14.03.2012.

5.1 Die grafische Sendungsverpackung von „Ein Leben für die Schönheit“



Abb. 7 Die grafische Verpackung von „Ein Leben für die Schönheit“⁹⁰ verfügbar unter:
http://www.atv2.at/static/assets/tvnext_asset_image/sidebranding_image/2152197.jpg

5.1.2 Vorspann

Gleich zu Beginn wird durch die grafische Einleitung des Formates eine klare Botschaft signalisiert, nämlich dass Schönheit machbar und herstellbar ist.

Sabine Maasen (2005)⁹¹ beschreibt Schönheitsoperationen als Teil einer Kultur des Selbst, die Schönheit mit beliebigen Mitteln und Methoden, invasiv und nicht invasiv, herzustellen versucht. Der Vorspann leitet das Thema Schönheitsoperationen in genau diesem Sinne grafisch gekonnt ein.

In Pastellfarben und schwarz gehalten wird in Bildmitte das grafisch überarbeitete Bild einer Frau gezeigt, deren Busen gleich dem Ravensburger Klassiker „Mix Max“ mehrmals ausgetauscht wird. Diese Austauschsequenzen werden jeweils durch

90 Abb.7 Die grafische Verpackung von „Ein Leben für die Schönheit“ verfügbar unter:
http://www.atv2.at/static/assets/tvnext_asset_image/sidebranding_image/2152197.jpg
Zugriff am 20.3. 2012

91 Maasen, S. (2005). Schönheitschirurgie. Schnittflächen flexiblen Selbstmanagements. In: B. Orland (Hg.). *Artifizielle Körper – Lebendige Technik. Technische Modellierungen des Körpers in historischer Perspektive* (S. 239-260). Interferenzen 8. Zürich: Chronos

Geräusche untermalt, die wie Messer klingen. Hier wird bereits auf die invasive Herstellung von Schönheit hingewiesen. Verstärkt wird der Hinweis auf ein Format, in dem herstellbare Schönheit als tabulose Selbstverständlichkeit gezeigt wird durch einen Schriftzug links neben der Frauengestalt. Zu Beginn ist der Schriftzug negativ.

„Not“ steht neben dem Bild der nicht veränderten Frau. Nachdem der Busen zum letzten Mal getauscht wurde ändert sich dieser Schriftzug in „Hot“.

Die gleiche Inszenierung wiederholt sich danach ein zweites Mal mit einem weiblichen Gesicht. Hier werden nun die Lippen ausgetauscht (operiert) und der Schriftzug wandelt sich von „oh no“ zu „kiss“.

Letztendlich wird noch eine dritte Sequenz gebracht, die wiederum eine Frau zeigt. Diesmal werden die Rundungen des Beckens ausgetauscht, was mit einer Veränderung des Schriftzuges von „no go“ zu „yeah!“ einhergeht.

Final wird das Sendelogo/der Titel ins Bild gerückt. Untermalt wird der gesamte Vorspann mit einer naiv, skurril anmutenden, jedoch durchaus positiv besetzten Musik.

Der Zuseher wird im Vorspann auf mehreren Ebenen angesprochen, von denen jede Einzelne die gleiche Botschaft trägt: Schönheitsoperationen sind gut.

Die wesentlichen Merkmale sind:

- stilisierte Bilder von Frauen werden durch Austausch einzelner Körperteile, nach den Regeln des allgemeinen Schönheitsempfindens, verbessert. Selbst die kurzen, wie Messer klingenden Soundeffekte können das positive Empfinden bei der Veränderung nicht stören.

- Schriftzüge verstärken durch den Wandel von negativem zu positivem Inhalt die Bereitschaft, an eine Verbesserung durch Schönheitsoperationen zu glauben.

- Die Musik ist fröhlich und unbeschwert.

Der Vorspann ist generell auf ein weibliches Zielpublikum ausgerichtet. Die Farbgestaltung, sowie die grafische Aufmachung der Figuren und Formen sind feminin. Ein Mann wird nicht gezeigt.

5.2 Die Ärzte

Für die Ärzte bietet „Ein Leben für die Schönheit“ eine ideale Fläche um sich zu inszenieren. Zu der Beschreibung der Rolle, Inszenierungsformen und Wirkung der Experten in „The Swan- endlich schön!“ von Christiane Hartmann lassen sich einige Parallelen zu „Ein Leben für die Schönheit“ herstellen.

5.2.1 Die Expertengläubigkeit

Christine Hartmann schreibt:

„Die in unserer oft orientierungslos gewordenen Gesellschaft feststellbare Expertengläubigkeit wird in THE SWAN ausführlich zelebriert. Das spiegelt die Sehnsucht vieler desorientierter Menschen in Zeiten der Globalisierung wider. Verantwortung an Experten abzutreten, entlastet im realen Alltag wie im Fernsehen. Väterlichkeit, Kontinuität und die Darstellung von unerschütterlichem Selbstvertrauen und Wissenschaftlichkeit sorgen für Geborgenheit. Bestrafungs- und Belobigungsrituale sind Bestandteile dieses Konzepts.“⁹²

In „Ein Leben für die Schönheit“ besteht das Expertenteam aus vier Ärzten. Jeder von diesen Ärzten behandelt jedoch andere Patienten. Es gibt also keinen „runden Tisch“, bei dem sich mehrere Experten über einen Patienten beraten. Trotzdem werden die Ärzte wie in „The Swan“ als unfehlbare Spezialisten in ihrem Fachgebiet inszeniert. Die bis auf eine Ausnahme männlichen Chirurgen scheinen die Patentlösung für jedes Problem bieten zu können.

Die Behandlungssituation wird bei Prominenten und Nichtprominenten ähnlich inszeniert.

Patienten die einen der Ärzte aufsuchen, werden zuerst nach ihren Wünschen gefragt. Dabei erfährt der Arzt die psychologischen Hintergründe, die den Schritt zum

92 Hartmann, C. (2006). a. a. O. S.238

Chirurgen ausgelöst haben. Diese Nachfrage ist jedoch stets so oberflächlich gehalten, dass keine tatsächliche Beurteilung über die Sinnhaftigkeit eines invasiven Eingriffs für einen Patienten möglich sein kann.

Im weiteren Gesprächsverlauf wird dann abgeklärt, was der Wunsch der Patienten ist und ob dieser sinnvoll umsetzbar sei. Eine psychologische Beratung wird nicht gezeigt. Die Fachkompetenz des Arztes wird dadurch hergestellt, dass er sofort nach einem scheinbar kurzen Gespräch eine Lösung bereitstellen kann.

Die Lösung für die Probleme der Patienten sind dann entweder eine sofortige Analyse der Machbarkeit und Umsetzbarkeit der Wünsche, oder ein Abraten vom Eingriff. Die Verweigerung des Eingriffes lässt den Experten besonders kompetent erscheinen, da er sich hier ja auch einer Verdienstquelle selbst verweigert und somit vom Zuseher als besonders seriös eingestuft wird. Dr. Knabel rät beispielsweise einem Model von einer Fettabsaugung am Bauch ab und rät der jungen Frau zu einer Diät.

Beide Lösungsansätze des Arztes erzeugen beim Zuseher Vertrauen in die Fachkompetenz des Experten.

5.2.2 Das Ärzteteam

Auf der Homepage von ATV werden die Ärzte begleitend zur Sendung wie folgt präsentiert:



Dr. Dagmar Millesi

"Gesundheit und Wohlbefinden des Patienten in Übereinstimmung mit meiner ärztlichen Verantwortung sind die wichtigsten Ziele meiner Arbeit."

"Auf ein ausführliches, persönliches und qualitativ hochwertiges Beratungsgespräch lege ich größten Wert."



Dr. Jörg Knabl

Mit der Kamera wurde auch das Ehepaar Knabl begleitet. Sissi Knabl bezeichnet sich selbst als Visitenkarte ihres Mannes, da er sie schon mehrmals operiert hat und sie gerne bereit ist, auch öffentlich über ihre Beauty Operationen zu sprechen. Für Dr. Jörg Knabl war es kein Problem, seine Frau selbst zu operieren.

Als Sachverständiger kennt Dr. Knabl alle Seiten der Schönheitschirurgie, sollte sich eine seiner Töchter operieren lassen wollen, so würde er auch das lieber selbst machen und bei Bedarf zum Beispiel die Brust vergrößern.



Dr. Romed Meirer

Dr. Romed Meirer (39) ist Facharzt für plastische, ästhetische und rekonstruktive Chirurgie mit Leib und Seele. Schon als junger Student hatte der gebürtige Tiroler nur ein Ziel: Sein Können in den Dienst der Schönheit zu stellen. Ausbildungen und Lehrgänge an den besten Universitäten in Österreich, Spanien, Deutschland und in den USA haben ihn so qualifiziert, dass er mit nur 33 Jahren bereits seinen Facharzt gemacht hat. Ob Nasenkorrektur, Handverjüngung, Facelift, Bauchstraffung oder Brustvergrößerung, zu operieren empfindet der passionierte Skifahrer als Meditation. Mehr als zwölf Stunden täglich verbringt er in seiner Ordination im Kursana Gesundheitszentrum in Wörgl. Mit Humor und Menschlichkeit führt er seine Praxis

und sein OP Team. Herz und Einfühlungsvermögen stehen bei ihm an erster Stelle. So nimmt er seinen Patienten nicht nur die Angst vor der OP, sondern spendet auch zuweilen Lebenshilfe.



Dr. Artur Worseg

Dr. Worseg hat in seiner Karriere bereits tausende weibliche Brüste geformt. Er arbeitet Tag und Nacht, um seine teure Ordination, seine vielen Mitarbeiterinnen und sein Anwesen mit angeschlossenem Heurigen zu erhalten. Seine Beziehung blieb dabei auf der Strecke, auch Freunde, sagt er, hat er keine.⁹³

Jeder Arzt wird zusätzlich zu seiner Homepage verlinkt. Diese Präsentation bietet zusätzlich zu der ohnehin starken Werbung durch die Ausstrahlung der Sendung eine weitere Werbefläche für die Chirurgen.

Da die Chirurgen die Operationen, die im TV gezeigt werden, meist kostenfrei durchführen, erfüllen diese Verlinkungen jedoch auch den Zweck, Zuseher auf die Homepage zu bringen, um Protagonisten zu finden. Auf ihren Homepages werben die Ärzte mit Sonderkonditionen für Operationen, falls man sich bereiterklären würde diese vor der Kamera durchführen zu lassen.

93 Ein Leben für die Schönheit – Alltag der Schönheitschirurgen (3). Verfügbar unter: <http://atv.at/contentset/672239-ein-leben-fuer-die-schoenheit-1> Zugriff am 14.03.2012.

Die privaten Portraits der Ärzte zeigen die Experten in ihrem Alltagsleben. Hier wird der Luxus gezeigt, den die Arbeit rund um die Schönheit erzeugt. Villen, große Autos, teure Hobbys und Einkäufe sowie Partys rund um die vier Chirurgen werden gezeigt. Durch die Inszenierung dieses luxuriösen Privatlebens werden die Ärzte als doppelt privilegiert dargestellt: Sie haben einerseits die Machbarkeit der Schönheit in der Hand und sind dadurch auch reich. Und genau diese beiden Themen „Reich und Schön“ machen sie für den Zuseher zu „Übermenschen“, zu Stars. So lässt sich beispielsweise Frau Dr. Millesi mit einem teuren Wagen zum Tennisplatz bringen und es wird erzählt, dass sie sich hierfür oft einen Chauffeur nimmt. Und auch das offensichtliche Nahverhältnis zu Prominenten aus der „Society“ wird gezeigt, wodurch das Gefühl erzeugt wird, der Arzt selbst sei Teil ebendieser Gesellschaft.

So operiert Dr. Artur Worseg den Busen von „It-girl“ Nina Bruckner und plaudert während der Voruntersuchung über private Themen, die auf einen engeren privaten Kontakt schließen lassen.



Abb. 8 Dr. Artur Worseg behandelt Nina Bruckner⁹⁴

Ein anderes Beispiel zeigt Dr. Knabel und einen Wiener „Promifrisör“. Der Frisör und der Arzt sind offensichtlich gut bekannt und duzen einander. Die Vertrautheit mit Prominenten wird jedoch nicht nur in der Praxis inszeniert. Auch im Privatleben lassen sich die Ärzte gerne als Teil der „Society“ inszenieren. So spielt Dr. Dagmar Millesi mit Andrea Fendrich (medial bekannt als Exfrau des österreichischen Sängers Reinhard Fendrich) Tennis zur Erholung oder Arthur Wörgele lädt in seinem eigenen Heurigen zur Weinverkostung ein, bei der zahlreiche Prominente erscheinen.

5.3 Die PatientInnen

Die zum großen Teil weiblichen Patienten müssen zu Beginn in Prominente und Nicht-Prominente untergliedert werden. Diese Unterscheidung ist wesentlich, da diese zwei Gruppen unterschiedliche Gründe haben in der Sendung „Ein Leben für die Schönheit“ in Erscheinung zu treten und sich dem invasiven Eingriff zu unterziehen.

5.3.1 Prominente PatientInnen

Für Menschen des öffentlichen Interesses bietet „Ein Leben für die Schönheit“ mehrere Möglichkeiten. Einerseits können weniger bekannte Personen durch einen Auftritt in der Show eine breite Werbefläche gewinnen und die Aufmerksamkeit des Fernsehpublikums erhalten. Andererseits können Prominente durch einen Auftritt ihre aktuellen Produkte oder schlichtweg sich selbst bewerben.

Die Tatsache, dass beide Möglichkeiten mit einem invasiven Eingriff in den eigenen Körper einhergehen wird scheinbar außer Acht gelassen oder gar als „willkommen“ wahrgenommen, da man davon ausgehen kann, dass auch Prominente Sonderkonditionen erhalten, wenn sie sich bei einem der Ärzte für eine Show behandeln lassen.

Hier wird also die im Kapitel über soziologische Aspekte (Kapitel 1) angesprochene Selbsttechnologie und Selbstermächtigung weiter geführt. Die prominenten PatientInnen bei „Ein Leben für die Schönheit“ unterziehen sich nicht einer Operation, um dem allgemeinen Schönheitsbild zu entsprechen, da sie dies ohnehin bereits getan haben und oft auch diesem Ideal entsprechen (als Beispiel dient hier

die bereits erwähnte Nina Bruckner). Diese Prominenten TeilnehmerInnen setzen sich für die Kamera einem invasiven Eingriff aus um dadurch Medienpräsenz zu erlangen. Der Körper ist damit degradiert. Er hat ausschließlich die Funktion, die begehrte Aufmerksamkeit zu gewinnen und wird dafür ohne Rücksicht auf Risiken (die Risiken einer Operation) oder das eigene Schamgefühl (die PatientInnen werden oft wenig bekleidet gezeigt und auch Aufnahmen beim Erwachen aus einer Narkose werden gezeigt, bei denen die PatientInnen noch stark beeinträchtigt von der vorangegangenen Operation sind) eingesetzt.

Für die Ärzte wie auch für die Show sind prominente PatientInnen ein Glücksfall. Gerade wenn TV Sternchen ihre Brüste zeigen oder Pornostars (in Folge zwei bei Dr. Knabl) ihre Brüste straffen wollen wird das öffentliche Interesse angeregt. Begleitartikel in Printmedien und Interviews mit den KandidatInnen schüren das Interesse an der Sendung.

Der folgende Bericht erschien begleitend zur ersten Staffel von „Ein Leben für die Schönheit“ und zeigt, wie der Einsatz von Prominenten die Promotion für die Show dadurch verstärkt.

„ATV-Doku

Bambis Busen-OP in TV-Doku

jetzt waren ihre Rundungen knapp verpackt in heißen Outfits zu bewundern. Doch jetzt zeigt Nina „Bambi“ Bruckner (27) alles. Für die neue ATV-Dokusoap **„Ein Leben für die Schönheit“** über die Arbeit der heimischen Beauty-Doktoren (ab 11. Februar, 20.15 Uhr) legte sie sich beim Arzt ihres Vertrauens, Artur Worseg, unters Messer.

„Ich habe mir den Busen liften lassen, da er nach der Geburt meiner Tochter Larissa etwas gehangen ist.“

Österreich ist bei Busen-Op dabei

Und das gleich vor den Augen ganz Österreichs. Dabei wird es selbst der zeigefreudigen Society-Sirene etwas mulmig. „Ja, ich weiß nicht, wie viel man wirklich sieht. Wenn man zeigt, wie Artur mich aufschneidet, dann werde ich mir das sicher nicht anschauen.“ Auch der Busen-Blitzer ist ihr unangenehm. „Es war eigentlich ausgemacht, dass man nur die abgeklebte Brust zeigt. Aber ich habe mich darum dann nicht mehr gekümmert ...“

Streit mit Prinz?

Den Eingriff selbst hat Bambi nicht miterlebt. „Ich war unter Narkose – durfte aber nach einer Stunde nach Hause.“ Dort kamen die Schmerzen. „Ich konnte wochenlang nichts heben ...“

Probleme mit Sendung

Einer wird von Bambis TV-Akt nicht begeistert sein. Ihr neuer Begleiter Mario-Max Schaumburg-Lippe. „Man sieht die Brüste?!“, reagiert er auf ÖSTERREICH-Anfrage schockiert. „Oje ... Das werden meine Eltern gar nicht gutheißen!“ Weitere Pikanterie: Die Sendung mit Bambis Strip läuft gerade an dem Tag des Opernballes, wo sie samt Prinz auch antanzen will.

Exklusiv

Über den gesamten Zeitraum wird ein **MADONNA-Team die erste Beauty-Doku des Landes begleiten**, die wöchentlichen Highlights finden Sie jeweils als Film auf Österreichs größter und service-orientiertester Frauenplattform **www.madonna24.at!**

Info

„Ein Leben für die Schönheit“

ab 11. Februar

20:15 Uhr auf ATV⁹⁵

5.3.2 Nicht- prominente PatientInnen

Nicht- prominente PatientInnen werden in der Sendung auf den ersten Blick wie die prominenten Teilnehmer eingeführt. Erzählt wird die persönliche Geschichte, die zu der Operation geführt hat und das persönliche Umfeld wird gezeigt.

Anders als bei den prominenten KandidatInnen werden hier jedoch Leidensgeschichten gezeigt. Frauen, die unter starken körperlichen „Defiziten“ leiden legen ihre Geschichte ausführlich dar und werden als arme „Opfer des Schicksals“ beschrieben. Häufig wird auch die Familie eingebunden und interviewt. Die KandidatInnen beschreiben ihre Notsituation und schlussendlich scheint auch dem Zuseher plausibel, dass der letzte Ausweg lediglich ein chirurgischer Eingriff sein kann.

Wie auch in „The Swan“ wird hier ein „Vorher“ erzeugt, in dem ein unbefriedigendes Leben der TeilnehmerIn aufgrund eines körperlichen Defizites im Mittelpunkt steht. Der chirurgische Eingriff stellt schließlich den letzten Ausweg dar und für diesen werden Einbußen (finanziell wären die wenigsten nicht- prominenten Kandidatinnen

95 Bambis Busen-OP in TV-Doku. Verfügbar unter: <http://madonna.oe24.at/Society/Bambis-Busen-OP-in-TV-Doku/1263955> Zugriff am 19. 3. 2012.

Der Artikel wurde original übernommen. Es wurden die zum Artikel gesetzten Fotos aus Platzgründen für diese Arbeit entfernt.

in der Lage, sich den Eingriff leisten zu können) in Kauf genommen. Der Weg zum Arzt wird als erster Schritt zur Transformation des aktuellen Lebens in ein besseres Dasein inszeniert.

Dem Arzt selbst, der die PatientInnen dann in ihrem Gefühl bestärkt, hier etwas zu verbessern zu können, wird von Seiten der PatientInnen große Dankbarkeit entgegengebracht. Er wird hier nicht nur als Retter inszeniert, sondern tatsächlich als solcher wahrgenommen.

5.4 Medienwissenschaftliche Einordnung von „Ein Leben für die Schönheit“

Nach Eberle (2000), der Reality TV in vier Typen eingeteilt hat, ist „Ein Leben für die Schönheit“ dem Typ der „Filmdokumente“ zuordenbar. Denn es werden Realgeschehnisse gezeigt, die jedoch gleichzeitig durch den Redakteur mitinszeniert werden.

Eine weitere Einordnung des Formates lässt sich durch die Gliederung von Keppler (1994) in performatives und narratives Reality TV erzielen. Sie ordnet Doku Soaps eindeutig dem performativen Reality TV zu.

Dem Affektfernsehen (Bente und Fromm, 1997) ist „Ein Leben für die Schönheit“ teilweise zuzuordnen. Zwar werden hier erregende Schicksale erzählt sowie Geschichten inszeniert und abgebildet, doch es gibt keinen Moderator.

6. Fazit

Schönheitsoperationen sind in den letzten Jahren ein immer wiederkehrendes Bild im Medienalltag geworden. Was dahin geführt hat ist unter Anderem die Enttabuisierung der Ermächtigung des eigenen Körpers durch Schönheitsoperationen und - fernsehspezifisch gesehen - die rasante Entwicklung des Genres des Reality TV.

Die soziologischen Hintergründe zum Thema kosmetische Chirurgie machen deutlich, wie groß der gesellschaftliche Druck auf einen vermeintlich nicht perfekten Körper ist.

Allein die mögliche Machbarkeit hat zu dem Selbstverständnis geführt, dass vermeintliche Hässlichkeit ein reparierbarer Schaden sei und nicht Teil einer einzigartigen Persönlichkeit. Wer innen schön sei, der wäre das auch außen und wer außen nicht schön ist bedient sich des Chirurgen, um sein wahres Selbst auch nach außen transportieren zu können. Diese oder ähnliche Denkweisen bringen immer mehr Frauen sowie in letzter Zeit verstärkt auch Männer dazu, sich in die Hand eines Chirurgen zu begeben.

Erhofft wird durch einen invasiven Eingriff mehr Glück, Erfolg und Zufriedenheit.

Ein Teil dieser Arbeit versuchte, einen Einblick in soziologische Hintergründe und Thesen zu dieser Entwicklung aufzuzeigen und diese einander gegenüberzustellen. Die Selbstermächtigung und der scheinbar freiwillige, als Optimierung verstandene invasive Eingriff in die Identität des Einzelnen stehen hierbei im Mittelpunkt.

Die Entwicklung des Reality TV mit seinen unterschiedlichsten Sub-Genres zeigt, dass Schönheit und deren Erlangen oder Optimieren einen für diese Formate passgenauen Plot bietet.

Eine kosmetische Operation bietet alle Elemente die im Reality TV verlangt werden und die dieses Genre spannend machen. Es gibt eine Storyline „vom hässlichen Entlein zum Schwan“, so wie in dem bekannten Märchen. Es gibt die arme, leidende, optimierungswillige Person, die jedem Eingriff zustimmt, um endlich „schön“ zu sein. Man kann den Retter und Experten in der Person des Arztes identifizieren, der hier einen Traum für einen Menschen verwirklicht, der für zahlreiche Zuseher nachvollziehbar ist: schön sein.

Ein anderer Teil dieser Arbeit versuchte die Genres und Einordnungen von Reality TV aufzuzeigen und den Weg zu einem beliebten Format darzustellen.

„Ein Leben für die Schönheit“ ist ein Format, das zahlreiche Aspekte des Reality TV in sich vereint und ist damit ein logisches Folgeformat in der stetigen Weiterentwicklung dieses Genres.

Schönheit sowie der Erwerb dieser durch invasive oder nicht invasive Eingriffe sind zu Dauerbrennern in der Medienlandschaft geworden und machen aus dem Tabuthema Schönheitsoperation etwas Alltägliches.

Ob diese Entwicklung als positiv oder negativ bewertet werden soll sei dahingestellt. Dass hier bereits die Spitze des Eisberges erreicht wurde kann aufgrund der immer größeren Kreativität der Sendungs- und Fernsehmacher bezweifelt werden. Weitere Untersuchungen könnten sich damit beschäftigen eine Formatform zu erarbeiten, die eben diesem Trend zur Selbstermächtigung des eigenen Körpers Vorschub leistet.

Solch ein Format sollte ebenso populär, wie es dem Reality TV gelingt Schönheitsoperationen als positive Option zur Optimierung abzubilden, die Liebe und Wertschätzung zur eigenen äußeren wie inneren Identität vermitteln.

Literaturverzeichnis

Bambis Busen-OP in TV-Doku. Verfügbar unter:

<http://madonna.oe24.at/Society/Bambis-Busen-OP-in-TV-Doku/1263955>. Zugriff am 19. 3. 2012.

Bente, G. & Fromm, B. (1997). *Affektfernsehen. Motive. Angebotsweisen und Wirkungen*. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, Bd. 24. Opladen: Leske+Budrich.

Bente, G. & Fromm, B. (1998). Tabubruch als Programm? Angebotsweisen, Nutzungsmuster und Wirkungen des Affektfernsehens. In: W. Klingler, G. Roters & O. Zöllner. (Hg.). *Fernsehforschung in Deutschland. Themen-Akteure-Methoden*. (Südwestrundfunk, Schriftenreihe Medienforschung, Band 1, Teilband 2, S. 613-639). Baden-Baden: Nomos Verlag.

Biesanz, J., Human, L., Paquin, A., Chan, M., Parisotto, K., Sarracino, J., & Gillis, R. (2011). Do we know when our impressions of others are valid? Evidence for realistic accuracy awareness in first impressions of personality. *Social Psychological and Personality Science*. Published online January 19, 2011.

Boccaccio, Giovanni: Rime. Zitiert nach F. Rousso (2000). Schönheit. Die zwanziger Jahre. In: D. Schefer Faux, N. Chahine, C. Jazdzewski, M. Lannelongue, F. Mohrt, F. Rousso & F. Vormese. *Schönheit. Beauty. Beauté. Eine Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts*. München: Schirmer/Mosel

Brazda, F., Hunek, N. & Kämpfer, M. (2001). Der Schönheitsbegriff in der Antike. In: A. Hergovich (Hg.), *Psychologie der Schönheit* (S. 15-26). Wien: WUV-Univ.Verlag.

Chahine, N. (2000). Schönheit. Die zwanziger Jahre. In: D. Schefer Faux, N. Chahine, C. Jazdzewski, M. Lannelongue, F. Mohrt, F. Rousso & F. Vormese *Schönheit. Beauty. Beauté. Eine Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts*. München: Schirmer/Mosel.

Dahlke, R. (2007). *Der Körper als Spiegel der Seele*. München: Gräfe und Unzer.

Davies, K. (1995). *Reshaping the Female Body. The Dilemma of Cosmetic Surgery*. New York: Routledge

Davies, K. (2008). Surgical passing- Das Unbehagen an Michael Jacksons Nase. In: P. Villa (Hg.). *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (S. 41-66). Bielefeld: transcript Verlag.

De Michele, G. (2004). Das ästhetische Ideal Griechenlands. In U. Eco (Hg.), *Die Geschichte der Schönheit* (S. 39-41). München: Carl Hanser Verlag

Der vitruvianische Mensch. Verfügbar unter: http://de.wikipedia.org/wiki/Der_vitruvianische_Mensch. Zugriff am 14.03.2012.

Didou-Manent, M., Tran, K., Hervè, R. (2000). *Dick oder Dünn? Körperkult im Wandel der Zeit*. Bergisch Gladbach: Bastei Lübbe.

Dr. Stephan Vogt führt Nasen-OP auf Pro7 durch. Verfügbar unter: <http://www.mybody.de/top-news-schoenheitsoperationen-schoenheitschirurg-dr-stephan-vogt-aus-hannover-fuehrt-nasen-op-auf-prosieben-durch.html>. Zugriff am 14.03.2012.

Eberle, T. (2000). *Motivation des Fernsehverhaltens Jugendlicher. Grundlagen, Verhaltensanalyse, Selbstauskünfte und Beurteilung des Reality TV*. Bad Heilbronn: Verlag Julius Klinkhardt.

Eco, U. (2004). Der menschliche Körper. In: U. Eco (Hg.), *Die Geschichte der Schönheit* (S. 72-81). München: Carl Hanser Verlag.

Eco, U. (2004). Einführung. In: U. Eco (Hg.), *Die Geschichte der Schönheit* (S. 8-15). München: Carl Hanser Verlag.

Ein Leben für die Schönheit – Alltag der Schönheitschirurgen (1). Verfügbar unter:

<http://atv.at/contentset/672239-ein-leben-fuer-die-schoenheit/672235/0/1>. Zugriff am 14.03.2012.

Ein Leben für die Schönheit – Alltag der Schönheitschirurgen (2). Verfügbar unter: <http://atv.at/programguide/2010/2/28/tag>. Zugriff am 14.03.2012.

Ein Leben für die Schönheit – Alltag der Schönheitschirurgen (3). Verfügbar unter: <http://atv.at/contentset/672239-ein-leben-fuer-die-schoenheit-1>. Zugriff am 14.03.2012.

Enzensberger, H. (1970). Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: H. Enzensberger (Hg.), *Kursbuch 20*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Feldmann, E. (1972). *Theorie der Massenmedien - Eine Einführung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft*. München: Reinhardt Verlag.

Foucault, M. (1976). *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Foucault, M. (1993). About the Beginning of the Hermeneutics of the Self. *Political Theory Vol. 21*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Fromm, B. (1999). *Privatgespräche vor Millionen. Fernsehauftritte aus psychologischer und soziologischer Perspektive*. Wissenschaftsforum Publizistik Band 6. Konstanz: UVK.

Galbraith, J. (1993). *Anatomie der Macht*. München: Heyne.

Grauer, A. & Schlottke, P. (1979). *Muss der Speck weg? Der Kampf ums Idealgewicht im Wandel der Schönheitsideale*. München: DTV.

Hartmann, C. (2006). Die besondere Rolle der Experten in „The Swan- endlich schön!“ In: U. Prokop & M. Jansen (Hg). *Doku-Soap, Reality-TV, Affekt-Talkshow*,

Fantasy-Rollenspiele (S. 209-242). Marburg: Tectum-Verlag.

Hippel, K. (1993). Parasoziale Interaktion als Spiel. *MONTAGE/ AV 2*, 2. (127-145).

Hickethier, K. (2003). *Einführung in die Medienwissenschaft*. Stuttgart: Verlag J.B Metzler

Interview Nasenkorrektur mit Dr. Hundt – Teil 4. Verfügbar unter: <http://liste-kliniken.de/Videoportal-Medizin/videodirectlink/87-nasenkorrektur-exklusiv-interview-mit-dr-hundt-auf-sam-pro7-teil4.html>. Zugriff am 14.03.2012.

Klaus, E. (1996). Der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile. *Rundfunk und Fernsehen*, 44 (3). (403-417).

Keppler, A. (1994). *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung*. Frankfurt/Main: Fischer Verlag.

Lebe deinen Traum. Verfügbar unter: <http://www.neuer-mensch.com/pro7.php>. Zugriff am 14.03.2012.

Link, Jürgen (1999). Versuch über den Normalismus. Wie Normalität produziert wird. In: W. Sohn & H. Mehrrens (Hg.). *Normalität und Abweichung. Studien zur Theorie und Geschichte der Normalisierungsgesellschaft* (S. 73-82). Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH.

Lücke, S. (2002). *Real Life Soaps: Ein neues Genre des Reality TV. Beiträge aus dem Zentrum für interdisziplinäre Medienwissenschaft der Universität Göttingen*. Münster: LIT Verlag.

Lücke, S. (2002): *Real Life Soaps: Ein neues Genre des Reality TV* . Beiträge aus dem Zentrum für interdisziplinäre Medienwissenschaft der Universität Göttingen. Band 2. LIT Verlag Münster-Hamburg-London. S.51. In: J. Weiß. (2010). *Phänomen Castingshow. Untersuchungen zu Produktion und Rezeption eines TV-Formates*. Unveröffentlichte Diplomarbeit der Universität Wien

- Maasen, S. (2005). Schönheitschirurgie. Schnittflächen flexiblen Selbstmanagements. In: B. Orland (Hg.). *Artifizielle Körper – Lebendige Technik. Technische Modellierungen des Körpers in historischer Perspektive* (S. 239-260). Interferenzen 8. Zürich: Chronos
- Maasen, S. (2008). Bio-ästhetische Gouvernementalität – Schönheitschirurgie als Biopolitik. In: P. Villa (Hg.). *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (S. 99-118). Bielefeld: transcript Verlag.
- Nuber, U. (1997). *Schöner werden wir morgen. Eine Ermunterung, so zu bleiben, wie wir sind*. Stuttgart: Kreuz.
- Posch, W. (1999). *Körper machen Leute. Der Kult um die Schönheit*. Frankfurt: Campus Verlag.
- Reufsteck, M. & Niggemeier, S. (2005). *Das Fernsehlexikon. Alles über 7000 Sendungen von Ally McBeal bis zur ZDF Hitparade*. Goldmann Verlag.
- Seier, A. & Surma, H. (2008). Schnitt-Stellen - mediale Subjektivierungsprozesse in The Swan. In: P. Villa (Hg.). *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (S. 173-198). Bielefeld: transcript Verlag.
- Spieglein, Spieglein - Neues Sendeformat auf VOX. Verfügbar unter: <http://weblog.medienwissenschaft.de/archives/2658>. Zugriff am 14.03.2012.
- Surma, H. (2006). *Selbsttechnologien/Medientechnologien: Transformationen des Selbst in Film- und Fernsehen*. Schriftliche Hausarbeit zur Magisterprüfung der Fakultät für Philologie an der Ruhr-Universität Bochum.
- Villa, P. (2008). Habe den Mut, Dich Deines Körpers zu bedienen! Thesen zur Körperarbeit in der Gegenwart zwischen Selbstermächtigung und Selbstunterwerfung. In: P. Villa (Hg.). *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst* (S. 245-272). Bielefeld: transcript Verlag.

Wegener, C. (1994). *Reality TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information?* Schriften der Gesellschaft für Medien und Kommunikationskultur. Opladen: Leske+Budrich.

Weiß, J. (2010). *Phänomen Castingshow. Untersuchungen zu Produktion und Rezeption eines TV-Formates.* Unveröffentlichte Diplomarbeit der Universität Wien.

Wolf, N. (1993). *Der Mythos Schönheit.* Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Zitt, C. (2008). *Vom medialen Körperkult zum gesellschaftlichen Krankheitsbild. Zu den Zusammenhängen zwischen der Darstellung des weiblichen Körpers in Printmedien und Internet und Essstörungen.* Wien: Praesens Verlag.

Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaber der Bild- und Textrechte ausfindig zu machen. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

Abbildungsverzeichnis

Abb.1: Margaret Gorman als Miss America

Quelle: <http://www.life.com/gallery/48771/image/3202847/the-real-boardwalk-empire#index/12>. Zugriff am 5.12.2011 um 15:48:00S.19

Abb.2: Narratives und Performatives Reality TV

Abbildung nach Lücke, Stephanie (2002): Real Life Soaps: Ein neues Genre des Reality TV . Beiträge aus dem Zentrum für interdisziplinäre Medienwissenschaft der Universität Göttingen. Band 2.LIT Verlag Münster-Hamburg-London. S.51. In: Phänomen Castingshow. Untersuchungen zu Produktion und Rezeption eines TV-Formates. Diplomarbeit der Universität Wien 2010 von Judith Weiß S. 27S.32

Abb.3: Werbesujet für den Vorher/Nachher Effekt

Quelle: <http://blog.tagesanzeiger.ch/outdoor/index.php/15233/der-einzig-wahre-schlankmacher/>. Zugriff am 21. 02.2012 um 14:16:00S.43

Abb.4: Darstellung des Defizites einer Kandidatin aus dem Bereich Zahnbehandlung

Quelle: <http://www.birgitrichard.de/hc/sgd/zpics/TheSwan10%5B1%5D.jpg>. Zugriff am 22.02.2012 um 11:40:00S.46

Abb.5: Spiegelszene- Die Kamera übernimmt für den Fernsehzuschauer die Position des Spiegels

Quelle:

http://www.prosiebende/lifestyle_magazine/swan/gallery_video/popup_gallery/07813/index_18.php vom 07.05.2006 In: Seier, Andrea und Surma, Hanna. (2008): "Schnitt-Stellen- mediale Subjektivierungsprozesse in The Swan" In: Paula-Irene Villa (Hg.) schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst, transcript Verlag, Bielefeld S. 190S.48

Abb.6: Gegenüberstellung von Kandidatinnen und Experten

85 Hartmann, Christine: Die besondere Rolle der Experten in „The Swan- endlich schön!“ In: Prokop, Ulrike [Hrsg.] : Doku-Soap, Reality-TV, Affekt-Talkshow, Fantasy-Rollenspiele . - Marburg : Tectum-Verl. , 2006 S.233S.50

Abb.7: Die grafische Verpackung von „Ein Leben für die Schönheit“

Quelle:

http://www.atv2.at/static/assets/tvnext_asset_image/sidebranding_image/2152197.jpg. Zugriff am 20.3. 2012 um 11:00:00 Uhr.....S.55

Abb.8: Dr. Arthur Worseg behandelt Nina Bruckner

Quelle: http://images02.oe24.at/2_Ein_Leben_f_r_di_343681a.jpg/1.392.130. Zugriff am 18.3.2012 um 10:00:00UhrS.61

Lebenslauf

Geburtstag: 09.01.1983
Geburtsort: Wien
Staatsangehörigkeit: Österreich
Eltern: Hans-Friedrich Zeidler (Pharmareferent)
HOL Christine Zeidler (Lehrerin)
Geschwister: Mag. Raphaela Zeidler (Psychologin, geb. 1984)

2008 – dato: Langbein & Partner Media GmbH & Co KG

Redakteurin TV
Beiträge (Auswahl):
ORF
Magazin „Thema“: Liebe mag ich sehr, 2010
Magazin „Eco“: Wirtschaftsfaktor Körperkult, 2010
Magazin „Kreuz&Quer“: Maßmenschen, 2010

2008 – dato: Die Salzburgerin-Verlagshaus Salzburg

Redakteurin Print

2007-2008: AUSTRIA 9 TV GmbH

Hauptverantwortliche Redakteurin

2006- 2007: Chili-TV GmbH Radio & TV Produktion

Redakteurin TV (Magazin „Hi Society“)

Tätigkeiten während des Studiums

2006: ATV Privat TV GmbH & Co KG
Praktikum in der On Air Promotion

2005: Burgtheater GmbH
Regiehospitantz unter Regisseurin Karin Bayer („Wir wollen den Messias jetzt“)

2005: Festspiele Reichenau GmbH
Regiehospitantz und Inspizienz unter Regisseur Bernd Birkhan („Zwischenspiel“)

2003-2005: „Ich bin O.K.“ Kultur- und Bildungsverein für Menschen mit und ohne Behinderung
Leitung zweier Tanztheatergruppen für Kinder und Jugendliche

2004: Theater- freie Szene
Regieassistenz bei „Othello in Ottakring“ (Soho in Ottakring, Theater mit Schwarzafrikanern in Wien) unter Regisseurin Tina Leisch

2004: Burgtheater GmbH

Regiehospitant unter Regisseurin Karin Bayer („God save Amerika“)

2001-2003: Theater- freie Szene

Regieassistent und Produktionsassistent bei „Irrgelichter am Spiegelgrund“ (Otto Wagner Spital, Wien; Theater mit geistig abnormen Rechtsbrechern und alkoholkranken Männern zum Thema „Spiegelgrund“) unter Regisseurin Tina Leisch

Auszeichnungen & Erfolge

2011: Gewinnerin des ÖZIV Medienpreises in der Kategorie TV

2010: Nominierung des Beitrages „Pflegerotstand“ (ORF Magazin „Kreuz&Quer“) für den Prälat Ungar Preis

2000: Erarbeitung einer Sendung für den Radiowettbewerb „Eine Klasse für sich“, Platz 3

Ausbildung

2001 bis dato: Studium der Theater-, Film- und Medienwissenschaften an der Universität Wien

1993 – 2001: Gymnasium Perchtoldsdorf (Matura Juni 2001)

1989 – 1993: Volksschule Babenberbergasse / Mödling, NÖ