



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Die Reality TV Show „Germany’s Next Topmodel“

**Eine Analyse mit dem Fokus auf die fernsehästhetische
Gestaltungsstruktur, der genrecharakteristischen Mitteln und den
vermittelten sozialen Aspekten**

Verfasserin

Alina Rosca

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Mai 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt: Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuerin / Betreuer: Prof. Dr. Andrea Seier

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	6
1.1 Relevanz des Themas.....	6
1.2 Forschungsvorhaben	6
1.3 Zur Gliederung der Arbeit	7
2. Reality TV - Eine Genreverortung	9
2.1 Gestaltungsstrategien des Reality TV	14
2.1.1 Nicht-Prominente	14
2.1.2 Personalisierung	14
2.1.3 Emotionalisierung.....	15
2.1.4 Intimisierung.....	16
2.1.5 Stereotypisierung	16
2.1.6 Dramatisierung	17
2.1.7 Live-Charakter.....	18
2.1.8 Fiktion-Realität.....	18
2.1.9 Information-Unterhaltung.....	18
2.1.10 Authentizität-Inszenierung	19
2.1.11 Alltag-Exotik	19
2.2 Die Castingshow	21
2.3 Das Phänomen Castingshow.....	21
2.4 Konzept und Erkennungszeichen der heutigen Castingshow	24

3. Fernsehästhetische Gestaltungskomponenten.....	30
3.1 Die Medienakteure und TV-Figuren.....	30
3.1.1 Die Figuren und ihre Rollen	31
3.1.2 Identifikation mit der TV-Figur.....	33
3.1.3 Empathie und Sympathie.....	35
3.1.4 Parasoziale Interaktion (PSI) und parasoziale Beziehung (PSB)	36
3.2 Elemente der visuellen und auditiven Gestaltungsprinzipien.....	39
3.2.1 Kameraarbeit	40
3.2.2 Schnitt und Montage.....	48
3.2.3 Ausstattung	50
3.2.4 Töne und Geräusche	51
3.2.5 Musik.....	53
4. Die Show GERMANY'S NEXT TOPMODEL.....	55
4.1 Einige Fakten zur Show GERMANY'S NEXT TOPMODEL.....	55
4.2 Die Idee der Sendung.....	56
4.3 Die Jury der Sendung.....	57
5. Sendungsanalyse.....	58
5.1 Untersuchungsinteresse	58
5.2 Heidi Klum und ihre Darstellung.....	59
5.3 Inszenierung von Kandidatin Tessa.....	67
5.4 Analysen einzelner inszenierter Showdiskurse.....	77
5.4.1 Die Entscheidungsszenerie	77
5.4.2 Wettbewerbsmuster	82

5.4.3	Konkurrenz- und Freundschaftsverhältnis.....	89
5.4.4	An seine Grenzen gehen	98
6.	Zusammenfassung und Ausblick	105
7.	Anhang.....	110
7.1	Danksagung	110
7.2	Bibliographie	111
7.3	Abbildungsverzeichnis.....	115
7.4	Abstrakt Deutsch.....	116
7.5	Abstract English.....	117
7.6	Lebenslauf.....	118

1. Einleitung

1.1 Relevanz des Themas

Die Hochkonjunktur und der große Erfolg der Castingshows sind unübersehbar. Schaltet man den Fernseher ein, so ist schnell zu erkennen, dass ein populärer Bestandteil der heutigen Fernsehlandschaft und der Unterhaltungsbranche die Castingshow bildet. Es scheint, als wären diese Formate, die dem Genre Reality TV zugeordnet werden, allgegenwärtig und aus dem Fernsehprogramm nicht mehr wegzudenken. Gecastet wird mit dem Ergebnis hoher Einschaltquoten auf RTL nach dem neuen deutschen Superstar (DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR (RTL)) oder nach dem neuen Supertalent (DAS SUPERTALENT (RTL)) und Castings zur Entdeckung von Talenten des Laufstegs werden auf PULS4 (DIE MODEL WG (PULS4)) und PRO7 inszeniert. Wer kennt nicht GERMANY'S NEXT TOPMODEL¹ oder hat schon einmal bewundernswerte oder belustigende Auftritte der Kandidatinnen gesehen? Doch was transportieren diese Sendungen inhaltlich? Welche Deutungsangebote lassen sich hier finden? Warum und vor allem welche Mittel gestalten diese Sendung so interessant, attraktiv und sehenswert für den Zuschauer?

1.2 Forschungsvorhaben

In der nachstehenden Diplomarbeit bildet die Castingshow GERMANY'S NEXT TOPMODEL den Mittelpunkt der Untersuchung. Hierbei wird die Castingshow auf unterschiedliche Ebenen und Blickwinkeln betrachtet. Das konkrete Erkenntnisinteresse besteht darin, die inszenierten Inhaltsdarstellungen und die Gestaltung und Machart dieser Fernsehsendung in ihrem Kooperieren zu analysieren. Dabei ist ein wichtiges Anliegen, eine Analyse der Genrespezifika des Reality TVs sowie gleichzeitig auch der fernsehästhetischen Gestaltungskomponenten zu bewerkstelligen. Zugleich liegt erklärtes, zentrales Interesse auch in der Betrachtung des erzählten Inhalts dieser Show, welches sich verzankt mit den fernsehästhetischen Gestaltungselementen und den genrespezifischen Charakteristika präsentiert.

¹ Die Castingshow GERMANY'S NEXT TOPMODEL ist auf dem deutschen Privatsender PRO7 zu sehen. Die erste Sendung der ersten Staffel wurde von 25. Januar 2006 bis am 29. März 2006 ausgestrahlt. Mittlerweile, das heißt bis zur Abgabe dieser Arbeit, wurden fünf Staffeln (zweite Staffel: 1. März 2007 bis 24. Mai 2007, dritte Staffel: 28. Februar bis 5. Juni 2008, vierte Staffel: 12. Februar bis 21. Mai 2009 und fünfte Staffel: 3. März bis 17. Juni 2010) von PRO7 gesendet, wobei die sechste Staffel mit dem 3. März 2011 angelaufen ist (vgl. <http://www.prosieben.at/tv/germanys-next-topmodel/>, Zugriff: 05.08.2010, vgl. auch http://de.wikipedia.org/wiki/Germany%E2%80%99s_Next_Topmodel, Zugriff: 05.08.2010).

Es wird darauf geachtet, wie die Sendung gemacht ist und wie Inhalts- und Gestaltungsebene zusammenwirken.

Verfolgtes Ziel dieser Arbeit ist es gerade dieses Zusammenspiel von Gestaltungsweisen offen zu legen und dabei den vermittelten Inhalt dieser Castingshow zu eruieren, zu präsentieren und zu interpretieren. Es soll sich eine Übersicht ergeben, die erkennen lässt, welche Sinnproduktion hervorgebracht wird und welche gesellschaftlichen Aspekte diese Show zu transportieren versucht.

1.3 Zur Gliederung der Arbeit

Um das Forschungsvorhaben umzusetzen und Antworten auf die gestellten Fragen zu finden, ist die Diplomarbeit in einem theoretischen und einem empirischen Teil gegliedert. Der theoretische Teil besteht aus einer Literaturanalyse. Hier werden die gegenwärtigen, wissenschaftlichen Erkenntnisse und Ergebnisse vorgestellt und diese bilden auch gleichzeitig die Basis auf der sich der zweite Teil dieser Arbeit stützt. Der empirische Teil besteht aus der Sendungsanalyse, die unterschiedliche Sendungskomponenten analysiert.

Das zweite Kapitel befasst sich mit dem Reality TV. Ziel dieses Kapitels ist es einen einleitenden Blick zu geben und somit diese Arbeit in der Medien- und Fernsehlandschaft zu verorten. Um einen Einstieg in das Thema zu erhalten, werden folgende Fragen beantwortet: Welche Ansätze lassen sich zum Genre Reality TV finden? Welche grundlegenden Merkmale kennzeichnen das Reality TV bzw. was sind die wichtigsten Kennzeichen dieses Genres? Vor allem die Beschäftigung mit den Gestaltungscharakteristika des Reality TV bildet den Mittelpunkt dieses Kapitels. Unter dem Reality TV wird auch die Castingshow summiert. So beschäftigt sich das Kapitel, anschließend nach den Ausführungen zum Reality TV, auch mit der Castingshow.

Im dritten Kapitel erfolgt eine vertiefende Auseinandersetzung mit den fernsehästhetischen Gestaltungselementen. Sowohl die Figuren und Akteure werden in ihren Aufgaben beschrieben, als auch die ästhetischen, gestalterischen-technischen Komponenten werden angeführt und in ihrer Funktion erläutert.

Kapitel vier ist der Sendung GERMANY'S NEXT TOPMODEL selbst gewidmet und fasst einige allgemeine Fakten zur Sendung zusammen. Anschließend werden die Konzeptidee und die Jurymitglieder von GERMANY'S NEXT TOPMODEL vorgestellt.

Das fünfte Kapitel bildet die Sendungsanalyse. Diese gliedert sich aus den einzelnen beschriebenen Sendungsausschnitten mit deren anschließenden Interpretation. Den Abschluss der Diplomarbeit bilden die Zusammenfassung und der Ausblick. Die Zusammenfassung erschließt die wichtigsten Ergebnisse der durchgeführten Analyse im Gesamtkontext. Der Ausblick bietet einige Vorschläge, unter welchen anderen Blickwinkeln und Forschungsrichtungen die Reality TV Sendung GERMANY'S NEXT TOPMODEL noch weiterführend betrachtet werden kann.

Das formale Erscheinungsbild dieser Arbeit: Einige Benennungen, wie beispielsweise der Sendungstitel GERMANY'S NEXT TOPMODEL, der Begriff „Reality TV“ und „Castingshow“, die Sendernamen PRO7, RTL, SAT.1 oder auch PULS4 finden sich in unterschiedlichen Quellen nicht durchgehend gleich geschrieben. Damit diese Diplomarbeit ihre Einheitlichkeit behält, habe ich mich für eine durchgängige Schreibweise entschlossen. Für die weitere Schreibweise, wenn über die Mädchen die an der Sendung teilnehmen, geschrieben wird, ist in dieser Arbeit immer die weibliche Form, Singular oder Plural, verwendet, da nur Frauen als Kandidatinnen oder Teilnehmerinnen in dieser Show zu sehen sind.

2. Reality TV - Eine Genreverortung

Reality TV wird hier als einleitendes Kapitel skizziert, da die Sendung GERMANY'S NEXT TOPMODEL, die den Mittelpunkt der Untersuchung bildet, eine Castingshow ist und zu dem Genre Reality TV gezählt wird (vgl. Abbildung von Klaus & Lücke, 2003, S. 200). Ziel dieses Kapitels ist es, einen wissenschaftlichen Bogen, von den anfänglichen Ansätzen und Definitionen des Reality TV in Deutschland bis hin zu den Ausführungen von Klaus & Lücke aus dem Jahre 2003, worin bereits die aktuelle Castingshow verortet ist, zu spannen. Es wird ein einführender Einblick zum Reality TV und seine verschiedenen Ausprägungen gegeben, um danach die zentralen Charakteristika des Reality TV zu nennen. Diese werden dann ausführlich behandelt, da sie eines der Kontexte bilden, indem die Sendung, die hier im Mittelpunkt steht, untersucht wird. Für die folgenden Ausführungen wird sich die Verfasserin dieser Diplomarbeit vor allem auf die Arbeiten von Wegener (1994), Bente & Fromm (1997), Keppler (1994) Lücke (2002) und Klaus & Lücke (2003) beziehen.

Dadurch, dass sich in der bestehenden Literatur einige Ansätze zu Reality TV finden lassen, ist eine genaue Definition beschwerlich, da unter dem Namen Reality TV einige Subgenres addiert werden, die teils sehr unterschiedlich sind (vgl. Abbildung von Klaus & Lücke, 2003, S. 200). Zu bemerken ist aber die häufige Rückbezugnahme auf Claudia Wegeners (1994) Ansatz und Erläuterungen zum Reality TV. Wegener (1994) beschäftigt sich in ihrem Buch von 1994 „Reality-TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information“ mit dem Reality TV und bietet eine erste Einteilung und Festlegung bestimmter Gestaltungsmerkmale und Charakteristika des Reality TV. Als grundlegende Basis der diversen Reality TV Sendungen erklärt Wegener (1994), dass

„... tatsächliche Ereignisse nachgestellt oder durch Videoaufnahmen von sogenannten Augenzeugen dokumentiert werden. Bei den Ereignissen handelt es sich zu einem ganz erheblichen Teil um Katastrophen, Unfälle oder Verbrechen. Es ist die Darstellung von Grenzsituationen, die das Genre u.a. kennzeichnet.“ (Wegener, 1994, S. 15f)

Wegener (1994) zufolge bilden Katastrophen, Unfälle oder Verbrechen den Mittelpunkt dieser Sendungen und dies stellt zugleich auch ein Kennzeichen dieses Formats dar. Auch die Darstellung von Grenzsituationen erklärt sie als ein Charakteristikum des Genres (vgl. Wegener, 1994, S. 15f). Wegener (1994) zählt, für das von ihr als „Wirklichkeitsfernsehen“ benannte Genre, vier wichtige Merkmale, die das Reality TV mit seinen Sendungen entscheidend charakterisieren:

„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.“ (Wegener, 1994, S. 17)

Wegeners (1994) Ausführungen zum Reality TV beziehen sich auf Formate wie NOTRUF (RTL), POLIZEIREPORT DEUTSCHLAND (TELE5) und Ähnliche aus dem Jahre 1992, die den Beginn des Reality TV in Deutschland markieren (vgl. Wegener, 1994, S. 20ff). Neuere und aktuelle Sendungen, wie zum Beispiel die Castingshow GERMANY'S NEXT TOPMODEL, die im Jahre 2006 erstmals gesendet wurde, unterscheiden sich aber sehr stark von den früheren Reality TV Sendungen und können mit dem damaligen Verständnis zum Genre nicht mehr gänzlich gefasst werden. Dennoch sind Wegeners (1994) Beschreibungen zu den gestalterischen Charakteristika des Reality TVs aber noch immer gültig und sind auf die gegenwärtigen Reality TV Produktionen übertragbar. Diese sind die Darstellung von Emotionen, Personalisierung, Dramatisierung und Stereotypisierung und werden einzeln im Kapitel 2.1 genauer erklärt (vgl. Wegener, 1994, S. 143ff).

Eine weitere Auseinandersetzung mit dem Reality TV ist bei Bente & Fromm (1997) zu finden. Bente & Fromm (1997) bekamen 1995 den Auftrag von der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen eine Untersuchung zum sogenannten Forschungsgebiet „Affektfernsehen“ durchzuführen. Da keine genauere Definition des Genres Affektfernsehens vorlag, wurde unter der Benennung Affektfernsehen Sendungen verstanden, „... in denen einzelne Menschen bzw. Einzelschicksale im Mittelpunkt stehen“ (LfR NRW, 1994, S. 1 zit. n. Bente & Fromm, 1997, S. 19) und in diesen oft „zum Zwecke von unterhaltungs- bzw. sensationsorientierten Effekten geltende Tabus in Frage gestellt, ignoriert oder einfach gebrochen werden.“ (LfR NRW, 1994, S. 4 zit. n. Bente & Fromm, 1997, S. 19)

Laut Bente & Fromm (1997) lässt sich das Affektfernsehen mit folgenden Merkmalen beschreiben: Das Affektfernsehen zeigt nicht-prominente Personen mit ihren realen Leben und stellt Einzelschicksale mit großer emotionaler Befindlichkeit in den Vordergrund. Die Grenzen zwischen Privatheit und Öffentlichkeit werden überschritten. Das Affektfernsehen beschränkt sich nicht nur auf den Unterhaltungssektor, denn es hat sowohl Unterhaltungssendungen als auch Informationssendungen (vgl. Bente & Fromm, 1997, S. 13ff).

Als charakteristische Elemente des Genres Affektfernsehen nennen Bente & Fromm (1997) die Emotionalisierung, die Personalisierung, die Intimisierung und die Authentizität/Live-Charakter. Im Unterschied zu Wegeners (1994) Erklärungen gehen Bente & Fromm (1997) genauer auf den Aspekt der Authentizität ein. Für sie bildet eine „wahre“ Geschichte den Kern dieser Affektfernsehen Sendungen und diese Geschichte wird erzählt oder inszeniert. Ganz entscheidend bei diesen Sendungen ist, dass die Probleme und Themen, die gezeigt werden, aus dem Alltag der „realen“ Menschen entnommen sind. Es wird auf eine Live-Charakter-Stimmung hingearbeitet, weil dadurch die Authentizität verstärkt wird (vgl. Bente & Fromm, 1997, S. 20). Folgende Formate haben die genannten Merkmale und werden von Bente & Fromm (1997) dem Affektfernsehen zugerechnet: Affekt-Talks (z.B. ARABELLA (PRO7)), Beziehungsshow (z.B. NUR DIE LIEBE ZÄHLT (RTL 1993-1994, seitdem SAT.1)), Spielshows (z.B. TRAUMHOCHZEIT (RTL)), Suchsendungen (z.B. VERMIßt! (WDR)) und Konfro-Talks (z.B. EXPLOSIV - DER HEIßE STUHL (RTL)). „Infotainment“ und „Reality TV“ bezeichnen sie als „... eher randständig im Sinne der Definition...“ (Bente & Fromm, 1997, S. 21) und schließen diese bei ihrer Untersuchung aus. Das Affektfernsehen wird weder als neuer Programmtyp angesehen, noch als Reality TV, sondern die Autoren ordnen es als ein Subgenre dem Reality TV unter. Beim Reality TV folgen sie der Definition von Wegener (1994), in der sie als zentrales Merkmal des Reality TV die Darstellung von Gewalt nennt. Gewaltdarstellung ist zwar in den Sendungen des Affektfernsehens zu beobachten, jedoch ist es kein wichtiges Charakteristikum (vgl. Bente & Fromm, 1997, S. 30). Aus heutigem Blickwinkel kann dieser Begründung nicht mehr zugestimmt werden, denn die verschiedenen Reality TV Ausprägungen fokussieren sich keineswegs auf die Darstellung von Gewalt. Zwei Jahre später bringt Fromm (1999) in ihrer Dissertation einen neuen Begriff. Statt Affektfernsehen stellt sie die verschiedenen Formate unter dem Begriff „intime Formate“. Reality TV sieht sie nicht mehr als „randständig“, sondern nun als „Vorläufer“ (Fromm, 1999, S. 19 zit. n. Klaus & Lücke, 2003, S. 197) der intimen Formate.

Im Jahr 1994 beschäftigt sich auch Angela Keppler (1994) mit dem Reality TV und sie bringt für das Reality TV eine neue Unterteilung. Sie unterscheidet zwischen narratives und performatives Reality TV. Folgendermaßen definiert sie diese beiden Subgenres des Reality TV: Nach Keppler (1994) lassen sich zum narrativen Fernsehen, jene Sendungen zählen, in denen „... der Zuschauer mit der authentischen oder nachgestellten Wiedergabe tatsächlicher Katastrophen unterhalten wird.“ (Keppler, 1994, S. 8) Hierbei werden realitätsnahe Ereignisse gezeigt, die nicht-prominente Laienschauspieler darstellen. Zum narra-

tiven Reality TV zählen folgende Subgenres: Real Life Comedys, gewaltzentrierte Sendungen, Gerichts-Shows und Personal-Help Show (vgl. Klaus & Lücke, 2003, S. 199)

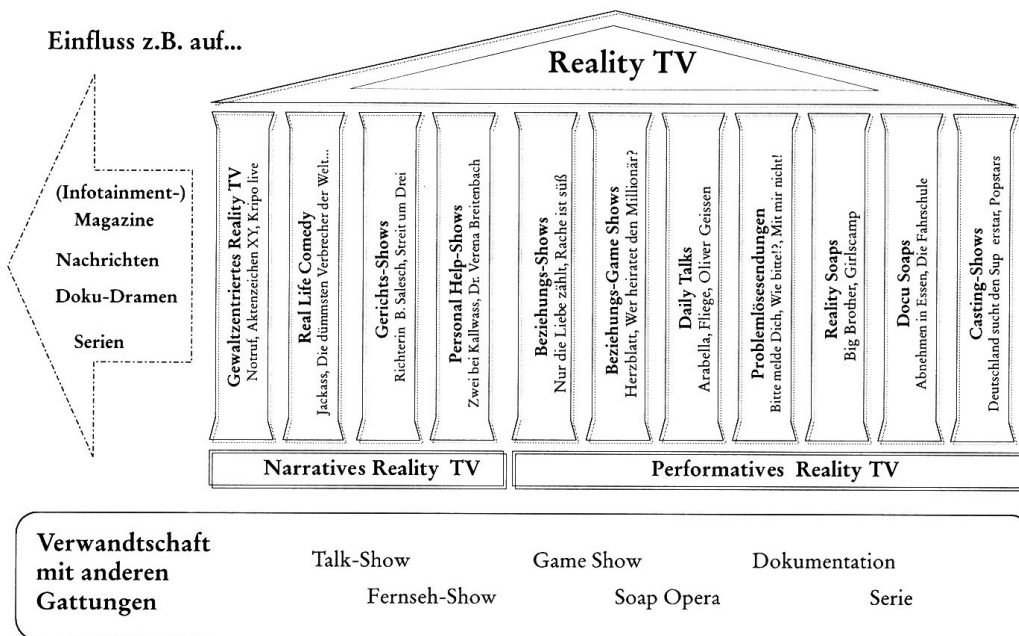
Performatives Reality TV definiert Keppler (1994) wie folgt: Performatives Realitätsfernsehen umfasst jene

„... Unterhaltungssendungen, die sich zur Bühne herausgehobener Aktionen machen, mit denen gleichwohl direkt oder konkret in die Alltagswirklichkeit der Menschen eingegriffen wird.“ (Keppler, 1994, S. 8f)

Keppler (1994) macht fest, dass beim performativem Realitätsfernsehen nicht nur „*Prestige oder Geld*“ gewonnen wird, „... *was reale Lebensänderungen zur Folge haben kann*“, sondern soziale Handlungen werden ausgeübt, „... *die als solche bereits das alltägliche soziale Leben der Akteure verändern.*“ (Keppler, 1994, S. 9) Performative Fernsehformate lassen keine Laiendarsteller auftreten, sondern ganz „normale“ Menschen. Den Kern der Sendungen bildet die Darstellung und Fokussierung auf diverse Alltagsbereiche und Elemente, wobei der soziale Aktionsraum der Kandidaten durch den Sendungsablauf oft verändert wird. Hier werden von Keppler (1994) nachstehende vier Subgenres aufgelistet: Beziehungs-Shows, Beziehungs-Game Shows, Daily Talks und Problemlösesendungen (vgl. Keppler, 1994, S. 9f).

Seit den von Wegener (1994), Keppler (1994) und Bente & Fromm (1997) vorgenommenen Unterteilungen und Beschreibungen hat das Reality TV einige Wandlungen und Veränderungen erfahren. Demnach hat sich das Genre Reality TV weiterentwickelt, ausdifferenziert und einige neue Sendeformen kamen dazu. Klaus & Lücke (2003) haben im Jahr 2003 neue Subgenres für das performative Realitätsfernsehen, festgemacht. Diese sind folgende drei Formate: Reality Soap, Docu Soap und Castingshow (vgl. Klaus & Lücke, 2003, S. 195ff). Klaus & Lücke (2003) halten fest, dass die damals neuerdings erschienenen Castingshows auch der Definition des performativen Reality TV entsprechen und folglich dazu gezählt werden können (vgl. Klaus & Lücke, 2003, S. 199).

Abbildung 1: Reality TV und seine Genres²



Anhand der oben abgebildeten Skizze lassen sich Reality TV und seine Subgenres am übersichtlichsten veranschaulichen. Gleichzeitig lässt die Abbildung 1 deutlich erkennen von welchen anderen Gattungen die unterschiedlichen Subgenres beeinflusst werden. Wichtig für diese Arbeit ist, dass anhand der Abbildung 1 fasslich ist, dass die Castingshow eindeutig unter dem Genre Reality TV angesiedelt wird.

Folglich kann davon ausgegangen werden, dass den vielfältigen wissenschaftlichen Positionen zum Reality TV und ihre Subgenres eines gemeinsam ist: die Charakteristika die dem Genre Reality TV zugeordnet werden. Wegener (1994) und Bente & Fromm (1997) bezeichneten diese Eigenschaften bereits als Merkmale. Klaus & Lücke (2003) benennen diese Eigenschaften als Inszenierungsstrategien (vgl. Klaus & Lücke, 2003, S. 208). Diese Inszenierungsstrategien werden nun im nachstehenden Kapitel angeführt, da sie wichtige Elemente des performativen Reality TV sind und somit auch Darstellungsstrategien der Gattung Castingshow und so auch von GERMANY'S NEXT TOPMODEL.

² Diese Abbildung stammt von Lücke (2002) und wurde von Klaus & Lücke (2003) übernommen und leicht verändert (vgl. Lücke, 2002, S. 51 zit. n. Klaus & Lücke, 2003, S. 200).

2.1 Gestaltungsstrategien des Reality TV

Der Blick auf das Reality TV ist vor allem deshalb wichtig, weil durch seine Betrachtung Erkennungszeichen und Eigenschaften entdeckt werden, die als wichtiger Grundstoff der hier zu untersuchenden Sendung GERMANY'S NEXT TOPMODEL fungieren. Denn gemeinsam sind allen Formaten, die unter dem Oberbegriff Reality TV zusammengefasst werden, die Formen der Darstellung. So wird nun der wissenschaftliche Blick auf diese Darstellungsformen ausgerichtet. Im folgenden Kapitel sollen die wichtigen Merkmale des Genres Reality TV wiedergegeben werden. Diese Darstellungsaspekte sind die konstitutiven Charakteristika des Reality TV, die für diese Arbeit eine wichtige Rolle und eine hohe Relevanz im Bezug auf die Analyse haben. Im Folgenden werden diese Darstellungsformen genannt und beschrieben.

2.1.1 Nicht-Prominente

Einer der markantesten Charakteristika des Reality TV ist nach Lücke (2002), dass deren Protagonisten „normale“ Menschen sind. Dies rechtfertigt gleichzeitig auch den Begriff „Reality“. Es kommen keine Schauspieler oder Prominente vor. Lücke (2002) erklärt, dass gerade diese Tatsache, dass gewöhnliche Menschen als Akteure dieser Sendungen fungieren, den Reiz beim Zuschauen von Reality TV ausmache, denn Nicht-Prominente sind vor dem Aufkommen des Reality TVs nur in Quiz- oder Gameshows erschienen (vgl. Lücke, 2002, S. 53).

2.1.2 Personalisierung

Ein weiterer Aspekt bei der Gestaltung von Reality TV ist die Personalisierung. Hierzu schreibt Wegener (1994): „*Die medial veröffentlichte Intimität persönlicher Emotionen lässt das Publikum an dem Schicksal des einzelnen teilhaben.*“ (Wegener, 1994, S. 54)

Wie Wegener (1994) beschreibt, ist bei der Personalisierung die Darstellung auf die Einzelperson fokussiert. Das heißt, dass einzelne Personenschicksale in den Vordergrund gerückt werden. „Gewöhnliche“ Menschen erzählen ihre dramatische Geschichte mit den brisanten Einzeldetails oder durchleben ihre Schicksalsschläge direkt vor der Kamera. Dadurch werden intime, vertrauliche Gefühlsregungen und private Details in den Mittelpunkt gestellt. Wegener (1994) weist auch darauf hin, dass Ereignisse, die anhand eines Einzelschicksals bzw. aus der Sicht eines Betroffenen erzählt werden, auch länger in unserem Erinnerungsvermögen haften bleiben. Durch Personalisierung und Subjektivierung von Ereignissen wird eine gewisse Betroffenheit erreicht (vgl. Wegener, 1994, S. 54).

Vor allem aber soll durch die Personalisierung der Eindruck der Authentizität, sowie der Echtheit des Vermittelten beim Zuschauer verstärkt werden. Auch eine gewisse emotionale Nähe wird erzeugt und dies alles fördert die Glaubwürdigkeit des Gezeigten beim Rezipienten (vgl. Wegener, 1994, S. 55ff). Gleichzeitig wird dem Publikum die Möglichkeit gegeben die Protagonisten als potenzielle Identifikationsfiguren zu sehen. Das Gestaltungsmittel Personalisierung trägt auch zum Entfalten einer parasozialen Interaktion bei. Bente & Fromm (1997) haben außerdem festgehalten, dass der Zuschauer aus den dargestellten Schicksalen Informationen und Angaben rezipieren kann, die ihm „... *die Bestimmung der eigenen Position im Sinne eines sozialen Vergleichs*“ (Bente & Fromm, 1997, S. 111 zit. n. Lücke, 2002, S 54) ermöglichen. Das bedeutet, dass der Zuschauer aus dem Gezeigten für sich wichtige Rückschlüsse ziehen kann im Bezug auf die eigene Persönlichkeit oder dem unmittelbaren Lebensbereich und so einen Nutzen aus der Rezeption des Reality TV ziehen kann. Durch Interviews über Privates und Persönliches, das Zeigen vom Alltag kann der Zuschauer einen Protagonisten als sympathisch oder unsympathisch empfinden und eine persönliche Beziehung entwickeln (vgl. Klaus & Lücke, 2003, S. 208). Eine derartige Beziehung zwischen Rezipient und Protagonist nennt man auch parasoziale Beziehung. Zusammenfassend kann Personalisierung

„... *die Möglichkeit der parasozialen Beziehung, des Vergleichs mit den unprominenten Protagonisten und die Chance des Eingreifens in den Fortgang einer Sendung durch die Interaktion*“ (Lücke, 2002, S 54) bedeuten.

Diese Komponenten des Reality TV bieten einen besonderen Anreiz zum Zusehen (vgl. Lücke, 2002, S 53f).

2.1.3 Emotionalisierung

Als weiteres wichtiges Stilmittel ist die Emotionalisierung zu betrachten, die in der Darstellung eng verknüpft mit dem Element Personalisierung zu beobachten ist. Die Protagonisten werden mit ihren Reaktionen in einer emotionalen oder melodramatischen Situation gezeigt. Sowohl positive Emotionen, wie Freude und Mitgefühl als auch negative Gefühle, wie Mitleid und Schadenfreude, werden offen von den Kandidaten gezeigt und vor dem Zuschauer ausgebreitet. Als Mittel zur Steigerung der Emotionen und des Mitgefühls beim Rezipienten werden oft gefühlvolle und dramatische Musik, Großaufnahmen weinender, betroffener Personen oder detaillierte Dokumentationen und häufige Wiederholung, oft in Zeitlupe, dramatischer Szenen eingespielt. Überdies kann eine geschickte Art und Weise, wie der Moderator seine Fragen stellt, auch dazu beitragen, die emotionale Situations-

stimmung zu verstärken (vgl. Lücke, 2002, S 54f). Dieser emotionale Aspekt ist für den Erfolg dieser Formate maßgeblich verantwortlich (vgl. Klaus & Lücke, S. 208f).

2.1.4 Intimisierung

Unter dem Gestaltungsmittel Intimisierung verstehen Klaus & Lücke (2003) das rücksichtslose Eindringen in die Privatsphäre der KandidatInnen und das zur Schauellung des Privaten in den öffentlichen Raum. Dabei werden die KandidatInnen auch „... *in Ihren Charaktereigenschaften und Handlungen entblößt.*“ (Klaus & Lücke, 2003, S. 209) Auch werden intime Gedanken, Ängste oder Hoffnungen der Öffentlichkeit preisgegeben. Vieles was früher als private Themenbereiche abgehandelt wurden, wie Sexualität, persönliche Angelegenheiten und zwischenmenschliche Beziehungen oder Freundschaften werden nun aufgerollt und zum öffentlichen Mittelpunkt gemacht (vgl. Bente & Fromm, 1997, S. 20, vgl. auch Klaus & Lücke, 2003, S. 209).

Diese öffentliche zur Schauellung des Privaten wird von Fromm (1999) folgendermaßen begründet: Da es gegenwärtig eine Vielfalt an möglichen Lebensstile gibt und persönliche Bedürfnisse einen höheren Stellenwert in ihrer Gestaltung erlangt haben, kann es gerade durch diese unüberschaubare Anzahl an Möglichkeiten zu Problemen und Schwierigkeiten bei der Orientierung des Einzelnen bei der Lebensbewältigung kommen. Und hier kommt den Sendungen eine unterstützende Wirkung zu, denn dadurch dass sie private und intime Themen behandeln, liefern sie dem Rezipienten die Möglichkeit „*seine selbstgewählte Lebensauffassung zu bekennen, zu überprüfen und gegebenenfalls zu revidieren.*“ (Fromm, 1999, S.62 zit. n. Lücke, 2002, S. 55) Das heißt, dass die Sendungen, gerade durch das Auseinandersetzen und dem Diskutieren von privaten Angelegenheiten, eine Orientierungsfunktion für den Zuschauer erfüllen (vgl. Lücke, 2002, S 55).

2.1.5 Stereotypisierung

Als nächstes Gestaltungselement ist die Stereotypisierung zu nennen. Wegener (1994) schreibt zum Gestaltungsmittel Stereotypisierung:

„Die konzentrierte Darstellung von Emotionen, die Dynamisierung und Dramatisierung von Handlungen führt zu Bruchstücken, zur Reduktion komplexer Zusammenhänge. (...) Diese Kriterien bringen die Bildung von Stereotypen zwangsläufig mit sich.“ (Wegener, 1994, S. 75)

Das heißt, dass es zu einer verkürzten Darstellung der TeilnehmerInnen oder der Handlungsgeschichte von Reality TV Formaten kommt. Diese knappe Darstellung der Protagonisten oder der Ereignissen ist oftmals sehr oberflächlich und einseitig. Es wird nur eine

Seite des Charakters oder eine Eigenart der KandidatInnen in den Vordergrund gestellt. Nicht nur der Darsteller, auch die Handlung kann von der Stereotypisierung gekennzeichnet sein. So wird eine Geschichte nicht ausführlich und langwierig dargestellt, sondern diese wird knapp erzählt. Ziel dieser verkürzten Darstellung ist vor allem eine Emotionalisierung und Betroffenheit beim Rezipienten zu erreichen. Auch spielt die kurze Sendezeit eine Rolle, denn diese lässt es auch nicht zu eine Person oder eine Geschichte umfassend intensiv darzustellen. Diese nicht mögliche umfassende Betrachtung eines Darstellers führt zu einer Stereotypisierung und zur Präsentation oberflächlicher Protagonisten (vgl. Lücke, 2002, S 55f). Das Ergebnis sind „... *Klischees, stereotype Darstellungsmuster und standardisierte Handlungsabläufe* ...“ (Wegener, 1994, 77f zit. n. Lücke, 2002, S 56). Doch es ist auch nicht wichtig, eine Person so vielschichtig wie nur möglich darzustellen. Gerade durch diese oberflächliche Darstellung der Protagonisten wird hier Raum für die diversen Rezipienten gelassen, die oberflächlichen Vorlagen mit eigenen Bedeutungen zu versehen (vgl. Klaus & Lücke, 2003, S. 209f). An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass Stereotype als eine Art „... *Ordnungs- und Kategorientendenz* ...“ von Lippman (1922) gesehen wird, die dem Zuschauer das Orientieren in der komplexen Darstellungswelt erleichtern soll (vgl. Lippman, 1922 zit. n. Wegener, 1994, S. 75f).

2.1.6 Dramatisierung

Ein weiteres gestalterisches Element des Reality TV ist die Dramatisierung: Die Dramaturgie einer Sendung ist die Inszenierungsstrategie, die eine Sendung als noch spannender wirken lässt. Ereignisse sollen als spannende Geschehnisse vermittelt werden und so sind diese dramatisch, lebhaft, reißerisch und spannend inszeniert. Mit Hilfe von technischen Mitteln, wie schnelle Schnitte, überraschender Szenenwechsel und spannungserhöhender Hintergrundmusik sollen die gewünschten, dramatischen Momente erreicht werden. Der schnelle Schnitt, der zwischen Protagonisten und Schauplätze wechselt, kann dem Zuschauer die ständige Anwesenheit und den fortlaufenden Einblick bei allen spannenden Ereignissen vermitteln. Mit der Musik kann die emotionale Grundstimmung einer Szenerie gesteigert werden oder die gegebene Situation wird nur musikalisch unterstützt. Ein weiteres wichtiges Element, um Dramatik zu erreichen, ist der Einsatz der „Living Camera“. Diese Kamera ist eine sich ständig bewegende Kamera, die die Protagonisten überall, in jeder Situationslage zeigen kann und soll den Effekt haben Authentizität zu vermitteln (vgl. Lücke, 2002, S. 56). Die oben erwähnten Stilmittel sind zwar von fiktionalen Produktionen entlehnt, werden aber auch in Reality TV Formate eingesetzt. Obwohl die Mittel zur Gestaltung von fiktionalen Serien oder Spielfilmen entnommen sind, entstammt der Stoff

aus der realen Welt und ist nur dramatisch inszeniert. Dramatik als Inszenierungsmittel ist in allen Genres des Reality TVs zu finden (vgl. Klaus & Lücke, 2003, S. 210).

2.1.7 Live-Charakter

Als weiteres Merkmal des performativen Reality TV ist der Live-Charakter anzuführen. Lücke (2002) erklärt, dass viele Sendungsformen des Reality TV versuchen, dem Rezipienten eine Live-Inszenierung zu suggerieren. Um diesen Live-Charakter zu vermitteln, wird beispielsweise ein anwesendes Studiopublikum immer wieder ins Bild geholt oder das Verhandlungspublikum einer Gerichtsshow wird in den Sitzungspausen interviewt. Wie erklärt, werden einige aber nicht alle Sendungen live gesendet. Bei den Sendungen, die wirklich live ausgestrahlt werden, sind oft appellierende Angebote an den Zuschauer Zuhause zu erkennen, wie zum Beispiel das Mitentscheidungsrecht oder die Abstimmung bei der Abwahl des unbeliebtesten Teilnehmers (vgl. Lücke, 2002, S. 57).

2.1.8 Fiktion-Realität

Anzuführen ist hier auch noch das Gegenpaar Fiktion und Realität, dass Lücke (2002) auch als ein Merkmal von Reality TV bezeichnet. Wurde früher noch strikt zwischen fiktionale Genres und non-fiktionale Genres getrennt, unter dem ersten Begriff waren Unterhaltungssendungen und unter dem zweiten Begriff waren Sendungen des Informationsbereichs summiert, gestaltet sich eine klare Unterscheidung zwischen real und fiktiv als immer schwieriger. Zu beobachten ist, dass immer mehr Fernsehformate eine Vermischung von verschiedenen Genremerkmalen aufweisen. Auch das performative Realitätsfernsehen präsentiert solche Vermischungen und Grenzüberschreitungen (vgl. Lücke, 2002, S. 57f). Lücke (2002) erläutert abschließend,

„... 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.“ (Lücke, 2002, S. 58)

2.1.9 Information-Unterhaltung

Nach Klaus & Lücke (2003) besteht gerade in der bewussten Übertretung und Auflösung dieser harten Grenze, die Informationsproduktionen und Unterhaltungsproduktionen voneinander trennen, ein markantes Merkmal des performativen Reality TV³. Zu beobachten ist, dass Sendungen, denen eine Informationsfunktion zugesprochen wird, oft mit einer

³ Der Vollständigkeit halber ist hier festzuhalten, dass diese Überschreitung der Grenze auch für die Formate des narrativen Reality TVs gelten (vgl. Klaus & Lücke, 2003, S. 206).

unterhaltenden Komponente geschmückt werden und umgekehrt Sendungen, denen ein unterhaltender Wert zukommt, gleichzeitig auch Wissenswertes bieten können. Klaus (1996) hat in ihrer Zusammenfassung gezeigt, dass Informations- und Unterhaltungsangebot sich oft überschneiden und zugleich Information als auch Unterhaltung vermitteln. Die Sendungen des Genres Reality TV können Informationen beispielsweise über Krankheitsverläufe, Ernährung oder auch Kenntnisse und Komponenten der sozialen Kompetenzen beinhalten und für den Zuschauer gleichzeitig unterhaltend sein. Auf der anderen Seite gibt es die Formate, in welchen „normale“ Menschen auftreten und Probleme und Verhaltensweisen, die oft sehr intime private Situationen sein können, gezeigt werden. Diese Sendungen haben meist zwar eine unterhaltende Aufbereitung, können aber parallel den Rezipienten mit Information versorgen. Fest steht, dass Reality TV und seine Subgenres sehr häufig diese Grenzauflösung aufweisen (vgl. Klaus & Lücke, 2003, S. 206f).

2.1.10 Authentizität-Inszenierung

Als Merkmal des Reality TV ist noch das Spannungsverhältnis Authentizität und Inszenierung zu erwähnen. Für authentisch hält Bente & Fromm (1997) eine Sendung dann, wenn nicht-prominente Personen gezeigt werden und diese ihre realen Geschehnissen oder „wahren“ Geschichten erzählen oder darstellen. Abhängig vom Sendekonzept kann das Erzählte auch inszeniert sein. Durch den Live-Charakter wird die „Authentizität des Gezeigten“ verstärkt (vgl. Bente & Fromm, 1997, S. 20). Allgemein kann gesagt werden, dass performatives Realitätsfernsehen beide Elemente beinhaltet. Klaus & Lücke (2003) halten fest, dass zwar reale Geschichten die Grundlage für eine Sendung sind, jedoch sind diese wirklichen Geschichten bearbeitet und somit inszeniert. Die Sendungen sollen für den Zuschauer spannend sein und längerfristig geschaut werden, deshalb werden die teilnehmenden Personen von Regisseur, Redaktion oder Kamerateam manchmal darauf hingewiesen, Situationen nachzuahmen oder Vorgelegtes wiederzugeben (vgl. Klaus & Lücke, 2003, S. 204f).

2.1.11 Alltag-Exotik

Abschließend ist noch das Verhältnis Alltag und Exotik, als ein Charakteristikum des Reality TV, zu nennen. Klaus & Lücke (2003) erklären, dass der Alltag, das Gewöhnliche mit ihren „normalen“ Menschen als Protagonisten in den Mittelpunkt gestellt werden. Verschiedene Lebenslagen und Situationen des Alltags und dessen Bewältigung, wie Pärchen, die Nachwuchs bekommen, Bürger, die auf der Arbeitssuche sind, flirtende Singles oder Freundschaftsbeziehungen werden in den Sendungen gezeigt und gerade die Darstellung

und somit die Anwesenheit des Fernsehens in ihrem Leben, entzieht diese gewöhnlichen Menschen aus ihrem Alltag. Klaus & Lücke (2003) betonen:

„Der Blick der Kamera macht sie zu ExotInnen des Alltags, stellt sie als Einzelne aus, die von Millionen bestaunt werden können. Das außergewöhnliche Fernsehereignis transformiert die Alltagsmenschen zu Medienstars ... und stellt damit einen erheblichen Eingriff in ihre Alltagswelt dar, wie er für die Genres des performativen Reality TV konstituierend ist.“ (Klaus & Lücke, 2003, S. 207)

Es kommt zu einer Grenzübertretung, indem Alltagsbegebenheiten durch die Fernsehpräsenz in herausgehobenen Ereignissen überführt werden. Gerade diese Kombination von *„Gewöhnlichem und Außergewöhnlichem, von Alltag und Exotik“* bewirkt, dass das Reality TV so erfolgreich ist (vgl. Klaus & Lücke, 2003, S. 208).

2.2 Die Castingshow

In diesem Kapitel wird die Castingshow näher charakterisiert, da die hier im Mittelpunkt der Analyse stehende Sendung GERMANY'S NEXT TOPMODEL auch zu den Castingshows gezählt wird. Zuerst soll ein kurzer geschichtlicher Überblick über die unterschiedlichen Shows der deutschsprachigen Fernsehlandschaft gegeben werden, die die Anfänge oder auch Vorreiter der heutigen Castingshow markieren⁴. Gleich anschließend sollen wichtige Merkmale der beliebten Castingshow skizziert werden und dadurch soll das Phänomen Castingshow definiert werden. Außerdem werden Aspekte der heutigen Castingshow im Vergleich zu ihren Vorgängern festgehalten und zusammengefasst. Die in diesem Abschnitt geschriebenen Blickwinkel der Castingshow bilden auch eine Grundlage der im zweiten Teil durchzuführenden Analyse. Die nachstehenden Ausführungen sind einerseits basierend auf folgende Autoren: Hofer (2003), Klaus & O'Connor (2010), Klaus (2009), Thomas (2005, 2006, 2008), Seeßlen (2008) und andererseits stützt sich das folgende Kapitel auf die Internetrezeption sowie die eigene Fernsehrezeption.

2.3 Das Phänomen Castingshow

Die Erscheinung Castingshow des gegenwärtigen Fernsehprogrammes ist nichts Neues bzw. nicht erst seit der Jahrtausendwende in der deutschen Fernsehlandschaft vertreten. Die deutsche Fernsehprogrammgeschichte zeigt, dass die Sendungen die eine Personen(aus)wahl treffen, schon viel früher zu beobachten sind. Bereits in den fünfziger und sechziger Jahren sendete die ARD⁵ die Show TOI TOI TOI-DER ERSTE SCHRITT INS RAMPENLICHT (ARD). Der Entertainer Peter Frankenfeld moderierte die Sendung. Die Show wurde damals als Talentshow und nicht als Castingshow betitelt. Weitere Sendungen die als erste Castingformate und als Vorgänger der heutigen Castingshow genannt werden können, sind UND IHR STECKENPFERD? (ZDF), das sowohl in den sechziger als auch nochmals in den siebziger Jahren gezeigt wurde. WER WILL DER KANN-DIE TALENTPROBE FÜR JEDERMANN (ZDF) ist eine weitere Sendung der sechziger Jahre. Zu erwähnen ist auch die Sendung TALENTSCHUPPEN (ARD), welche von Dieter Pröttel zwischen 1966 und 1984 hauptsächlich moderiert wurde. 1974 bis 1980 führte Bill Ramsey durch den

⁴ Dieser geschichtliche Überblick nennt nicht alle Talentsendungen, die zur früheren deutschen Fernsehgeschichte zu zählen sind und ist keineswegs vollständig. Dadurch, dass Sinn und Zweck dieser Aufzählung lediglich das Zeigen der bereits früheren Existenz dieser Shows ist und diese Shows von Thomas (2007) in die Traditionslinie der Castingshows gesetzt werden, ist eine vollkommene Aufzählung nicht relevant für diese Arbeit (vgl. Thomas, 2007 zit. n. Mikos, 2007, S. 56).

⁵ ARD steht für „Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland“ (vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/ARD>, Zugriff: 15.03.2011).

TALENTSCHUPPEN (ARD). Auch in Fernsehprogramm der DDR gab es Talentshows, wie zum Beispiel gegen Ende der fünfziger Jahre die Sendung DIE WAREN NOCH NIE DA (DFF⁶) mit Heinz Quermann oder auch HERZKLOPFEN KOSTENLOS (DFF), die ab 1971 den Titel HEITERE PREMIERE (DFF) trug (vgl. Thomas, 2007 zit. n. Mikos, 2007, S. 56, vgl. auch http://www.jugendschutz-niedersachsen.de/wordpress/wp-content/uploads/2010/10/castingshows_mikat.pdf, Zugriff: 09.03.2010)

In den achtziger Jahren sendete der Fernsehsender NDR die GONG-SHOW (NDR) mit Paul Kuhn. Die gleiche Sendung konnte man in den 90er Jahren auf RTL mit Götz Alsmann verfolgen und auch nach der Jahrtausendwende lief die GONG-SHOW (SAT.1) nun aber bei SAT.1 mit Marco Ströhlein. In dieser Sendung konnte das Publikum die teilnehmenden KandidatInnen bei nicht erbrachter guter Leistung „weggongen“. Auf diesem Weg erhielten die Zuseher erstmals die Chance am Auswahlverfahren teilzunehmen. Die Sendung GOTTSCHALK LATE NIGHT (RTL) wurde erstmals im Jahre 1992 gesendet und war eine Sendung, die von Thomas Gottschalk moderiert wurde⁷. Diese Sendung hatte keinen konstanten inhaltlichen Ablauf, sondern war durch verschiedene Ereignisse, wie Kommentare von Gottschalk zu unterschiedliche Themen, Unterhaltungen mit Prominentengäste, die den Sendungshauptteil bildeten und auch eine Live-Schaltung in das Wohnzimmer einer zuvor ausgesuchten Familie, markiert. Eines dieser diversen Ereignisse dieser Sendung war der veranstaltete Wettbewerb Model '92, aus dem Heidi Klum als Siegerin hervorging. Mit diesem Sieg begann die erfolgreiche Karriere von Heid Klum (vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Gottschalk_Late_Night, Zugriff: 09.03.2010, vgl. auch http://www.jugendschutz-niedersachsen.de/wordpress/wp-content/uploads/2010/10/castingshows_mikat.pdf, Zugriff: 09.03.2010).

Danach, mit der Jahrtausendwende zeigte sich ein neuer Aufschwung der talentsuchenden Shows. Die Sendung POPSTARS (RTL2) wurde in Deutschland gezeigt. Entwickelt wurde diese Sendung von dem Neuseeländer Jonathan Dowling. Zuerst 1998 in Neuseeland mit riesigem Erfolg gesendet, wurde das Sendekonzept von vielen Ländern übernommen, so auch von Deutschland. Im Jahre 2000 wurde POPSTARS (RTL2) erstmals von der Fernsehproduktionsfirma Tresor TV für den Sender RTL2 hergestellt (ab 2003 für PRO7) und ausgestrahlt. Die Idee der Show POPSTARS-DU BIST MEIN TRAUM (RTL2) war es eine

⁶ DFF bedeutet „der deutsche Fernsehfunk“ (vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Deutscher_Fernsehfunk, Zugriff: 15.03.2011).

⁷ Diese Sendung ist im Zuge dieses Überblicks vor allem deswegen erwähnenswert, da bei dieser Sendung Heidi Klum, die Moderatorin von GERMANY'S NEXT TOPMODEL, selbst entdeckt wurde.

Band, die aus gesangstalentierten Mädchen besteht, zusammenzustellen. Aus einer riesigen Anzahl von sich beworbenen Mädchen wurde durch voranschreitende Selektion schlussendlich eine Girl- oder Boyband gegründet. POPSTARS (RTL2) war als Doku-Soap konzipiert. Dies bedeutet, dass der Zuschauer die Mädchen von den beginnenden Castings, über die verschiedenen Trainingseinheiten bis hin zu den öffentlichen Live-Auftritten stets mit verfolgen konnte. Bewährt wurden die Mädchenleistungen aber nur von einer Experten-Gruppe aus der Musikbranche. Dies ist vergleichend zu den aktuellen Castingshows ein Unterschied, denn bei den meisten gegenwärtigen Castingformaten wird der Zuschauer durch ein Mitspracherecht mit eingebunden (vgl. Hofer, 2003, S. 45ff).

Castingshows gab es in Deutschland mit POPSTARS (RTL2) zwar schon im Jahr 2000, aber mit der Show DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR (RTL) kam es 2002 zu einem nochmaligen riesigen Erfolg dieses Formats. Die Sendung basiert auf dem Konzept der britischen Sendung TOP IDOLS (ITV), die vom englischen Musikproduzenten Simon Fuller entwickelt wurde. Ziel der Show DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR (RTL) ist am Ende ein „Superstar“, männlich oder weiblich, zu küren. Verglichen zu POPSTARS (RTL2) ist bei DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR (RTL) die Bewertung der KandidatInnen anders gestaltet, denn hier führt der Zuschauer durch eine Telefonabstimmung die Selektion zwischen den KandidatInnen durch. Darin ist auch eines der wichtigsten Unterschiede zu POPSTARS (RTL2) zu sehen, denn der Zuschauer hat nun die Möglichkeit direkt in den Sendungsverlauf einzugreifen und trägt aktiv zum Erfolg oder Misserfolg der KandidatInnen bei (vgl. Hofer, 2003, S. 51, vgl. auch Klaus & O'Connor, 2010, S. 51f). DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR (RTL) ist im aktuellen Programmangebot immer noch vertreten und verbucht noch immer große Beliebtheit beim Zuschauer. Neben dieser Sendung kam es zu einem intensiven Aufstocken vieler deutscher TV-Sender mit zahlreichen Castingformaten und eine allgemeine Etablierung dieses Programmkonzeptes ist zu erkennen. Abgesehen von den Castingshows mit musikalischem Inhalt haben sich unterschiedliche Castingshows mit variierendem Inhalt entwickelt. Heutige Erscheinungsformen der Castingshow visualisieren mittlerweile unterschiedlichste Themenbereiche: Tanzwettbewerbe, Schauspielwettbewerbe, Gesangswettbewerbe und berufliche Wettbewerbe mit einem Model- oder Ausbildungsvertrag als Gewinnaussicht (vgl. Klaus & O'Connor, 2010, S. 51).

2.4 Konzept und Erkennungszeichen der heutigen Castingshow

Schlägt man das Wort Casting im Brockhaus (2006) nach so ist darunter folgendes zu lesen: Casting „ ist ein Auswahlverfahren bei der Rollenbesetzung von Theaterstücke, Modenschauen sowie Fernseh-, Film- und Musikproduktionen.“ (Klaus & O’Connor, 2010, S. 51)

Wie bereits oben erläutert, ist die Angebotsform Castingshow kein neues Programmkonzept der gegenwärtigen Produzenten und Programmemacher. Was aber neu oder anders bei den heutigen Castingshows im Vergleich zu den aller ersten Talentshows ist, zeigt sich in einigen Sendungselementen und Teilgebieten, die weiterentwickelt, ausgebaut oder gar neu erschaffen wurden. All den gegenwärtigen Castingformaten ist das vorangehende Massencasting gemeinsam. Mehrere tausende AnwärterInnen bewerben sich, um ihr Können zu zeigen und so einen Platz in der eigentlichen Show zu ergattern. Bereits dieses Auswahlverfahren wird als Teil der Show inszeniert. Dieses Casting in der Show ist ein wichtiges Element des Sendungskonzepts, denn die öffentliche Präsentation und die zeitliche Dehnung des Selektionsprozesses wird in den Mittelpunkt gerückt (vgl. Thomas, 2008, S. 230). In den vielen Folgen einer Showstaffel müssen die TeilnehmerInnen ihre Fähigkeiten vor einer Jury vortragen. Da diese Castingshows einen wettbewerbsartigen Aufbau haben, wird von Folge zur Folge die TeilnehmerInnenzahl systematisch verringert, bis am Ende nur noch einer, der Sieger, übrigbleibt. Beim Selektionsverfahren gibt es verschiedene Variationen: Manche Castingshows haben eine Fachjury, die alleine über die Leistungen der TeilnehmerInnen bestimmt (z. B. GERMANY’S NEXT TOPMODEL). Bei anderen Castingshows gibt es eine Zuschauerbeurteilung durch das „Televoting“. Hier stimmt der Zuschauer durch das Anrufen für oder gegen bestimmte KandidatInnen ab und beurteilt somit die TeilnehmerInnen. Manchmal, je nach Showkonzept, ist die Abstimmung über die KandidatInnen auch als ein Mix aus beiden Formen zu finden. Ein Beispiel für diese kombinierte Form ist die Show DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR (RTL). In den ersten Showfolgen werden die BewerberInnen alleine von der Expertenjury bewertet und alleine diese entscheiden über die weitere Teilnahme an der Castingshow. Danach, in den Livesendungen, geben die Experten nur mehr „Empfehlungskommentare“ ab, welche KandidatInnen unbedingt in der nächsten Sendung mit dabei sein sollten. Entschieden wird dies dann nur mehr vom Zuschauer per „Televoting“ (vgl. Hofer, 2003, S. 51, vgl. auch Klaus & O’Connor, 2010, S. 51f).

Ein weiteres wichtiges Erkennungszeichen der heutigen Castingshow im Vergleich zu den früheren Talentwettbewerben ist, dass früher Menschen mit Talent in der Sendung nur entdeckt wurden. Heutzutage werden die Talente in der Show aktiv „hergestellt“ und am Ende der Show präsentiert. Die Rolle und Funktion der Medien als Vermittler der prominenten Persönlichkeiten hat sich gewandelt, denn Medien sind zu Produzenten von Stars oder Talententdecker geworden (vgl. Klaus & O’Connor, 2010, S. 51). Zudem stellt der Aspekt, dass hier ein Wettbewerb der KandidatInnen gegeneinander stattfindet und dass „normale“ Menschen eine Verwandlung in Stars vor laufender Kamera erleben, auch ein großer Unterschied zu einigen anderen Subgenres des Reality TV dar. Anfangs werden die KandidatInnen wie „Alltagsmenschen“ vorgeführt und mit dem Fortschreiten der Sendung und den vielen Trainingseinheiten, die unter hoher Disziplineinforderung präsentiert werden, scheint es dass die TeilnehmerInnen sich entwickeln und „zu einem neuen Selbst finden“ (Klaus & O’Connor, 2010, S. 52) und dieses neue „Ich“ repräsentiert und vertritt ihr Potenzial besser. Nach Leidenfrost und Schadler (2005) besteht gerade in dieser Metamorphose ein wichtiger Bestandteil der erfolgreichen Inszenierung (vgl. Klaus & O’Connor, 2010, S. 52).

Die Castingshows präsentieren die Eigenschaft „Begabung“ als ein Merkmal, dass angeboren ist und zugleich zeigen die Castingshows, dass man sich diese Eigenschaft durch viel Arbeit aneignen kann. Dass dies aber eine Widersprüchlichkeit in sich ist, wird in den Sendungen nicht ausgehandelt. Auf der einen Seite wird der Castingablauf gezeigt und parallel werden die Bemühungen und Anstrengungen der KandidatInnen, wie sie an ihrer Ausdrucksfähigkeit arbeiten um Erfolge zu erzielen, in Szene gesetzt. Dabei werden „... deren Selbstinszenierungen als authentische Subjekte“ (Klaus & O’Connor, 2010, S. 52) ins Zentrum gestellt (vgl. Klaus & O’Connor, 2010, S. 52).

Wissenschaftler und Medienkritiker, wie Tanja Thomas (2005, 2006, 2008), Elisabeth Klaus (2009) oder Georg Seeßlen (2008) haben sich auch kritisch zur Castingshow geäußert. So haben sich einige dieser Theoretiker mit dem Blickwinkel und den Ähnlichkeiten zwischen den Normen- und Wertekonzepten der neoliberalen Arbeitsgesellschaft und den Richtlinien der Castingshows beschäftigt. Als „Werkstatt des neoliberalen Subjekts“ (2004) und später des „Unternehmerischen Selbst“ hat Tanja Thomas (2005) die Castingshow beschrieben. Denn, so erklärt Thomas (2005), die Aufforderung: „An deiner Persönlichkeit musst du noch ein bisschen arbeiten“, die so oder in ähnlicher Form ständig von der Jury der Show DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR (RTL) gegenüber den Teil-

nehmerInnen vorgetragen wird, sei einerseits Ausdruck für die charakteristischen Identitätsangebote und andererseits für die zentralen Selbst- und Weltdeutungen dieser Show. Vor allem aber sieht Thomas (2005) in dieser Formulierung „... *die Anrufung eines unternehmerischen Selbst ...*“ (Thomas, 2005, S. 40). Das wesentliche Charakteristikum dieses „*unternehmerischen Selbst*“ liegt darin, „*dass die Personen selbst die Produkte ihres unternehmerischen Handelns sind.*“ (Thomas, 2005, S. 40) Mit dem Hintergrund dass die Ökonomisierung bereits die meisten Lebensgebiete beeinflusst hat, erklärt Thomas (2005), dass auch das mediale Unterhaltungsangebot davon betroffen ist. So lassen sich nach Thomas (2005) die Castingshows als eine Art Spiegel dieses ökonomischen Prozesses betrachten. Im Mittelpunkt der Castingshows steht die Selbstvermarktung der TeilnehmerInnen und dabei wird dem eigenen Körper und Geist Disziplinierung zugemutet. Zudem werden die „Leistungsgedanken“ durch den harten Auswahlprozess perpetuiert. Die Selbstdarstellung und Inszenierung erfordert hundertprozentige Anstrengung und die Regel lautet:

„Jede bzw. jeder ist Experte in eigener Sache, verantwortlich dafür, sein eigenes Humankapital ... mit maximalem Gewinn und auf eigenes Risiko zu verwalten und zu vermarkten.“ (Thomas, 2005, S. 40)

So präsentieren die Castingshows Erfolg oder Misserfolg der TeilnehmerInnen als ein Resultat ihres Einsatzes und ihrer Eigeninitiative. Dies geschieht auf individuellem Risiko und ohne automatische Garantie auf Sieg oder soziale Anerkennung, denn gerade in der heutigen neoliberalen Zeit und ihre undurchschaubaren Leistungskriterien ist Leistung nicht zwangsläufig auch Gewährleistung für einen Arbeitsplatz, ein sicheres Einkommen oder allgemeiner Erfolgsgarant (vgl. Thomas, 2005, S. 40).

Auch für Elisabeth Klaus (2009) sind die Castingshows ein Zeichen „... *einer neoliberalen, krisengeschüttelten Gesellschaft*“ (Klaus, 2009, S. 43). Um als Sieger aus einer Castingshow hervorzugehen, werden sowohl Körper als auch Charakter geprüft. Um MitstreiterInnen auszustehen und Jury zu beeindrucken wird voller Einsatz erwartet und getestet wird die vollständige Persönlichkeit, die sowohl eine perfekte Inszenierung aufweisen, als auch einen wahren Authentizitätseindruck hinterlassen muss (vgl. Klaus, 2009, S. 43).

Ein Schritt weiter gehen Georg Seeßlen (2008) Ausführungen zur Castingshow, denn er beschreibt diese Sendungen als ein „*moderner Sklavenmarkt*“. Er schildert anhand der Show GERMANY'S NEXT TOPMODEL wie die SiegerInnen der Sendung ausgebeutet werden, denn diese müssen einen großen Teil ihrer künftigen Einnahmen an den Sender abgeben.

Durch Verträge geregelt, kassieren der Sender und die sendereigene Agentur „Face Your Brand“ von den zukünftigen Gagen der Mädchen im ersten Jahr 40 Prozent, im zweiten Jahr 35 Prozent und im dritten Jahr 30 Prozent. Hinzu kommt, dass der Sender jederzeit eine Vertragsverlängerung um zwei Jahre ohne Einverständnis des Models bewirken kann, aber im Gegensatz dazu das Mädchen immer von Seiten des Senders gekündigt werden kann. Die KandidatInnen werden als das Produkt, das den Sendeanstalten gehört, gehandelt. Demgemäß starten die Mädchen ihre berufliche Laufbahn bereits in einem Abhängigkeitsverhältnis, aus dem es nur schwer ist zu entkommen (vgl. Seeßlen, 2008, S. 44).

Seeßlen (2008) hält fest, dass der Sender immer die gleiche Vorgehensweise hat: Er produziert ein Star, der dann gnadenlos ausgenommen wird. Durch den Agenturvertrag hat der Sender vollkommene Entscheidungsmacht über den produzierten Star und so ist dieser verpflichtet Auftritte, Werbeeinsätze oder sonstige Engagements wahrzunehmen. Nun tritt der „Star“ in den sendereigenen Shows oder in den diversen Talkshows auf. Nebenbei bewirkt dieser „Star“ auch einige Boulevardstorys. Danach ergeben sich schon die ersten lukrativen Produkte, die dann rentabel für den Sender sind. Ob der produzierte Star auch etwas daran verdient ist fraglich, denn wie Seeßlen (2008) treffend erläutert: *„Die Gewinner von Castingshows mögen für den einen oder anderen Tag berühmt werden-reich werden nur die Produzenten.“* (Seeßlen, 2008, S. 44). Aber diese *„juristische und ökonomische Versklavung“* wird nicht öffentlich zum Thema gemacht, sondern bleibt im Hintergrund (vgl. Seeßlen, 2008, S. 44). So lässt sich nochmals betonen, dass die Welt der Castingshow und die Regeln der neoliberalen Arbeitsgesellschaft sich kaum noch voneinander unterscheiden und ihre parallelen Zeichen sich auffallend deutlich zeigen (vgl. Klaus, 2009, S. 43).

Weitere Kennzeichen unter denen die Castingshow zu betrachten ist, lassen sich aus einer Studie von Klaus & O'Connor aus dem Jahre 2009 erkennen. Ausgehend von der Annahme, dass Medien und ihre Inhalte als Aushandlungsräume für soziale und individuelle Identitäten betrachtet werden können, wurden zahlreiche Interviews mit Jugendlichen geführt. Klaus & O'Connor (2009) befragten Jugendliche aus Österreich und Irland zu den Castingshows. Vordergründig sollen nun die verschiedenen Bereiche der Studie thematisiert werden und die unterschiedlichen Ergebnisse zwischen den österreichischen und den irischen Befragten sollen nur am Rande erwähnt werden. Besonders drei Ebenen zeigten sich, auf denen die Castingshows Bedeutung haben (vgl. Klaus, 2009, S. 43). Klaus (2009) fasst diese drei Bedeutungsdiskurse zusammen:

„Als soziale Handlung ermöglichen sie erstens, mit anderen zu interagieren, sie sind also im Rahmen der sozialen Kontexte des Fernsehkonsums wichtig. Zweitens liefern die Shows Material, um verschiedene normative Diskurse zu aktualisieren und gesellschaftliche Spielregeln auszuhandeln. Und drittens liefern sie Möglichkeiten spezifischer Verortungen in Identitätsräumen.“ (Klaus, 2009, S. 43)

Als eines der Studienergebnisse stellt sich heraus, dass die Castingshow die sozialen Interaktionen bedienen. Castingshows werden vor allem mit Verwandten geschaut und kaum mit Freunden oder gar alleine. So ist die Castingshow als Familienprogramm zu bestimmen. Eine Castingshow regt zur Kommunikation an und dient im Rahmen der sozialen Kontexte, einerseits dem Ausbau von sozialen Netzen oder sie werden zur Unterstützung und Entfaltung von alltäglichen Interaktionen herangezogen. Viele dargestellte Ereignisse können die zwischenmenschliche Kommunikation fördern: Juryentscheidung, Kandidatenauftreten und ihre Darstellung, sowie auch die Ausstattung. Die Studie zeigte, dass die Castingshow besonders für die Gleichaltrigengruppe eine häufige Gesprächsbasis im schulischen Alltag, ist (vgl. Klaus, 2009, S. 43).

Der zweite Bereich, auf dem sich eine Castingshow auswirkt, ist der Bereich normativer Diskurse. Die Studie zeigt, dass es hier den Jugendlichen vor allem um zwei gesellschaftliche Grundfragen geht: Fairness- und Kooperation/Konkurrenzfragen. Dabei wird verhandelt, ob die CastingshowteilnehmerInnen gerecht beurteilt werden und dadurch auch der Beste zum Erfolg gelangt sowie, ob die Jury und die Zuschauer fair bewerten. „Der Beste“ soll gewinnen, aber was „der Beste“ und „Begabteste“ erfüllen muss, ist nicht genau definiert und wird engagiert diskutiert. Nur gut Aussehen oder nur gut Singen können, ist nicht ausreichend. Es muss ein Gesamtpaket aus diesen beiden Komponenten sein. Erst dann, wenn man attraktiv ist, talentiert ist und noch dazu viel Arbeit an seiner Person investiert, um eine Veränderung durchzumachen, hat man die Chance es weit zu bringen (vgl. Klaus, 2009, S. 44). Was Jugendliche nicht mögen, sind die KandidatInnen die viel zu ehrgeizig mit den MitstreiterInnen konkurrieren. Viel mehr werden die KandidatInnen akzeptiert und gewollt, die eine freundliche, kameradschaftliche und kooperative Art haben. Trotzdem ist Konkurrenz eine wichtige Grundkomponente dieser Formate und ohne diesen Aspekt würde die Sendung als unrealistisch wirken. Ein Nebeneinander zwischen Konkurrenz- und Kooperationssituationen ist für den Erfolg einer Castingshow Voraussetzung. Klaus (2009) bemerkt, dass das Verhandeln dieser zwei Verhaltensweisen auch im richtigen Arbeitsleben stark an Bedeutung gewinnt (vgl. Klaus, 2009, S. 44).

Die dritte Ebene auf der die Castingshow zu ihrer Bedeutung gelangt, ist die Möglichkeit spezifischer Verortungen in Identitätsräumen. Die österreichischen Jugendlichen verhan-

deln besonders Geschlechteridentitätsfragen anhand der Castingshow. Bei den österreichischen Befragten waren geschlechtliche und sexuelle Identitäten zentraler Diskussionspunkt. Interessant ist auch, dass die Gespräche vor allem dazu genutzt werden, um die Geschlechterbeziehungen zwischen den Jugendlichen auszuhandeln. Die irischen Jugendlichen diskutierten besonders das Verhältnis von nationaler Identität und Castingshow. Hierbei stellte sich heraus, dass sie die heimische Produktion YOU'RE A STAR (RTÉ) gar nicht akzeptieren. Dieses heimische Sendungsangebot hat für die Jugendlichen keinerlei Qualitäten und Reize und ist nicht vergleichbar und schon gar nicht gleichzusetzen mit den britischen und amerikanischen Konkurrenzsendungen, wie THE X FACTOR (ITV) und AMERICAN IDOL (FOX). So konstatiert Klaus (2009), dass nach Aussage der irischen Jugend das eigene Land nicht der Platz für gute Unterhaltung, Talententdeckung oder Berühmtheit ist (vgl. Klaus, 2009, S. 45).

Abschließend ist zu sagen, dass eine Castingshow viele verschiedene Rezeptionsgründe und Bezüge zum Alltag haben kann. „*Medienhandeln ist soziales Handeln*“ (Klaus, 2009, S. 45) und stellt Material für die Kommunikation mit anderen zur Verfügung. In Rahmen einer Castingshow eröffnet sich ein Raum für diverse Fragestellungen. Castingshows thematisieren normative Diskurse und bieten die Möglichkeit sich mit diesen auseinanderzusetzen und diese auszuhandeln. Im Hinblick auf die Identitätssuche der Jugendlichen benennt Klaus (2009) die Castingshow als „*Fast Food*“: Die Jugendlichen nehmen die vertretenen neoliberalen Werte nicht einfach hin. Eine überwiegende Verneinung dieser ist aber auch nicht zu bemerken (vgl. Klaus, 2009, S. 45).

3. Fernsehästhetische Gestaltungskomponenten

Dieser Abschnitt beschäftigt sich im ersten Teil mit den Figuren und Protagonisten des Fernsehens sowie ihre Funktion und Erscheinungsform. Der zweite Teil beschäftigt sich mit den unterschiedlichen Elementen, die für die Ästhetik und Gestaltung des Fernsehinhalts verantwortlich sind. Dieser zweite Kapitelabschnitt lässt sich nochmals in zwei Teilbereiche zergliedern: einerseits die visuellen Elemente und andererseits die auditiven Elemente des Mediums Fernsehen.

3.1 Die Medienakteure und TV-Figuren

In diesem Kapitel werden die Figuren und Akteure der audiovisuellen Sendeformen in ihren Aufgaben und Funktionen beschrieben. Aus der Betrachtung der Figuren werden einerseits die Inszenierungskonstruktionen und Konzepte der Figuren erkennbar und andererseits gibt die Untersuchung der Figuren auch Auskunft über gesellschaftliche Komponenten, da anhand der Figureninszenierung und Darstellung auch die momentanen gesellschaftlichen Verhältnisse und Bedingungen verhandelt werden. Mikos (2003) erklärt dass, *„ihre Inszenierung ... an die in den jeweiligen Gesellschaften zirkulierenden Bedeutungen, die normativen und moralisch-ethnischen Regeln des Zusammenlebens betreffend“*, gebunden ist (Mikos, 2003, S. 155f). Für den folgenden Ausschnitt wird hauptsächlich auf das Werk *„Film- und Fernsehanalyse“* von Mikos (2003) und *„Film- und Fernsehanalyse“* von Hickethier (1996) zurückgegriffen.

Die Wichtigkeit und ihre tragende Funktion äußern die auftretenden Figuren darin, dass sie Handlungsträger sind. Ohne den Figuren, Darsteller und Charakteren die in fiktionalen und nicht-fiktionalen Medienprodukten zu sehen sind, gäbe es keine zu erzählende Geschichte. Sie sind es, die neben anderen wichtigen narrativen Gestaltungsmitteln, den Inhalt und die Handlung arrangieren sowie antreiben. Sehr oft wird die Geschichte aus der Sicht einer Figur erzählt oder, seltener aber auch, kommentiert das Geschehen eine unsichtbare Erzählerfigur aus dem Off (vgl. Mikos, 2003, S. 155).

Aus diesem Grunde ist eine Beschreibung und Analyse der Charaktere und Handlungsträger besonders bedeutsam. Ein zweiter wichtiger Grund, warum die Figuren interessant in ihrer Betrachtung erscheinen, liegt darin, dass die Wahrnehmung der auftretenden Personen durch die Zuschauer rückgekoppelt an den aktuellen gesellschaftlichen und lebensweltlich vertretenen Auffassungen, Bedeutungen und Vorstellungen von Selbst, Person

und Identität des Zuschauers ist (vgl. Mikos, 2003, S. 46, S. 155). Mikos (2003) stellt also fest, dass die Rollen der Figuren auch alltägliche, soziale Gegebenheiten aufgreifen und diese, in einer Geschichte inszeniert, wiedergeben. Denn ein inszenierter Charakter besitzt nicht nur personale Eigenschaften, sondern er spielt auch soziale Rollen (vgl. Mikos, 2003 S. 155).

Zusammenfassend lässt sich eines sagen: Das Personal von Film- und Fernsehproduktionen setzt sich aus Akteuren und Figuren zusammen und diese befinden sich „... *in einem Spiel der Inszenierung* ...“. Unabhängig davon ob es fiktive oder non-fiktive Figuren aus Spielfilm, Serie oder Game- und Talkshow sind, gemeinsam ist ihnen: Sie sind medial in Szene gesetzt (vgl. Mikos, 2003, S. 158).

3.1.1 Die Figuren und ihre Rollen

Mit dem Hintergrund, dass vom Rezipienten ein Wissen über eine soziale Rolle vorausgesetzt wird und dass die Akteure und ihre Darstellungsrolle in den Identitäts- und Selbstkonzepte unserer Gesellschaft eingebettet sind, macht Mikos (2003) folgende Einteilung: Er unterscheidet zwischen zwei Typen von Handlungsrollen: Einerseits gibt es die spezifischen Funktionsrollen und andererseits gibt es die sozialen Handlungsrollen. Die spezifischen Funktionsrollen unterscheidet er nochmals in mediale Funktionsrollen und soziale Funktionsrollen. Talk- und Showmaster, Nachrichtensprecher oder auch Assistenten repräsentieren mediale Funktionsrollen. Für soziale Funktionsrollen stehen Verkäuferin, Unternehmer oder Politikerin. Die Funktionsrolle einer Figur setzt sich aus ihrem Status und der jeweiligen Funktion, die sie in der Inszenierung der Fernsehsendung hat, zusammen. Eine Funktionsrolle kann in einer Handlungsrolle übergehen und die gespielte Handlungsrolle führt die Geschichte weiter an. Eine Figur ist nicht frei in der Bestimmung und Gestaltung des Rollencharakters, sondern dieser ist vorgegeben und in seiner Funktion vorbestimmt. Mikos (2003) bringt hier ein Beispiel der Assistentin einer Gameshow: Diese darf dem Moderator nur unterstützend zur Hand gehen, aber nicht selbst moderieren. Die Rolle des Showmasters bietet mehr Raum und Möglichkeiten zur Gestaltung. Die Beteiligten, sowohl Showmaster als auch die Kandidaten einer Show, die in ihre mediale Funktionsrolle festgelegt sind, können ihre Rollen trotzdem um einige Aspekte gestalten. Sie sind zwar durch ihre Funktionsrolle z. B. Talkmaster bestimmt, sollen aber diese auch in einer sozialen Handlungsrolle überführen (vgl. Mikos, 2003, S. 161f).

In den Handlungsrollen spiegeln sich Statusposition, subjektive Charaktereigenschaften und auch die handlungsrelevante Biografie der Protagonisten. Die Handlungsrollen sind es

auch welche, die emotionale Nähe und die kognitive Repräsentation von Handlungsformen in dem Rezeptionsprozess herstellen. Die Funktionsrollen und die Handlungsrollen sind auch von einem doppelten Verhältnis bestimmt: Sie sind für Funktion und Handlung verantwortlich und gleichzeitig stehen sie in Relation zur Person, die sie einnimmt. Eine inszenierte Figurenrolle wird durch das Image, das eine Medienpersönlichkeit, ein Star bereits hat, mit beeinflusst. Erst durch die Kombination der inszenierten Rolle mit dem Starimage wird der Medientext zu einer Einheit und so zu einem Startext. Dies gilt für die fiktionalen Sendeformen als auch für die fernsehspezifischen Sendeangebote (vgl. Mikos, 2003, S. 163).

Allgemein lässt sich festmachen, dass die Protagonisten des Fernsehens durch ihre Funktionsrollen und durch ihre Handlungsrollen bestimmt sind. Die Funktionsrolle, wie beispielsweise der Nachrichtensprecher, lässt keine Gestaltungsmöglichkeiten der Rolle zu, aber dafür die Handlungsrolle. Für Talk- und Gameshows gibt es eindeutige Rollenverteilungen, doch wird die Gestaltung der Moderatorenrolle oder der Gästenrolle, in den diversen Shows, variieren und unterschiedlich gestaltet sein. Was alle Shows gemeinsam haben ist, neben der funktions- und handlungsorientierten Rolle des Moderators, eine personenzentrierte Inszenierung der Moderatorenrolle. Diese personenzentrierte Darstellung, indem der Auftritt der Moderatorenperson inszeniert wird, kann sich folgendermaßen zeigen: Während die Moderatorin die Showtreppen hinunterkommt, wird Musik dazu eingespielt, oder in einer anderen Sendung wird der Moderator zu Beginn der Sendung in den Publikumsreihen gezeigt. Durch diese unterschiedlichen Darstellungsarten werden die Sendungen jeweils anders charakterisiert. Grundsätzlich sind drei Rollen feste Komponenten der Inszenierung einer Talkshow: weiblicher oder männlicher Moderator, Gast und Studiopublikum. Auftretende Musiker sind in manchen Sendungen zu sehen und als weitere Rolle dazu zu zählen. Bei Gameshows sind fast die gleichen Rollen zu erkennen: Showmaster, Assistenten, Kandidaten, Showstars und Studiopublikum. Diese dramaturgischen Prinzipien sind auch bei Casting- und Reality Shows ähnlich erkennbar. Die Moderatoren und die Gäste sind einerseits als „*individualisierte Charaktere*“ und andererseits als „*abstrahierte soziale Typen*“ (Mikos, 2003, S. 164) dargestellt. Das bedeutet, dass ein Pfarrer als Trost spendende Person gezeigt wird oder der Moderator beispielsweise als Ratgeber oder als Moralapostel in Erscheinung tritt. Die Gäste werden als soziale Typen inszeniert. Meistens sind sie als Selbstdarsteller oder Opfer in Szene gesetzt (vgl. Mikos, 2003, S. 163f).

So ist abschließend zu betonen, dass eine Untersuchung der medialen Personen aus mehreren Blickwinkeln betrachtend geschehen muss. Sowohl „*das aufgebaute Wissen um die Personen und ihr Beziehungsgefüge, ... das lebensweltliche Wissen um soziale und typische Protagonistenrollen sowie die Selbst- und Identitätskonzepte der Zuschauer*“ (Mikos, 2003, S. 164) sind die Grundlagen und Kontexte, indem eine Untersuchung erfolgreich gestaltet werden kann. Außerdem darf die Betrachtung der emotionalen Strukturen, die sich in den dargebotenen Interaktionsverhältnissen zeigen, nicht außer Acht gelassen werden.

3.1.2 Identifikation mit der TV-Figur

Keppler (1996) schreibt in ihren Text „Einige Arten der Identifikation“ zum Identifikationsaspekt folgendes:

„Eine Figur kann nur dann wie eine Person wahrgenommen werden, wenn wir eine Vorstellung davon gewinnen können, wie es ist oder wie es wäre, diese Person zu sein - gerade so, wie wir im Alltag jemanden als Person nur wahrnehmen können, wenn wir aus der wenigstens hypothetisch eingenommenen Perspektive dieser Person bis zu einem gewissen Grad verstehen können, warum sie handelt, wie sie handelt und empfindet, wie sie empfindet. Die Fähigkeit zur - wie immer hypothetischen - Übernahme der Rolle des anderen ist eine Voraussetzung seiner Anerkennung oder Auffassung der Person. Die Identifikation mit medialen Figuren, bedeutet dies, basiert auf lebensweltlichen Erfahrungen des Umgangs von Personen untereinander, mehr noch: Sie folgt denselben Mustern wie die Identifikation in der Face-to-Face-Situation des Alltags.“ (Keppler, 1996, S. 20, H.i.O. zit. n. Mikos, 2003, S. 165f)

Nach Smith (1995) werden Personen im alltäglichen Leben auf der Basis von Personen- und Rollenschemata, sowie sinnlich-symbolischer Prozessabläufe der Identifikation und Projektion wahrgenommen. Dies kann sich kognitiv und auch emotional abspielen. Smith (1995) erklärt weiter, dass diese Schemata mentale Sets oder Rahmen darstellen und diese erlauben erst dem Individuum, „... *Ereignisse zu interpretieren, Erwartungen zu bilden und die Aufmerksamkeit zu lenken.*“ (Smith, 1995, S. 47ff zit. n. Mikos, 2003, S. 165) Wichtig ist, dass diese Schemata kulturbedingt sind und gleichzeitig im kulturellen Zusammenhang angeeignet werden (vgl. Smith, 1995, S. 47ff zit. n. Mikos, 2003, S. 165).

Auf dieser Basis werden auch die Figuren der Film- und Fernsichtexte wahrgenommen und verstanden. Bordwell (1992) verdeutlicht dass Medienprodukte auch auf Rollen- und Personenschemata aufbauen. Diese Personen- und Rollenschemata stellen das Wissen um die Eigenschaften von Personen oder das Wissen um soziale Rollen dar. Mit diesem Hintergrund können inszenierte Figuren erkannt, gedeutet und eingeordnet werden (vgl. Bordwell, 1992, S. 14 zit. n. Mikos, 2003, S. 165). Die Protagonisten werden nicht nur

kognitiv wahrgenommen, sondern auch über die emotionalen Prozesse wie Identifikation und Projektion. Dieser emotionale Prozess kann aber zum Teil auch kognitiv vorgeprägt sein, da der Zuschauer ein vorgebildetes Wissen um typische Protagonistenrollen besitzt (vgl. Grodal, 1997, S. 81ff zit. n. Mikos, 2003, S. 165).

Ob man sich mit einer Person identifiziert, hängt von mehreren Faktoren ab. Zuerst ist es wichtig sich in anderen Personen einfühlen zu können, um diese zu verstehen. Es kann erst zur Identifikation kommen, wenn ein Vergleich dieser Person mit der eigenen Person einige Gemeinsamkeiten ergibt und deren Motive und Handlungen für einen selbst verständlich sind. Wenn es zu einer Identifikation kommt, identifiziert sich der Rezipient vor allem mit der sozialen Rolle die der Protagonist in den Handlungsszenen vertritt. Wie bereits beschrieben, orientieren sich die sozialen Rollen an das lebensweltliche Wissen über sozialen Befindlichkeiten, soziale Typen oder Persönlichkeitsprofile und zirkulierenden Bedeutungsstrukturen, die emotional beeinflusst sind (vgl. Mikos, 2003, S. 166f).

Der Zuschauer bekommt unterschiedliche Möglichkeiten sich mit einigen verschiedenen sozialen Rollen, die ihm angeboten werden, zu identifizieren. Da die Identifikation des Rezipienten vordergründig noch immer über und mit dem Blick der Kamera passiert, sind die filmästhetischen Gestaltungsmittel die Darsteller präsentieren, bedeutsam, denn diese inszenieren eine Figur. Gleichzeitig sind auch die dargebotenen sozialen Rollen zu betrachten, denn diese bieten dem Rezipienten die Identifikationsangebote. Eine Distanz oder auch Nähe zu den Figuren, die von der Kamera bewerkstelligt wird, ermöglicht erst eine Identifikation des Zusehers mit der Figur und ihre Handlungsrolle. Inszenierte Figuren bieten auch eine Projektionsfläche für den Zuschauer. Von der Gesellschaft abgelehnte Qualitäten, Wünsche und Phantasien kann der Zuseher in eine Rolle hinein übertragen. Außerdem ist bei einer Betrachtung der inszenierten Figuren und ihren Eigenschaften wichtig, diese in Bezug zu den momentanen Bedeutungen und Vorstellungen unsere Welt und in Bezug zur aktuellen Lebenssituation des Zuschauers zu setzen und zu betrachten. Sinnvoll ist dies auch, weil ein Zuschauer meistens bei der Rezeption eines Medientextes bereits geprägt von ihm umgebenden lebensgeschichtlich bedeutsamen Themen ist (vgl. Mikos, 2003, S. 166f).

3.1.3 Empathie und Sympathie

Für eine gut funktionierende, intakte Kommunikation gehört neben der Identifikation die Fähigkeit zur Empfindung von Empathie und Sympathie. „*Ohne Empathie ist kein soziales Verständnis möglich.*“ (Mikos, 2003, S. 168) Wie Mikos (2003) festhält, ist diese emotionale Aktivität besonders wichtig, da ohne ein Empathie- oder Sympathieempfinden kein soziales Verständnis möglich ist und somit könnte die Gesellschaft untereinander Gefühle und Absichten nicht verstehen oder deuten. Bei der Empathie oder Sympathie geht es um die Übernahme von Gefühlen. Der Grund warum Rezipienten die Gefühle der Akteure und Figuren im Fernsehen nachvollziehen und verstehen können und somit es zur einer Empathieempfindung kommt, liegt in das komplizierte Zusammenwirken von Narration, Dramaturgie, Gestaltung und ästhetische Inszenierung. Hier sprechen die Medienwissenschaftler Ryssel und Wulff (2002) von einem empathischen Feld, das im Film- oder Fernsehprodukt hergestellt wird (vgl. Ryssel/Wulff, 2000, S. 236 zit. n. Mikos, 2003, S. 168f).

Empathie empfinden zu können, erklärt Mikos (2003), ist abhängig und wird erzeugt von den Plotstrukturen, die aber „... *Teil der Story im Kopf*“ sind (Mikos, 2003, S. 169). Das Publikum kann sowohl mit positiven als auch mit negativen Protagonisten mitfühlen. Daher kann zwischen Empathie und Sympathie unterschieden werden. Ob der Zuschauer Sympathie zu einer Figur aufbaut, hängt stark von der moralischen Position des Zusehers ab. Lässt sich eine Übereinstimmung der Werte und Normen einer Figur mit jenen des Rezipienten finden, wird dieser die Figur als sympathisch aufnehmen. Im Gegensatz dazu wird ein Zuschauer, dessen Wertekonzept nicht mit den Werten des Akteurs übereinstimmen, diese Figur als unsympathisch finden. Anders bei der Empathie und der Empfindung dieser, denn diese ist unabhängig von der Wert- und Moraleinstellung des Rezipienten (vgl. Mikos, 2003, S. 168ff).

3.1.4 Parasoziale Interaktion (PSI) und parasoziale Beziehung (PSB)

Eine spezielle Form der medial vermittelten Kommunikationsbeziehung zwischen Rezipienten und Fernsehpersönlichkeiten (personae) wird als „parasoziale Interaktion“ bezeichnet. Die Soziologen Horton und Wohl (1956), beschäftigten sich in Ihrem Aufsatz „Mass communication and parasocial interaction: Observation on intimacy at a distance“ von 1956 mit der Entwicklung der Konzepte von parasozialer Interaktion und parasozialer Beziehung. Ihrer Definition nach ist parasoziale Interaktion:

„The more the performer seems to adjust his performance to the supposed response of the audience, the more the audience tends to make the response anticipated. This simulacrum of conversational give and take may be called para-social interaction.“ (Horton & Wohl, 1956, S. 215)

Sie waren es die dieses Phänomen auf die audiovisuelle Medien anwandten und als „parasoziale Interaktion“ benannten. Ausgangspunkt war die Beobachtung, dass Medienangebote die Illusion einer „face to face“ Situation suggerieren. Durch wirklichkeitsgetreue Abbildung von Fernsehpersönlichkeiten können diese den Rezipienten dazu verleiten, dass sich der Zuschauer gegenüber dem Medienakteur so benimmt, als ob es eine Person aus dem eigenen Freundeskreis wäre. Die Protagonisten im Fernsehen werden als reale Personen wahrgenommen und es wird eine Art Beziehung zu ihnen aufgebaut. Das Abgebildete präsentiert Variationen, Formen und Möglichkeiten des Auftretens und Verhaltens, die für das alltägliche, soziale Miteinander bedeutsam sind und unserer Interaktion auch ordnen (vgl. Adelman, 2001, S. 74ff).

Wichtiges Element, damit eine parasoziale Interaktion überhaupt möglich wird, ist dass sowohl der Zuschauer wie auch die Fernsehpersönlichkeit sich in die Lage des Gegenübers versetzen müssen. Der Rezipient hat immer die Wahl sich der Interaktion zu entziehen und dies schließt mit ein, dass er sich keine Verpflichtung, Verantwortung oder Mühen aufbürdet (vgl. Adelman, 2001, S. 75). Die Begriffe der parasozialen Interaktion und der parasozialen Beziehung werden im Artikel von 1956 nebeneinander, ohne sie zu unterscheiden, von den Autoren verwendet. Es entstand eine begriffliche Unklarheit, da Horton & Wohl (1956) sowohl „interaction“ als auch den Begriff „relationship“ nebeneinander nannten (vgl. Horton & Wohl, 1956, S. 185ff).

Eine spezielle Form von Interaktion stellt die parasoziale Beziehung dar. Dabei geht der Rezipient mit der Fernsehpersönlichkeit eine Beziehung ein. Parasoziale Beziehungen können, den Autoren Horton & Wohl (1956) nach, auf der Basis einer gehäuften parasozialer Interaktion, eine sozusagen Verkettung von parasozialen Interaktionen, entstehen. Die

parasoziale Beziehung ist eine Erfahrung die nicht nur auf der Rezeptionsebene beschränkt ist. Der Rezipient kann auch außerhalb des Rezeptionsprozesses eine Bindung zum Medienakteur aufweisen. Die Vorstellung über das Wesen einer TV-Persönlichkeit können vom Zuschauer auch in eigenem Leben eingebaut werden. Trotzdem bleibt die effektive Gegenseitigkeit in dieser Beziehung aus. Für den Rezipient bleibt die parasoziale Interaktion einseitig. Es kann vorkommen, dass die parasoziale Beziehung zum Ersatz für autonome soziale Beteiligung wird. Sie muss pathologisch betrachtet werden, wenn sie zur absoluten Verneinung der objektiven Realität führt. Normalerweise aber ist der Rezipient in der Lage parasoziale Beziehungen in das alltägliche, soziale Leben einzubauen (vgl. Adelman, 2001, S. 74ff).

Auch Horton und Wohl (1956) beschreiben die Entstehung einer parasozialen Beziehung durch die Gewohnheit der wiederholten Rezeption, wobei eine gemeinsame Erlebnisbasis entsteht: „... *the persona offers...relationship. His appearance is a regular and dependable event, to be counted on, planned for and intergrated into the routines of daily life.*“ (Horton & Wohl, 1956, S. 187) Der Artikel mit dem Titel „Interaction in audience-articipation shows“, (Horton & Strauss, 1957, S. 579ff) der ein Jahr später von Donald Horton & Anselm Strauss (1957) veröffentlicht wird, geht genauer auf dem Begriff der parasozialen Beziehung ein:

„*Over the course of time, direct and indirect interplay between performers and audience binds them together...the relationship built up and the understandings that sustains them, seems no different in kind from those characteristics of normal social life.*“ (Horton & Strauss, 1957, S. 587)

Horton & Strauss (1957) haben versucht den 1956 entstandenen Ansatz der parasozialen Interaktion und der parasozialen Beziehung noch weiter auszuführen, doch leider waren die Fortführungen durch den frühen Tod von Horton nicht mehr möglich (vgl. Horton & Strauss, 1957, S. 579ff).

Von Horton & Wohl (1956) wurde noch ein wichtiger Begriff geprägt. Der Ausdruck „Persona“ wurde ebenso in dem Aufsatz der beiden Wissenschaftler Horton & Wohl (1956) etabliert. Die erste Definition der Persona entwickelten Horton & Wohl (1956) nach einer Untersuchung von mehreren nicht-fiktionalen Sendeformen, wie z.B. die Unterhaltungsshow. Hier entstand der Begriff der Persona als Benennung einer besonderen Art von Medienpersönlichkeit. Damit sind Quizmaster, Ansager oder auch Interviewer gemeint, deren Sein „... *eine Funktion der Medien selbst ist.*“ (Adelman, 2001, S. 76) Die Persona stellt bei Horton & Wohl (1956) eine Art interaktiven „Freund“ dar. Hinter jeder Persona steckt

eine medial inszenierte reale Person, die versucht eine längerfristige Beziehung zum Zuschauer aufzubauen. Die Persona ist kein ausgebildeter Sänger oder Schauspieler, sondern spielt „...*nur sich selbst*.“ (Adelmann, 2001, 76ff) Personas bauen zur Masse auch eine Illusion an Intimität auf, die sehr befriedigend für den Rezipienten sein kann. Dies geschieht durch Kommunikationsarten, wie beispielweise Blickkontakt, direkte Ansprache und Adressierung des Publikums durch Fragen, einladendes Lächeln, Begrüßung und Verabschiedung des Zuschauers, durch Verlassen der Bühne mit dem Ziel sich unter Publikum zu mischen und ähnlichem. Die Erscheinung des Medienkonstrukts der Persona ist vor allem etwas Gleichbleibendes, Dauerhaftes und Verlässliches. Der Rezipient kann den öffentlich dargestellten Weg einer Persona miterleben und mitgehen und manchmal sogar ein Stück des privaten Lebens der Fernsehpersönlichkeit, abseits der Sendung, mit verfolgen (vgl. Adelmann, 2001, 76ff). In einer Persona können sich unterschiedliche Eigenschaften widerspiegeln. Sie kann für den Rezipienten Vorbild, Ratgeber oder Tröster sein. Vor allem aber bleibt eine Persona unverändert in ihrem Verhalten- und Erscheinungsbild. Eingebettet in einer vorgegebenen, medial ausgearbeiteten „Formel“ (Adelmann, 2001, S. 78), die Charakter und Handlungsmuster vorgeben, ist eine Persona immer vorhersehbar und verhält sich so wie es erwartet und angenommen wird. Der Zuschauer muss die vorgeführte Rolle der Persona deutlich verstehen. Außerdem ist es wichtig, dass der Zuschauer mit der Rolle der Persona nicht überfordert ist und er die an ihm gestellten Anforderungen leicht lösen kann (vgl. Adelmann, 2001, S. 76ff).

Auf der einen Seite der parasozialen Interaktion haben wir die Persona und auf der anderen Seite steht der Rezipient, der zwei Handlungsmöglichkeiten zur Wahl hat. Dieser kann das Fernsehangebot der Persona nicht annehmen: „... *the spectator retains control over the content of his participation.*“ (Horton & Wohl, 1956, S. 190) Oder, indem sich der Rezipient von der rein beobachtenden Position löst, kann er aktiv auf das Kommunikationsangebot der Fernsehpersönlichkeit eingehen. Das Publikum wird von der Persona so zur Teilnahme angeregt, dass es fast automatisch die Rolle des antwortenden Gegenspieler übernimmt: „... *the more the performer seems to adjust his performance to the supposed response of the audience, the more the audience tends to make the response anticipated.*“ (Horton & Wohl, 1956, S. 188)

3.2 Elemente der visuellen und auditiven Gestaltungsprinzipien

Bei der Durchführung einer Film- oder Fernsehanalyse ist die Betrachtung zweier Komponenten von Interesse. Einerseits wird was in den Bildern präsentiert wird untersucht und andererseits liegt der Untersuchungsfokus in der Betrachtung auf welche Weise Bilder gestaltet werden. So stellt der Ästhetik- und Gestaltungsbereich einen wichtigen Untersuchungsgegenstand dar. Allgemein gilt, dass Film- und Fernsehtexte mit ihrem Inhalt und der Gestaltung der Einzelbilder oder Bilderabfolge eine wichtige Rolle bei der Bildung von Bedeutung einnehmen. Ihre große Wichtigkeit bei der Bedeutungsbildung haben diese hinsichtlich auf die dargestellte Geschichte, als auch im Hinblick auf die entstehende Geschichte im Kopf des Zuschauers. Die Gestaltungsmittel einer Sendung übernehmen einige Funktionen: Erstens tragen sie den Handlungsablauf (Plot). Zweitens können sie die Aufmerksamkeit des Rezipienten lenken und positionieren das Publikum zum Fernsehtext (Nähe oder Distanz). Drittens versetzen sie das Publikum in diverse Stimmungen, oder führen diesen emotional durch die erzählte Geschichte und kreieren auch Erwartungen hinsichtlich der fortschreitenden Narration (vgl. Mikos, 2003, S. 46ff, S. 181).

Mikos (2003) erklärt zu den formalen und stilistischen Gestaltungsmittel:

„Sie bestehen aus den spezifischen filmischen und televisuellen Codes, die den Inhalt und die Erzählung im Rahmen des Zeichensystems des Films oder des Fernsehens aufbereiten. Dadurch kommt ihnen eine wichtige Funktion in Bezug auf Inhalt und Repräsentation, Narration und Dramaturgie sowie der Inszenierung von Figuren und Akteuren zu.“ (Mikos, 2003, S. 181f)

Die Darstellungsmittel verleihen den Filmen und Fernsehsendungen die gewisse Erlebnisqualität (vgl. Mikos, 2003, S. 46ff).

Der nachstehende Abschnitt beschäftigt sich mit den televisuellen Gestaltungsmitteln. Aufgeteilt wird dieses Kapitel in zwei große Teilabschnitte: Visuelle Gestaltungsprinzipien und auditive Gestaltungsprinzipien. Folglich soll erklärt werden, welche Funktionen und Gestaltungsarbeit die einzelnen Elementen der Kameraarbeit, Schnitt und Montage, sowie Licht, Bildraum und Ausstattung, Ton, Geräusche und Musik ausführen. Es ist wichtig diese Komponenten in der Analyse sowohl einzeln als auch in ihrer Beziehung und Zusammenhang zueinander zu untersuchen, denn nur dann lassen sich die Strukturen eines Fernsehtextes offenlegen und es können vorhandene Bedeutungspotentiale entdeckt und dargelegt werden (vgl. Mikos, 2003, S. 46ff, S. 181f). Dieses Kapitel stützt sich auf die theoretischen Formulierungen von Knut Hieckethier (1996) und Lothar Mikos (2003).

3.2.1 Kameraarbeit

Betrachtet wird bei der Analyse der Kameraarbeit, die Bildkonstruktion und wie der Rezipient das in den Bildern gezeigte, das heißt die wechselnden Blickwinkeln eines Geschehens, diverse Einstellungen und Perspektiven, wahrnehmen können. Hickethier (1996) hält fest, dass diese Elemente, mit denen sich das Bild für den Zuschauer ändert, wichtig und erwünscht sind, denn erstens haben wir unsere Wahrnehmung daran angepasst und zweitens wird ein Bilderfluss ohne Wechsel „... *als störend und die Darstellung als nicht filmisch begriffen.*“ (Hickethier, 1996, S. 56) Fernsehtexte ohne jeglichen Kamerablickwechsel empfinden wir als anstrengend und strapazierend (vgl. Hickethier, 1996, S. 56).

Unter Kameraarbeit werden nach Mikos (2003) die Einstellungsgrößen, die Kameraperspektive und die Kamerabewegung zusammengefasst. Hickethiers (1996) Zitat formuliert treffend, worin die Aufgabe der Kamera mit ihrem Blick auf das Geschehen besteht: „*Der Kamerablick organisiert das Bild, er setzt den Rahmen, wählt den Ausschnitt, der von der Welt gezeigt wird, er bestimmt, was zu sehen ist.*“ (Hickethier, 1996, S. 57)

Die Kamera transportiert dem Zuschauer einen bestimmten Bildausschnitt und zeigt ihm nicht alles was sich vor der Kamera abspielt. Dieser Bildausschnitt wird als Einstellung bezeichnet. Hickethier (1996) versteht unter der Größe der Einstellung das Verhältnis des Objektes, das es gilt abzubilden, zum Kamerastandpunkt und so auch gleichzeitig die Relation zwischen Blick des Zuschauers zu dem Gezeigten (Hickethier, 1996, S. 58).

Nach Mikos (2003) lassen sich acht verschiedene Einstellungsgrößen aufzählen (vgl. Mikos, 2003, S. 184ff):

1. Super-Totale, Panorama oder Weit (extrem long shot)
2. Totale (long shot)
3. Halbtotale (medium long shot)
4. Amerikanisch (american shot)
5. Halbnah (medium shot)
6. Nah (medium close-up)
7. Groß (close-up)
8. Detail (extreme close-up)

Die Einstellungsgrößenangaben variieren von Autor zu Autor ein wenig, doch diese Unterschiede werden in dieser Arbeit nicht berücksichtigt oder erläutert, da diese Einstellungsvariationen nicht entscheidend für diese Arbeit sind. Es wird von den obigen Einstellungsgrößen nach Mikos (2003) ausgegangen (vgl. Mikos, 2008, S. 184f).

Eine Einstellungsgröße wird daran festgemacht, in welchem Verhältnis oder Entfernung die dargestellte Figur oder ein abgebildeter Gegenstand zur Bildgrenze steht. Gleichzeitig wird so auch die Nähe oder Distanz des Rezipienten zum Dargestellten definiert. Die Super-Totale, auch als weite Einstellung bezeichnet, präsentiert einen weiten, panoramaartigen Handlungsraum. Ganze Landesteile oder Gebiete sind zu sehen und hierbei erscheint der Mensch verschwindend klein oder die Figur ist wenig bis gar nicht erkennbar. Vor allem um Landschaften, wie Wüsten, Berge, Küsten oder allgemein große Ebenen in ihren unendlichen Weiten zu transportieren, wird diese Einstellung eingesetzt. In der Totale sieht der Zuschauer nicht mehr so viel Raum, wie bei der Super-Totale. Mit dieser Einstellungsgröße wird der Zuschauer in den Handlungsraum eingeführt. Diese Einstellung gibt Auskunft über alle wichtigen Elemente zur Anordnung und Beschaffenheit von Handlungsort, damit der Zuseher den weiteren Verlauf der Erzählung verstehen kann und gleichzeitig kreiert diese Einstellung auch Erwartungen hinsichtlich des Fortgangs der Handlung beim Zuschauer. Die Halbtotale zeigt die menschliche Gestalt von Kopf bis Fuß und zugleich sind hier die Handlungen der Figuren erkennbar und sichtbar für den Zuschauer. Besonders um Menschengruppen zu visualisieren, wird diese Einstellungsgröße eingesetzt (vgl. Mikos, 2003, S. 184ff, vgl. auch Hickethier, 1996, S. 58).

Speziell diese weiten Einstellungsgrößen werden verwendet, wenn dem Zuschauer einen Überblick über ein bestimmtes Areal gegeben werden soll, oder eine Vorstellung des Handlungsraumes erfolgen soll. Generell werden sie zu Beginn einer Szene und immer wieder zwischen den nahen Einstellungen gesetzt, damit sich der Zuschauer im filmischen Raum orientieren kann. Diese weiträumigen Einstellungen werden auch „Establishing Shot“ genannt. Damit ist die erste Einstellung, sozusagen die Eröffnungseinstellung eines Films, einer Fernsehsendung oder einer Sequenz gemeint. Durch diese Positionierung am Beginn einer Erzählung hat ein Establishing Shot, genauso wie die anderen Weit-Einstellungen, die Aufgabe den Handlungsort zu zeigen und zu etablieren und andererseits die Funktion dem Rezipienten insbesondere bei der räumlichen und zeitlichen Orientierung im Handlungsraum zu verhelfen (vgl. Mikos, 2003, S. 184ff, S. 218, vgl. Hickethier, 1996, S. 58).

Bei der amerikanischen Einstellung ist die menschliche Figur von Kopf bis zum Oberschenkel zu sehen. Wie Hickethier (1996) angibt, ist diese Einstellungsgröße aus dem Western entnommen, da es gerade hier wichtig war, im Zuge eines „Show down“ gleichzeitig, sowohl das angestrengte Gesicht als auch die Hand die zum Revolver tastet, sieht (vgl. Hickethier, 1996, S. 58). Die nächste Einstellungsgröße ist die halbnah Einstellung. Hier ist der halbe menschliche Körper ab der Hüfte aufwärts im Bild. Bei dieser Einstellung bekommt der Zuschauer noch die direkte Umgebung der Figuren mit. Wenn sich zwei oder ein Dutzend Personen miteinander unterhalten und dabei nur Informationen austauschen, ohne wichtige Gefühlsregungen oder handlungswichtige innere Beweggründe, werden sie in einer halbnahen Einstellung gezeigt. Oft wird eine Unterscheidung zwischen amerikanischen und der halbnahen Einstellung ignoriert, da diese sich nur sehr gering voneinander unterscheiden. In diesem Fall wird die amerikanische Einstellung bevorzugt (vgl. Mikos, 2003, S. 186f, vgl. Hickethier, 1996, S. 58f).

Bei der Naheinstellung sieht der Zuschauer die Figuren noch etwas näher und größer, und zwar vom Kopf bis zur Mitte des Oberkörpers. Diese Größe macht die mimischen und gestischen Handlungen und Aktionen der spielenden Figuren gut sichtbar. Häufig wird die Nahaufnahme bei Diskussions- oder Gesprächssituationen eingesetzt. Die Großaufnahme fokussiert Kopf und eventuell noch Schultern der Figur an. Hier sind mimische und innerliche Reaktionen des Protagonisten genau zu erkennen. Gefühlsregungen, wie Freude, Trauer, Kummer und Betroffenheit sind in der Großaufnahme als Gesichtsausdruck genau sichtbar (vgl. Mikos, 2003, S. 187ff, vgl. Hickethier, 1996, S. 59). Mikos (2003) schreibt, dass ein Gesicht in dieser Einstellung vor allem Emotionalität transportiert und bemerkt, dass bei dieser Einstellung auch von einer „... *intimen Einstellung gesprochen werden, die den Figuren und Akteuren gewissermaßen sehr nah auf dem Pelz rückt.*“ (Mikos, 2003, S. 189) Auch Hickethier (1996) führt an, dass durch diese Einstellung „... *der mimische Ausdruck hervorgehoben*“ wird und so werden „... *intime Regungen der Figur gezeigt*“ (Hickethier, 1996, S. 59) und diese charakterisieren gleichzeitig den dargestellten Protagonisten. Hickethier (1996) führt weiter aus, dass „*damit auch die Identifikation des Zuschauers mit der Figur erhöhen sollen.*“ (Hickethier, 1996, S. 59) Bei dieser Einstellung erkennt der Zuschauer aber nicht mehr auf welchem Gegenstand oder Geschehen der Protagonist blickt. Mit einer Großaufnahme kann durch das Sichtbarmachen der mimischen Reaktionen das Gesagte unterstreicht werden oder es werden innerliche Erregungen einer Figur, die durch eine andere Figur verursacht wurden, deutlich. In dieser Einstellung können nicht nur Personen, sondern genauso auch Gegenstände gezeigt werden. Dann steht

vor allem die funktionelle Komponente des Gegenstands im Vordergrund. Als letzte Einstellung ist die Detailaufnahme zu nennen. In der Detailaufnahme konzentriert sich das Bild auf einen Gegenstand oder ein Gesichtsteil. Diese Aufnahme fokussiert ein bestimmtes Teil an und diese Einstellung kann eingesetzt werden um für die weitere oder bereits gewesene Handlungen erklärend oder begründend zu fungieren (vgl. Mikos, 2003, S. 188f).

Die zuletzt beschriebenen Einstellungsgrößen, die nahen Einstellungen, werden generell dazu eingesetzt, um dem Zuschauerblick auf Menschen und deren Handlungen zu fokussieren. Vor allem wird durch eine nahe Einstellung das Rezipientenaugenmerk auf die mimischen Reaktionen oder Gefühlsregungen der Protagonisten gelenkt. Diese Einstellungen können durch die gebotene Nähe eine Identifikation gestatten. Die Funktion der unterschiedlichen Einstellungsgrößen liegt vor allem darin, dass diese das Verhältnis zwischen Abgebildetem und Zuschauer definiert. Einerseits wird hier festgelegt, wie viel dem Rezipienten von der filmischen Realität gezeigt wird und andererseits wird durch die Einstellungsgrößen Nähe und Distanz geregelt (vgl. Mikos, 2003, S. 189f). Zu dieser Nähe und Distanz erklärt Hickethier(1996), dass es sich hierbei um eine scheinbare, vorgetäuschte Nähe handelt, denn der wirkliche Abstand vom Zuseher zum Abgebildeten auf der Leinwand verringert oder vergrößert sich in der Wirklichkeit nicht. Dies sind Verhältnisse, „... die im ästhetischen Raum“ gelten, denn dadurch wird erst „... das Funktionieren des „Als ob“ der Fiktion“ und „das Akzeptieren des Scheins der Abbildung“ ermöglicht (Hickethier, 1996, S. 59f). Durch die Einstellungsgrößen wird ein dauerndes „Nahe sein“ und wieder „Fern sein“ gegeben und so ist der Rezipient in einer neuen Relation zur Welt gesetzt. Hickethier (1996) hält fest, dass sich die Attraktivität der filmischen Realität größtenteils aus diesem „Wechsel von Annäherung und Entfernung, von dichtem Dabeisein und wieder Loslassen“ (Hickethier, 1996, S. 60) ergibt.

Im wahren Leben bewegen wir uns auf eine Person oder einem Gegenstand zu oder davon weg und dadurch wird dieses Subjekt oder Objekt größer oder kleiner. Bei unserer medialen Wahrnehmung geschieht das durch die Arbeit der Kamera - das bedeutet, dass die Veränderung und Selektion des Ausschnitts durch die Einstellungen von Film vorgegeben sind und dem Zuschauer vorgelegt wird. So wird automatisch Bestimmtes in den Vordergrund gerückt und verlangt vom Zuschauer seine Aufmerksamkeit. Ständige Großaufnahmen, Protagonisten in unscharfen, abgeschnittenen Einstellungen, oder das Zeigen von irritierenden, schnellen Bildern in nahen Einstellungen zwingt dem Zuschauer zu viel Aufmerk-

samkeit ab und dieser würde das Zuschauen als anstrengend empfinden. Deshalb ist eine Darbietung mit wechselnden Aufnahmen zwischen nahen und distanzierenden Aufnahmen markierend für die Film- und Fernsehsendungen (vgl. Hickethier, 1996, 60f).

Die Kameraperspektive ist ein weiterer Baustein der Kameraarbeit. Die Kameraperspektive ist der gegebene Blick des Betrachters durch die Kamera auf die abgebildeten Dinge und Personen. Die Kamera nimmt in einer Erzählung unterschiedliche Positionen im Handlungsraum ein und erblickt die Figuren oder Gegenstände durch Blickwinkeln oder Perspektiven. Hierbei gibt die Kamera dem Betrachter wechselnde Sichtweisen keinen starren, gleichbleibenden Standpunkt. Der beobachtende Zuschauer kann Unterschiedliches sehen, auch teilweise mehr als die handelnden Protagonisten, dadurch dass er sie in wechselnden Ansichten sieht. Vor allem die Kombination von Einstellungsgrößen mit der Perspektive, auf die Figuren und den Gegenständen, ist von Bedeutung beim Entstehen und der Entfaltung von Handlungsverlauf (Plot) und der Geschichte im Kopf des Zuschauers. Die Einstellungsgröße organisiert die Nähe und Distanz der Kamera zum dargestellten Geschehen. Die Perspektive, der Kamerablick positioniert den Zuschauer durch die Kamera gegenüber dem Geschehen. Diese Perspektive kann horizontal oder auch vertikal sein (vgl. Mikos, 2003, S. 190ff, vgl. Hickethier, 1996, 61). Es ist nach Mikos (2003) Einteilung zwischen drei verschiedenen Perspektiven auf der vertikalen Ebene zu unterscheiden (vgl. Mikos, 2003, S. 190ff):

- Übersicht bzw. Aufsicht; im Extremfall Vogelperspektive
- Untersicht oder Froschperspektive
- Normalsicht

Die Übersicht wird auch als Aufsicht bezeichnet. Hier wird das Geschehen von einem erhöhten Standpunkt, von oben erblickt. Dieser Blick auf das Geschehen lässt eine große Überschaubarkeit zu. Eine extreme Form der Übersicht ist die Vogelperspektive. Diese Kameraperspektive kann dem Zuschauer das Gefühl von Überlegenheit geben und das Gezeigte als klein und unterlegen wirken lassen. Bei der Untersicht werden Figuren oder Gegenstände von unten hinauf gefilmt. Umgekehrt als bei der Übersicht kann die Untersicht dazu führen, dass sich der Zuschauer klein und in einer unterlegenden Position erlebt. Die in dieser Perspektive abgebildeten Figuren oder Objekte können respektinflößend oder auch bedeutend und mächtig wirken. Die extreme Form der Untersicht ist die Froschperspektive. Dieser extreme Blickwinkel lassen gezeigte Objekte größer wirken. Das Zeigen der Figuren und Akteure aus der Übersicht kann verschiedene Motive haben: So kann

diese Perspektive aus der Narration motiviert sein, wenn veranschaulicht werden soll, dass eine Figur im Vergleich zu ihrer Umgebung oder zu ihren Mitspielern als klein oder unterlegen gilt. Hier beherrscht die Umgebung die Figur und sie wird dieser auch untergeordnet. Die Obersicht wird aber auch eingesetzt, wenn nur die wirklichen Größenverhältnisse von miteinander sprechenden Personen demonstriert werden. Zum Beispiel wird der Blick eines Erwachsenen, der auf ein Kind schaut, aus der Obersicht gezeigt, denn das entspricht den realen Größenverhältnissen (vgl. Mikos, 2003, S. 190ff).

Meist sind die Blicke aus der Ober- und Untersicht narrativ injiziert und verleihen der Erzählung eine gewisse Spannung. Oft werden sie auch musikalisch unterstrichen. Diese Perspektiven können dazu beitragen, dass der Zuschauer das Gefühl bekommt „... *durch den Raum bewegt zu werden.*“ (Hickethier, 1996, S. 62).

Als Normalsicht wird die Position, in der sich die Kamera auf Augenhöhe der Figuren befindet, bezeichnet. Diese Perspektive ist bei Gesprächen zwischen zweier Personen eingesetzt, damit sich das Fernsehpublikum „auf gleicher Höhe“ fühlt (vgl. Mikos, 2003, S. 192). Mit Hickethier (1996) lässt sich zur Perspektive der Kamera festhalten, dass sie durch ihren gewählten Blick mit dem sie auf das Geschehen schaut, gleichzeitig auch das Gezeigte interpretiert und ihm damit eine Form verleiht (vgl. Hickethier, 1996, S. 62).

Die horizontalen Ebene präsentiert die Figuren oder Gegenstände von vorne oder seitlich verzerrt. Wichtig ist, dass die Kamera den aufgebauten Handlungsraum, mit rechts und links sowie vorne und hinten für den Zuschauer nicht verändert. Die Kamera muss darauf achten nicht die eigene Bildachse zu übertreten, denn dann besteht die Gefahr, dass sich der Zuschauer am Handlungsort nicht mehr räumlich orientieren kann. Wenn eine Verachtung der Bildachse eintritt, kann dies aber auch beabsichtigt geschehen, um Desorientierung oder Irritation herbei zu führen (vgl. Mikos, 2003, S. 192f).

Eine weitere Komponente der Kameraarbeit besteht in der Kamerabewegung. Es lassen sich nach Mikos (2003) vier Bewegungsmöglichkeiten aufzählen (vgl. Mikos, 2003, S. 193):

- Kamerafahrt
- Hand- oder Wackelkamera
- Zoom und Schwenk

Eine Kamerafahrt ist eine Bewegung, bei der sich die Kamera auf einem beweglichen Gefährt befindet und somit durch den Raum gefahren wird. Die Kamera kann sich sowohl auf Objekte, Geschehen oder Figur zubewegen als auch von Objekten, Geschehen oder Figur wegbewegen. Sie kann sich auch seitlich an Objekten vorbeibewegen. Ebenso kann sich eine Kamera auch parallel zu sich bewegenden Objekten wie z. B. ein Auto oder ein Schiff bewegen. Die unterschiedlichen Fahrten der Kamera heißen: Ranfahrt oder Rückfahrt, Seitfahrt und Parallelfahrt. Allgemein gilt, dass auch die Kamerafahrt aus der Handlung heraus motiviert ist. Bei Verfolgungsszenen wird oft zwischen der Bewegung des Näherkommens und des Abstandgewinnens gewechselt. Dadurch bekommt die Verfolgung eine spannende, nervenzerreisende Dynamik. Eine Kamera kann eine Person auch rundum um 360 Grad filmen, also kreist die Kamera die Person in ihrer Bewegung förmlich ein. Diese Kamerabewegung kann auch den Eindruck einer bedrohlichen, gefährlichen Situationslage suggerieren. Hinsichtlich einer abgebildeten Figur kann diese 360 Grad Umkreisung der Kamera einen angeschlagenen psychischen Zustand veranschaulichen. Als weitere Bewegungsform der Kamera ist die Hand- oder Wackelkamera zu nennen. Diese wird nicht mit Hilfe von Fortbewegungsmitteln durch den Raum bewegt, sondern wird in den Händen getragen. Dabei entstehen bewegte Bilder, die eine bestimmte Dynamik und Lebendigkeit auslösen. Überdies können die wackeligen Bilder einer Handkamera den Authentizitätseindruck verstärken (vgl. Mikos, 2003, S. 193f, vgl. Hickethier, 1996, S. 62ff).

Der Zoom wird zwar zu den Formen der Kamerabewegungen dazu gezählt, weist aber einen großen Unterschied zu den bereits erklärten Bewegungsarten auf. Denn beim Zoom verändert sich der Abstand zwischen der Kamera und dem gefilmten Subjekt oder Objekt nicht. Lediglich durch Veränderung der Objektivbrennweite kommen Dinge oder Personen nah oder umgekehrt sie entfernen sich. Dabei variieren die Proportionen des dargestellten Raumes: Entweder vermindert oder vergrößert sich die Tiefe. Beim Zoomen offenbart die Kamera ihre Künstlichkeit und gleichzeitig unterscheidet sich der verursachte Bewegungseindruck durch den Zoom für den Zuschauer von einer Bewegung, die durch eine Kamerafahrt visualisiert wird. Denn die Objekte oder die Figuren reduzieren oder erweitern zwar ihren Abstand durch das Zoomen, ohne aber dabei ihren Standort im Handlungsraum umzuändern. Nur der Kamerablick arbeitet und dieser visiert ein Gegenstand oder eine Person an und richtet die Wahrnehmung des Zuschauers darauf (vgl. Mikos, 2003, S. 194, vgl. Hickethier, 1996, S. 68ff).

Als weitere Kamerabewegung ist noch der Schwenk zu nennen. Bei dieser Kamerabewegung fährt die Kamera nicht durch den Raum, sondern sie hat ihre fixe Position und neigt sich nur horizontal, vertikal oder auch diagonal durch den Raum. Die Kamera kann durch das Schwenken etwas ins Bild bringen, das zuvor nicht im Bild war und somit dem Zuschauer Auskunft über etwas, das für den weiteren Handlungsverlauf wichtig ist, geben. Der Schwenk kann zur besseren Raumorientierung für den Zuschauer eingesetzt werden oder er kann aber auch den Bewegungen der Figuren, die gerade im filmischen Handlungsraum agieren, folgen. Durch das Schwenken ist auch ein Wechsel zwischen den Einstellungsgrößen möglich. So kann die Kamera zuerst ein näher stehendes Objekt filmen, um dann im nächsten Moment auf ein weiter weg stehendes Objekt zu schwenken (vgl. Mikos, 2003, S. 195, vgl. Hickethier, 1996, S. 63).

3.2.2 Schnitt und Montage

Schnitt und Montage können als die grundlegenden Gestaltungselemente der Film- und Fernsehsendungen angesehen werden. Ein Film oder eine Fernsehsendung ist das Endergebnis einer Zusammenstellung von filmischem Rohmaterial durch die Anwendung Schnitt und Montage. Durch Schnitt und Montage der einzelnen Bilder, Einstellungen und Sequenzen wird der Gesamteindruck eines Films oder einer Sendung gestaltet. Das Zusammenfügen zweier einzelner Einstellungen geschieht am Schneidetisch. Hier werden diese zwei Elemente miteinander kombiniert und dieses technische Geschehen wird als Schnitt bezeichnet. Heutzutage ist die Technologie aber schon so fortgeschritten, dass der Computer mit einer Schnitt-Software diesen Vorgang übernommen hat. Die Montage lässt sich als die organisierende Komponente des Erzählten beschreiben, denn durch sie wird das zu Erzählende strukturiert und geordnet. Um eine Geschichte entstehen zu lassen, werden Bilder und Einstellungen auf besondere Weise miteinander kombiniert und aneinander konstruiert. Die Kombination von Bildern zu einem bestimmten Bilderstrom und auch Szenenabfolge vermitteln dem Zuschauer eine gewisse Lesart des Geschehens. Diese Zusammenstellung ist „... die Herstellung narrativer und ästhetischer Strukturen durch diesen technischen Vorgang“ (Mikos, 2003, S. 207) und wird als Montage bezeichnet. Diese spielt eine bedeutende Rolle für den Zuschauer, weil erst dadurch sich die Geschichte im Kopf des Zuschauers ereignen kann. Erst durch ein sinnvolles Aneinanderreihen von bestimmten Einstellungen und Szenen ergibt sich für den Zuseher eine stimmige filmische Realität und vor allem Kontinuität. Kontinuität bedeutet, dass Richtungen von Bewegungen und Handlungen einem logischen Prinzip unterliegen und auch beim Wechsel einer Einstellung beibehalten werden müssen. Außerdem stehen die einzelnen Einstellungen untereinander in einer kausalen Beziehung. Besonders beim Zusammenschnitt der Einstellungen ist darauf zu achten (vgl. Mikos, 2003, S. 206f).

Hickethier (1996) macht fest, dass nicht durch jede Montage zwingend eine Bedeutung entstehen muss. Nur wenn so montiert wird, dass es erkennbar wird, was die aufeinander folgenden montierten Aufnahmen miteinander gemeinsam haben oder was sich untereinander in Beziehung setzen lässt, kommt es zu einer Bedeutungserzeugung (vgl. Hickethier, 1996, S. 137). Insgesamt lassen sich zur Montage folgende wichtige Funktionen aufzählen: Erstens kann sie das Geschehen als eine sinnhafte, logische Abfolge mit einem kontinuierlichen Verlauf dem Zuschauer präsentieren. Zweitens kann sie Dinge und Ereignisse in Verbindung setzen und dabei Hindernisse, wie zeitliche oder räumliche Distanzen, überwinden, so dass der Zuschauer dies auch nicht bemerkt. Drittens gibt sie dem

Zuschauer verschiedene Beobachterpositionen, die in der außerfilmischen Wirklichkeit teilweise nicht möglich wären (vgl. Mikos, 2003, S. 206ff).

Beim Film oder Fernsehen wird darauf abgezielt Montage und Schnitt für den Zuschauer unsichtbar zu machen, denn nur so wird die Illusion einer kontinuierlichen filmischen Erzählung transportiert. Der Zuschauer soll im Glauben zuschauen, dass alles was er sieht sich so zugetragen hat, ohne irgendetwas zu bearbeiten oder aneinanderzuschneiden (vgl. Mikos, 2003, S. 209f, vgl. Hickethier, 1996, S. 136ff).

Schnitt und Montage des Films entspricht der Bildmischung des elektronisch arbeitenden Fernsehens. Diese Bildmischung lässt beim Fernsehen diese konstruierte fernsehspezifische Realität entstehen. Dabei werden verschiedene Bilder und Einstellungen, die gleichzeitig von verschiedenen Kameras aufgenommen werden, miteinander per Knopfdruck im Regieraum kombiniert. Die Zusammenstellung die sich dadurch auf dem Zuschauerbildschirm ergibt, benennt Hickethier (1996) als „*die Simulation einer Montage*“ (Hickethier, 1996, S 150).

Das gefilmte Material gelangt erst durch die Montage, durch die kreative Gestaltung zu einer filmischen Erzählung mit ihre Kontinuität und ihre Bedeutungsentstehung und folglich lässt sich die Wichtigkeit der Montagekomponente beim Analysieren eines Fernsehtextes erkennen (vgl. Mikos, 2003, S. 206ff).

Es können mit Mikos (2008) vier wesentliche Schnittarten unterschieden werden (vgl. Mikos, 2003, S. 211):

- Der harte Schnitt
- Die Auf- oder Abblende
- Die Überblendung
- Die Trickblende

Der am meisten eingesetzte Schnitt ist der harte Schnitt. Hierbei sind zwei Einstellungen einfach aneinander gefügt, ohne die Kontinuität zu ignorieren oder einen logischen Zusammenhang zu vernachlässigen. Szenen die einen harten Schnitt beinhalten, der Handlungsraum und die agierenden Figuren aber sich nicht verändern, lassen den Zuschauer diesen Schnitt meist nicht erkennen (vgl. Mikos, 2003, S. 211).

Eine Aufblende ist dadurch zu erkennen, dass die gezeigte Einstellung immer mehr erhellt, bis sie ganz weiß geworden ist. Bei der Abblende zeigt sich der umgekehrte Vorgang und

die Einstellung wird immer dunkler und schlussendlich schwarz. Diese technischen Stillmittel werden oft eingesetzt, wenn dem Zuschauer signalisiert werden soll, dass die Narration ihren Handlungsort oder Handlungszeit, sowie Handlungsstrang verändert oder gewechselt hat. Wenn beispielsweise Träume oder Erinnerungen einer Figur visualisiert werden sollen und dies soll für den Zuschauer auch erkennbar gemacht werden, wird eine Aufblende verwendet. Eine Überblendung ist zu erkennen, wenn eine alte Einstellung von einer neuen bereits überlagert wird. Eine Überblendung kann einerseits ein Wechsel eines Handlungsortes anzeigen oder andererseits zwei unterschiedliche Zeitebenen zusammenfügen. Oft wird die Überblendung eingesetzt, wenn eine Rückblende eingeleitet werden soll. Rückblenden zeigen Handlungen und Ereignisse einer vergangenen Zeit. Die Rückblende, genannt auch Flashback, kann erklärend für den Handlungsverlauf, oder dramatisierend und spannungsfördernd für die Erzählung sein. Trickblenden sind zum Beispiel die Wischblende oder die Klappblende: Bei der erst genannten Blende wird die Einstellung von der nächsten, von rechts nach links, aus dem Bild gedrängt. Die Klappblende verändert ihr Bild durch ein neues, indem sie das Bild entweder nach hinten oder nach vorn wegklappt. Blenden sind optische, visuelle Eindrücke, die der Zuschauer bewusst vernimmt. Im Vergleich zum harten Schnitt, der in seinem Einstellungswechsel fließend und unsichtbar bleibt, sind Blenden gezielt eingesetzt und kennzeichnen eine beabsichtigte Unterbrechung im Einstellungswechsel (vgl. Mikos, 2003, S. 212f).

3.2.3 Ausstattung

Die Ausstattung eines Films ist vor allem in Hinsicht auf ihre narrative Funktion ein wichtiges Element. Folglich kann die Ausstattung nachstehende, narrative Aufgaben übernehmen: Sie kann den Handlungsort bestimmen und zugleich die damit verbundenen Vorstellungen und Erwartungen des Zuschauers bedienen. Durch die Ausstattung am Handlungsort kann dem Zuschauer einerseits die räumliche Anordnung transportiert werden und andererseits kann dadurch die Orientierung im filmischen Raum erleichtert werden. Handlungsorte und ihre Ausstattung vermitteln dem Zuschauer auch Informationen über die Zeit einer Handlung und machen zugleich einen historischen Bezug deutlich. Zudem kann Ausstattung auch über den sozialen Status informieren. Die Kleidung der Protagonisten sowie die Einrichtung ihrer Häuser können Hinweise über ihren sozialen Stand beinhalten. Auch das soziale Milieu, in dem die Handlung des Filmes eingebettet ist, kann so zum Vorschein kommen. Abschließend ist zu sagen, dass Handlungsorte und Ausstattung auch ihren eigenen narrativen Wert haben und Stimmungen bewirken können. Handlungsschauplätze können unterschiedliche Atmosphären entstehen lassen: So können einerseits unheimliche,

kalte und sterile Stimmungssituationen transportieren werden und andererseits kann eine warme, zutrauliche Stimmung vermittelt werden. Diesen Stimmungsatmosphären der Handlungsorte sind die agierenden Figuren untergeordnet. Der Rezipient kann die filmische Realität aufgrund seines Alltagswissen von den Orten und der Ausstattung, sowie das narrative Wissen und das Wissen um filmische Gestaltungsmittel verstehen (vgl. Mikos, 2003, S. 224ff).

3.2.4 Töne und Geräusche

Obwohl der visuellen Gestaltungsebene in der Diskussion der AV-Medien eine größere Rolle zugesprochen wird als der auditiven, soll in dieser Arbeit das Akustische nicht vernachlässigt werden und folglich wird sich der nächste Abschnitt mit den einzelnen Elementen des auditiven Wahrnehmungsraums beschäftigen. Hickethier (1996) begründet die Vernachlässigung des Auditiven damit, dass die Schwierigkeiten der Bildanalyse als größer betrachtet wurden und somit der Beschäftigung mit dem Visuellen einen breiteren Beschäftigungsraum zugesprochen wurde (vgl. Hickethier, 1996, S. 91).

So wie Bilder des Films und des Fernsehens einen visuellen Raum entstehen lassen, erschließt sich durch die akustischen Informationen einen Hörraum. Wäre dieser akustische Raum nicht, würde die visuelle Ebene als irritierend und unvollständig wirken, denn der Hörraum hat eine ergänzende Funktion zum visuellen Raum und gemeinsam bilden sie eine Einheit (vgl. Hickethier, 1996, S. 91f).

Mit audiovisuellem Ton ist sowohl gesprochene Sprache als auch Geräusche gemeint. Dazu gehört auch noch die Musik. Diese auditiven Komponenten sind Elemente des Sounddesigns, der künstlerischen Gestaltung der akustischen Ebene. Hier lassen sich zwei unterschiedliche Lautquellenebenen unterscheiden: diegetisch oder non-diegetisch. Diegetisch bedeutet der Erzählwelt innehabend- die Lautquelle befindet sich im Bild, also der Sprecher ist „On“ (on-screen) oder eben non-diegetisch. Da ist der Sprecher nicht im Bild sichtbar, das bedeutet der Sprecher ist aus dem „Off“ (off-screen), außerhalb des Gezeigten zu hören. Aus dem Off erzählen, kommt oft bei Dokumentarfilmen vor. Ein Off-Erzähler kann die Bilder kommentieren. Dadurch kann der Zuschauer in einer Beobachterrolle positioniert werden. Sie können sich zu den handelnden Personen nur über den Filter des Kommentars der Erzählerstimme in Beziehung setzen. Die Rezeption ist so anders strukturiert, als in einem Film oder einer Fernsehsendung, in der nur on-screen gesprochen wird (vgl. Mikos, 2003, S. 228ff). Bild und Ton können entweder zueinander parallel oder konträrpunktisch auftreten. Mit parallel ist die Situation umschrieben, wo sich Bild und Ton

ergänzen und kontrapunktisch verweist auf die widersprüchliche Situation in der dann Ton und Bild stehen. Diese Verbindungen werden auch mit den Begriffen synchron oder asynchron umschrieben. Unter „synchron“ ist was bei Mikos (2003) als on-screen definiert wird zu verstehen und „asynchron“ bezeichnet off-screen. (vgl. Kracauer zit. n. Hickethier, 1996, S. 92).

Wäre gar kein Ton würde dieser Umstand eine Irritation oder Unvollständigkeit des audiovisuellen Raumes hervorrufen. Totale Stille würde eine unwirkliche Atmosphäre entstehen lassen. Hintergrundgeräusche, die leicht durchgehend zu hören sind, bewirken Lebendigkeit. So hält Hickethier (1996) fest, dass beim Film eine sogenannte „*Atmo*“ verursacht wird, gewissermaßen eine akustische Atmosphäre, denn so kann ein höherer Authentizitätseindruck des Visuellen entstehen (vgl. Hickethier, 1996, S. 93).

Geräusche und Töne vertreten oft eine wichtige narrative Funktion: Beispielsweise können Geräusche das gesprochene Wort dominieren und so bekommt hier das Geräusch eine bestimmte Position und Stellung sowie die Funktion einer akustischen Repräsentation. Töne und Geräusche bewirken auch Nähe und Distanz zwischen den Protagonisten der filmischen Darstellung und regeln auch Nähe und Distanz zwischen Zuschauer und Fernsehtext. Der Einsatz von Geräuschen und Tönen zeigen sich auch in einer unterstützenden Aufgabe zur Handlung. So lässt sich der Zuschauer durch Erzeugung von Stimmungen auf der akustischen Ebene emotional durch die filmische Realität führen (vgl. Mikos, 2008, S. 228ff).

Abgesehen von der Aufgabe der Sprache, die für die Gewährleistung von Informationen und Kommunikation zwischen den agierenden Personen zuständig ist, hat die Sprache noch weitere Funktionen: Protagonisten werden durch ihre Stimmlage und Sprechweise charakterisiert. Ein Flüstern zwischen zwei Protagonisten, wo der Zuschauer nicht erfährt was diese sagen, kann eine Distanz entstehen lassen. Dieses Flüstern kann aber auch dramaturgisch begründet sein und offenbart möglicherweise seine Rolle in dem voranschreitenden Handlungsverlauf. Grundsätzlich gilt, dass die Dialoge im Film eng verknüpft mit der Handlung auftreten und so können Dialoge auch Auskünfte über Gegebenheiten oder Umstände leisten, die visuell dem Zuschauer nicht vermittelt wurden, aber wichtig für die weitere Erzählung sind (vgl. Mikos, 2003, S. 229).

3.2.5 Musik

Musik ist meistens bedeutsam in ihrer Funktion als Gestaltungselement (vgl. Mikos, 2003, S. 232). Deshalb ist sie für den „... *Inhalt und der Repräsentation, der Narration und der Dramaturgie, sowie bei der Darstellung von Figuren und Akteuren*“ (Phillips, 1999, S. 177ff zit. n. Mikos, 2003, S. 232) wichtig. Musik hat einen Gestaltungscharakter und entfaltet sich in der Unterstützung der emotionalen Grundstimmung der dargestellten Bilder. Sie dient dazu das Abgebildete emotional zu betonen und zu akzentuieren. Der Zuschauer wird durch die Musik vor allem emotional durch die Film- und Fernsehsendung geführt (vgl. Mikos, 2003, S. 232ff).

Musik ist zwar eine eigenständige Mitteilungsebene, erfährt aber im Film ihre größte Wirkung gerade dort wo sie nicht als eigenständig identifiziert wird, sondern wo sie im Hintergrund bleibt und sich in das Geschehen einbindet und so Emotionen als eine Wirkungsfolge des Geschehens wahrgenommen werden (vgl. Hickethier, 1996, S. 95).

Es gibt zwei Möglichkeiten, wie Musik in einem Fernsehtext auftreten kann: Einerseits kann sie synchron sein, das bedeutet, dass die Musikquelle direkt im Bild zu sehen ist und andererseits kann Musik asynchron sein, das heißt die Musik ist zu hören, aber der Zuschauer sieht nicht woher sie kommt. Vor allem die asynchron gespielte Musik wird oft eingesetzt, denn diese beeinflusst zwar das Geschehen und somit auch die Wahrnehmung des Zuschauers, aber dies bleibt für den Rezipient unbewusst (vgl. Hickethier, 1996, S. 95).

Die Fernsehmusik erfüllt einige Aufgaben: Sie kann spannungsgeladene Situationen verstärken oder die seelische Verfassung einer Figur widerspiegeln und bedient somit die dramaturgische Funktion. Unterstützt die Musik eine Erzählung oder kommentiert sie diese kontrapunktisch, erfüllt sie hier eine narrative Funktion. Dadurch kann die Musik eine kritische oder ironische Position zu den Bildern einnehmen. Eine weitere narrative Funktion ist, dass Musik durch Wiedergabe von bestimmten Musikgenres auch die Zeit oder die Epoche, in der eine Handlung spielt, kennzeichnen kann. Musikeinsatz markiert ebenso einen Wechsel der Erzählzeit oder der erzählten Zeit. Zudem kann Musik als Leitmotiv auftreten und beispielsweise wiederholende Handlungen markieren oder auch das Erscheinen bestimmter Personen signalisieren (vgl. Mikos, 2003, S. 232f). Welches musikalische Motiv zu welcher Figur dazugehört, erlernt der Zuschauer bereits in der Exposition (Anfang) eines Filmes und dieses Wissen wird auch im Handlungsverlauf immer wieder aktiviert. Mikos (2003) bezeichnet dies als „... *innerfilmisches Gedächtnis, in das die Zu-*

schauer eingebunden werden.“ (Mikos, 2003, S. 233) Wenn die Musik einige Schnitte oder einige Einstellungen oder Bewegungen speziell in den Vordergrund stellt, dann erscheint sie in ihrer strukturellen Aufgabe. Die strukturelle und narrative Musikfunktion können auch zusammen auftreten. Titel- und Nachspannmusik gehören auch zur strukturellen Funktion der Musik. Primäre Absicht der Film- und Fernsehmusik ist es, den Rezipienten emotional zu bewegen (vgl. Mikos, 2003, S. 233).

Bullerjahn (2001) schreibt zur Funktion der Musik nachstehendes:

„Aufgabe der Musik ist es nicht nur, Emotionen abzubilden, sondern auch beim Betrachter ... Identifikationsprozesse zu erwecken bzw. zu stimulieren. Funktion der Filmmusik soll es sein, die Distanz zum Geschehen zu mindern und die Wahrnehmung der Bilder affektiv aufzuladen.“ (Bullerjahn, 2001, S. 72f zit. n. Mikos, 2003, S. 234).

Musik kann die Aufmerksamkeit des Publikums auf Situationen, Gegenstände und Personen des Fernsehtextes steuern. Dadurch werden die Zuschauer auch in die erzählte Geschichte integriert. Musik kann auch in einem inhaltlichen Verhältnis Bezug zur Erzählungshandlung nehmen oder zur Charakterisierung der Protagonisten beitragen. Wie bei den anderen Gestaltungsmitteln bereits beschrieben, gilt auch für das Element Musik: Während der Fernsehsozialisation des Zuschauers erlangt dieser Wissen über bestimmte Aufgaben von Fernsehmusik. Mit diesem Wissenshintergrund ordnet der Zuschauer einem gewissen Genre automatisch eine bestimmte stereotype Musikgattung zu (vgl. Mikos, 2003, S. 234f).

Abschließend ist festzuhalten, dass die beschriebenen auditiven und visuellen Gestaltungsmittel ihre volle Wirkung hinsichtlich der Narration, Repräsentation sowie der Darstellung der Figuren und Akteure erst in ihrem Zusammenwirken entfalten.

4. Die Show GERMANY'S NEXT TOPMODEL

In diesem Kapitel soll die Castingshow GERMANY'S NEXT TOPMODEL vorgestellt werden. Die Ausführungen dieses Kapitels sind allgemein gehalten und beziehen sich auf keine bestimmte Staffel oder bestimmte Folge einer Staffel, außer es wird anders angegeben. Vor allem soll dieser Abschnitt einen Überblick zur Sendung geben. Zur Erarbeitung dieses Kapitels wurde einerseits die Hilfe des Internets, und zwar insbesondere die Beschreibungen auf der showeigenen Internethomepage des deutschen Fernsehsenders PRO7 und die Beschreibungen der Internetseite „Wikipedia-Die freie Enzyklopädie“ in Anspruch genommen. Andererseits hat die Autorin dieser Arbeit die bisherigen Staffeln der Sendung GERMANY'S NEXT TOPMODEL intensiv verfolgt und somit werden die eigenen Rezeptionserfahrungen in diesem Kapitel mit eingeschlossen.

4.1 Einige Fakten zur Show GERMANY'S NEXT TOPMODEL

GERMANY'S NEXT TOPMODEL ist eine deutsche Castingshow, die einmal wöchentlich, genauer am Donnerstag in der Prime Time des Senders PRO7 ausgestrahlt wird. Bei dieser Show handelt es sich nicht um eine Livesendung, da hier einige Folgen im Voraus gedreht werden. Die Show basiert auf das amerikanische Sendungsformat AMERICA'S NEXT TOPMODEL (UPN), das von Supermodel Tyra Banks moderiert wird. Die deutsche Version der Show wird von Topmodel Heidi Klum moderiert. Mittlerweile wurden fünf Staffeln auf dem deutschen Fernsehmarkt ausgestrahlt⁸, aus denen folgende Siegerinnen hervorgingen: Lena Gercke aus der ersten Staffel, Barbara Maier aus der zweiten Staffel, Jennifer Hof aus der dritten Staffel, Sara Nuru aus der vierten Staffel und Alisar Ailabouni aus der fünften Staffel (vgl. <http://www.prosieben.at/tv/germanys-next-topmodel/>, Zugriff: 05.08.2009).

Jede Staffel hat auch eine eigene Titelmusik. Bekannte Namen wie The Notorious B.I.G., Gia Farrell, Seal, Britney Spears und Cheryl Cole liefern mit ihrer Songs die musikalische Unterstützung zu den einzelnen Staffeln. Seit dem 5. Juni 2008 gibt es zur Show auch ein Magazin. Im Zeitschriftenhandel erhältlich, dokumentiert das Magazin auf 116 Seiten alle

⁸ Zu erwähnen ist, dass mit dem 8. Jänner 2009 die Übertragung der österreichischen Version der Show auf dem Sender PULS4 im Hauptabendprogramm anlief. Die Gewinnerin der ersten Staffel von GERMANY'S NEXT TOPMODEL, Lena Gercke ist auch diejenige, die die österreichische Sendungsversion AUSTRIA'S NEXT TOPMODEL (PULS4) moderiert. Dies sei hier nur am Rande erwähnt, denn diese Sendung steht für diese Arbeit nicht im Fokus der Betrachtung (vgl. <http://www.puls4.com/topmodel>, Zugriff: 05.08.2009).

Einzelheiten zur Show GERMANY'S NEXT TOPMODEL. Das Magazin wird von der Medienfabrik Gütersloh in Kooperation mit MM Merchandising Media, dem Licensing-Unternehmen der ProSiebenSat.1-Gruppe hergestellt und auf dem Markt gebracht (vgl. <http://www.prosieben.at/tv/germanys-next-topmodel/>, Zugriff: 05.08.2009).

Die Castingshow GERMANY'S NEXT TOPMODEL ist von der Produktionsfirma Tresor Tv Produktionsgesellschaft produziert. In Deutschland zählt diese zu den zehn größten Fernsehproduktionsfirmen. Der Hauptsitz befindet sich in Unterföhring bei München. Holger Roost-Macias ist der Geschäftsführer und alleiniger Gesellschafter (vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Germany%E2%80%99s_Next_Topmodel, Zugriff: 05.08.2009).

4.2 Die Idee der Sendung

Die Zielsetzung der Castingshow ist es Deutschlands nächstes Topmodel zu wählen. Die ersten Sendungen zeigen ein Massencasting, aus denen die Mädchen ausgesucht werden, die dann auch in der Show zu sehen sind. Die Zahl der Teilnehmerinnen variiert von Staffel zu Staffel ein wenig, aber grundsätzlich sind es ungefähr 20 Finalistinnen aus den Tausenden von Mädchen, die sich für die Show beworben haben. In jeder Sendung werden die Mädchen vor Aufgaben, sogenannte Challenges oder auch Castings und Shootings gestellt, die sie bestreiten müssen. Je nachdem wie sich die Mädchen bewehren, kommen sie eine Runde, das heißt, eine Sendungsfolge, weiter oder nicht. Selektiert wird durch Heidi Klum und eine Jury, die aus zwei bis drei weiteren Persönlichkeiten aus der Mode(1)branche besteht. Jede Showfolge hat am Ende der Sendung eine Urteilsverkündung. Hier muss ein Mädchen die Sendung verlassen und so bleiben am Schluss der Staffel nur mehr drei Finalistinnen. Im Finale wird ein letztes Mal zwischen den drei Finalistinnen ausgewählt. Die Finalistinnen kämpfen um den Hauptgewinn, ein Werbevertrag in Höhe von 200.000 Euro. Neben dieser hohen Geldsumme, ist die Gewinnerin auch noch auf dem Titelblatt des aktuellen deutschen Lifestyle-Magazins „Cosmopolitan“ zu sehen (vgl. <http://www.prosieben.at/tv/germanys-next-topmodel/>, Zugriff: 05.08.2009).

4.3 Die Jury der Sendung

Bei der ersten Staffel bestand die Jury aus Model Heidi Klum, Visagist und Friseur Armin Morbach, Booker Peyman Amin und dem amerikanischen Choreographen und Laufstegtrainer Bruce Darnell. In der Jury der zweiten Staffel waren fast die gleichen Mitglieder wie in der ersten Staffel, bis auf Armin Morbach, der durch Boris Entrup ersetzt wurde. Der Visagist blieb aber nur in der zweiten Staffel. Für ihn gab es in den nachfolgenden Staffeln nur noch Gastauftritte, in denen er die Make Up Marke Maybelline Jade mit ihren Produkte präsentierte. In der Jury der dritten Staffel saßen wieder Heidi Klum und Booker Peyman Amin. Bruce Darnell verließ die Show und wurde von Casting-Direktor Rolf Scheider ersetzt. Die Jury der vierten Staffel bestand wieder aus Heidi Klum, Rolf Scheider und Peyman Amin. Bei der fünften Staffel wurde Rolf Scheider und Peyman Amin ausgewechselt. Die neuen Jurymitglieder hießen Fotograf Kristian Schuller und Marketing-Direktor Qualid „Q“ Ladraa. Jorge González kam ab der siebten Folge der fünften Staffel als Catwalk-Trainer der Mädchen hinzu. Neben der fixen Jury werden in jeder Staffel bekannten Personen aus der Mode(l)- Musik- oder Schauspielbranche eingeladen und diese fungieren in der Show zum Teil auch als Jurymitglieder.

Moderatorin und Hauptperson der Show Heidi Klum ist selbst erfolgreiches Model. Sie gewann den Wettbewerb Model‘ 92, der in der GOTTSCHALK LATE NIGHT SHOW (RTL) von Thomas Gottschalk veranstaltet wurde. Der Preis war ein Vertrag als Fotomodell in Wert von 300.000 US-Dollar. Ab dem Jahre 1992 ging es stets aufwärts mit ihrer Modelkarriere. Sie machte ihr Abitur und begann nicht mit ihrer Ausbildung als Modedesignerin. Stattdessen widmete sie sich dem Modeln. Ihr weltweiter Durchbruch war im Jahre 1998, als sie auf der Titelseite der amerikanischen Zeitschrift „Sports Illustrated“, die über 55 Millionen Leser hat, erschien. Ferner war Heidi Klum unter anderem auf das Cover von Zeitschriften wie „Vogue“ oder „Elle“ zu sehen. Heidi Klum macht Werbung für viele verschiedene Unternehmen, wie beispielsweise für den Süßwarenhersteller Katjes, für den Textilhersteller Peek & Cloppenburg, für die Fastfoodkette McDonald‘s, für den Schuhhersteller Birkenstock, das Schuhhaus Stiefelkönig, die Parfümeriekette Douglas, für die Supermarktkette SPAR, die Haarstyling-Marke Taft der Firma Henkel KGaA, den Elektrokleingerätehersteller Braun und seit 2007 für das neue Volkswagen Modell Tiguan, sowie den Jeansfabrikanten Jordache. An diesen zahlreichen Werbeaufträgen ist Heidis Erfolg erkennbar. Vor allem vermarktet Heidi Klum aber Produkte, die ihren Namen haben (vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Heidi_Klum, Zugriff: 05.08.2009).

5. Sendungsanalyse

Im qualitativen Teil wird nun die Untersuchung der Show GERMANY'S NEXT TOPMODEL durchgeführt. Materialbasis für diese Fernsehanalyse bildet die vierte Sendungsstaffel von GERMANY'S NEXT TOPMODEL, die zwischen 12. Februar 2009 und 21. Mai 2009 auf PRO7 zu sehen war. Es wird nicht die gesamte vierte Staffel mit ihren einzelnen Folgen betrachtet, da dies den Rahmen dieser Arbeit überschreiten würde. Vielmehr wird sich die Verfasserin vorliegender Arbeit auf einige ausgewählte Sendungsausschnitte beziehen, die sich im Zuge des vorangehenden Rezeptions- und Aneignungsprozesses herausgefiltert haben.

5.1 Untersuchungsinteresse

Die Analyse hat sich zur Aufgabe gemacht einerseits die auftretenden Protagonisten und ihre Inszenierung und andererseits inhaltliche Themenbereiche dieser Sendung, die sich während der Rezeption herausgebildet haben, genau zu beleuchten. Zuerst erfolgt die Darstellungsuntersuchung von Heidi Klum anhand einiger Beispiele. Danach erfolgt die Betrachtung von Kandidatin Tessa. Als weiterer Untersuchungsgegenstand wird die Entscheidungsfindung, die ein wichtiges Grundelement der Sendung darstellt, analysiert. Gegen Ende dieser Analyse soll die mediale Thematisierung von Wettbewerbsmuster, Konkurrenzverhältnis und grenzgängige Situationen, die sich durch das Betrachten der Teilnehmerinnen herauskristallisieren, ins Untersuchungszenrum gestellt werden. Diese inhaltlichen Aspekte werden anhand von Beispielen dargestellt und anschließend interpretiert. Das Erkenntnisinteresse liegt, neben einer Figuren- und Themenanalyse, ebenfalls in der Untersuchung der ästhetischen Gestaltungsstrukturen und ihre Konstruiertheit, sowie der Gestaltungsformen des Reality TV. Unter Berücksichtigung und Bezugnahme auf die beschriebenen Charakteristika des performativen Reality TV und der Castingshow, die im theoretischen Teil im Kapitel 2 aufgelistet und erläutert sind, sollen in der Analyse der Show GERMANY'S NEXT TOPMODEL die Verwendung sowie der Einsatz der verschiedenen Gestaltungsmittel herausgearbeitet werden. Die einzelnen Genrecharakteristika, die filmästhetische, formale Ebene sowie die Inhaltsebene sind nicht voneinander getrennt zu untersuchen, sondern gehen ineinander über und werden deshalb in ihrem Zusammenspiel betrachtet. Anhand einiger Beispiele wird in den nachstehenden Kapiteln das vorgestellte Vorhaben durchgeführt.

5.2 Heidi Klum und ihre Darstellung

Im nachstehenden Kapitel wird Heidi Klum, die Moderatorin der Sendung, genau betrachtet. Es wird herausgearbeitet, wie Heidi Klums Person dargestellt und inszeniert wird und ob anhand ihrer Person bestimmte Funktionen und Eigenschaften vermittelt werden. Zuerst folgen einige Szenenbeschreibungen, um Heidi Klums Inszenierung zu veranschaulichen und anschließend werden diese Darstellungen interpretiert.

Beispiel: Laufstegtraining (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09)

In der vierten Folge der vierten Staffel reisen die sechzehn ausgewählten Mädchen nach Los Angeles. Nachdem die Mädchen in Los Angeles angekommen sind, geht es bereits am nächsten Tag mit verschiedenen Aufgaben weiter. So müssen die Mädchen einen hautengen Body anziehen und ein Laufstegtraining absolvieren. Zuerst fordert Heidi die Kandidatin Larissa zum Laufen auf. Larissa hat bereits als Siegerin der österreichischen Sendung AUSTRIA'S NEXT TOPMODEL (PULS4) einen Topmodeltitel geholt und kämpft nun jetzt auch um den Titel bei GERMANY'S NEXT TOPMODEL. Heidi ist mit dem Laufstil fast zufrieden. Sie erklärt, dass dieser ganz gut war, aber trotzdem hat Heidi zu Larissas Können noch ein paar Tipps. Denn, so Heidis Erklärung, Larissas Stil könnte noch lockerer und natürlicher wirken. Obwohl Larissa ihre Sache gut meistert, findet Heidi auch hier einiges, dass noch verbesserungswürdig ist. Danach folgen die anderen Mädchen und Heidi beobachtet kritisch jedes laufende Mädchen und deren Laufstil. Heidi erklärt: *„Ich bin super gern hautnah mit den Mädchen zusammen und sag ihnen, wie sie sich verbessern können.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Dann wird Sarinas Laufstegauftritt gezeigt. Heidi steht frontal vor dem Laufsteg und beobachtet Sarina. Während dem Zuschauer Sarina beim Laufen gezeigt wird, wird zwischendurch auch Heidi im Interview⁹ eingeblendet. Sie kommentiert: *„Ein Mädchen, die schlendert mit den Armen hin und her, wie Sarina zum Beispiel, wie so ein Dusenfeger kommt sie auf dem Laufsteg.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Danach sieht der Zuschauer Heidi neben Sarina auf dem Laufsteg stehen, wie sie ihr Verbesserungsvorschläge gibt: *„Von der Hüfte nach unten bewegen, aber nicht alles.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Heidi ahmt Sarinas Gang nach. Aus dem Hintergrund hört der Zuschauer die anderen Mäd-

⁹ Wenn in dieser Arbeit von einem Interview oder einer Intervieweinstellung gesprochen wird, bedeutet dies eine bestimmte Einstellung, in der oft die Kandidatinnen oder Heidi Klum gezeigt werden. Dabei handelt es sich um eine Naheinstellung oder eine Großaufnahme. Den Hintergrund dieser Einstellung bildet der Titelschriftzug der Sendung. Diese Einstellung wird oft in der Sendung zwischendurch eingeblendet. So können die Mädchen oder Heidi Klum das aktuell gezeigte Geschehen kommentieren.

chen lachen. Wieder erklärt Heidi in der Intervieweinstellung: *„Mir macht’s natürlich super viel Spaß dieses Laufstegtraining mit den Mädchen zu machen. Ich bin zwar selber nicht unbedingt die Laufstegqueen, aber ich kann schon Fehler superschnell entdecken.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010). Zu Katharinas Lauf meint Heidi: *„Was ist das für eine komische Pose hier vorne ...“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) und nimmt sofort Katharinas Stellung nochmals ein. Immer wieder wird das Gelächter der Mädchen hörbar, wenn Heidi wieder einmal eine Pose der Mädchen übertrieben nachstellt. Alines Lauf ist für Heidi die nächste Gelegenheit um zu provozieren. Heidi erwartet sich, dass Aline ihre Hüften schwingt. Dazu stellt sie sich vor Aline und beginnt mit den Hüften zu wackeln und in die Knie zu gehen. Hierzu fordert Heidi Aline auf, sie nachzumachen, denn sie sei zu steif und angespannt. Heidi bemerkt: *„Da weiß ich gar nicht, was ich machen soll. Da bewegt sich einfach gar nichts. Da denk ich eigentlich mit ein paar Tricks oder mit ein paar Anweisungen, da wird sich was tun, aber da tut sich gar nichts.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Während Aline einen neuen Versuch startet und sich bemüht ihren Lauf zu verbessern, sieht der Zuschauer Heidi, die hinter Aline nachgeht und das Laufsteglaufen mit einem Hüftschwung gekonnt absolviert. Heidi deutet nur mehr mit dem Zeigefinger auf Aline und sagt: *„Üben, üben, üben, üben.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Eine der Kandidatinnen, Olivia, kommentiert euphorisch: *„Ich fand’s ganz toll, dass Heidi uns so gut nachmachen konnte. Es ist faszinierend. Sie konnte sich in jede von uns irgendwie hineinversetzen und uns super kopieren.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010).

Analytische Betrachtung:

Anhand dieser Szenenbeschreibung lässt sich erkennen, dass eines von Heidis Funktionen in der Sendung, die einer Lehrerin, die ihre Schülerinnen das richtige Modeln beibringt, ist. Sowohl Larissas als auch Sarinas und Alines Auftritt fundieren diese Rolle von Heidi. Dabei macht es keinen Unterschied ob eine Larissa, die bereits einen Topmodeltitel trägt, kritisiert wird oder Sarina, eine blutige Anfängerin. Ein bereits gekürtes Topmodel ist genauso verbesserungswürdig wie die anderen Anfängermodels. Larissa nimmt Heidis Anregungen und Vorschläge entgegen und bestätigt durch ihren Kommentar Heidis aufgezeigte Defizite. Gleichzeitig begibt sich Larissa in eine untergeordnete Position. Sie behauptet selbst, dass sie noch einiges dazulernen kann und dass sie noch üben muss, sowie ein bisschen steif und noch lang nicht perfekt ist. Dadurch wird Heidis Stellung einer lehrenden Person bestätigt. Sarina wird hier als Beispiel für eine unbeholfene Anfängerin vorgeführt.

Auch Heidis aufzeigender Finger in Alines Richtung demonstriert das Lehrer-Schüler-Verhältnis. Vermittelt wird, dass die jungen Anfängerinnen noch lange nicht das Wissen, die Erfahrung und das Können von Heidi erreicht haben. Darüber hinaus nützt Heidi jede sich bietende Möglichkeit, um ihr Können nach außen sichtbar zu machen und so ihren Professionalitätsstatus zu festigen. Umso deutlicher zeigt sich dadurch die Differenz an Wissen, das die Kandidatinnen auf ihrem langen Weg zu einer Karriere als Model noch erlangen müssen. Aber diese Szene spiegelt nicht nur ein belehrendes Verhältnis, worin Wissen vermittelt wird, sondern im gleichen Moment ist in all diesen Darstellungen noch nachstehendes zu erkennen: Bei fast jedem Mädchen werden kritische Bemerkungen und wichtige Ratschläge geäußert. Jedes Mal schreitet Heidi ein und findet Fehler und Missgeschicke bei den jungen Mädchen, die dann von Heidi in unterschiedlicher Weise in den Mittelpunkt gerückt werden. Auffallend ist, dass Heidi Klum keine Gelegenheit auslässt, um den Mädchengang oder ein Gesichtsausdruck, teilweise übertrieben, nachzumachen. Dieses theatralische Können von Heidi wird auch durch Kandidatin Olivias Kommentar bestätigt. So präsentiert sich Heidi Klum ebenso als Schauspielerin. Heidi Klum macht sich über verschiedene Eigenschaften oder Verhalten der Bewerberinnen lustig. Dadurch werden die Mädchen sowohl in der Teilnehmerinnenrunde als auch vor dem Zuschauer Zuhause bloßgestellt und lächerlich gemacht. Es lässt sich festhalten, dass vordergründig die Hilfestellung von Heidi zur Verbesserung und Förderung der Mädchenleistungen inszeniert wird. Unterschwellig wird aber gerade durch das intensive Aufzeigen von fehlerhaftem Tun der Mädchen Heidis Darstellung als eine fehlerfreie, professionelle und brillante Persönlichkeit kreiert und präsentiert. Durch die Darstellung solcher gegensätzlichen Situationen wird bewusst ein Ungleichgewicht zwischen den Mädchen und Heidi inszeniert, transportiert und gespiegelt. So weist Prokop (2009) in ihrem Beitrag zu dieser Sendung auch darauf hin, dass die ungleiche Inszenierung einerseits zur *„Abgrenzung bzw. Erhöhung über die restlichen Beteiligten der Sendung“* dient und andererseits *„werden dadurch Mängel der Mädchen kreiert und individuelle Spezifika abgewertet.“* (Prokop, Friese, Stach, 2009, S. 61) Auch Gültekin (2010) hat in ihren Ausführungen diesen Gegensatz, dass sie als *„asymmetrisches Verhältnis“* (Gültekin, 2010, S. 145) zwischen Heidi Klum und den Kandidatinnen bezeichnet, herausgearbeitet. Sie betont, dass die Mädchen als makelhaft und Heidi als perfekt in der Inszenierung gestaltet werden (vgl. Gültekin, 2010, S. 145ff).

Das ganze Shooting ist von dieser zweiseitigen Bedeutung in der Darstellung geprägt. Auf der visuellen Gestaltungsebene zeigt sich dies folgendermaßen: Die Aufnahmen wechseln zwischen Laufstegtrainingsaufnahmen der Mädchen und Heidi, die wieder den Gang einer

Kandidatin nachmacht und Nahaufnahmen von Heidis Gesicht in der Intervieweinstellung, in denen sie die einzelnen Gesichtsausdrücke der Mädchen gekonnt nachahmt. Heidis Grimassen sind in der Naheinstellung für den Zuschauer besonders gut zu erkennen und diese geben Auskunft darüber, wer seine Sache gut macht oder nicht. Zu diesen Aufnahmen hört der Zuschauer eine lustig klingende Musik, die ein wenig an einem Zeichentrickfilm erinnert. Das amateurhafte Laufen und das lustige Nachahmen durch Heidi werden so akustisch in Szene gesetzt und verstärkt.

Dieses Beispiel illustriert auch, dass der inszenierte extreme Gegensatz zwischen Heidi Klum und den Mädchen kein Einzelfall ist, sondern sich durchgehend über längere Sendungsabschnitte zieht. Ebenso an vielen anderen Stellen der Sendung lässt sich diese starke Gegensätzlichkeit finden, wie die folgenden Szenen zeigen. Gleichzeitig offenbaren die nachstehenden Szenen weitere charakteristische Eigenschaften die Heidis Person zugeschrieben werden.

Beispiel: Explosionsshooting (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09)

Als eine weitere Aufgabe in der vierten Sendungsfolge steht für die Mädchen ein Explosionsshooting an. Dieses Shooting findet außerhalb von L.A. in einer kargen, wüstenartigen Landschaft Kaliforniens statt. Die darzustellende Fotogeschichte ist, dass den Mädchen auf der Fahrt von L.A. nach Las Vegas das Benzin ausgeht und sie dadurch mitten im Nichts landen. Da eine von ihnen vergessen hat zu tanken, entsteht ein Streit zwischen den Mädchen und diesen sollen die Teilnehmerinnen darstellen und dabei sich gegenseitig anschreien. Für diese Fotoaufnahmen werden die Mädchen von Heidi in Zweierteams eingeteilt. Steffi und Mandy probieren die Geschichte darzustellen und da es nicht so gut läuft, gibt Heidi den Mädchen noch einige Anweisungen, was sie machen könnten: *„Total langweilig, das sieht aus wie, als wenn ihr, weiß ich nicht, für irgendeinen Katalog fotografiert, es ist total öde. Gibt ihm alles. Wenn er sagt, schreit euch an, motzt euch an, warum ist das Auto kaputt, warum bist du hier da, weiß ich nicht, vor dem Baum gefahren. Keine Ahnung. Wir machen so ein kleines bisschen so ein Szenenspiel, dass ihr hier nicht einfach nur so lahm am Auto herumsitzt.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Heidi fordert die Mädchen auf, dass sie dem Fotografen auch was bieten müssen. Sie sollen sich bewegen, nicht nur beim Auto stehen. Sie sollen sich anschreien, gestikulieren usw. Da anfangs nicht viel von den Mädchen kommt, äußert sich Heidi unzufrieden: *„Ich mein ja gut, jetzt haben wir gesagt, schreit rum, traut euch. Jetzt stehen sie auf der Stelle und schreien einfach nur rum, na.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Diese

Anmerkung wird durch Heidis kritischen Gesichtsausdruck in der Nahaufnahme ergänzt und so wird dem Zuschauer Heidis Unzufriedenheit vermittelt.

Als Marie und Maria an der Reihe sind, ergreift Heidi erneut die Initiative und zeigt diesen zwei, wie sie mit einer Tasche zu laufen haben. Wieder gibt Heidi ihre Anweisungen und Heidis Worte sind direkt und hart: *„Ihr müsst ein ganz kleines bisschen mehr Power beim Laufen machen. Ihr lauft jetzt gerade wieder wie so zwei Schlaftabletten.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Die Mädchen versuchen die Anweisungen in die Tat umzusetzen, doch irgendwie haben sie noch Schwierigkeiten und hier schreitet Heidi zur Tat. Marie erklärt in der Intervieweinstellung: *„Die Heidi war richtig kritisch. Sobald es aber darum ging, dass sie es selber macht, war’s super. Also die hat das so echt gut hinbekommen.“* Heidi zeigt den Mädchen, wie es funktioniert: *„Ihr müsst ja nur zwei Schritte machen, nee. Also, es heißt eins, zwei. Du kannst sie ja schmeißen oder du nimmst sie dahinter.“* Marie wird eingeblendet und sie betont: *„Grad wie sie da mit den hohen Schuhen in den Kieselsteinen gelaufen ist da, das haben wir längst nicht so gut hinbekommen.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Heidi versucht die Bedingungen, unter denen die Mädchen fotografiert werden, ein wenig zu verharmlosen und erklärt: *„So schlimm ist es auch nicht. Hier sind ein paar Steinchen auf dem Fußboden, aber irgendwie konnten die mit den Schuhen gar nicht laufen. Klar. Es sind Anfänger, aber ich bin total ungeduldig. Ich hab überhaupt gar keine Geduld. Ich denke, wenn ich ihnen das erkläre, müssten die das eigentlich gleich umsetzen können. Aber natürlich vergess ich dann auch immer wieder, das sind einfach Anfänger...“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010)

Analytische Betrachtung:

Wieder wird in dieser Szene der scharfe Kontrast geschaffen, indem erneut das ungleiche Professionalitätsverhältnis zwischen den Mädchen und Heidi visualisiert wird. Einerseits ergibt sich das aus den gezeigten Bildern und andererseits wird dies von Heidi sogar wörtlich auf den Punkt gebracht. Die dazu eingespielte Slapstickmusik lassen Marie und Maria wie zwei unfähige Anfängerinnen, fast wie zwei Komikerinnen, die einen Sketch vorführen, erscheinen. Ihre Missgeschicke, wie das Umknicken mit den hohen Schuhen auf dem unebenen Boden, werden durch die musikalische Unterstützung in den Vordergrund gestellt. Als Marias Stöckel auch noch abbricht, illustriert dieses Malheur noch zusätzlich die dargestellte Ungeschicktheit und sorgt für Unterhaltung. Außerdem wird bei diesem Shooting Heidi in ihrer Funktion als kritische Beobachterin präsentiert. Dies wird visuell fol-

gendermaßen dargestellt: Das Bild präsentiert mal die Mädchen, mal Heidi, die das Geschehen beobachtet. Die Analyse der Sendung zeigt, dass sobald Heidi Klum etwas an einer Kandidatin kritisiert, ihr Gesicht in einer Nahaufnahme gezeigt wird. So kann der Zuschauer genau die Mimik und Gestik in Heidis Gesicht wahrnehmen. Der Gesichtsausdruck wird zu und zwischen den Auftritten der Mädchen eingespielt und dadurch wird der Eindruck der Auftritte für den Zuschauer kommentiert und vorstrukturiert. Sowohl Großaufnahmen von Heidis Gesicht als auch Heidi in einer Halbtotale, in der ihre Körpersprache deutlich erkennbar ist, werden eingesetzt, um Heidis Stellung als kritische Beobachterin zu inszenieren. Diese Technik bewirkt, dass der Zuschauer nicht neutral in seiner Meinungsbildung und eigenen Bewertung der angehenden Models bleiben kann. Heidis Mimik, ihre Körpersprache und ihre Kommentare, die als unumstößliches, fundiertes Expertenwissen der Modelbranche festgehalten werden, sollen beim Zuschauer die Bewertung der Mädchen in eine bestimmte Richtung lenken. Die Meinung des Zuschauers zum Geschehen wird auf diese Weise vorgeformt und entweder in eine bejahende oder ablehnende Richtung geführt. Dadurch werden bereits im Laufe der Sendung Vorahnungen und Erwartungen in Bezug auf die Entscheidung, welches Mädchen wahrscheinlich hinaus gewählt wird, aufgebaut. Die Vorstrukturierung der Ereignisse zeigt sich auch in der Montage der Bildreihenfolge: Auffallend ist, dass beispielsweise auf Aufnahmen eines kritischen, negativen „Heidi-Blickes“ Aufnahmen der Mädchen, die besonders große Schwierigkeiten mit der gerade auszuführenden Aufgabe haben, folgen. Hingegen sieht der Zuschauer bei gelungenen Auftritten der Mädchen kurze Aufnahmen einer lächelnden Heidi, die teils Applaus oder Lob austeilt. Die dazwischen geschnittenen Einblendungen von Heidi tragen zu einem verstärkten Eindruck der Darstellungen bei. Heidis Äußerungen wechseln zwischen gut gemeinten, unterstützenden Ratschlägen, kritischen Äußerungen bis hin zu beleidigenden und verletzenden Worten. Dieser gehässige Umgang mit den Mädchen veranschaulicht das Kommentar von Heidi zu Kandidatin Johanna: *„Aber die Johanna ist irgendwie so ein Landei. Die sieht aus, als wenn sie echt grade vom Kuhmelken gekommen ist. Die braucht echt noch ein bisschen mehr Sexappeal, ein bisschen mehr Glamour.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Zu dieser gemeinen Anmerkung von Heidi sieht der Zuschauer Heidis Grinsen.

Neben der Funktion als lehrende Person, kritische Beobachterin und Schauspielerin kommt Heidi noch die Rolle eines Vorbildes zu. Durch Maries Zwischenkommentare wird Heidis Vorbildfunktion vermittelt. Die Mädchen bewundern Heidi und schauen zu ihr auf. Sie symbolisiert alle Eigenschaften, die Ruhm und Erfolg versprechen und dieser Person eifern

die angehenden Models nach. Sie schwärmen über die Leichtigkeit und Unbeschwertheit, mit der Heidi Aufgaben und schwierige Bedingungen bewältigt. An Heidi Klum können die Mädchen erkennen, was sie erreichen könnten, wenn sie sich genug Mühe geben und genug leisten. Es wird durch die Art und Weise, wie Heidi Klum inszeniert wird, vermittelt, dass die jungen Mädchen sich in Disziplin üben und hart an sich selber arbeiten müssen, wenn sie an Erfolge von Heidi Klum herankommen wollen. Auch Gültekin (2010) hat in ihrer Analyse zu dieser Show diesen Status, der Heidi zugeschrieben wird, erkannt und beschrieben. Sie bezeichnet Heidi Klum als High-Performerin und erklärt, dass die Vorbildfunktion von Heidi eine der beabsichtigten Botschaft der Sendung ist. Die Mädchen würden der grandiosen Heidi nacheifern und ihre Allwissenheit werde in der Sendung, weder von den Machern der Sendung noch von den Mädchen in Frage gestellt. Gültekin (2010) konstatiert, dass Heidi Klum als omnipotent inszeniert wird (vgl. Gültekin, 2010, S. 150ff).

Abschließend lässt sich zur Moderatorin Heidi Klum folgendes zusammenfassen: Heidi Klum wird als Mittelpunkt der Sendung inszeniert. Sie geleitet den Zuschauer durch die Sendung. Sie ist die wichtigste Person, um die die Show aufgebaut wird. Ihre zentrale Position/Rolle zeigt sich dadurch, dass die verschiedenen Ereignisse der Sendung durch die Kameraarbeit und den Einstellungswechsel in Beziehung zu Heidi Klum gesetzt werden. Egal ob es sich um Shootings, um Castings, Besuche von prominenten Gästen oder Angelegenheiten und Probleme der jungen Mädchen handelt – alles ist an Kommentare, kritischen Blicken oder nachahmenden Posen von Heidi Klum gekoppelt. Fortlaufend wird das Geschehen auf Heidis Reaktion, die Äußerungen und Stellungnahmen, sowie kommentierende Gestik und Mimik sein können, rückbezogen. Wichtige Ratschläge oder Kritiken, Entscheidungen und Urteile werden von Heidi ausgesprochen. Dem Zuschauer wird ein bestimmtes Bild, in dem Heidi Klum eine dominante Rolle einnimmt, präsentiert. Obwohl es im ersten Augenblick danach aussieht, als würde Heidi Klums Person umfangreich und verschieden dargestellt werden, ist ihre Darstellung mit einer stereotypisierten Darstellung zu umschreiben. Wie bereits im Theoriekapitel 2.1.5 erklärt, ist Stereotypisierung ein Merkmal des Genres Reality TV und steht für eine verkürzte, einseitige und oberflächliche Darstellung der Darsteller oder der Handlung. Anhand von Heidi Klum lässt sich ein Eigenschaftskatalog mit folgenden Eigenschaften erstellen: professionell, selbstbewusst, vorbildhaft, ehrgeizig, zielsicher und gleichzeitig „gutgemeint“ belehrend und kritisierend. Heidi wird nicht umfassend und unterschiedlich in ihrer Darstellung gezeigt. Es werden ihr hauptsächlich positive Eigenschaften zugesprochen, denn auch das belehrende und kritisie-

rende Verhalten wird so transportiert, dass es nicht als negative Eigenschaft, sondern als wohlwollende Absicht, vermittelt wird. Heidi Klums Persönlichkeit in dieser Show wird insgesamt als ein positives Charakterbild präsentiert.

Dem Gegenüber gibt es auf Seiten der Kandidatinnen auch eine Stereotypisierung. Die Mädchen spiegeln auch ein bestimmtes Rollenbild. Sie vertreten meistens den gegensätzlichen Part zu Heidis Person und werden als unbeholfen, unprofessionell, unsicher, schwach, ängstlich, unerfahren, schüchtern und gehemmt dargestellt. Diese stereotype Darstellung wird im folgenden Kapitel anhand eines Beispiels vorgeführt.

5.3 Inszenierung von Kandidatin Tessa

Der folgende Abschnitt beschreibt und analysiert die Darstellung der Mädchenpersönlichkeiten, welche durch die Inszenierungsstrategien des Reality TV wirksam erschaffen werden. Es wird gezeigt, wie es zur Bildung von Persönlichkeitsmerkmalen kommt. Zur Verdeutlichung wie bestimmte charakteristische Merkmale durch die Inszenierung hervorgehoben werden, folgen nun Beispiele. Im Mittelpunkt der Betrachtung steht Teilnehmerin Tessa. Zuerst werden die einzelnen Beschreibungen der Szenenbeispiele gebracht und gleich anschließend folgt Tessas analytische Betrachtung.

Beispiel: Kandidatin Tessa (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009)

Auf Kandidatin Tessa wird die Aufmerksamkeit des Zuschauers bereits in der ersten Sendungsfolge (12.02.09) gerichtet. Die neunzehnjährige Tessa äußert in einem Backstageinterview ihre Bedenken bezüglich einer Mitstreiterin. Tessa erklärt, dass diese Mitstreiterin ihr sehr ähnlich schaut, denn sie trägt den gleichen Haarschnitt und allgemein gibt es starke Typähnlichkeiten. Aufgrund dessen macht sich Tessa Sorgen und ist ziemlich unsicher hinsichtlich der weiteren Teilnahme an dieser Show. Als Tessa sich vor der Jury präsentiert, erklärt Jurymitglied Rolf: *„Nervös und ne innere Unruhe, fühl ich in dir.“* (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Tessa rechtfertigt sich und meint, dass sie sonst entspannt ist und auch nicht aufgeregt: *„Bei Castings bin ich nicht aufgeregt. Da geh ich selbstsicher rein. Die Leute haut's manchmal ein bisschen um, weil ich halt rein komm und strahle und ein bisschen zu viel Energie hab und ...“* (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Heidi entgegnet: *„Ich find es ja auch gut, dass du so selbstüberzeugt bist. Ist ja nichts Schlechtes. Ist mir lieber als wenn eine gar nicht da ist, ich sie jetzt da oder hat sie jetzt irgendwas gemacht oder nicht. Aber zu gleichen Zeit hat man auch Angst, bist du zu nervös zu rabbelig, wirst du auch glamourös sein können und wir suchen auch ein Gesamtpaket.“* (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Tessa versichert Heidi, dass sie in den wichtigen Momenten, wo es darauf ankommt, definitiv nicht ruhelos ist und dann erklärt Tessa warum sie jetzt diese unsichere und nervöse Art hat: *„Ja. Rennt halt auch noch eine Kopie von mir rum.“* Darauf erwidert Peyman: *„Eine Kopie von dir. Ich dachte du bist einzigartig.“* Tessa erklärt: *„Ja, aber sie, meiner Meinung kopiert sie mich, weil ich kenn die schon von vor zwei Wochen, also ich kenn sie nicht wirklich. Ich hab was gedreht in einem Klub und sie arbeitet in dem Klub und jetzt rennt sie plötzlich mit der gleichen Frisur herum.“* (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Rolf stellt fest: *„Es ist schon am Limit von Paranoia.“* und Peyman fügt

hinzu: *„Also wenn du an ihr vorbei läufst, denkst du da steht ein Spiegel oder so.“* (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Bevor Tessa die Bühne verlässt, erläutert Heidi: *„Ok. Wir gucken mal was passiert. Ich kann gar nicht abwarten das Ebenbild zu sehen.“* (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009)

Beispiel: Eisshooting (4. Staffel, 3 Folge, 26.02.09)

In der dritten Folge (26.02.09) von GERMANY'S NEXT TOPMODEL findet das Eisshooting statt. Die Aufgabe ist es auf einer Eisbar zu posieren. Die Schwierigkeit besteht darin, dass es eisig kalt ist und das Outfit für diese Fotoaufnahmen weiße elegante Sommerkleider sind, die nicht gerade warm halten. Als Tessa an der Reihe ist, sind alle Jurymitglieder sehr positiv überrascht, denn Tessa meistert die Aufgabe sehr gut. Heidi kommentiert: *„Schön. Na, also, da haben wir endlich mal eine. Acha. Man endlich eine die von Anfang an das Posen anfängt. Ist doch mal schön, endlich. Da werd ich wieder wach, ich war nämlich schon echt eingepennt, hier. Schön.“* (4. Staffel, 3 Folge, 26.02.09, Zugriff: 18.12.2009) Auch Jurymitglied Rolf ist begeistert: *„Wahnsinn. Ganz, ganz toll. Ha.“* (4. Staffel, 3 Folge, 26.02.09, Zugriff: 18.12.2009) Peyman schildert Tessas Auftritt folgendermaßen: *„Tessa ist hier reingekommen, als würde man den Tiger aus dem Käfig lassen. Hier brann-te plötzlich die Hütte. Wir waren halb am Erfrieren und plötzlich kommt die Tessa rein und wärmt die Bude auf. Hammer.“* (4. Staffel, 3 Folge, 26.02.09, Zugriff: 18.12.2009) Tessa ist diejenige die von allen Jurymitgliedern gelobt wird. Heidi Klum und die restlichen Jurymitglieder begleiten Tessa in den Backstagebereich und verkünden allen anderen Mädchen, dass man sich an Tessa ein Beispiel nehmen kann, wie toll und gekonnt sie diese Aufgabe bewältigt hat. Auch Tessa selbst ist von sich überzeugt und findet auch dass sie diese Aufgabe sehr gut hinbekommen hat. Tessas tolle Leistung wird auf der Bildebene, durch die Positionierung der verschiedenen Mädchenaufnahmen in einer bestimmten Reihenfolge, hervorgehoben: Vor Tessa ist Tamara zu sehen, die zwar das Posieren ganz gut bewältigt, dafür aber sehr mit der Kälte zu kämpfen hat und deswegen auch viel jammert. Nach Tessa kommt Olivia dran. Olivia platzt die Corsage auf und sie lacht nur in diesem Moment, anstatt sich um das Problem zu sorgen. Peyman bewertet Olivias Verhalten als ein unkollegiales und nicht akzeptables. Durch dieses „Dazwischensetzen“ hebt sich Tessa von den anderen Mädchen ab.

Beispiel: Die erste Modenschau (4. Staffel, 3. Folge, 26.02.09)

Als nächste Aufgabe haben die Mädchen ihre erste Modenschau. Hier will sich Tessa behaupten und gibt sich die größte Mühe auf dem Laufsteg. Nach dem Auftritt einiger Kandidatinnen kommt auch Tessa an die Reihe. Durch einen harten Schnitt wechselt die Kamera zu einer Halbtotalen und dem Zuschauer wird die Bühne als Handlungsort, auf dem die Mädchen laufen, präsentiert. Als Tessa ihren Lauf auf dem Catwalk antritt, werden sogleich in der nächsten halbnahen Einstellung die Jurymitglieder gezeigt. Für den Zuschauer sind ihre musternden Blicke gut erkennbar und der Zuschauer kann mit beobachten und hören welche Information die Jury austauscht. Plötzlich knickt Tessa mit den Stöckelschuhen um und verletzt sich dabei. Tessas Umknicken wird sowohl visuell als auch auditiv dramatisch inszeniert: Die Originalmusik wird von einer dramatischen Musik, die sich wie eine tickende Uhr anhört, überlagert. Dazu wechselt die Einstellung von einer Halbtotalen zu einer Großaufnahme und der umknickende Fuß wird fokussiert. Das Umknicken wird in verlangsamte Großaufnahmebilder Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Zwischen der Halbtotalen die Tessa beim Umknicken zeigt und der Großaufnahme, die den Fuß zeigt, wird die Reaktion der Jury durch eine dazwischen montierte Einstellung auch festgehalten. Sowohl Tessa selbst, als auch die Jurymitglieder kommentieren das Umknicken auf dem Laufsteg. Als Heidi Klum über den Vorfall spricht, hört der Zuschauer Heidis Stimme aus dem Off und die „Umknickaufnahmen“ werden dreimal wiederholt hintereinander gezeigt. Auch hier werden die Bilder mit einem Musikton unterlegt, der an die Töne erinnert, die man bei einem Computerspiel hört, wenn man verliert.

Peyman findet, dass Tessa immer gleich auf die „Poleposition“ möchte und genau dann geht es meistens schief. Heidi Klum erklärt Tessas Verhalten, als ein wenig zu übereifrig und gerade in diesen Situationen kann dann etwas passieren. Tessa bangt jetzt darum, ob sie vielleicht wegen ihrem Umknicken hinaus gewählt wird. Sie hat sich die größte Mühe gegeben und würde es nicht als fair empfinden, wenn sie nun gehen müsste. Jessica wird in einem Interview eingeblendet und erklärt zu Tessa, dass sie selber schuld ist, wenn sie nicht auf sich aufpasst. Obwohl Tessa ja vorher schon einen geprellten Zehen hatte, ist sie trotzdem mit den Stöckelschuhen gelaufen. Jessicas Meinung nach hätte Tessa sich eher darum kümmern sollen, dass sie keine Stöckelschuhe tragen muss. Anstatt Mitleid mit Tessa zu haben, äußert Jessica eher Eigenschuld und Unverantwortlichkeit zu Tessa.

Beispiel: Kakerlakenchallenge (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.2009)

Die Kakerlakenchallenge ist nicht für alle Mädchen ein Kinderspiel. Die Aufgabe besteht darin, dass die Kandidatinnen Mode vortragen, die Kakerlaken als dazugehörige Accessoires haben. Einige der Mädchen sind ängstlich und fürchten sich, aber für Tessa ist diese Herausforderung kein Problem. Sie empfindet keine Angst oder Ekel vor den Kakerlaken. Als Kandidatin Marie gerade ein Outfit präsentiert, fällt ihr die Kakerlake zu Boden. Marie fürchtet und ekelt sich vor der Kakerlake und kann sie nicht aufheben. Da eilt schon Tessa zu Hilfe und hebt die Kakerlake, als wäre es das Normalste und Einfachste der Welt, vom Boden auf. Tessas Einsatz als „Kakerlakenretterin“ wird durchs heranzoomen, wie sie die Kakerlake aufhebt, gezeigt. Sie ist so frei von irgendwelchen Hemmungen, dass sie sogar die Kakerlake küsst. Der Kuss den sie dem Käfer gibt, ist in einer Großaufnahme zu sehen. Tessa ist nicht schüchtern oder ängstlich und schon gar nicht graust es ihr vor diesen Tieren. Ihre unbekümmerte Art und ihr freier Umgang werden belohnt, denn sie ist eine der Gewinnerinnen am Ende dieser Challenge.

Beispiel: Go-See Training (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09)

In der vierten Folge (05.03.09) fliegen die Mädchen nach Los Angeles. In L.A. angekommen, haben die Kandidatinnen ein Training, bei dem die Vorstellung für nachfolgende Castings geübt wird. Tessas Auftritt beim Go-See wird von der Off-Stimme folgendermaßen eingeleitet: „*Doch die Mädchen müssen sich nicht nur sprachlich beweisen, sondern auch menschlich.*“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Nach dieser einführenden Aussage der Off-Stimme, die eine Erwartungshaltung beim Zuschauer bewirkt, ist der Zuschauer nun gespannt, was gezeigt wird. Tessa betritt den Raum und sie wird aufgefordert etwas über sich zu erzählen. Heidi fragt Tessa, ob sie nun, da sie bereits zum zweiten Mal in L.A. ist, die Stadt auch erobern will. Tessa gibt eine scherzhafte Antwort: „*Aber Hallo, ich möchte die Queen sein!*“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Dabei wird die Jury gezeigt und Peyman schaut verwundert drein. Schon fällt von Rolf der erste Kritikpunkt: „*Was mir auffällt, dass du überhaupt nicht natürlich bist. Du bist über...*“ da fällt Heidi Rolf ins Wort und erklärt: „*...überkandidelt.*“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Während Rolfs Kritik wird Tessa im Bild gezeigt und die Nahaufnahme lässt Tessas Gesichtsreaktionen erkennen. Rolf steht auf, stellt sich neben Tessa und macht Tessas Verhalten übertrieben nach. Er fragt: „*Kannst du nicht mal natürlich sein?*“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Durch Aufblenden wechselt die Aufnahme zwischen der Jury und Rolf, der neben Tessa steht. Die dazu gespielte

Musik, eine traurige Violinenmusik, unterstützt die vorhandene bedrückte Stimmung. Tessa wischt sich eine Träne aus den Augen und fragt: „*Ja, aber was ist an mir bitte nicht natürlich?*“ Rolf erklärt: „*Das ist so alles übergespielt, also, also meine Güte.*“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Tessas Gesicht wird in Großaufnahme in verlangsamten Bildern gezeigt und sie antwortet: „*Gut, wenn du das meinst.*“ Tessa ist sichtlich gekränkt, weint und erklärt: „*Wenn man hört, dass man unnatürlich ist und dass man keine natürliche Schönheit ist oder irgend sowas, dann ...*“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Heidi fällt Tessa ins Wort und entgegnet: „*Da musst du direkt anfangen zu weinen. Dann sag doch einfach, ich find das schade, dass du das so siehst Rolf, ich werd dir demnächst zeigen, dass ich auch natürlich sein kann.*“ Tessa erwidert: „*Ich find's aber halt mies.*“ Heidi: „*Dann zeig es ihm, dass du's kannst.*“ Tessa: „*Ja, ich kann's ja auch. Also ich bin jetzt, ich steh das erste Mal da. Es ist noch früh am Morgen...*“ Heidi: „*Dann überzeug ihn doch. Ich find es nicht gut, wie du dich verhältst, ich find es nicht gut, dass du ihm gegenüber die Augen verdrehst. Das find ich nicht gut.*“ Rolf stellt fest: „*Sehr, sehr aggressiv.*“ Tessa: „*Ich bin nicht aggressiv.*“ Peyman: „*Arbeite daran.*“ Tessa: „*Hab ich auch vor.*“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Tessa verlässt den Raum und die Handkamera folgt ihr. Während sie dahingeht, hört der Zuschauer Peymans Äußerungen: „*Die Reaktion auf diese Kritik, das spricht nicht unbedingt dafür, dass sie ja bereit ist Kritik positiv aufzunehmen, zu verarbeiten und Dinge zu verbessern.*“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Tessa setzt sich nieder. Weinend und schluchzend erklärt sie: „*Also, sowas habe ich noch nie in meinem Leben gehört. Es trifft einem halt, wenn man hört, dass man unnatürlich ist und wenn das alles ist, was man mir zu sagen hat. Also bitte.*“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010)

Beispiel: Tessas Ausscheiden (4. Staffel, 5. Folge, 12.03.09)

Wie in jeder Sendungsfolge steht auch am Ende der fünften Folge (12.03.09) die Entscheidung der Jury an. Tessas Leistung wird negativ beurteilt. Nach der Kritik der Jury dreht sich Tessa um und geht wieder in den Backstagebereich. Beim Verlassen der Bühne zeigt Tessa eine Reaktion, die für die Jury das eindeutige Zeichen ist, dass sie Tessa von Anfang an richtig eingeschätzt hätten. Die eindeutige Geste von Tessa wird von einem Standbild veranschaulicht, auf welchen sie den Mittelfinger zeigt. Das Mittelfingerfoto wird mehrmals hintereinander, durch einen schnellen Schnitt verbunden, in abwechselnder Groß- und Detailaufnahme, gezeigt. Diese Aktion wird hier dramatisch inszeniert. Dazu wird Musik eingespielt, die auch oft bei spannenden Horrorfilmszenen zu hören ist. Traurig und wei-

nend kehrt Tessa zurück in den Backstagebereich. Alle Jurymitglieder sind enttäuscht und verärgert über Tessas Benehmen und Verhalten. Diese kommentieren und verurteilen Tessas Aktion in eingeblendeten Interviews. Auch der Jurygast Melanie B, eine ehemalige Sängerin der Band „Spice Girls“, beurteilt Tessas Benehmen als respektlos. Diese Art sei nicht die Art, wie sich ein zukünftiges Topmodel benehmen sollte. Heidi Klum bewertet Tessa als aggressiv und das allgemeine Resümee der Jury zu Tessa ist, dass sie eine Aggressivität und Wut ausstrahlt. Plötzlich wird Tessa nochmals auf die Bühne gebeten. Sie weiß nicht warum und meint scherzhaft, dass sie vielleicht gleich rausgeschmissen wird. Tessas Gang zurück wird von der markanten Musik aus dem Westernfilm „Spiel mir das Lied vom Tod“ von Sergio Leone untermalt. Die Musik lässt auch hier die bedrohende, spannende Stimmung, die man aus dem bekannten Western kennt, entstehen. Diese Musik signalisiert auch das Ende der Teilnahme, dass Tessa bald verkündet wird. Peyman erklärt, dass sie nochmals gesucht und doch noch ein gutes Foto von ihr gefunden haben. Der Zuschauer weiß bereits, welches Foto von Tessa gezeigt wird und ist einerseits gespannt auf Tessas emotionale Reaktion und andererseits kommt hier Mitleid auf. Die Jurymitglieder fragen Tessa, warum sie so agiert, denn dieses Benehmen ist wieder diese aggressive Art, die sie ihr immer wieder vor Augen führen wollten. Tessa rechtfertigt ihre Reaktion als eine traurige und nicht als eine aggressive. Sie geht wieder zurück in den Backstageraum, wo sie sich zuerst über die Jury beschwert. Dann schlägt Tessas Stimmung um. Die melancholische Musik und der verwendete Zeitraffer zeigen eine sehr traurige, verzweifelte Tessa. Peyman betont, dass er in seiner langen Karriere als Modelagent noch nie eine derartige Reaktion eines Models erlebt habe. Auch die anderen Mädchen verurteilen Tessas Benehmen und finden ihre Reaktion nicht angebracht. Sie sind auch der Meinung, dass sich Tessa am besten bei der Jury entschuldigen sollte, weil das die einzige Vorgehensweise ist, die vielleicht noch etwas retten könnte. Während Kandidatin Tessa den catwalkartigen Weg Richtung Heidi Klum und den Jurymitglieder antritt, hört man Tessa, die einiges, das geschehen ist, bereut. Sie versucht nun in letzter Minute sich bei der Jury zu entschuldigen: *„Ich möcht mich erst mal nochmal bei euch entschuldigen, beim Fotografen entschuldigen. Ich weiß, dass ich immer mich schlecht benehme und dass ich aggressiv bin und dass ich dazu neige und ich möchte gerne noch eine Chance haben, und möchte euch zeigen, dass es nicht die Person ist, die ich bin. Wirklich, und es tut mir echt leid. Ganz ehrlich.“* (4. Staffel, 5. Folge: 12.03.09, Zugriff: 18.12.2009) Heidi Klum geht nicht gleich auf Tessas Entschuldigung ein. Zuerst spricht Heidi Klum ihre Kritik an Tessa und ihrer Persönlichkeit aus: *„Diszipliniert, sympathisch, fröhlich, kontrolliert, verwandelbar, natürlich: so*

sollte ein Topmodel sein. Wenn wir an dich denken, dann fallen uns leider diese Adjektive ein: undiszipliniert, wütend, unkontrolliert, launisch, aggressiv.“ (4. Staffel, 5. Folge: 12.03.09, Zugriff: 18.12.2009) Tessa entschuldigt sich, aber das alles hat kein Sinn mehr. Heidi Klum denkt, dass Tessa anders sein will und anders sein kann, aber die Zeit reicht nicht mehr dafür. Darum muss sie gehen. Die ganze Entscheidungsverkündung ist von einer melancholischen, traurigen Musik begleitet. Es ist bereits bei Tessas Hineinschreiten vor der Jury klar, dass Tessas Traum von einer Modelkarriere ab diesen Zeitpunkt zu Ende ist. Auch Rolf, eines der Jurymitglieder, betont nach der Entscheidungsverkündung, wie ein Topmodel nicht sein sollte: *„Tessa musste gehen, weil sie sehr aggressiv war, weil sie diese Aggression nicht abbauen konnte und dass geht leider nicht wenn man ein Topmodel werden will.“* (4. Staffel, 5. Folge: 12.03.09, Zugriff: 18.12.2009) Nachdem Tessa hinaus gewählt wurde, erklärt Heidi Klum: *„Heute muss man professionell sein. Man muss pünktlich sein, gepflegt sein. Positive Einstellung haben und das haben wir leider alle bei ihr nicht unbedingt gesehen, obwohl sie vom Äußerlichen her unheimliches Potenzial hatte, also es war eigentlich schon schade bei ihr. Eigentlich.“* (4. Staffel, 5. Folge: 12.03.09, Zugriff: 18.12.2009)

Analytische Betrachtung:

Diese beschriebenen Szenenausschnitte zeigen im Detail, wie sich Kandidatin Tessa im Laufe der fortschreitenden Sendung entfaltet. Diese Entwicklung eines Charakters wird aber nicht dem Zufall überlassen, sondern wird von Folge zur Folge gezielt gestaltet. Kandidatin Tessas Person wird durch Akzentuierung und Hervorhebung bestimmter Eigenschaften oder Verhaltensweisen in eine bestimmte Richtung inszeniert. Als Ergebnis dieses Inszenierungsprozesses werden Tessa im Laufe der Sendung gewisse Eigenschaften zugeordnet. Zuerst werden Tessas Persönlichkeit gemischte Attribute zugeschrieben. Einerseits ist sie selbstsicher, energiegeladener, kann auf dem Laufsteg gut laufen, professionell posieren, aber andererseits ist sie paranoid, nervös, übermütig und unnatürlich. In der ersten Showfolge wird das Interesse auf Tessa gelenkt, indem die Jurymitglieder Tessas Person negativ kritisieren und sie als paranoid und vielleicht ein wenig verrückt, bezeichnen. Die darauffolgenden Sendungen zeigen eine Tessa, die Potenzial und das gewisse Etwas, um ein Topmodel werden zu können, hat. Diese positiven Merkmale lassen sich an dem Eisshooting (26.02.2009) und an dem Kakerlakenshooting (05.03.2009) erkennen. Beim Eisshooting (26.02.2009) wird Tessa, als sich gegebenen Umstände schnell anpassende Persönlichkeit, präsentiert. Tessa hat keinerlei Probleme mit der Kälte und jammert auch nicht

über die Umstände. Sehr professionell nimmt sie diverse Stellungen vor der Kamera ein und es dauert nicht allzu lange und ein gutes Foto entsteht. Hier ist die Jury mit Tessa vollkommen zufrieden. Auch beim Kakerlakenshooting (05.03.2009) kann Tessa ihre Stärken zeigen. Sie ist so frei von irgendwelchen Hemmungen, dass sie die herausfordernde Aufgabe ohne große Mühen erfüllt. Sie knuddelt sogar mit der Kakerlake und küsst diese auch. Doch mit dem Voranschreiten der Show rückt das negativ dargestellte Bild von Tessa immer mehr in den Vordergrund. Die bereits am Sendungsanfang angedeuteten negativen Charaktereigenschaften werden häufiger und bei der ersten Modenschau (26.02.09) der angehenden Models wird Tessa als zu übermütig dargestellt. Durch Tessas Übereifer kommt es zum Umknicken. Die Mitstreiterinnen und die Jury erklären, dass Tessa selbst schuld ist, denn ihre überhastete Art hat den Unfall verursacht. Das Go-See Training (05.03.09) zeigt, dass Tessa weitere schlechte Eigenschaften zugesprochen werden. Gleichzeitig verdeutlicht das Go-See Training (05.03.09) den Umgang der Jury mit Tessa. Es lässt sich hier gut erkennen, wie solch eine Situation durch die Kameraarbeit organisiert wird: Die Szene zeigt, dass, um bei Tessa emotionale Reaktionen zu provozieren, von der Jury auch mal zu gehässigen Worten gegriffen wird. Nach diesem verbalen Angriff bleibt die Kamera durch ihre Nah- und Großeinstellungen auf Tessas Gesicht, um das Weinen oder das sichtbare Gefühl von Traurigkeit und Ärger einzufangen. Die dazwischen auftretenden verlangsamten Aufnahmen sollen dem Zuschauer die vermittelten Emotionen verdeutlichen und näher bringen und so verstärkt Mitgefühl bewirken. Die Jury treibt die Situation in die Höhe und holt durch ihre Sticheleien auch das Maximale an emotionalen Gefühlen aus Tessa heraus. Tessa versucht sich zu verteidigen. Ihr Verhalten, dass sie sich ein wenig ärgert und kränkt, aber auch gleichzeitig sich versucht zu wehren, ist „nachvollziehbar“. Doch dies wird von der Jury nicht akzeptiert. Dass es nicht akzeptiert wird, zeigt sich daran, dass Tessas Worte von der Jury übertönt werden. Ständig wird Tessa durch Heidis Kommentare verbal unterbrochen. Durch dieses Verhalten der Jury mit Tessa wird deutlich gemacht, dass widersprechen und die Vertretung der eigenen Meinung, keinen Sinn macht. Plausibel begründet wird diese Provokation von Peyman, indem er sagt, dass es ja nur wertvolle Kritik sei, die nicht gegen Tessa persönlich sei, sondern ihr auf ihrem Modelwerdegang hilfreich sein soll. Tessas nachvollziehbare Reaktion auf diesen Angriff, der offenbar gewollt von der Jury verursacht wurde, wird wieder hergenommen, um Tessa noch weiter zu kritisieren und ihr weitläufigere, schlechte Eigenschaften zu unterstellen. So erklärt Rolf, dass Tessa aggressiv sei. Dadurch wird die intendierte Charaktergestaltung von Tessa um ein weiteres Stück aufgebaut.

Schlussendlich wird bei Tessas Charakterbild vor allem das Negative betont. Den Höhepunkt von Tessas negativer Persönlichkeitsdarstellung zeigt die Entscheidungsfindung der Sendung vom 12.03.09. Tessa scheidet in der fünften Folge (12.03.09) aus dem Wettbewerb aus, obwohl sie von Ihrem Äußeren her gute Aussichten auf den Sieg gehabt hätte. Tessa muss gehen, da sich ihre Charaktereigenschaften mit den Eigenschaften eines Models nicht vereinbaren lassen. Auch dadurch, dass ihre Mitbewerberinnen Tessa raten sich zu entschuldigen und dieses von der Kamera festgehalten wird, wird nochmals die Nichtakzeptanz von den Eigenschaften die Tessa vertritt, verstärkt transportiert.

An Tessas Person wird das erwünschte Idealbild eines Topmodels mit ihren vorbildhaften Eigenschaften verhandelt. Tessa vertritt hier nicht nur sich selbst. Tessa steht hier für den klassischen Stereotyp Topmodel und den Eigenschaften, die ein Topmodel nicht haben sollte. Heidi Klum unterstreicht bei Tessas Ausscheiden: „*Diszipliniert, sympathisch, fröhlich, kontrolliert, verwandelbar, natürlich: so sollte ein Topmodel sein.*“ (4. Staffel, 5. Folge: 12.03.09, Zugriff: 18.12.2009) Das bedeutet, dass anhand von Tessas Person dem Zuschauer einige Eigenschaften benannt werden, welche von einem Topmodel erwartet werden. Diese Darstellung der Kandidatin Tessa lässt ein gewisses „Charakterschema“ erkennen. Ihr Charakter wird auf bestimmte Eigenschaften reduziert. So ist auch bei Kandidatin Tessa von einer Stereotypisierung zu sprechen. Diese einseitige Präsentation von Tessa hängt mit der kurzen Sendezeit zusammen, die es nicht zulässt Protagonisten umfassend darzustellen. Es ist aber auch nicht bedeutend eine umfassende Darstellung der Protagonisten anzubieten, denn diese oberflächliche Darstellung bietet dem Zuschauer Raum die Kandidatinnen mit eigener Bedeutung zu füllen (vgl. Kapitel 2.1.5).

Die Betrachtung von Kandidatin Tessa durch den Zuschauer ist jedoch durch die Wertung und Einschätzung der Jury in eine bestimmte Richtung gelenkt. Somit wird der Blick des Zuschauers geführt und vor allem auf bestimmte Eigenschaften von Tessa aufmerksam gemacht. Des Zuschauers Sicht ist somit eine von der Jury und ihrer abgegebenen Kritik beeinflusste.

Neben dem Stilmittel Stereotypisierung ist auch das Genrecharakteristikum Personalisierung zu erkennen. Tessas Schicksal wird dem Zuschauer von Folge zur Folge gezeigt. Hierbei bekommt der Zuschauer die Möglichkeit, den gesamten Werdegang einer Kandidatin mit anzuschauen. Der Zuschauer soll sich nicht nur über das Äußere mit einer Kandidatin identifizieren, sondern auch über ihre Charaktereigenschaften. Für den heranwachsenden Rezipienten kann Tessas Person als Subjekt der Identifikation fungieren. Wie bereits mit Bente & Fromm (1997) erklärt, kann der Zuschauer aus dem Gezeigten Informa-

tionen heranziehen, die ihm „... *die Bestimmung der eigenen Position im Sinne eines sozialen Vergleichs*“ (vgl. Kapitel 2.1.2) ermöglichen. Das heißt, der Zuschauer kann durch die Rezeption dieser Sendung und ihre Teilnehmerinnen für sich wichtige Hinweise im Bezug auf das eigene Ich ziehen. Der Zuschauer kann Kandidatin Tessa als sympathisch oder unsympathisch empfinden und eine persönliche Beziehung schaffen. Diese Beziehung zwischen Zuschauer und Protagonist wird als parasoziale Beziehung bezeichnet. So kann die Personalisierung „... *die Möglichkeit der parasozialen Beziehung, des Vergleichs mit den unprominenten Protagonisten und die Chance des Eingreifens in den Fortgang einer Sendung durch die Interaktion*“ für den Rezipienten bedeuten (vgl. Kapitel 2.1.2).

Die dargestellten Auftritte von Kandidatin Tessa weisen auch eine hohe Emotionalisierung und Dramatisierung auf. Wie das Beispiel aus der ersten Sendung (12.02.2009), worin Tessa vorgestellt wird, sowie das Beispiel der ersten Modenschau (26.02.09), das Go-See Training (05.03.09) und das Beispiel der Entscheidungsverkündung (12.03.09) genau erkennen lassen, kommt es zu einem gezielten Einsatz der unterschiedlichen fernsehästhetischen Elemente. Tessas Auftritte werden als dramatische und emotionale Ereignisse gestaltet. Um Tessas Reaktionen zu dokumentieren, werden Aufnahmen von Tessas Gesicht in Großaufnahme, in denen die Mimik Tessas Stimmungslagen verrät, gezeigt oder es werden Wiederholungen dramatischer Szenenbilder eingeblendet. Allgemein fällt auf, dass verlangsamte Bewegungsabläufe oft bei entscheidenden, dramatischen Höhepunkten eingesetzt werden. Sie sind ein Mittel um die Spannung zu intensivieren. Immer wieder ist durch den Einsatz einer theatralischen Hintergrundmusik, Betonung von Aussagen durch markante Töne oder auch beabsichtigte, totale Stille eine spannungsgeladene Stimmung erzeugt. So wird das Gezeigte in seiner Wirkung manipuliert und gesteuert (vgl. Kapitel 2.1.3 und Kapitel 2.1.6).

Es konnte verdeutlicht werden, wie eine Person in Laufe ihrer Teilnahme durch die Inszenierung in ihrem Charakterbild gestaltet wird. Präsentiert wurde, dass sich die Darstellung von Kandidatin Tessa im voranschreitenden Verlauf der Sendung vordergründig auf eine ausgewählte Charakterseite konzentriert. Für diese stereotype Darstellung finden sich einige Beispiele in dieser Sendung, denn auch bei anderen teilnehmenden Mädchen sind bewusst in den Vordergrund gerückte Persönlichkeitseigenschaften oder eine bestimmte Rollenzuweisung erkennbar.

5.4 Analysen einzelner inszenierter Showdiskurse

In den folgenden Kapiteln wird besonders der vermittelte Inhalt dieser Sendung betrachtet. Dabei werden ausgeprägte Teildiskurse dieser Sendung anhand von geeigneten Szenen herausgearbeitet und offengelegt. Erneut wird hier auf die inhaltliche und formale Ebene eingegangen und diese zusammenhängenden Ebenen sollen Auskunft darüber geben, welche offensichtlichen Ansichten oder auch nicht immer klar ausgesprochene Absichten und Auffassungen sich bei GERMANY'S NEXT TOPMODEL entdecken lassen. Vor allem wird darauf geachtet welche gesellschaftlichen Aspekte sich in dieser Sendung widerspiegeln. Gleichzeitig werden auch die gestalterischen Genrecharakteristika in ihrer Wirkungsweise analysiert.

Die Reihenfolge der unterschiedlichen Showkomponenten sollen keine Bewertung über bspw. die Wichtigkeit und Stellung der einzelnen Aspekte zeigen, sondern sind nach inhaltlichen Gesichtspunkten geordnet. Alle in der Folge analysierten Showelemente stellen markante Inhaltspunkte dar, die sich im Verlauf der Analyse von GERMANY'S NEXT TOPMODEL herauskristallisiert haben.

5.4.1 Die Entscheidungsszenerie

Einer der wichtigsten Teilbereiche dieser Sendung ist die Entscheidungsverkündung am Ende jeder Showfolge. Hier wird den Mädchen mitgeteilt, ob sie weiterhin in der Sendung um den Titel GERMANY'S NEXT TOPMODEL kämpfen können. Die Macht und übergeordnete Position von Heidi Klum und den Juroren zeigen sich in dieser Entscheidungsszenerie besonders gut durch die Ausstattung und das bildliche Arrangement.

Bei der Entscheidungssequenz befinden sich die Jurymitglieder und Heidi Klum hinter einem Pult. Diese Anordnung erinnert und lässt die Assoziation an einem Gericht, wo der Richter auch hinter einem Pult sitzt, zu. Sobald es zur Verkündung, wer von den Mädchen aufhören muss, kommt, stellt sich Heidi Klum vor dem Pult. Die anderen Jurymitglieder bleiben hinter dem Pult sitzen. Das endgültige Urteil wird nur von Heidi Klum ausgesprochen. In dieser Bildkomposition wird die Stellung von Heidi Klum zur Jury und zu den Kandidatinnen nochmals anschaulich verdeutlicht. Permanent wird vermittelt, dass sie die uneingeschränkte Macht hat und die Mädchen stehen zu ihr in einem Abhängigkeitsverhältnis. Sie entscheidet über Erfolg oder Misserfolg der Mädchen. Dies wird durch das Hervortreten vor dem Pult unterstrichen. Die Jurymitglieder bleiben zwar sitzen, haben aber Mitsprache- und Mitentscheidungsrecht. Auch sie repräsentieren gleichzeitig Macht-

inhaber, die weit höher über die Mädchen gestellt sind. Das dargestellte Verhältnis ist unverkennbar hierarchisch.

Die Entscheidung besteht aus zwei Teilgebieten: Der erste Teil ist eine Beurteilung und Zusammenfassung zu den erbrachten Leistungen der Mädchen. Hierbei nehmen alle Jurymitglieder aktiv teil und äußern sich zu den Mädchen. Der zweite Teil ist die spannungsgeladene Urteilsverkündung durch Heidi. Als Zeichen für ein erfolgreiches Bestehen wird jedem Mädchen, das weiterkommt, von Heidi das Foto des absolvierten Shootings überreicht. Es folgt nun eine Beschreibung der Entscheidungsverkündung, an der die eingesetzten Gestaltungselemente aufgezeigt und interpretiert werden.

Beispiel: Entscheidung Sarina vs. Jessica (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.2009)

Am 07.05.2009 zittern Sarina und Jessica als Wackelkandidatinnen Heidis Entscheidung entgegen. Jessica und Sarina gehen als die letzten zwei Mädchen auf die Bühne. Beide Kandidatinnen warten im Backstageraum, bis sie auf die Bühne aufgerufen werden. Sarina sitzt auf einem Hocker, während Jessica ihr durch die Haare streicht. Sarinas Gesicht wirkt wie versteinert und sie starrt auf einen Punkt. Durch eine Ablende wird Sarina in Nahaufnahme gezeigt und sie sagt nur: *„Es war mir klar, dass nur Jessi und ich übrig sind und dass wir beide zusammen raus müssen.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.2009, Zugriff: 18.12.2009) Danach werden Jessica und Sarina in verlangsamten Bildern gezeigt, wie sie sich bei der Hand nehmen und sich von den anderen Mädchen winkend verabschieden. Hierzu setzt ein langsames, schwermütiges Geigenstreichen ein, das der Zuschauer zu den Aufnahmen hört. Sarina und Jessica treten den Weg zur Bühne an. Sarina ist bereits total verzweifelt und traurig. Visualisiert wird dies mit einer Großaufnahme von Sarinas weinendem Gesicht. Im Hintergrund wird das Geigenstreichen immer schneller und lauter. Hierzu sieht der Zuschauer die zwei Mädchen in gedehnten Aufnahmen. Durch das Heranzoomen wird das Händehalten der Mädchen zum visuellen Mittelpunkt. Jessica erklärt: *„Also mir persönlich ist ein bisschen mulmig im Magen, weil ich halt bei der letzten Entscheidung auch schon als Wackelkandidat gewesen bin.“* Auch Sarina äußert ihre Gefühlslage: *„Ich hatte das auch schon mal, als ich mit Katrina raus musste und das ist ein Scheißgefühl. Ist halt scheiße.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.2009, Zugriff: 18.12.2009) Auf dem Catwalk angekommen, werden durchs Abblenden abwechselnd einmal Heidi und dann die Mädchen eingeblendet. Die Musik ist schnell und hektisch, bis die Mädchen vor Heidi stehenbleiben. Danach geht die Musik über in einen gleichbleibenden Ton, bis Heidi mit ihrer Bewertung anfängt und als Hintergrundmusik eine angenehme loungeartige Mu-

sik zu hören ist. Heidi beurteilt Sarinas und Jessicas Leistungen: *„Sarina, die Fotoshootings waren bisher immer deine Stärke. Du konntest immer wieder mit deinen tollen Fotos punkten. Das ist dir diese Woche leider nicht gelungen.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.2009, Zugriff: 18.12.2009) Besonders die letzten Worte dieser Aussage werden mit einem Rasseln, das schneller und hektischer klingt als die Töne davor, betont. Im Bild ist Sarinas Gesicht zu sehen und dann das Händehalten der Mädchen. *„Jessica, bei dem einen Casting bist du komplett durchgefallen, bei dem anderen hast du dir den Job erkämpft. Das ist gut, aber trotzdem kein Freifahrtschein. Jessica wir vermissen deine Motivation. Und wir sehen den Siegeswillen in dir nicht mehr. Und das darf einfach nicht sein.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.2009, Zugriff: 18.12.2009) Hier werden die Wörter „erkämpft“, „Freifahrtschein“ und besonders die Schlussbemerkungen mit speziellen Musikklingen akzentuiert. Heidi erklärt weiter: *„Sarina, du bist ehrgeizig und du hast das gewisse Etwas in dir. Aber es muss sich erst noch so richtig entfalten. Du musst noch lernen konzentriert auf dem Punkt zu arbeiten und konstante Leistungen bringen.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.2009, Zugriff: 18.12.2009) Zu diesem Kommentar setzt eine hoffnungsvoll, melancholisch klingende Klaviermusik ein und es folgt eine lange Dialogpause. So kann sich die herrschende Stimmung auf den Zuschauer ausbreiten und wirken. *„Sarina, Jessica ich habe nur noch ein Foto in meiner Hand und auf diesem Foto sehe ich ein Mädchen, ein Mädchen mit blauen Augen ...“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.2009, Zugriff: 18.12.2009) Dieser Satz wird hier absichtlich angehalten und eine lange Sprechpause folgt. Die traurige Musik ist zu hören. Die kreierte Spannung und Erwartungshaltung ist nun auf dem Höhepunkt. Nach einigen langen Momenten spricht Heidi den Satz weiter: *„... und dunklen Haaren und das bist du Jessica. Jessica zeig uns nächste Woche, dass du es verdient hast eine Runde weiter zu sein.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.2009, Zugriff: 18.12.2009) Diese positive Verkündung wird von einem fröhlichen Musiktitel vom Sänger Xavier Naidoo begleitet. Nachdem Jessica ihr Foto bekommen hat, verlässt sie die Bühne und Heidi Klum teilt Sarina mit, dass sie heute kein Foto bekommt. Jedes der Jurymitglieder steht auf und umarmt Sarina, bevor sie die Bühne verlässt. Während jeder Umarmung wird Sarinas weinendes Gesicht herangezoomt und in Großaufnahme festgehalten. Peyman überreicht ihr eine weiße Rose. Beendet wird diese Szene mit einer Großaufnahme der weißen Rose, aus der eine Aufblende eingeleitet wird, die das Fernsehbild weiß werden lässt. Besonders beim Verlassen der Bühne überkommt Sarina die Traurigkeit und ihr Gesicht ist voller Tränen. Dies wird durch eine Handkamera festgehalten. Sie geht zurück in den Backstageraum, wo die anderen Mädchen ihr entgegenkommen. Diese versuchen sie zu trösten und streicheln sie, um

sie zu beruhigen. Es ist keine Musik zu hören, sondern nur Sarinas Schluchzen und Ächzen, das immer lauter und intensiver wird. Sarina geht auf das Sofa zu, wo sie zusammensinkt und weiterweint. Hier verweilt die Kamera einige Momente und der Zuschauer empfindet Mitleid mit Sarina. Rund um das Sofa haben sich die Mädchen aufgestellt, die Sarinas tröstende Worte zusprechen. Nun erklärt Heidi Klum nochmals im Interview, warum Sarina ausgeschieden ist: *„Ich muss sagen, es ist wirklich schade mit Sarina. Mit ihren 16 Jahren hat sie wirklich ne riesen Leistung hier hingelegt. Wir glauben alle, dass Sarina sich unheimlich angestrengt hat, dass sie auch wirklich Fortschritte gemacht hat in der Zeit, wo sie hier war. Und sie ist auch ein tolles Mädchen, ein sehr ehrgeiziges Mädchen, ein sehr hübsches Mädchen. Aber wir glauben schon, dass sie noch ein, zwei Jahre braucht, dass sie auch wirklich diesem Geschäft gewachsen ist.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.2009, Zugriff: 18.12.2009) Während Heidis Stimme aus dem Off zu hören ist, sieht der Zuschauer in einer Rückblende Bilder und Aufnahmen von Sarina und ihren verschiedenen Shootings. Durch eine Aufblende wechselt das Bild wieder zu den Mädchen im Backstagebereich. Sarina hat keine Tränen mehr in den Augen. Sie hat sich bereits gefangen und lächelt wieder. Sarina erklärt: *„Ich weiß, dass ich gut war. Ich werd mich weiterentwickeln. Und hätt ich hier nicht mitgemacht, dann wäre ich nie so weit gekommen. Jetzt werd ich noch stärker.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.2009, Zugriff: 18.12.2009) Bei dieser Aussage schwenkt die Handkamera von Sarinas Gesicht nach links zu der sitzenden Mädchengruppe, die zu Sarinas Aussage applaudiert.

Analytische Betrachtung:

Sarinas Ausscheiden und die Inszenierung dieser Situation ist ein Musterbeispiel für die Stilmittel Emotionalisierung und Dramatisierung. Beide Elemente sind wichtige Stilmittel des Reality TV und entscheidend verantwortlich für den Erfolg dieser Sendung beim Zuschauer. Wie bereits im theoretischen Kapitel 2.1.3 angeführt, bedeutet Emotionalisierung das Wecken von Gefühlsregungen und Stimmungen in den Zuschauern. Die Kamera unterstützt und verstärkt diese Tendenz durch den Einsatz von stilistischen Mitteln: Bei der oben beschriebenen Szene lässt sich erkennen, dass Kandidatin Jessica und Kandidatin Sarina, sowohl auf der Bühne als auch im Warteraum, von der Kamera auf eine bestimmte Weise präsentiert werden: Sarina zeigt offen ihre Gefühle und diese werden von der Kamera und der Tongestaltung intensiv dokumentiert: Viele Großaufnahmen von Sarinas traurigem, weinendem Gesicht werden häufig eingeblendet. Die spannungssteigernde Musik ist ein langsames, schwermütiges Geigenstreichen, das immer wieder lauter und schneller

wird. Zeitlupen-Wiederholungen von Aufnahmen in stark bewegenden Momenten werden hier eingesetzt, um den emotionalen Aspekt des Geschehens zu erhöhen. Die Mädchen werden als Betroffene dargestellt und das Gefühl der Traurigkeit und der Angst werden visualisiert. Die Kamera fängt diese Emotionen ein und der Zuschauer wird zur Identifikation eingeladen. Die dargestellten emotionalen Momente sollen beim Rezipienten Mitleid, Mitgefühl und geteilte Freude, Wut, Nervenkitzel und Spannung oder sogar Schadenfreude hervorrufen. Auch reduziert Heidi Klum bei der Entscheidung jede Mimik oder Gestik in ihrem Gesicht, denn diese könnte vielleicht ihre Verkündung verraten. Obwohl sie kaum eine Miene verzieht, ist Heidis Blick auffällig, denn dieser wirkt in der Inszenierung und Darstellungsweise meist kritisch und nicht selten fast böse. Auf Bildebene wird durch den Wechsel zwischen einer Großaufnahme von Heidi Klum und der jeweiligen Kandidatin, worüber gerade geurteilt wird, ein emotionales Spannungsverhältnis in Szene gesetzt. Teilweise werden die Gesichter der Kandidatinnen parallel, während nur Heidis Stimme aus dem Off zu hören ist, gezeigt. Heidi bewertet und kommentiert die einzelnen Mädchen und die Zuschauer sehen gleichzeitig, ob die Mädchen traurig, fröhlich oder lächelnd agieren. So können die Zuschauer bei der Beurteilung erahnen, welches Mädchen gleich von Heidi Klum hinaus gewählt werden wird. Obwohl unter den Mädchen bereits freundschaftliche Gefühle bestehen, wird diese Verbindung gerade durch die Entscheidungsfindung und der kreierte starken Konkurrenzsituation überschattet. Dieses Gegenverhältnis wird durch die Kameraarbeit auch stark in Szene gesetzt. Hierbei wechseln die Aufnahmen zwischen Heidis Urteilsverkündung und Aufnahmen der Mädchen im Warteraum, wo sie wie Freundinnen miteinander umgehen.

Neben einer emotionalen Betonung der Situation ist hier beim Schlussteil der Show auch Dramatik als Inszenierungsmittel zu erkennen. Oft herrscht eine große Unsicherheit, weil die Mädchen nicht immer im Vorhinein wissen, ob nur ein Mädchen hinaus gewählt wird oder vielleicht auch mehrere pro Sendung. Allgemein ergibt sich bereits aus der Ausgangssituation, dass die Entscheidung der Jury bevorsteht und die Mädchen wieder vortreten müssen, eine gewisse (An)Spannung. Diese Spannung wird aber noch weiter gesteigert, indem die Mädchen, bevor sie auf die Bühne treten in kurzen Einblendungen interviewt werden. Die Mädchen geben selbst ihre Schätzungen ab, ob sie in den gestellten Aufgaben gut genug waren und nun weiterkommen werden oder ob Sie erahnen, dass sie herausfliegen aus der Show. Das Stilmittel Dramatisierung möchte durch die Gestaltung bestimmter Momente die Ereignisse dramatisch und mitreißend inszenieren. Dabei werden Mitteln, wie spannungssteigende Hintergrundmusik, schnelle Schnitte und überraschende Szenen-

wechsel eingesetzt, um den Eindruck der Dramatik zu steigern. Dramatik und Spannung werden bei der oben angeführten Szenenbeschreibung sowohl durch Gestaltung der auditiven als auch der visuellen Ebene erreicht. Die Musik ist während der Entscheidung durchgehend zu hören – mal wird sie lauter, mal untermalt sie nur die Worte von Heidi Klum. Immer wieder werden bei der Entscheidung musikalische Akzente gesetzt und manche von Heidis Aussagen werden durch bestimmte Klänge, die hervortreten aus dem Musikrhythmus, betont. Besonders auffallend ist der Sprechstil von Heidi Klum. Durch immer wieder eingelegte Sprechpausen bei entscheidenden Aussagen wird die Anspannung vorangetrieben und erhöht (vgl. Kapitel 2.1.6).

5.4.2 Wettbewerbsmuster

Das zentrale Thema dieser Sendung bildet der Wettbewerb. Dieser wird auch sorgfältig in Szene gesetzt. Ein vielfältig gestaltetes, intensives Aufgebot an Challenges, Fotoshootings und prüfenden Situationen erwartet die Mädchen im Laufe der Sendung. Die Wettbewerbssituation der Sendung, in der sich die jungen Teilnehmerinnen befinden, wird zuerst einmal dadurch definiert, dass Heidi Klum und die Jurymitglieder ständig in ihren Dialogen eindringlich klarstellen, dass nur eine der Mädchen am Ende dieser Sendung gewinnen kann. Gerade durch die Verbalisierung, die durch das ständige Wiederholen der Aussage (mehrmals pro Sendung) noch verstärkt wird, verschärft sich der Wettbewerbsgedanke bei den Mädchen.

Heidi präsentiert in der ersten Sendungsfolge (12.02.2009) den Gewinn, der das Siegermädchen erwartet, folgendermaßen: *„Wir werden auf wunderschöne Reisen gehen, viel erleben, es wird stressig, hart. Aber auch auf diesem Weg werden uns einige wieder von euch verlassen. Nur eine von euch kommt auf das Cover der deutschen Cosmopolitan. Nur eine von euch wird eine Werbekampagne mit C&A machen. Nur eine von euch bekommt eine Kampagne mit Maybelline Jade in Gesamtwert von € 200.000. Und nur eine von euch wird GERMANY'S NEXT TOPMODEL.“* (4. Staffel, 1. Folge: 12.02.09, Zugriff: 18.12.2009)

So wird bereits zu Beginn der vierten Staffel der Wettbewerb unter den Mädchen angeheizt. Umhüllt von anpreisenden, umwerbenden Worten, die die Mädchen von der aufregenden Welt, die auf sie zukommt, schwärmen lässt, wird gleichzeitig nachdrücklich klar gestellt, dass ein Wettbewerb nur eine Siegerin vorsieht. Auf dem Weg zum Finale und der einzigen Siegerin am Ende der Sendung ist ein konstitutives Element dieser Show zu entdecken: Die öffentliche Zurschaustellung der Selektion, des Auswahlverfahrens sowie die Inszenierung dieses Selektionsprozesses in zeitlicher Ausdehnung, bei dem die Auswahl

zwischen den teilnehmenden Kandidatinnen gezeigt wird. Dies ist laut Thomas (2008) ein wichtiges Charakteristikum der gegenwärtigen Castingshows (vgl. Kapitel 2.4). Diese, über Wochen hinweg gedehnte Inszenierung der Selektion gestaltet eine aufkommende Spannung, denn der Selektionsprozess lässt den Zuschauer „mitfiebern“, wer sich weiter durchschlägt oder wer früh hinausfliegt.

Der begehrte Preis am Ende dieses Showwettbewerbs ist es, den Titel und die Position als „Topmodel“ zu erwerben und so seinem Traum-(Beruf) ein Stück näher zu kommen. Dass dieser Preis ein wichtiger ist und es sich lohnt um diesen wettzueifern, wird durch Heidis Schilderungen bereits am Anfang der Sendung betont und so ein gewisser Reiz inszeniert. Es wird den Mädchen suggeriert, dass sich wichtige, berufliche Türen eröffnen, interessante Jobs auf sie zukommen, viele Reisen sowie das Kennenlernen von interessanten Persönlichkeiten bevorstehen. Den Mädchen wird in Aussicht gestellt, dass sie die Chance haben echte Jobs und Fotoaufträge zu bekommen und am Ende der Sendung Werbeverträge mit bekannten Agenturen zu erhalten. Die harten, ungerechten Bedingungen der Verträge, die die Mädchen am Beginn der Show vorgelegt bekommen, werden in der Sendung aber nicht angesprochen. Hiermit hat sich Georg Seeßlen (2008) auseinandergesetzt und er hat diese Sendung als „moderner Sklavenmarkt“ betitelt. Er betont wie sehr die Mädchen ausgenommen werden und dass in Wirklichkeit nur die Produzenten und Agenturen der Sendung Vorteile und Gewinne davontragen (vgl. Kapitel 2.4). In der Show werden vordergründig schöne Vorzüge und aufregende Möglichkeiten präsentiert: Hier geht es um viel, denn als Gewinnerin hervorzugehen, ist mit der Vorstellung von Ruhm und Reichtum und der Chance auf Ansehen und gesellschaftlichen Aufstieg verknüpft.

Insbesondere durch die Inszenierung, dass die Topmodel-Anwärterinnen sich um „echte Jobs“ bewerben und gegeneinander kämpfen, veranschaulicht das Wettbewerbsmuster. „Echte“ Fotoaufträge und Buchungen für diverse Jobs zu erhalten, bedeutet sich bei echten Kunden vorzustellen und diese von seinen Modelqualitäten überzeugen zu können. Doch bevor die Mädchen zu einem Casting für einen echten Job kommen, werden nützliche Hilfsmaßnahmen wie Trainingseinheiten, Shootings und Challenges inszeniert, die von Heidi und den Jurymitgliedern abgehalten werden. Heidi und die anderen Jurymitglieder betonen öfter, dass all diese Übungsmöglichkeiten den Mädchen helfen sollen, ihr Können zu steigern, um so die Professionalität zu erlangen, die dieser Job verlangt. Unabhängig davon, ob es sich um ein Casting für einen echten Job, eine Challenge oder ein Training handelt, ist die Interaktion zwischen den Jurymitgliedern und den Kandidatinnen von be-

sonderem Interesse. Bei diesen Maßnahmen lassen sich ein paar typische Vorgehensweisen bzw. Verhaltens- und Umgangsweisen der Jury gegenüber den Mädchen erfassen. Wie die Mädchen von Heidi behandelt werden, wird nun anhand von zwei Szenen vorgeführt. Als Beispiele werden das Laufstegtraining (05.03.09) und Larissas Umstyling (12.03.2009) gebracht.

Beispiel: Laufstegtraining (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09)

Die Mädchen haben gerade ein Laufstegtraining mit Heidi Klum. Dabei haben einige Mädchen Probleme. Sie haben entweder eine zu steife Haltung oder Schwierigkeiten mit den hohen Schuhen zu gehen. Jessica wird im Bild gezeigt, wie sie stehen bleibt und sich das rechte Wadenbein massiert. Da fragt Heidi: „*Was hast du, was hast du an deinem Bein.*“ Jessica: „*Einen Krampf gekriegt.*“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Zur Aufklärung der Situation hört der Zuschauer Jessicas Stimme aus dem Off zu den Aufnahmen und danach im Einzelinterview eingeblendet. Hier erklärt sie, dass sie noch kaum mit hohen Schuhen gelaufen ist. Den höchsten Absatz, den sie bis jetzt getragen hat, sei zirka drei Zentimeter hoch gewesen und damit sei sie schon umgeknickt. Danach sieht der Zuschauer Jessica, wie sie weinend auf dem Boden sitzt und sich das Bein weitermassiert. Als Hintergrundmusik ist eine langsame, mitleiderregende Klaviermusik zu hören. Ira eilt zur Hilfe und massiert Jessicas Bein. Danach steht Jessica zwar wieder, aber sie hat einen Schuh bereits ausgezogen. Visualisiert wird das Ganze, indem zuerst Jessicas Wadenbein in Nahaufnahme gefilmt und danach aufwärts zu ihrem weinenden Gesicht gezoomt wird. Jessica sagt schluchzend: „*Wenn man jetzt zehn, fünfzehn, zwanzig Minuten auf den Schuhen steht, dann läuft, aaaa...*“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Sichtlich ist durch die Nahaufnahme des Gesichts, dass sie Schmerzen hat, denn sie weint noch immer. Spätestens hier beginnt der Zuschauer mit Kandidatin Jessica zu interagieren. Diese Szene bietet dem Zuschauenden Platz für seine Emotionen. Dabei kann der Zuschauer Mitleid mit Jessica empfinden, aber auch Schadenfreude gegenüber Jessica kann hier entstehen. Heidi erklärt: „*Ihr müsst ein bisschen üben Zuhause, vor allem mit den hohen Schuhen, ihr müsst die echt mal öfter anziehen. Üben, üben, üben.*“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Nun sieht der Zuschauer, wie die Mädchen nach der Reihe den Raum verlassen. Der Zuschauer kann erkennen, dass sie total geschafft sind. Sara wird eingeblendet: „*Meine Füße tun total weh, weil die Schuhe viel zu lang waren von dem Absatz her.*“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Danach wird Heidi eingeblendet, die sichtlich gänzlich genervt ist, denn sie rollt ihre Augen nach oben

und meint: *„Oder die eine hat nen Krampf, der anderen tut der Arm weh. Ne. Es ist immer irgendwas.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Auch Aline, die Probleme mit ihrer Haltung hatte, erklärt in einem Interview: *„Ich war ziemlich unsicher, bin ich auf den Schuhen immer noch. Der Laufsteg war ein bisschen rutschig und deswegen...“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Am Ende dieses Laufstegtrainings wird wieder Heidi gezeigt. Mit ihrer abschließenden Aussage hebt Heidi jede logische Erklärung, die die Mädchen abgeben, auf: *„Es ist ein Wettbewerb, es ist ein Riesenpreis, der dahintersteht, es ist ein Riesenjob, der dahinter stehen kann und nur der, der es wirklich will, der alles will, der kommt bis ans Ende.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.09, Zugriff: 15.07.2010) Während Heidi diesen Kommentar abgibt, sticht besonders ihr breites Lächeln hervor.

Beispiel: Larissas Umstyling (4. Staffel, 5. Folge, 12.03.2009)

In dieser Folge werden alle Mädchen neu gestylt. Das heißt, dass die Haare der Kandidatinnen einen neuen „Look“ erhalten. Aus einer Obersichtsperspektive wird Larissa gezeigt. Sie sitzt auf einem Stuhl und spricht mit der stehenden Stylistin, die ihr erklärt, dass ihre Haare gefärbt werden sollen. Larissa ist damit nicht einverstanden. Bereits dieser erste Eindruck durch die einführende Perspektive, mit der Larissa von oben, von der Stylistin sozusagen, erblickt wird, vermittelt dem Zuschauer das Gefühl, das Larissa der Stylistin unterlegen ist bzw. es entsteht der Eindruck von Überlegenheit gegenüber Larissa (vgl. Kapitel 3.2.1). Dieser Eindruck wird in dieser Sequenz weiterhin auch auf anderer Ebene inszeniert. Zwischen dem Gespräch von Larissa mit der Stylistin und den Originalgeräuschen hört der Zuschauer eine chinesische Kampfszenenmusik, die durch einen schnellen Rhythmus hektisch wirkt. Diese Musik unterstützt den Konflikt, der sich hier bereits andeutet und aufbaut. Larissa äußert große Bedenken gegenüber dem Umfärben: *„Ich will wissen, welche Haarfarbe ich kriege, sonst mach ich das nicht. Also ich bin eine natürliche Blondine, das ist naturblond und sehr wenige Mädchen haben naturblonde Haare.“* (4. Staffel, 5. Folge, 12.03.2009, Zugriff: 18.12.2009) Im Anschluss daran wird Sarinas Aussage, ein anderes naturblondes Mädchen, gezeigt: *„Also ich meine, ich habe auch naturblonde Haare und ich hab auch kein Problem damit, dass sie mir gefärbt werden, also okay, ich hatte schon ein Problem damit, aber ich hab jetzt nichts gesagt, also versteh ich nicht.“* (4. Staffel, 5. Folge, 12.03.2009, Zugriff: 18.12.2009) Danach geht Larissa zu Heidi, um mit ihr die Situation zu besprechen. Heidi Klum wird in einer Nahaufnahme gezeigt. Ihr kalter, starrer Blick kommt durch den weißen Hintergrund, da sie auf der Fens-

terbank vor dem weißen Vorhang sitzt, besonders zur Geltung und lässt sie böse wirken. Es entsteht der Eindruck einer autoritären Tyrannin. Larissa bleibt ausgerechnet neben Sarina, dem anderen naturblonden Mädchen, das gerade anders gestylt wird, stehen. Beide Mädchen werden nun gleichzeitig in dieser halbnahen Einstellungsaufnahme gezeigt. Interessant ist hier die Bildkomposition, denn Sarina sitzt und ist dadurch automatisch kleiner im Vergleich zu Larissa, die stehend im Bild zu sehen ist. Dies könnte so gedeutet werden, dass Sarina diejenige ist, die sich willenlos Heidis Befehlen unterworfen hat und Larissa ist die Aufsässige, die sich den Vorgaben nicht so einfach beugen will. Das unkooperative, selbstbewusste Verhalten der AUSTRIA'S NEXT TOPMODEL Siegerin ist für Heidi Klum nicht in Ordnung. Heidi bezeichnet Larissa als große „Extrawurst“, die sich nicht wie alle anderen Mädchen anpassen kann. Larissa erklärt zu ihrer Verteidigung, dass sie nicht alles mit sich machen lässt, ohne vorher zu wissen, was man mit ihr vorhat. Das hat sie auch bei AUSTRIA'S NEXT TOPMODEL klargestellt und das möchte sie auch hier betonen: *„Ich bin keine Puppe. Ich will wissen, was mit mir passiert, denn auch ich habe ein Recht zu sagen, was mir gefällt. Das ist immerhin noch mein Körper.“* Heidi entgegnet: *„Ich find das ungerecht den anderen Mädchen gegenüber.“* Larissa: *„Es traut sich vielleicht kein anderes Mädgl was zu sagen, aber ...“* (4. Staffel, 5. Folge, 12.03.2009, Zugriff: 18.12.2009) Heidi erklärt: *„Ich weiß, was wir machen. Ich stell, ich mach einfach jetzt ein Ultimatum. Entweder vertraust du uns oder du vertraust uns nicht. Wenn du uns nicht vertraust, geht heute um vier Uhr ein Flieger nach Deutschland oder du bleibst hier und vertraust uns.“* (4. Staffel, 5. Folge, 12.03.2009, Zugriff: 18.12.2009) Dieser Wechseldialog wird fortwährend mit der chinesischen Kampfszenenmusik untermalt und spiegelt den verbal ausgetragenen Kampf wider. Die Musik wird gegen Ende des Dialogs, als Heidi Klum das Ultimatum ausspricht, immer schneller und lauter. Bevor Larissa antwortet, ist eine lange Pause in der nur die hektische Musik, die mit den Klängen eines schlagenden Herzes aufgestockt wird, zu hören. Diese Musik lässt den Konflikt, der nun an seinen Höhepunkt gelangt ist, erkennen und intensiviert diesen gleichzeitig. So wird die Auseinandersetzung auch von der auditiven Ebene getragen. Heidi stellt Larissa vor die Wahl: entweder sie macht, was verlangt wird oder sie ist draußen aus GERMANY'S NEXT TOPMODEL. Darauf erwidert Larissa, dass sie sich nur unter der Bedingung umfärben lässt, wenn sie vorher weiß, welche Farbe sie bekommt. Heidi Klum zieht die Situation durch ihren Kommentar ins Lächerliche, während gezeigt wird, wie Larissa den Stylingraum verlässt: *„Miss Austria has left Los Angeles.“* (4. Staffel, 5. Folge, 12.03.2009, Zugriff: 18.12.2009) Jessicas, Alines und Mandys nachdenkliche und sichtlich von der Situation beeinflussten Gesichter werden in Großauf-

nahme erklärend dazu geschnitten. Dadurch wird die Stimmung besser veranschaulicht. Heulend und verärgert, verlässt Larissa den Salon. In einer Großaufnahme ist das weinende Gesicht von Larissa zu sehen. Danach kommen die anderen Mädchen, um nach Larissa zu schauen und zu fragen, wie es jetzt weitergeht oder was sie vor hat. Larissa erklärt, dass sie ein Trauma vor dem Haarschneiden und vor Scheren hat. Tessa schafft es Larissa einzureden, dass beim Stylen gar nichts schiefgehen kann, denn sie ist ja hier bei GERMANY'S NEXT TOPMODEL und diese wissen, was sie tun und sie werden ihr sicherlich nichts Hässliches antun. Tessa schlägt vor, zu Heidi zu gehen und die Situation nochmals zu besprechen.

Analytische Betrachtung:

Beide Szenen weisen einige gemeinsame Faktoren auf. Unter dem Deckmantel, dass es sich um einen Wettkampf handelt, werden harte Bedingungen, wo auch schmerzliche Erfahrungen gemacht werden, als dazugehörige Wettbewerbskomponenten transportiert und damit gleichzeitig außerordentliche Leistungsanforderungen entschuldigt und legitimiert. Gemildert werden so die extremen Umstände, unter denen den Mädchen viel abverlangt wird. Für Verständnis oder Mitleid von Seiten Heidi Klums ist hier kein Platz. Im Gegenteil: Sie wirkt fast ein wenig genervt, als die Mädchen sich mit den Schmerzen und Problemen abquälen. Dass keine Rücksicht auf die Bedürfnisse, Probleme oder Wünsche der Mädchen genommen wird, zeigen die oben analysierten Szenen deutlich. Insgesamt haben fast alle Mädchen eines gemeinsam: keine wagt es zu widersprechen. Wenn aber mal ein Mädchen sich zu widersprechen traut, wird diese sofort von Heidi Klum, wie die Sendung von 12.03.09 zeigt, zurechtgewiesen und ihr Widerspruch wird so schnell wie möglich von Heidi Klum beendet. An dieser Stelle wird – wieder unter Betonung, dass es sich hierbei um einen Wettstreit handelt, die totale Anpassungsfähigkeit der Mädchen erwartet. Zudem zeigt diese Szene wie Larissa mit bestimmten Charakterzügen belegt wird. Larissa wird hier als das junge, rebellierende Mädchen inszeniert, das nicht alles ohne Widerspruch über sich ergehen lässt. Sie steht für die kämpferische, selbstbewusste Natur, die ihre eigene Meinung hat und diese vertritt. Gerade dieser Vergleich und diese Gegenüberstellung mit Sarina lässt Larissas Stellung als „die sich Widersetzende“ stärker entstehen, denn Larissa und Sarina, beide sechzehnjährige Mädchen, unterscheiden sich grundlegend. Hier wird der sonst üblichen Darstellung, dass sich angehende Models zu unterwerfen haben, ein Mädchen, das sich nicht den Forderungen beugt, gegenübergestellt. Verstärkt wird Heidi Klums autoritäres Image: Widerstand ist sinnlos und wird nicht geduldet.

Heidi Klums Umgang mit Larissa verdeutlicht vor allem, dass hier kein Platz für eine eigene Meinung und einen eigenen Willen der Mädchen ist. Wünsche oder Bedürfnisse werden sofort mit der Drohung des Hinauswurfs unterdrückt. Auffallend ist auch wieder die geschickte Fragetechnik von Heidi. Denn wie auch Lücke (2002) in ihren Ausführungen zum Stilmittel Emotionalisierung erklärt, kann die Art, wie gefragt wird, die Stimmung steigern (vgl. Kapitel 2.1.3). Larissa hat keine Möglichkeit sich im Dialog mit Heidi Klum durchzusetzen, denn ein neues Styling zu bekommen bedeutet nicht, dass die Mädchen eine freie Wahl hätten, sondern ist als unabdingbarer Befehl zu verstehen. Dieser Konflikt wird, wie gezeigt wurde, besonders durch die Stilmittel Dramatisierung und Emotionalisierung gestaltet, um dem Zuschauer Unterhaltung zu bieten und ihn so auch an die Folge zu fesseln. Die Kameraeinstellungen visualisieren Larissas Reaktionen in der emotionalen Situation. Diese Gestaltungselemente, vor allem Großaufnahmen und der Einsatz von dramatischer Musik, haben das Ziel, die Emotionen des Zuschauers und dessen Mitgefühl mit Larissa zu aktivieren. Fortwährend wird an den Zuschauer vor dem Bildschirm appelliert, „dran“ zu bleiben, Interesse, Mitgefühl und Leidenschaft zu empfinden (vgl. Kapitel 2.1.3 und 2.1.6). Dies geschieht besonders erfolgreich über die affektive Ebene. Dafür wird Larissa in einer Art inszeniert, die kein positives Licht auf sie wirft. Ihr gutes Image wird in dieser Folge sozusagen aus dramaturgischen Gründen „geopfert“.

Unter Vorgaben von falschen Tatsachen, dass alles sei notwendig, um die Mädchen fit für die Modelkarriere zu machen, werden die Mädchen unaufhörlich, wie am Fließband gerügt und zurechtgewiesen. Eigentlich wird durch diesen Umgang der Jury mit den Mädchen immer das Gleiche beabsichtigt: Es werden emotionale Reaktionen der Mädchen herausgefordert, indem sie mit negativer, teils sehr verletzender Kritik überhäuft werden, um sie gefügig zu machen. In dieser Sendung lassen sich Eigenschaften wie Willenlosigkeit, Anspruchslosigkeit, Unmündigkeit, Gehorsamkeit, Disziplin und vollkommene Anpassungsfähigkeit als erwartete Charaktereigenschaften und Verhaltenshaltungen der Mädchen feststellen. Diese Eigenschaften sind nicht direkt ausgesprochene Erwartungen, aber permanent erwünschte und zu erfüllende Forderungen und somit als Voraussetzung für eine erfolgreiche Modelkarriere zu sehen. Diese werden, wie die Beispiele gezeigt haben, unterschwellig präsentiert. Teilweise werden diese gewünschten Verhaltensweisen durch einen beleidigend, erniedrigend und herabwürdigend Ton seitens Heidi erzwungen. Heidi und die Jurymitglieder werden als despotische Autoritäten inszeniert, denen nicht zu widersprechen ist.

Neben diesen erwünschten Eigenschaften der Mädchen ist ein weiterer konstitutiver Bestandteil dieses Showkonzepts der Konkurrenzkampf. Dieser ist in jeder Castingshow ein wesentliches Gestaltungsmoment und dieser harte Konkurrenzkampf, bei dem von den Mädchen ein hohes Maß an Leistung und Überzeugungskraft zu erbringen, gefordert wird, ist sorgfältig in Szene gesetzt (vgl. Kapitel 2.4). Leistung, Konkurrenzsituationen und Freundschaftsverhältnisse werden oft miteinander gekoppelt transportiert. Dieser Bestandteil von Castingshows wird im folgenden Unterkapitel aufgezeigt und analysiert.

5.4.3 Konkurrenz- und Freundschaftsverhältnis

Wettbewerb bedeutet gleichzeitig auch Konkurrenz. Einer der interessantesten Gesichtspunkte dieser Sendung ist der Konkurrenz- und Freundschaftsaspekt. Das Verhältnis der einzelnen Teilnehmerinnen zueinander wird als intensive Konkurrenz und teilweise, wiederum dem gegenüber gestellt, als freundschaftliche Beziehung arrangiert. Dabei lassen sich typische Inszenierungsstrategien des Reality TV deutlich erkennen. Dieses konkurrierende oder freundschaftliche Verhältnis wird im Nachstehenden anhand von Beispielen dargelegt und analysiert.

Beispiel: Tessa¹⁰ vs. Ira (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009)

Bereits in der ersten Folge (12.02.09) fällt eine Kandidatin besonders auf. Die 19-jährige Tessa ist eines der Mädchen, das sich beim Massencasting in Düsseldorf durchsetzen konnte. Tessa ist anfangs sehr selbstbewusst, positiv und siegessicher eingestellt. Doch dies ändert sich, als sie die Mitstreiterin Ira bemerkt. Die neunzehnjährige Tessa äußert in einem Backstageinterview ihre Sorge und Unsicherheit, die ihr momentan zu denken gibt. Sie ist der Meinung, dass eine andere Teilnehmerin versucht sie zu kopieren. Visuell wird zuerst Ira, die angebliche Kopie von Tessa, durch eine Einstellung in der Halbtotalen präsentiert. Gleich anschließend wird Tessa durch einen Schwenk von rechts nach links ins Bild geholt. Diese Situation wird zuerst von der männlichen Off-Stimme kommentiert: „*Erst ganz laut und dann ganz leise. Von Tessas Selbstbewusstsein ist auf einmal wenig übrig.*“ (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Durch die Untermalung mit einem energischen Gitarrentrommeln wird diese Aussage spannend gestaltet. Nach der

¹⁰ Tessas Darstellung in der ersten Sendungsfolge (12.02.09) wurde bereits im Kapitel 5.3 beschrieben, um zu zeigen, wie eine teilnehmende Kandidatin dargestellt wird. Da anhand von dieser Kandidatin auch der Konkurrenzaspekt besonders gut zu veranschaulichen ist, werden die Ausführungen dieses Kapitel bereits gebrachte Dialogteile oder Beschreibungen aus der Show beinhalten. Diese Wiederholungen sind aber nicht ident, da sie in einem anderen Kontext stehen und anderes aufzeigen sollen.

kurzen Situationseinführung sieht der Zuschauer Tessa, die ihre Sorgen äußert: *„Gestern, die ganze Zeit war ich die, also war ich die einzige mit dem Haarschnitt, mit der Farbe usw. und irgendwann dann ganz gegen Ende, als ich mir schon dachte, juhu jetzt bist du durch, kommt plötzlich ein Mädchen, das mir verdammt, verdammt ähnlich aussieht. Es hat mich halt gestern echt schon tierisch angekotzt und war schon ziemlich geschockt, weil ich sie eben von der Seite angeschaut hab und die, die sah so aus wie ich. Mich hat das tierisch aufgeregt, ich hätt die am liebsten in Stücke zerrissen. Die steck ich locker weg die Frau, kein Problem.“* (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Als Tessa über ihre angebliche Kopie redet, wird Ira durch montierte Zwischenschnitte kurz eingeblendet. So bekommt der Zuschauer sofort ein Bild, um wen es sich bei Tessas Konkurrentin handelt. Mit den Zwischenschnitten werden Iras Reaktionen auf etwas Gesagtes gezeigt, dass einer indirekten Kommentierung gleichkommt. Auch am Schluss des Interviews, als Tessa wieder selbstsicher behauptet, dass sie es auf jeden Fall mit Ira aufnehmen kann, wird Ira durch einen Schwenk nach rechts nochmals ins Bild geholt. Die Großaufnahme zeigt Iras Gesicht. Dieser Zwischenschnitt zeigt verlangsamte Bildaufnahmen und kommt einer Stellungnahme von Ira auf das Gesagte gleich, das außerdem durch das gedehnte Bildmaterial nochmals intensiviert wird. Tessas letzte Aussage wird von Iras dazwischen montiertem Bild, indem sie ihren Kopf schüttelt und sich ein fragender Blick in ihrem Gesicht spiegelt, kommentiert.

Nach diesem ersten Eindruck von Tessa ist sie nun an der Reihe, sich auf dem Catwalk in Bikini der Jury zu präsentieren. Die einzige negative Kritik, die Tessa von der Jury bekommt, ist, dass Tessa eine gewisse Arroganz durch ihren Gesichtsausdruck ausstrahlt. Dieser Eindruck wird von der dazu gespielten Musik noch verstärkt. Durch das Lied „That’s Not My Name“ von den „The Ting Tings“ mit seinen rockigen, harten Klängen wirkt Tessa unsympathisch. Tessa darf nochmals laufen und beweist gleich, dass sie auch einen fröhlichen Ausdruck bieten kann. Bei diesem zweiten Lauf wirkt Tessas Auftritt schon viel weicher und abgerundeter. Hierzu trägt auch wieder die eingespielte Musik bei, denn diesmal hört der Zuschauer nicht harte, rockige Musik, sondern eine weiche, stimmige Popmusik. Diese Wirkung, die durch die Musik verstärkt wird, wird durch die Beurteilung der Jury bestätigt. Obwohl die Jury Tessas Laufen am Catwalk als gut beurteilt, sind sie trotzdem ein wenig skeptisch Tessa gegenüber, da sie finden, dass Tessa eine Unruhe und Nervosität ausstrahlt. Heidi Klum betont wie bedenklich und schlecht diese Eigenschaften für ein Topmodel sind, weil sich die Kunden, die die Mädchen mal buchen sollen, davon abschrecken lassen könnten: *„Wenn ich jetzt Kunde wäre, hätt ich jetzt schon ein*

bisschen Angst, ehrlich gesagt.“ (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Während Heidi Klums Bewertung wird Tessas Gesicht in einer Großaufnahme gezeigt. Offensichtlich ist Tessas Besorgnis zu sehen, denn diese beißt auf ihren Lippen herum. Heidi Klums Bedenken wird auf der auditiven Ebene mit einem Brummen untermalt und bewirkt dadurch eine kritische, bedrohliche Atmosphäre. Es entsteht der Eindruck, dass Heidi als Expertin weiß, wie sich Kunden gegenüber nervösen Models verhalten. Durch die Montage, sowohl auf der bildlichen wie auf der akustischen Ebene, wird die Wahrnehmung des Zuschauer gesteuert und diese auf Seiten von Heidi Klum gezogen. Tessa rechtfertigt sich und meint, dass sie normalerweise nicht nervös ist. Sie sei nur jetzt gerade so nervös und erklärt ihr Problem, das aufgrund ihrer Mitstreiterin verursacht wurde: *„Ja, aber sie, meiner Meinung kopiert sie mich, weil ich kenn die schon von vor zwei Wochen, also ich kenn sie nicht wirklich. Ich hab was gedreht in einem Klub und sie arbeitet in dem Klub und jetzt rennt sie plötzlich mit der gleichen Frisur herum.“* (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Die Jurymitglieder meinen zu Tessas Person und ihrer Schilderung, dass sie dadurch ein wenig paranoid erscheine. Peyman lässt für Tessas Sorgen gar keinen Raum und kontert nur: *„Aber das soll uns an dieser Stelle nicht interessieren. Wir wollen uns mit dir unterhalten.“* (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.09, Zugriff: 15.07.2010) Danach sagt Peyman direkt seine Meinung: *„Du machst dir Sorgen, dass wir wahrscheinlich die andere bevorzugen und sagen nicht zweimal die gleiche in die nächste Runde. Das ist deine Sorge.“* (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Rolf meint zu Tessa, dass es vielleicht auch gefährlich werden könnte, wenn beide Mädchen in der Sendung mitmachen würden. Hierzu wird passend zu Tessas Aussage, die sie anfangs in ihrem Backstageinterview gemacht hat, eingeblendet: *„(...)ich hätt’ die am liebsten in Stücke zerrissen!“* (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Die Dialogrückblende hat bereits einen dramatischen Inhalt, doch dieser wird noch akzentuiert, indem der Text von einer dramatischen Musik begleitet wird. Dadurch entsteht ein noch bedrohlicherer Eindruck. Heidi Klum, hier auch als Jurymitglied, kommentiert Tessas Auftritt: *„Ist ja total abgefahren. Aber gut.“* (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Die aufgebaute Spannung und Dramatik wird am Ende der Szene gekippt. Nun wird Tessa gezeigt, die mittlerweile traurig im Backstageraum sitzt und besorgt über den weiteren Verlauf und ihre weitere Teilnahme ist.

Daran anschließend ist Kandidatin Ira an der Reihe, sich auf dem Catwalk zu präsentieren. Interessant für die Jury ist vor allem, was Ira selbst zu ihrer Mitstreiterin Tessa sagt. Ira meint, dass sie die Geschichte auch schon mitbekommen habe, aber sie kann nur klarstel-

len, dass sie Tessa das erste Mal in ihrem Leben gesehen hat. Außerdem trägt sie die angeblich nachgeschnittene Frisur seit bereits drei Jahren. Dann nimmt Ira in einem eingebildeten Interview Stellung zur Situation: „*Ich hatte ganz lange Haare gehabt und an dem Tag, als ich sie gesehen hab, hab ich gesagt Haare ab. Nein, natürlich nicht. Ich hab niemanden kopiert, sondern ich trage diese Frisur schon seit drei Jahren, es gibt auch zig Beweisfotos. Also wenn irgendwer ein Beweisfoto gerne haben möchte, kann er es gerne anfordern.*“ (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Ira erlaubt sich aus der momentanen Problematik einen Scherz zu machen. Diese Aufnahme wird dem Zuschauer nicht vorenthalten. Es wird gezeigt, wie Ira grinsend erklärt, dass sie, als sie Tessa gesehen hat, beschloss, sich die Haare schneiden zu lassen. Die Situationskomik wird gesteigert, indem man eine dramatische Musik zu Iras Kommentar einspielt, die aber durch Iras offensichtlichem Scherzen nicht dramatisch, sondern eher lustig wirkt. Zur Musik werden Ira, Heidi Klum, Peyman und Rolfs Gesichter in Großaufnahmen hintereinander eingeblendet, die durch einen schnellen Schnitt verbunden werden. Diese Bildmontage verursacht eine lustig wirkende Situation. Die Jury beurteilt nun Iras Modelqualitäten. Heidi Klum findet Iras Körper gut durchtrainiert und außerdem habe Ira das Laufen auf dem Laufsteg ebenfalls gut gemeistert. Positiv sei auch im Vergleich zu Tessa, dass Ira ruhiger und ausgeglichener wirkt. Nachdem sich beide Kandidatinnen der Jury vorgestellt haben, werden sie beide nochmals im Backstagebereich interviewt. Ira findet Tessas Art, der Jury so etwas mitzuteilen nicht gerade vorteilhaft, sondern eher peinlich. Tessa hingegen meint: „*Ich versuch alles möglich zu geben, um hier zu gewinnen. Ich will das schaffen und da sind mir doch fast alle Mittelchen recht.*“ (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) Wieder wird hier durch Einspielung einer ironisch-dramatischen Musik Tessas Aussage spannend gestaltet und verstärkt.

Analytische Betrachtung:

Tessa und Ira werden von Beginn an als Konkurrentinnen inszeniert. Sofort wird dem Zuschauer visuell als auch auditiv klargemacht, dass ein Konflikt zwischen diesen zwei Mädchen besteht. Bei der Vorstellung der einzelnen Kandidatinnen werden diese, durch eine visuelle und auch auditive Montage, als konkurrierende Teilnehmerinnen inszeniert. Wie bereits im Theorieteil unter dem Kapitel 3.2.2 mit Hickethier (1996) erklärt, ist die Montage eine gestalterische Komponente, die das Geschehen organisiert und so eine Geschichte entwirft. Mit Hilfe einer parallelen Montage werden abwechselnd die Kandidatinnen gezeigt und zueinander in einem bestimmten Verhältnis strukturiert. Die einzelnen Einstel-

lungen von Tessa und Ira sind passend durch den Schnitt aneinander gereiht. Es ist zu bedenken, dass eine Fernsehsendung das Ergebnis eines aufwendigen Montageprozesses ist. Die Gespräche und die Aufnahmen haben nicht unbedingt in der Reihenfolge stattgefunden, wie sie schlussendlich zu sehen sind. Dem Großteil der Zuschauer ist das nicht klar. Dies ist aber gewollt, dass der Zuschauer dieses Gestalten nicht bewusst wahrnimmt, denn so wird die Illusion einer Kontinuität des Erzählten bewahrt. Vor allem wird durch die geschickte Inszenierung der Eindruck vermittelt, als würden die Bilder wenigstens Ausschnitte aus dem tatsächlichen Ablauf der Geschehnisse widerspiegeln. Tatsächlich aber wird durch die Bild- und Tonmontage eine neue Kombination geschaffen, die eine inszenierte und intendierte Bedeutung ergibt. Denn wie Hickethier (1996) erläutert, entsteht eine Bedeutung nur dann, wenn feststellbar wird, was die montierten Aufnahmen miteinander gemeinsam haben oder was untereinander Bezug nimmt (vgl. Kapitel 3.2.2). Das Ergebnis der Montage und des Schnitts ist, dass der Zuschauer den Eindruck einer Konkurrenzsituation zwischen Tessa und Ira bekommt. Der Zuschauer bekommt so eine ganz bestimmte Lesart des Geschehens vorgesetzt. Diese Konkurrenzkonstellation wird Stück für Stück aufgebaut und intensiv in Szene gesetzt: Beim ersten Interview ist Tessas Gesicht in einer Großaufnahme zu sehen. Ihre mimischen Reaktionen zum Gesagten sind gut erkennbar und unterstreichen ihren Kommentar. Das Interview ist mit einer Handkamera aufgenommen und die dadurch entstehenden, schwankenden Bilder lassen das Gesagte, dass durch Tessas Mimik intensiviert wird, viel dynamischer und lebendiger wirken. Diese bewegten, schwankenden Bilder verstärken auch den Eindruck einer Aggressivität seitens Tessa und Tessas Worte „...*ich hätte die am liebsten in Stücke zerrissen*“ (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009, Zugriff: 18.12.2009) werden verschärft vermittelt. Die Handkameraaufnahmen ermöglichen auch eine gewisse Nähe und Intimität zur Kandidatin und es entsteht das Gefühl, als würde man mit einer eigenen Freundin reden und diese vertraut einem an, dass sie wegen ihrer Konkurrenz unsicher ist. Die aus einer leichten Untersicht gezeigte Tessa wirkt sehr authentisch. Außerdem unterstreicht die Handkamera in ihrer Bewegung Tessas besorgte und unruhige Stimmungslage (vgl. Kapitel 3.2.1). Untermalt wird Tessas Interview mit einer immer wieder kehrenden Musikeinspielung, die sich wie ein Gitarrenhämmern anhört. Einige Aussagen werden besonders durch die hammerartige Musik akzentuiert und hervorgehoben. So wird dem Zuschauer auf der musikalischen Ebene Tessas Gemütslage nähergebracht. Das Hämmern wird oft mit dem gleichzeitigen Zeigen von leicht verlangsamten Bildern kombiniert. Eine musikalisch gesetzte Akzentuierung ist vielfach in dieser Sendung zu entdecken. Die hier eingesetzten Musikakzente verstärken die Wirkung

von bestimmten Aussagen und dramatisieren den Konflikt zwischen diesen zwei Kandidatinnen. Außerdem kann eingespielte Musik gewollte Stimmungen, sei es Trauer oder Freude, hervorrufen oder verstärken. So werden Inhalte auch emotionalisiert. Auch die Dialogebene forciert, durch die Bewertung und Kommentare der Jury, das konkurrierende Verhältnis der Mädchen. So wird diese Kontroverse dem Zuschauer in einer bestimmten Weise nähergebracht.

Ira und Tessas Konkurrenzverhältnis ist von einer starken Emotionalisierung und Dramatisierung als Inszenierungsmittel geprägt (vgl. Kapitel 2.1.3 und 2.1.6). Diese sind in der Darstellung mit einem weiteren Reality TV Element, mit der Intimisierung, gekoppelt. Unter dem Gestaltungsmittel Intimisierung erörtern Klaus & Lücke (2003) das erbarungslose Eindringen in die Privatsphäre der Kandidatinnen und das zur Schaustellen des Privaten. Die Kandidatinnen und ihre Charaktereigenschaften oder Handlungen werden in der Öffentlichkeit enthüllt. Es werden persönliche Gedanken, Ängste oder Wünsche öffentlich dargestellt. Private Themen, wie Sexualität oder persönliche Probleme und Angelegenheiten werden zum Zentrum gemacht (vgl. Kapitel 2.1.4). Auch Tessas Besorgnis und intime Gedanken wegen Mitstreiterin Ira werden in dieser Szene in den Mittelpunkt gerückt. Gleichzeitig werden Tessas charakterliche Merkmale offenbart. Die von der Jury abgegebene Kritik, die durch fernsehästhetische Stilmittel noch verstärkt wird, beeinflusst hier die Wahrnehmung der Zuschauer negativ. Es wird durch diese Inszenierung dem Rezipienten anfangs schwer gemacht, für Tessa Sympathie zu empfinden (vgl. Kapitel 3.1.3). Erst die Darstellung von Tessas Emotionen, die oft in einer Großaufnahme eingefangen werden, ermöglicht einen „Umschwung“, eine emotionale Wende bei den Zuschauern. Durch die starke Emotionalisierung bei der Darstellung von Tessa bekommt der Zuschauer die Möglichkeit sich mit der inszenierten Figur zu identifizieren (vgl. Kapitel 3.1.2).

Nach der Vorstellung der beiden Konkurrentinnen entsteht der Eindruck, als wäre Teilnehmerin Ira ein Stück im Vorteil gegenüber Tessa. Ira wird insgesamt positiver, durch die Beurteilung der Jury, die Wahl der Dialoge und Bilder, die gezeigt werden, dargestellt. Tessa werden hier Eigenschaften zugeschrieben, die eine spannende Fortsetzung versprechen. Und so lässt diese Konkurrenzsituation beim Zuschauer den Eindruck einer interessanten Weiterentwicklung aufkommen. Bereits in der ersten Folge werden durch gekonnte Inszenierung Vorerwartungen für die kommenden Folgengeschehnisse kreiert und auch provoziert. Vor allem fragt man sich, wie es mit Kandidatin Tessa weitergehen wird. Diese Inszenierungsart soll beim Zuschauer Neugier wecken und so dafür sorgen, dass er die

nächste Folge anschaut. Der Konkurrenzkampf zwischen diesen beiden Kandidatinnen wird in der vierten Folge (05.03.2009) bei der Kakerlakenchallenge nochmals aufgefrischt. Folgende Szene lässt dies erkennen: Maria, eine Mitstreiterin von Tessa lässt ihre Kakerlake fallen und ist viel zu gehemmt diese wieder aufzuheben. Tessa kommt und hebt diese Kakerlake mühelos auf. Am Ende der Challenge ist Tessa eine der Gewinnerinnen. Dieser Sieg wird von ihrer Konkurrentin Ira in einem eingeblendeten Interview kommentiert. Ira findet, dass Tessa wieder mal gut geschauspielert hat. Aufgrund der Action, sich als „Kakerlakenretterin“ in der Not aufzuspielen, hat sie die Jury beeindrucken können. Scheinbar hat diese Aktion bei der Jury so gut gewirkt, dass sie Tessa als Gewinnerin ausgewählt haben. Durch diesen dazwischen montierten Kommentar von Ira wird wieder an das Konkurrenzverhältnis der beiden Teilnehmerinnen erinnert.

Wie bereits im Kapitel 2.4 erwähnt, ist der Aspekt Konkurrenz ein wichtiges, fundamentales Merkmal der Castingshow. Ein Verzicht auf Konkurrenzsituationen in den Sendungen kann die Show als nicht realistisch wirken lassen. Dadurch könnte sich die Zuschauerquote der Sendung verringern. Doch auch ein Zuviel an Konkurrenzsituationen zwischen den Mädchen wird vom Zuschauer nicht gut aufgenommen oder akzeptiert. Deshalb sollte ein Zusammentreffen zwischen Konkurrenz- und Kooperationsverhalten dargestellt werden, denn nur so ist die Show beim Publikum erfolgreich (vgl. Kapitel 2.4).

Als Gegensatz zu diesen intensiv in Szene gesetzten Konkurrenzkonstellationen werden die Mädchen auch in Freundschaftsverhältnissen oder bei gegenseitigen unterstützenden Situationen gezeigt. Als passendes Beispiel ist hier die Endsequenz jeder Sendungsfolge anzuführen. Besonders anhand dieses Sendungsabschnitts lässt sich erkennen, dass die Mädchen auch als Freundinnen agieren und inszeniert werden. Sobald eines der Mädchen, nach Erhalt ihrer Beurteilung durch die Jury, zurück in den Warteraum kehrt und je nachdem ob die Beurteilung positiv oder negativ ausgefallen ist, freuen sich die anderen Mädchen für die Kandidatin oder wenn sie sehen, diejenige kehrt traurig oder weinend zurück, wird diese getröstet und es werden aufbauende Worte gespendet. Zu sehen ist auch, wie die Mädchen sich gegenseitig umarmen oder die Kamera fängt das Händehalten ein und pointiert dies durch Großaufnahmen.

Beispiel: Ira und Jessica (4. Staffel, 12. Folge, 30.04.2009)

In der 12. Folge vom 30.04.09 wird zwischen Jessica und Ira selektiert. Beide sitzen angespannt im Warteraum und unterhalten sich. Ira erklärt: „*Ich fang schon an zu heulen bevor*

wir überhaupt unten sind. Jessie du auch.“ Jessica erwidert: „Ne, du bringst mich dazu.“ (4. Staffel, 12. Folge, 30.04.2009, Zugriff: 18.12.2009) Die Kamera zeigt die beiden Mädchen, wie sie ganz eng beieinander sitzen. Jessica wischt sich immer wieder die Tränen mit einem Taschentuch weg. Durch eine Abblende wird Marie zwischen Aufnahmen von Ira und Jessica im Interview gezeigt. Sie sagt über Jessica und Ira folgendes: „Also Jessie und Ira sind schon so ein Herz und eine Seele. Also die beiden kann ich eigentlich gar nicht mehr auseinander trennen. Ja, wenn eine von den beiden gehen muss, wird das glaub ich ziemlich dramatisch für die andere.“ (4. Staffel, 12. Folge, 30.04.2009, Zugriff: 18.12.2009) Wieder durch eine Abblende sieht der Zuschauer eine weitere Kandidatin. Sarina verdeutlicht: „Ist halt Scheiße, wenn eine von denen geht, weil die sind den anderen ans Herz gewachsen. Ich kann mir so nicht vorstellen wenn Ira geht, kann mir gar nicht vorstellen wenn Ira weg ist oder wenn Jessie geht.“ Danach spricht Ira: „Ich mein, so ist das Spiel so gesehen.“ Jessica: „Genau.“ Ira: „Es muss jede Woche eine gehen.“ (4. Staffel, 12. Folge, 30.04.2009, Zugriff: 18.12.2009)

Beim Verlassen des Warteraums wird die Hintergrundmusik, eine melancholische Klaviermusik, lauter und die Kamera zeigt beide Kandidatinnen, wie sie händehaltend den Weg Richtung Bühne und so zur Entscheidungsverkündung gehen. Auf der Bühne angekommen, wechselt der Musikstil. Es wird eine hektische Musik eingespielt. Nun bekommen die Mädchen ihre Beurteilung von Heidi Klum. Jessica und Ira halten sich die Hand und dies wird von der Kamera durch die gezielte Großaufnahme in den Vordergrund gerückt. Abwechselnd ist hier Heidis, Iras und Jessicas Gesicht im Bild zu sehen. Dieser schnelle Bildwechsel dynamisiert die Situation und forciert die spannende Entscheidungsverkündung. Heidi Klum erklärt: „Ira, Jessica, es tut mir leid, aber ihr müsst euch jetzt voneinander verabschieden.“ (4. Staffel, 12. Folge, 30.04.2009, Zugriff: 18.12.2009) Hier hält Heidi kurz inne und gezeigt wird Iras Gesicht in Großaufnahme, wie sie ihren hängenden Kopf zur Seite dreht und so versucht ihre Tränen zu verbergen. Das nächste Bild zeigt die zusammengepresst, gehaltenen Hände der beiden Mädchen. Danach fährt Heidi fort: „Denn nur eine von euch hat jetzt noch die Chance GERMANY'S NEXT TOPMODEL zu werden.“ (4. Staffel, 12. Folge, 30.04.2009, Zugriff: 18.12.2009) Als Heidi dann verkündet, dass sie für Ira kein Foto hat, konzentriert sich das Kameraauge auf die Aufnahme von Iras weinendem Gesicht. Die Einstellungsgröße wechselt zwischen Großaufnahme der Gesichter oder Naheinstellung, die zeigt, wie die beiden Mädchen sich in die Armen fallen und sich festhalten. Zu sehen ist, wie Ira Jessica tröstende Worte zuflüstert. Danach verabschiedet sie sich von der Jury. Auch hier wird Jessica nochmals dazwischen eingeblendet

und nochmals wird gezeigt, wie Jessica um ihre Freundin Ira weint. Bevor Ira die Bühne verlässt, wird festgehalten, wie sie Jessica drückt und auf die Wange küsst. Diese Aufnahmen sind leicht verlangsamt gezeigt. Dann verlässt sie die Bühne, wieder in den Warteraum. Die anderen Mädchen stehen alle in einer Reihe und halten sich. Als Ira reinkommt, gehen alle auf sie zu und die Umarmungen der Mädchen werden von der Kamera fokussiert. Die Aufnahmen der Kamera sind so, dass stets Ira weinendes Gesicht eingefangen wird. Sarina begründet: *„Ira war jetzt so unsere Mutter. Zu der konnte, jeder konnte zu ihr hingehen mit ihr reden.“* (4. Staffel, 12. Folge, 30.04.2009, Zugriff: 18.12.2009) Auch Marie spricht über das Ausscheiden von Ira: *„Sie hat einfach die Gruppe so zusammengehalten. Ich frag mich echt, wie es nächste Woche wird. Es wird so komisch ohne sie. Also es wird echt irgendwie ganz anders, glaub ich, also mit Sicherheit nicht schön.“* (4. Staffel, 12. Folge, 23.04.2009, Zugriff: 18.12.2009) Abschließend wird wieder Jessica im Backstageraum gezeigt: *„ Auf jeden Fall wird's für mich hart werden. Sie war immer der Pfad für mich gewesen, wo ich sage, okay, wir ziehen das Ding gemeinsam durch.“* (4. Staffel, 12. Folge, 23.04.2009, Zugriff: 18.12.2009) Noch einmal sieht man Jessica und Ira, wie sie sich umarmen und wieder akzentuiert die Kameraeinstellung Jessica verweintes Gesicht. Ira verlässt den Raum.

Analytische Betrachtung:

Wie diese zuletzt beschriebene Szene zeigt, werden neben dem oben dargestellten Konkurrenzverhältnis auch freundschaftliche Beziehungen präsentiert. So wird eine ausgewogene Balance zwischen Konkurrenz- und Kooperationsverhältnissen gezeigt und dies lässt die Sendung auch als realistisch und glaubwürdig erscheinen. Diese Szene zeigt zwei Kandidatinnen, die nun voneinander getrennt werden. Auch hier werden einige Elemente durch den intensiven Einsatz von Gestaltungsmitteln in den Vordergrund gerückt. Die Kamera filmt die Mädchen bei ihren Unterhaltungen und lässt somit den Zuschauer an den unterstützenden Worten oder Gesten, die sich die Mädchen gegenseitig spendieren, Anteil nehmen. Auch kann das Gestaltungsmittel Emotionalisierung entdeckt werden. Durch die Kamera werden die emotionalen Augenblicke betont, denn weinende Gesichter, Tränen über den Verlust einer gewonnenen Freundin, werden dem Zuschauer durch Großaufnahmen vermittelt. Auch die verwendete Musik sowie die dazwischen gesetzten Kommentare der anderen Kandidatinnen tragen dazu bei, die emotionale Situation zu unterstützen. Außerdem bestätigen diese Kommentare die entstandene und bestehende Freundschaft zwischen den Mädchen. Das Mitgefühl kann so beim Zuschauer gesteigert werden. Aber nicht nur in der

Endsequenz der Sendung wird dieses freundschaftliche Verhältnis gezeigt, sondern auch zwischendurch bei anderen Aufgaben oder Aktionen ist entstandene Freundschaft zwischen den Mädchen zu erfassen.

5.4.4 An seine Grenzen gehen

Wie bereits oben festgehalten, werden viele prüfende Situationen in dieser Sendung inszeniert. Dabei treten die Mädchen gegeneinander in einem konkurrierenden Verhältnis auf und unter dem gegebenen Leistungsdruck stoßen so manche Kandidatinnen bei einigen Herausforderungen an ihre Grenzen. Als Beispiele sollen hier zwei verschiedene Aufgaben analysiert werden: die Kakerlakenchallenge und das American Beauty Shooting. Zuerst folgen die Beschreibungen der Showaufgaben und anschließend werden diese interpretiert.

Beispiel: Kakerlakenchallenge (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.2009)

Die Kakerlakenchallenge stellt für viele Kandidatinnen eine Herausforderung dar. Bei dieser Challenge müssen die Mädchen Jared Golds Mode, die Kakerlaken als dazugehörige Accessoires hat, präsentieren. Kandidatin Maries Verwunderung über die ausgefallenen, schrägen Stylingcrewmitgliedern wird bereits beim Antreffen am Shootingsort durch ihren eingblendeten Kommentar vermittelt: *„Wir sind rein gekommen und ich dachte mir – Wau, was ist jetzt los. Alle total mit irgendwelchen Punkfrisuren mit grün und pink und lila. Die sahen alle urkomisch aus.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.2009, Zugriff: 18.12.2009) Während Maries Kommentar werden dem Zuschauer die ungewöhnlich extravagant gestylten Mitglieder gezeigt. Dann wird der bizarre Modeschmuck von der Kamera vorgeführt. Hierbei sieht der Zuschauer zuerst ein Mitglied der Stylingcrew in Großaufnahme. Dieser ist selbst von seiner Schminke her gruslig wirkend und zugleich reißt er seinen Mund groß auf. Die Kamera umkreist die Crewmitglieder, die sich um eine verschlossene Schale niedergesetzt haben. Nun wird der Deckel der Schale geöffnet und die Kakerlaken sind zu sehen. Zu diesen Bildern hört der Zuschauer eine schräg klingende Musik und darüber auch noch ein schelmisches Lachen. In einer Nahaufnahme sieht das Fernsehpublikum die Kakerlaken auf Jared Golds Handfläche. Die Off-Stimme erklärt: *„Die Mädchen lernen nun ihre Partner für die heutige Show kennen.“* Marie bemerkt: *„Dadurch dass alles irgendwie so lange gedauert hat, dachte ich mir schon, da passiert noch irgendwas. Das ist nicht einfach nur so Laufen vor der Jury, also für GERMANY'S NEXT TOPMODEL wär das zu langweilig.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.2009, Zugriff: 18.12.2009) Während Maries Kommentar zu hören ist, sieht man parallel die Mädchen den Raum betreten und die Schale mit den Kakerlaken wird geöffnet. Die Off-Stimme illustriert: *„Das Accessoire gegen*

Langeweile – Madagaskar Riesenfauchschaben.“ (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.2009, Zugriff: 18.12.2009) Die Musik ist ein horrorfilmähnliches heftiges Geigenstreichen. Die Kamera zeigt nochmals die Kakerlaken und dann die erstaunten Gesichter der Mädchen. Kandidatin Sara erklärt im Interview: *„Da war so eine Schale, plötzlich und da guck ich rein und da waren irgendwelche Viecher. Ich dachte, das ist...! Ich bin total erschrocken, pfui...“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.2009, Zugriff: 18.12.2009) Bevor Kandidatin Marie wieder einen Kommentar abgibt, wird ihr erstauntes Gesicht nochmals in Großaufnahme gezeigt: *„Ich sehe diese Kakerlaken da drin mit dem Glitzer drauf, aber als ich auf einmal gesehen habe, das eine angefangen hat sich ein bisschen zu bewegen, ist bei mir die totale Panik ausgebrochen.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.2009, Zugriff: 18.12.2009) Nochmals wird Maries erstarrtes Gesicht gezeigt. Als versucht wird, Marie eine Kakerlake auf die Haut zu setzen, schreit sie auf und rennt davon. Die Kamera verfolgt sie. Marie: *„Ich hatte wirklich... Das war so die Kurzschlussreaktion – ekliges Vieh wegrennen und dann bin ich einfach weggerannt.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.2009, Zugriff: 18.12.2009) Erneut wird probiert, auf Maries Haut eine Kakerlake zu platzieren. Maries Überwindung steht ihr ins Gesicht geschrieben. Dies wird wieder in einer Großaufnahme dargestellt. Sie hat eine zusammengezuckte Körperhaltung. Auch wird Maries zitternde Hand ins Bild geholt. Sie erklärt in der Intervieweinstellung: *„Ich hab voll hyperventiliert, voll schnell geatmet, mein Herz hat gerast und ich wollt nur noch weg. Jetzt bewegt sich's. Horror.“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.2009, Zugriff: 18.12.2009) Danach sieht der Zuschauer auch die anderen Mädchen beim „Kakerlaken anlegen“. Sara, eine andere Kandidatin, ist total angewidert von den Krabbeltieren. Da sie einen Ausschnitt hat, fürchtet sie, dass die Kakerlaken hineinkrabbeln werden. Nach diesen ersten Bildern der Mädchen bei der Anprobe werden die Kandidatinnen auch bei dem Vorführen der Mode gezeigt. Auch hier wird Marie Angst nochmals visualisiert. Als sie gerade ein Outfit vorführt, fällt ihr die Kakerlake von der Haut auf dem Boden. Sie wird von der Jury aufgefordert, welche aus Peyman, Rolf und dem Designer Jared Gold besteht, die Kakerlake aufzuheben. Das Bild wechselt zwischen Aufnahmen von der Kakerlake und Bilder von Marie, die versucht die Kakerlake aufzuheben. Dazwischen schwenkt das unruhige Kamerabild zur Jury und es wird festgehalten, wie der Designer Jared Gold sich verzweifelt an den Kopf fasst. Er kommentiert die Situation: *„She is panic!“* (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.2009, Zugriff: 18.12.2009)

Beispiel: American Beauty Shooting (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09)

In der dreizehnten Folge (07.05.09) von GERMANY'S NEXT TOPMODEL erwartet die Kandidatinnen ein weiteres ungewöhnliches Shooting. Fotograf Russell James fotografiert die Mädchen nackt in einem Beet voll mit roten Rosenblättern. Bei diesem Shooting werden die wichtigsten Körperstellen von Rosenblättern verdeckt. Die Mädchen sollen durch einen verführerischen Blick überzeugen. Es geht nicht darum sich viel in Pose zu setzen, sondern nur darum, mit einem bestimmten Ausdruck die Jurymitglieder zu überzeugen. Am Shootingsort angekommen, spricht Heidi zu den Mädchen: *„Vielleicht könnt ihr euch schon mal entkleiden und euch Bademäntel anziehen oder so, damit ihr nicht so irgendwie Abdrücke habt auf der Haut, weil heute werdet ihr viel Haut zeigen.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Dieser Kommentar wird durch einige laute Schlagzeugschlägen und einem Uhricken unterstützt. Gleich anschließend wird Jessica im Interview gezeigt. Sie erklärt: *„Wenn der Mensch absolut nicht dafür ist und er sich vor irgendjemanden so extrem präsentieren muss. Natürlich zeige ich mich und ich zeige mich auch gerne, aber auch angezogen und nicht ausgezogen.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Danach umschreibt Heidi die gestellte Aufgabe folgendermaßen: *„Sie sollen sinnlich sein und einfach von innen heraus strahlen.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Kandidatin Sara wird gezeigt, die erklärt, dass sie ziemlich sicher ist, dass nichts zu sehen sein wird, da die Rosenblätter sicherlich die Intimstellen verhüllen werden. Jessica bemerkt: *„Weil mein Freund das überhaupt nicht leiden kann. Er hat schon herumgemeckert, dass ich in Unterwäsche stand und die ganzen, Schuldigung, aber die ganzen Leute halt drum herum mit den Kameras und wenn er dann sieht ich hab nichts an und dann die Leute noch drum herum. Ich schwör's dir, ich bin nen Kopf kurzer.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Hier wird durch eine Rückblende das Telefongespräch von Jessica mit ihrem Freund eingeleitet, indem Jessicas Freund zu hören ist: *„Hey, ich hasse sowas. Wenn ich mir denke, dass dir 200.000 Leute die ganze Zeit auf den Arsch gucken. Jedes Mal nen anderen.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Während dieses Kommentars ist wieder eine tickende Uhr als Hintergrundgeräusch zu hören. Danach kommentiert Maria, eine andere Mitstreiterin von Jessica, die gegebene Situation: *„Jeder von uns hat wahrscheinlich die Staffeln vorher gesehen und jeder weiß, dass da so ein Nacktshooting oder sowas ähnliches auf uns zukommt. Das hätte man sich vielleicht vorher überlegen sollen, ob man sowas machen will oder nicht.“* (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Vor allem Mandy kann Jessicas Einstellung nicht verstehen: *„Wenn man es nicht wirklich will, sollte man nicht*

länger hier sein und anderen Mädchen die Chance nehmen, weiterzukommen.“ (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Auch Heidi Klum ist mit Jessicas Einstellung gar nicht einverstanden. Völlig genervt erklärt Heidi: „Es ist jedes Jahr immer das Gleiche, dass dann irgendwie ein Mädchen kommt und sagt ja ich fühl mich zu nackt, oder ich will nicht so viel Haut zeigen. Also es ist immer wieder ein Déjà-vu. Da ist immer jemand der hat die große Bedenken, dass er zu viel Haut zeigt.“ (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Anschließend sieht der Zuschauer Marie, mit der das Shooting beginnt. Heidi ist im Einzelinterview zu sehen: „Jetzt müssen die Mädchen sich einfach überwinden und ihren Bademantel einfach abwerfen und mit dem Shooting beginnen und damit auch so ihre Schüchternheit und ihre Hemmungen ablegen.“ (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Nachdem einige der Mädchen das Shooting absolviert haben, kommt auch Jessica dran. Jessica erörtert: „Rein theoretisch müsste ich es nicht machen, aber ich werd trotzdem meinen Arsch da rein bewegen und gucken was passiert. Also ich will jetzt nicht der Idiot sein der hier sagt, ach die traut sich gar nicht, aber dabei hat es gar nichts damit zu tun.“ (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Nun wird Jessica, wie sie auf den Rosenblättern liegt, gezeigt. Heidi fragt Jessica: „Und fühlst du dich nackt so oder geht es? Du musst jedes Mal dran denken, ihr kämpft alle miteinander. Ihr seid noch sechs Mädchen, deswegen wenn ihr hier so ein tolles Shooting macht, denkt an den ganzen Sachen, die ihr in den letzten Wochen gelernt habt. Auf Knopfdruck, heute ist sinnlich gefragt.“ (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Dann zeigt die Kamera Jessica, wie sie den Kopf aufrichtet und runter auf ihren Körper schaut, um sich zu vergewissern, dass man nichts sieht. Heidi sitzt neben der nackt daliegenden Jessica und erklärt: „Ich sehe schon Probleme bei so einer Kandidatin wie Jessica zum Beispiel, die Hemmungen hat ihren Körper zu zeigen vor der Kamera. Als Topmodel steht man natürlich im Mittelpunkt und ich sag ja immer euer Körper ist eurer Kapital und es wird für die unterschiedlichsten Sachen euer Körper eingesetzt. Du kannst es dann nicht so auf dich persönlich beziehen und sagen, ihr seht mich jetzt alle halbnackt. Das gehört natürlich beim Job dazu. Ich mein, wenn ihr nicht gesehen werden wollt, dann ist es natürlich...einen andern Job wählen.“ (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Fotograf Russell James meint zu Jessicas Verhalten: „Ich bin Fotograf und nicht dein Therapeut.“ (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Jessica erklärt: „Ich hab mich da überhaupt nicht wohlfühlt. Im Endeffekt kam ich mir wirklich vor wie so ein Cover-Model, was da nackig einmal davor liegt. Das war gar nicht mein Fall.“ (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09, Zugriff: 18.12.2009) Abschließend wird Heidi wieder ins Bild geholt, die nochmals betont, dass sie

wirklich darauf schaut, dass ja keine intimen Körperstellen zu sehen sind, darum versteht sie Jessicas Skepsis gar nicht.

Analytische Betrachtung:

Beide Szenenbeispiele stehen für einen gemeinsamen Inszenierungsaspekt: Es handelt sich hierbei um skurrile, grenzgängige oder extreme Situationen, mit welchen die Mädchen konfrontiert werden. So wird deutlich, dass Extremsituationen konstitutiver inhaltlicher Bestandteil dieser Show sind. Dass hierbei einige der Mädchen an ihren Grenzen stoßen, ist ein erwarteter Aspekt, der bewusst durch diese Extremsituation heraufbesworen wird. Gerade die Zwickmühle, in welcher sich die Mädchen befinden, nämlich zwischen dem Erfolgsdruck und den persönlichen Ängsten hin und her gerissen zu sein, gestaltet die Situationen spannend und forciert die Chance und das Ziel die Einschaltquoten zu steigern.

Diese Situationen werden sorgfältig inszeniert. Bereits zu Beginn der ersten Beispielszene wird die außergewöhnliche Lage visualisiert. Dies geschieht durch das Zeigen der bizarr gekleideten und geschminkten Crewmitglieder, sowie die Vorführung der Kakerlaken in der Schale. Auf der Dialogebene wird dem Zuschauer die Extremsituation durch Maries Anfangskommentar, worin sie erklärt, dass noch etwas passiert, ansonsten wäre das zu langweilig für diese Show, übermittelt. Es wird eine spannungsgeladene Haltung kreiert. Die Spannung wird auch durch die dazu gespielte Musik, die einerseits eine schräg klingende Musik und andererseits ein horrorfilmähnliches heftiges Geigenstreichen ist, illustriert. Ausgiebig werden in diesem ersten Szenenbeispiel besonders die Angstepfindungen der Mädchen vorgeführt. Die meisten Mädchen sind eher angeekelt und sträuben sich gegen das Tragen der Kakerlaken auf ihrer Haut. Dieses affektgeladene Verhalten der jungen Mädchen wird von der Kamera in den Vordergrund gerückt. Hauptsächlich Maries und Saras Angst wird bei dieser Challenge in Szene gesetzt. Dazu werden ihre Kommentare, in denen sie ihr Unwohlgefühl und ihre Abneigung gegen die bizarre Shootingsituation äußern, eingeblendet. Die Kamera zeigt Maries Gesicht in Großaufnahme oder Naheinstellungen und übermittelt so dem Zuschauer jede Angstreaktion. Auch ihre zitternde Hand fungiert als Zeichen ihrer Ängstlichkeit. Gefilmt wird hier mit einer Handkamera und diese bewirkt, dass Maries Gefühle sehr authentisch transportiert werden. Als Marie, die vor Angst wegläuft, von der Handkamera auch noch verfolgt wird, wird deutlich dass der Zuschauer Einblicke zu allem, was sich abspielt, bekommt. An Maries Person lässt sich gut erkennen, dass es sich hierbei um das von Bente & Fromm (1997) beschriebene Affekt-

fernsehen handelt (vgl. Kapitel 2). Maries persönliches Angsterleben und Empfinden wird von der Kamera gerade in den stark bewegenden Momenten anvisiert und dokumentiert.

Das zweite Shooting ist folgendermaßen inszeniert: Als Heidi den Mädchen die Aufgabenstellung erklärt, werden Heidis Worte mit einigen lauten Schlagzeugschlägen und einem Urticken begleitet. Diese Geräusche gestalten die Präsentation der Shootingsaufgabe spannend. Sofort anschließend wird Jessicas Kommentar eingeblendet. Der Zuschauer erfährt von Jessica, dass sie diejenige ist, die mit sich und der Aufgabe, dass sie nackt posieren soll, ringt. Danach wird Jessicas Problematik durch die Kamera genau dokumentiert. Dies wird erreicht, indem gefilmt wird, wie die Mädchen zusammensitzen und die Situation und die freizügige Aufgabe diskutieren. Zuerst äußert Jessica große Bedenken wegen ihres Freundes, denn dieser ist ziemlich eifersüchtig und will nicht dass sich Jessica nackt zeigt. Diese Bedenken werden dem Zuschauer durch eine Rückblende, indem das Telefongespräch zwischen Jessica und ihrem Freund gezeigt wird, nähergebracht. Der Konflikt der zwischen Jessica und ihrem Freund besteht, wird dramatisch gestaltet, indem Hintergrundgeräusche einer tickenden Uhr dazu zu hören sind. Die tickende Uhr lässt die Vermutung anstellen, dass je nachdem wie Jessica sich zur gestellten Shootingsaufgabe entscheidet, die Beziehung zu ihrem Freund bzw. die Zeit der Beiden abgelaufen ist. Gleich danach folgen Kommentare der anderen Mädchen, die für Jessicas Einstellung wenig Verständnis aufbringen. Durch die Visualisierung dieser Kommentare wird die problematische Situation noch verschärft. Abschließend, als Jessica bereits beim Posieren ist, werden dem Zuschauer Jessicas Hemmungen und Schamgefühl nochmals von der Kamera vermittelt. Während des Shootings wird festgehalten, wie sich Jessica aufsetzt und runter auf ihren Körper schaut, um sich zu vergewissern, dass keine intimen Körperstellen zu sehen sind.

Diese zweite Beispielszene stellt auch die Frage nach den gesellschaftlichen Themen Sexualität und Nacktheit als Darstellungseinheit ins Zentrum. Hier kommt es zu einem Tabubruch. Dem Zuschauer werden „verbotene“ Einblicke ermöglicht und damit werden die traditionellen Schamgrenzen aufgehoben. Es wird gezeigt, dass Jessica ihre persönlichen, ethischen Prinzipien aufgibt, nur um den vorhandenen Druck, der von Seiten der Mitstreiterinnen und Heidi Klum kommt, gerecht zu werden. Gerechtfertigt wird „das sich nackt fotografieren lassen“ nur damit, dass es zum Modelsein dazugehört, zumal wirklich nichts zu sehen sein würde, weil Heidi persönlich darauf achtet. Außerdem wird das Wissen, dass es Teil der Show ist sich nackt zu zeigen, vorausgesetzt und somit indirekt das Einverständnis zu diesem Shooting erwartet.

Zusammenfassend sind beide Shootings mit den konstituierenden Merkmalen des Reality TV Intimisierung und Dramatisierung zu beschreiben (vgl. Kapitel 2.1.4 und 2.1.6). Wie hier zu erfassen ist, sind die Inhalte in der Regel sehr privater und intimer Natur und werden vor allem auf emotionale Weise der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Natürliche Reaktionen der Kandidatinnen sollen hier provoziert und zur Schau gestellt werden. Versucht wird, Situationen zu forcieren, die für den Zuschauer attraktiv und spannend sind. Es werden Szenen inszeniert, die mit hoher Wahrscheinlichkeit zu Gefühlsausbrüchen oder anderen Emotionen bei den Mädchen führen. Das wird durch die Auswahl von Personen, Situationen und Drehorten herbeigeführt. Dies wird durch eine bestimmte Montage der Szenen verstärkt, in der dramaturgische Mittel, wie etwa die Untermalung mit bedrohlich wirkender Hintergrundmusik, zum Einsatz kommen. Die eingesetzte Off-Stimme, die bewusst in den Zwischensequenzen spricht und das Filmen mit einer Handkamera, sollen den Effekt der „Wirklichkeit“ und des „Dabeiseins“ betonen.

Darstellungen wie diese, in denen sich die Mädchen in einer Extremsituation bewähren müssen, sind in dieser Castingshow immer wieder zu entdecken und sind allein durch die außergewöhnlichen Faktoren prädestiniert für die Provokation von gefühlsbetonten Reaktionen oder das Zeigen von natürlichen Empfindungen der Mädchen.

6. Zusammenfassung und Ausblick

Die vorliegende Diplomarbeit hatte sich die Aufgabe gestellt, die Castingshow GERMANY'S NEXT TOPMODEL in ihren Gestaltungsformen sowie in ihren inhaltlich vermittelten Aspekten zu analysieren. Dabei widmete sich die Untersuchung einerseits der Analyse der Charakteristika des Reality TV und andererseits der Betrachtung der Mittel formaler Fernsehinszenierung. Zudem gelangten im Zuge dieser analysierenden Betrachtung auch die inhaltlich transportierten Themen und sozialgesellschaftlichen Aspekte dieser Sendung zur Herausarbeitung und Interpretation. Ziel war es anhand von Szenen aus der vierten Staffel der Show aufzuzeigen, welche Inhalte diese Show behandelt und wie die unterschiedlichen Gestaltungsstrategien des Reality TV Genres und der fernsehästhetischen Gestaltungsebene zur Anwendung und Wirkung kommen.

Zunächst wurde Heidi Klums Inszenierung anhand von Szenen analysiert und es konnte gezeigt werden, welche Charaktereigenschaften von Heidi in den Vordergrund gerückt werden. Es stellte sich heraus, dass Heidi Klums Inszenierungen Rollen einer Lehrerin, Kritikerin und Schauspielerin, sowie eines Vorbildes widerspiegeln. Eigenschaften wie professionell, selbstbewusst, ehrgeizig, vorbildhaft und zielsicher beschreiben Heidis dargestellte Persönlichkeit. Gleichzeitig reflektiert ihre Darstellung auch Merkmale wie belehrend, kritisierend, sowie verletzend und entwürdigend. Was auf dem ersten Blick als vielseitige, facettenreiche Charakter- und Rollendarstellung zu deuten ist, stellt sich bei genauer Betrachtung aber als eine einseitige, stereotype Darstellung heraus. Denn auch die negativen Persönlichkeitskriterien werden in der Inszenierung so umgepolt, dass sie als gutgemeinte, positive Hilfestellungen von Heidi transportiert werden. So präsentierte sich Heidis Persönlichkeitsbild als generell positiv und diese Darstellung lässt sich mit dem Gestaltungsmittel Stereotypisierung (vgl. Kapitel 2.1.5) beschreiben. Während der Betrachtung von Heidi Klum konnte ihre zentrale Position als wichtigste Person dieser Sendung ebenfalls präsentiert werden. Es wurde verdeutlicht, wie Heidis Stellung auf der Inszenierungsebene der visuellen Gestaltungsmittel organisiert wird.

Nach Heidi Klums Darstellung wurde auf Seiten der Kandidatinnen die neunzehnjährige Teilnehmerin Tessa genauer betrachtet. Anhand von Beispielen wurde veranschaulicht, wie Kandidatin Tessas Entwicklung und Entfaltung gestaltet wird. Es konnte gezeigt werden, dass die Darstellung eines Charakters nicht dem Zufall überlassen wird, sondern gezielt von Folge zur Folge gestaltet wird. Zuerst wird Tessa unterschiedlich, mal positiv und

mal negativ, gezeigt. Im Verlauf der fortschreitenden Sendung werden aber Tessa's negative Eigenschaften in den Vordergrund gestellt. Dementsprechend findet sich auch bei der Darstellung der Teilnehmerin Tessa das Genrecharakteristika Stereotypisierung, da auch sie durch eine einseitige Präsentation gekennzeichnet ist. An Tessa's Person wird das erwünschte Idealbild eines Topmodels mit ihren vorbildhaften Eigenschaften verhandelt. Tessa vertritt hier nicht nur sich selbst. Tessa steht hier für den klassischen Stereotyp Topmodel und den Eigenschaften, die ein Topmodel nicht haben sollte. Neben der Stereotypisierung weist die Inszenierung von Kandidatin Tessa auch eine hohe Dramatisierung und Emotionalisierung auf (vgl. Kapitel 2.1.6 und Kapitel 2.1.3). Diese Gestaltungselemente wurden im Zuge von zwei Szenenbeispielen, der Entscheidungsverkündung und dem Go-See Training, in ihrer Wirkungsweise gezeigt.

Als weiteres Untersuchungsgebiet wurde die Entscheidungsfindung, die am Ende jeder Sendungsfolge stattfindet, herangezogen. Zuerst wurden die bildliche Anordnung sowie die Ausstattung gedeutet. Es konnte demonstriert werden, wie Heidi und die anderen Jurymitgliedern in ihrem Verhältnis und Status als höhergestellte Machthaber inszeniert werden. Danach wurde die Entscheidungsverkündung zwischen Sarina und Jessica betrachtet. Besonders auffallend bei der Ausscheidung ist, dass dieser Sendungsbereich eine intensive Emotionalisierung aufweist. Damit gekoppelt präsentiert sich bei der Entscheidungsverkündung auch das Stilmittel Dramatisierung.

Ein weiterer Forschungsschwerpunkt fokussierte die dargestellten Inhaltsthemen. Als Ergebnisse, die durch das Analysieren einiger Ausschnitte gewonnen wurden, konnte beobachtet werden, dass sich die Wettbewerbssituation, der Konkurrenzkampf sowie das Freundschaftsverhältnis und grenzgängige, extreme Bedingungen als zentrale Bestandteile der Show GERMANY'S NEXT TOPMODEL zeigen.

Damit sich die Mädchen im Wettbewerb behaupten können, werden verschiedene Aufgaben und Trainingseinheiten von Heidi Klum und den Jurymitgliedern abgehalten. Dabei wurde erkannt, dass unter Betonung, dass es sich hierbei um einen Wettstreit handelt, einige typische Vorgehensweisen bzw. Umgangsweisen der Jury mit den Mädchen zu erfassen sind. Durch die gebrachten Beispiele offenbarte sich, dass Eigenschaften wie Willenlosigkeit, Anspruchslosigkeit, Disziplin und Anpassungsfähigkeit als erwartete Charaktereigenschaften und Verhaltensweisen der Mädchen gewünscht werden.

Die Darstellung von Konkurrenz- und Kooperationsverhalten zwischen den Kandidatinnen konnte in der Sendung ebenso aufgezeigt werden. Kandidatin Tessa und Ira lieferten hierfür ein Beispiel eines inszenierten Konkurrenzkampfes. Dem Gegenüber wurde anhand von Teilnehmerin Jessica und Ira das freundschaftliche Verhältnis als Bestandteil dieser Show demonstriert. Beide Beispiele spiegeln den Einsatz der Inszenierungsstrategien des Reality TV Genres.

Als weiterer fester Bestandteil von GERMANY'S NEXT TOPMODEL konnte die Inszenierung von skurrilen oder grenzgängigen Situationen veranschaulicht werden. Die Mädchen wurden mit Extremsituationen konfrontiert und dabei stießen manche der Kandidatinnen an ihre körperlichen oder moralischen Grenzen. Zuerst wurde Kandidatin Marie bei der Kakerlakenchallenge als Beispiel gebracht. Bei dieser Aufgabe mussten die Mädchen Kakerlaken als Accessoires vorführen. Es wurde gezeigt wie dieser bizarre Umstand von der Kamera inszeniert wird und in welcher Weise die Mädchen agieren. Dabei wurden das persönliche Angsterleben und die Gefühlsreaktionen von Kandidatin Maire von der Kamera anvisiert und in den Mittelpunkt gestellt. Für eine grenzgängige Situation wurde das American Beauty Shooting gebracht. Im Zuge dieses Shootings konnte dargestellt werden, dass die Show GERMANY'S NEXT TOPMODEL auch den Themenbereich Sexualität und Nacktheit als Darstellungseinheit widerspiegelt. Beide gebrachten Beispiele, die als grenzgängige Situationen benannt werden können, haben den privaten und intimen Inhalt gemeinsam und sind vor allem auf emotionale Weise der Öffentlichkeit zugänglich gemacht worden. Natürliche Reaktionen der Kandidatinnen sollen hier provoziert und zur Schau gestellt werden. Versucht wird, Situationen zu forcieren, die für den Zuschauer attraktiv und spannend sind. Beide Beispiele stehen für die konstitutiven Merkmale des Reality TV Intimisierung und Dramatisierung (vgl. Kapitel 2.1.4 und Kapitel 2.1.6).

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Sendungsinhalte gesellschaftliche Themen und Anschauungen der gegenwärtigen Gesellschaft aufweisen. Denn so wie bereits im theoretischen Kapitel 3.1 mit Mikos (2003) erklärt, ist die Inszenierung der Figuren und Protagonisten der Fernsehformate „... an die in den jeweiligen Gesellschaften zirkulierenden Bedeutungen, die normativen und moralisch-ethnischen Regeln des Zusammenlebens betreffend“ (Mikos, 2003, S. 155f), gebunden. Die Show thematisiert einerseits Fairness und Freundschaft gleichzeitig aber auch den harten Konkurrenzkampf mit seinem Wettkampfmuster. Zudem wird auch die Frage nach körperlichen und moralischen Grenzen gestellt. Es wird verhandelt, wie weit die jungen Mädchen bereit sind, für den Erfolg zu

gehen. Gemeinsam ist all diesen analysierten Szenen und Teilbereiche der Show GERMANY'S NEXT TOPMODEL, dass ihr Inhalt erst durch das Zusammentreffen mit den Reality TV Charakteristika und den fernsehästhetischen Komponenten zur Geltung kommt und dadurch interessant und spannend für den Zuschauer gestaltet ist. Besonders einige der Reality TV Gestaltungsformen, wie Emotionalisierung, Intimisierung, Stereotypisierung und Dramatisierung stechen bei der Show GERMANY'S NEXT TOPMODEL durch ihren häufigen Einsatz hervor.

Meine Untersuchung hat dargestellt, dass die Sendung GERMANY'S NEXT TOPMODEL eine wiederholte Anwendung der Reality TV Charakteristika aufweist. Diese Genrecharakteristika bestimmen auch den kennzeichnenden Charakter dieser Show. Für eine weitere Betrachtung dieses Themas ließen sich beispielsweise die Sendung GERMANY'S NEXT TOPMODEL mit der österreichischen Showversion AUSTRIA'S NEXT TOPMODEL (PULS4) in den oben angeführten Elementen vergleichen. Dabei ließen sich hier Unterschiede oder auch Gemeinsamkeiten herausarbeiten. Interessante Ergebnisse könnte auch eine vergleichende Untersuchung dieser deutschen Showversionen mit der amerikanischen Show AMERICA'S NEXT TOPMODEL (UPN), die als die ursprüngliche Sendung gilt, ergeben. Nachdem dieses Format in einigen Ländern exportiert wurde, wäre eine Erforschung und anschließende Auflistung der länderspezifischen Unterschiede möglich.

Anknüpfend an meine Beschäftigung mit dieser Show, wäre es interessant den vermittelten Sendungsinhalt, und dabei besonders den Konkurrenz- und Wettkampfaspekt, im Hinblick auf den Kriterien und Merkmalen der heutigen Arbeitswelt zu untersuchen. Hier ließe sich die Frage nach bestehenden analogen Zeichen stellen.

Weitere wichtige Forschungsansätze wären eine analytische Betrachtung der begleitenden Kritiken zur Sendung. Welche Aspekte werden in anderen Medien hervorgehoben oder diskutiert. Lassen sich hier bestimmte Tendenzen erkennen? Wie wird dadurch das mediale Erscheinungsbild von GERMANY'S NEXT TOPMODEL beeinflusst oder gesteuert.

Auch eine Umfrage zur Show um die Rezipientenseite zu bedienen, wäre erdenklich und könnte interessante Ergebnisse erzielen. Es ließe sich nach den Rezeptionsmotiven des Zuschauers fragen. Warum und wofür wird diese Show vom Rezipienten genützt? Bietet diese Sendung mögliche Vorschläge für die richtige Lebensführung? Inwiefern kann der Rezipient anhand dieser Sendung die Frage nach der richtigen Lebensgestaltung verhandeln? Ließe sich diese Show auch als eine Art Sozialisationsinstanz sehen?

Betrachtet man das gegenwärtige Fernsehprogramm so ist schnell festzumachen, dass gerade das Genre Reality TV und die hier dazugehörige Castingshow einen großen Bereich der Fernsehlandschaft ausmachen. In vorliegender Diplomarbeit konnten bereits einige Teilaspekte der Castingshow behandelt werden, dennoch ist abschließend zu betonen, dass eine weitere intensive Auseinandersetzung mit dieser Fernsehgattung besonders wichtig ist und diese Untersuchung muss sowohl im fernsehwissenschaftlichen als auch im soziokulturellen Kontext erfolgen.

7. Anhang

7.1 Danksagung

Während des Studiums und der Erarbeitung der vorliegenden Diplomarbeit haben mich viele Personen begleitet und unterstützt. Dafür möchte ich mich sehr herzlich bedanken.

Meine besondere Dankbarkeit gehört jenen Freunden und Familienmitgliedern, die mit viel Geduld kontinuierlich meine Launen während des gesamten Studiums und vor allem während der Diplomarbeitsphase ertragen haben. Ausdrücklich bedanke ich mich für das Verständnis, die Liebe und die emotionale Unterstützung, die ihr mir in diesen Jahren immer wieder entgegen gebracht habt und dass ihr immer an mich geglaubt habt.

Meiner Betreuerin, Frau Prof. Dr. Andrea Seier, danke ich für die freundliche Unterstützung bei der Ausarbeitung dieser Diplomarbeit.

7.2 Bibliographie

Adelmann, Ralf/Hesse, Jan O./Keilbach, Judith/Stauff, Markus/Thiele, Matthias (Hrsg.): Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie - Geschichte - Analyse. Konstanz, 2001.

Bente, Gary/Fromm, Bettina: Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. Opladen: Leske und Budrich, 1997.

Hickethier, Knut: Film- und Fernsehanalyse. Sammlung Metzler; 277: Realien zur Literatur. 2., überarb. Aufl., Stuttgart: Metzler, 1996.

Hofer, Astrid: „Starmania“ - Der ORF sucht den neuen österreichischen Popstar: das crossmediale Showkonzept, die neuen Stars und ihre Fan-Community; eine inhaltsanalytische Untersuchung, 2003.

Horton, Donald/Wohl, R. Richard (1956): Mass communication and parasocial Interaction. Observation on intimacy at a distance. In: G. Gumpert u.a. (Hrsg.): Inter/Media. Interpersonal communication in a media world, New York, 1986, S.185-206.

Horton, Donald/Wohl, R. Richard: Massenkommunikation und parasoziale Interaktion. In: Adelmann, Ralf/Hesse, Jan O./Keilbach, Judith/Stauff, Markus/Thiele, Matthias (Hrsg.): Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie - Geschichte - Analyse. Konstanz, 2001, S. 74-104.

Keppler, Angela: Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung. Frankfurt am Main: Fischer, 1994.

Klaus, Elisabeth: Fernsehreifer Alltag: Reality TV als neue, gesellschaftsgebundene Angebotsform des Fernsehens. In: Tanja Thomas (Hrsg.): Medienkultur und soziales Handeln. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 157-174.

Klaus, Elisabeth: Verhandlungssache Castingshows. Warum das Format jugendliche Fans begeistert. In: TV-Diskurs 48, H 2, Jg. 13 (2009), S. 42-45.

Klaus, Elisabeth/Lücke, Stephanie: Reality TV - Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu-Soap. In: Medien- & Kommunikationswissenschaft, H 2, Jg. 51 (2003), S. 195-212.

Klaus, Elisabeth/O'Connor, Barbara: Aushandlungsprozesse im Alltag: Jugendliche Fans von Casting Shows. In: Röser, Jutta/Thomas, Tanja/Peil, Corinna (Hrsg.): Alltag in den Medien - Medien im Alltag. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss., 2010, S. 48-72.

Lücke, Stephanie: Real Life Soaps. Ein neues Genre des Reality-TV. Münster: Lit Verlag, 2002.

Mikos, Lothar: Film- und Fernsehanalyse. Konstanz: UVK-Verl.-Ges., 2003.

Prokop, Ulrike/Stach, Anna/ Friese, Nina (Hrsg.): Geiles Leben, falscher Glamour: Beschreibungen, Analysen, Kritiken zu GERMANY'S NEXT TOPMODEL. Marburg: Tectum Verlag, 2009.

Seeßlen, Georg: Primetime-Sklavenmarkt. In: Konkret, 7/2008, S. 42-44.

Stach, Anna (Hg.): Von Ausreißern, Topmodels und Superstars: Soziale Ungleichheit und der Traum vom sozialen Aufstieg als Spielthemen in populären Fernsehformaten. Nordstedt: Books on Demand GmbH, 2010.

Thomas, Tanja: „Mensch, burnen musst Du!“ - Castingshows als Werkstatt des neoliberalen Subjekts. In: Zeitschrift für Politische Psychologie, Jg. 12 (2004), Nr. 1+2, 191-208.

Thomas, Tanja: „An deiner Persönlichkeit musst du noch ein bisschen arbeiten“. Plädoyer für eine gesellschaftskritische Analyse medialer Unterhaltungsangebote. In: TV-Diskurs 34, H 4, Jg. 9 (2005), 38-43.

Thomas, Tanja: Showtime für das „unternehmerische Selbst“ - Reflexionen über Reality-TV als Vergesellschaftungsmodus. In: Mikos, Lothar/Hoffmann, Dagmar/Winter, Rainer (Hrsg.): Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der

Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. Weinheim und München: Juventa Verlag, 2007, S. 51-65.

Wegener, Claudia: Reality-TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information? Opladen: Leske und Budrich, 1994.

DVD

GERMANY'S NEXT TOPMODEL. Ausschnitte zur Sendung der TV-Ausstrahlung von 05.03.2009. DVD, D 2009 (Zugriff: 05.08.2009)

Internetquellen

Heidi Klum und die „Unterwerfung unters Patriarchat“.

Unter: <http://diestandard.at/?url=/?id=1227288606902> (Zugriff: 03.08.2009)

Homepage der Sendung AUSTRIA'S NEXT TOPMODEL.

Unter: <http://www.puls4.com/topmodel> (Zugriff: 05.08.2009)

Homepage der Sendung GERMANY'S NEXT TOPMODEL.

Unter: <http://www.prosieben.at/tv/germanys-next-topmodel/> (Zugriff: 05.08.2009)

Mikat, Claudia: Die Landschaft der Castingshows. Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V.-FSF. Unter: http://www.jugendschutz-niedersachsen.de/wordpress/wp-content/uploads/2010/10/castingshows_mikat.pdf (Zugriff: 09.03.2010)

Seite über die ARD. In: Wikipedia- Die freie Enzyklopädie.

Unter: <http://de.wikipedia.org/wiki/ARD> (Zugriff: 15.03.2011)

Seite über den DFF. In: Wikipedia- Die freie Enzyklopädie.

Unter: http://de.wikipedia.org/wiki/Deutscher_Fernsehfunk (Zugriff: 15.03.2011)

Seite GERMANY'S NEXT TOPMODEL. In: Wikipedia- Die freie Enzyklopädie.

Unter: http://de.wikipedia.org/wiki/Germany%E2%80%99s_Next_Topmodel (Zugriff: 05.08.2009)

Seite GOTTSCHALK LATE NIGHT SHOW. In: Wikipedia- Die freie Enzyklopädie.

Unter: http://de.wikipedia.org/wiki/Gottschalk_Late_Night (Zugriff: 09.03.2010)

Seite über Heidi Klum. In: Wikipedia- Die freie Enzyklopädie.

Unter: http://de.wikipedia.org/wiki/Heidi_Klum (Zugriff: 03.08.2009)

Einzelne Folgenausschnitte aus der 4. Sendungsstaffel von GERMANY'S NEXT TOPMODEL

Tessa vs. Ira: (4. Staffel, 1. Folge, 12.02.2009)

Unter: <http://www.myvideo.at/watch/5955795> (Zugriff: 18.12.2009)

Eisshooting: (4. Staffel, 3 Folge, 26.02.09)

Unter: <http://www.myvideo.at/watch/6032842> (Zugriff: 18.12.2009)

Kakerlakenchallenge: (4. Staffel, 4. Folge, 05.03.2009)

Unter: <http://www.myvideo.at/watch/6075886> (Zugriff: 18.12.2009)

Tessa Ausscheiden: (4. Staffel, 5. Folge, 12.03.09)

Unter: <http://www.myvideo.at/watch/6112985> (Zugriff: 15.07.2010)

Iras und Jessicas Freundschaftsverhältnis: (4. Staffel, 12. Folge, 30.04.2009)

Unter: <http://www.myvideo.at/watch/6361235> (Zugriff: 02.12.2009)

Sarinas Ausscheiden: (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.2009)

Unter: <http://www.myvideo.at/watch/6398026> (Zugriff: 18.12.2009)

American Beauty Shooting: (4. Staffel, 13. Folge, 07.05.09)

Unter: <http://www.myvideo.at/watch/6394881/> (Zugriff: 18.12.2009)

7.3 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Reality TV und seine Genres13

7.4 Abstrakt Deutsch

Die vorliegende Arbeit setzt sich mit der Castingshow GERMANY'S NEXT TOPMODEL auseinander. Diese Show wird einer Fernsehanalyse unterzogen und wird in Hinblick auf die Genrecharakteristika des Reality TV und der fernsehästhetischen Gestaltungskomponenten betrachtet. Zugleich konzentriert sich die Analyse auch auf den verbreiteten Inhalt und dessen mediale Thematisierung von sozialgesellschaftlichen Aspekten. Ziel dieser Diplomarbeit war es, die Herausarbeitung und Interpretation des erzählten Inhalts, sowie die Gestaltung und Machart dieser Fernsehsendung in ihrem Zusammenspiel zu analysieren. Meine These im Rahmen dieser medienwissenschaftlichen Untersuchung lautet: Die Castingshow GERMANY'S NEXT TOPMODEL spiegelt eine inhaltliche Bezugnahme und Auseinandersetzung mit aktuellen gesellschaftlichen Themendiskurse. Diese werden in ihrer Darstellung durch den vermehrten Einsatz der Genrecharakteristika sowie der formalen Gestaltungselemente unterstützt.

Nach einer theoretischen Auseinandersetzung mit dem Thema wurden einige Sendungsausschnitte der vierten Showstaffel untersucht. Die durchgeführte Sendungsanalyse zeigt anhand von Beispielen, welche Elemente des Reality TV zur Anwendung in dieser Show kommen. Die analysierten Beispiele offenbaren auch die formalen Gestaltungselemente in ihrer Funktion. In einem weiteren Analyseschritt verdeutlicht die Sendungsanalyse, dass gesellschaftliche Themeninhalte, wie Wettbewerb, Konkurrenzkampf oder Freundschaftsverhältnis, sowie grenzgängige Situationen in dieser Sendung thematisiert und verhandelt werden.

Die Arbeit kommt zu dem Schluss, dass diese Show besonders durch den häufigen Einsatz der Reality TV Charakteristika, die gemeinsam mit den technischen Elementen arbeiten, erfolgreich gestaltet wird. Auch die sorgfältig in Szene gesetzten Darstellungen von Wettbewerb, Konkurrenzkampf und den grenzgängigen Gegebenheiten lassen diese Sendung interessant, spannend und anziehend für den Rezipienten werden und sind für den Erfolg dieser Sendung verantwortlich.

7.5 Abstract English

The present thesis deals with the castingshow GERMANY'S NEXT TOPMODEL. At first the research on this broadcast focuses on the characteristics of the reality TV genre and also the topic of the show. The detailed study looks on which socially themes are represented. Further it studies the components of the TV esthetics. The target of this thesis was not only to elaborate and to interpret the related content, but also to analyze the design and the way of making as a whole of the broadcast.

My assumption in a media-related frame is that the castingshow GERMANY'S NEXT TOPMODEL reflects a close content connection to the current socially discourses. This relation is underlined in the design by using often characteristics of the reality TV genre and formal design elements. The interplay of subject and production strategies plays a chief role in the success of the broadcast.

After a thorough theoretical research on this subject, the thesis continues with a TV analysis of some broadcast parts. The analysis shows with examples how certain components of the reality TV genre are used. The examples show also the formal design components with their function. The next analysis phase deals with the research of which socially themes are the subjects of the broadcast. Especially situations of competition and rivalry, friendship, moral and physical challenges and extremely conditions are negotiated and will be discussed. In these situations the young girls have to perform and to find out their limits.

The conclusion of this research is that exactly the interaction of the often used characteristics of the reality TV genre with the technical elements and furthermore, the performance of socially themes makes the broadcast interesting, fascinating and appealing for the receiver and is the key to success of this broadcast.

7.6 Lebenslauf

Persönliche Daten

Name: Alina Rosca
Geboren am: 14. Juni 1980
Nationalität: Österreich
Familienstand: ledig
Kontakt: alina@gmx.at

Bildungsweg

2003-2011: Diplomstudium der Theater-, Film- und Medienwissenschaft
2002-2003: Studium der Translationswissenschaft
1998-2001: Matura am Bundesoberstufenrealgymnasium Wien I

Berufspraxis (Auszug)

2011: Mitarbeit in der Schönbrunner Orangerie
2010: Mitarbeit bei der „Frida Kahlo“ Ausstellung des BA-Kunstforums
2008-2010: Mitarbeiterin im Report Verlag GmbH CoKG
2007: Praktika als Kostümassistentin bei der Firma „Neue Sentimental Werbefilm Wien“ sowie bei der Firma „Lisa Film Produktion GmbH“
1996-2001: Mitarbeit im Kulturverein Avalon Niederösterreich

Sprachen: Englisch, Rumänisch