

Frauenrollen in Reality Soaps

Zwischen Frauentausch und Küchenschlacht

Joan Kristin Bleicher erörtert die Entwicklung von Frauenrollen insbesondere in den Reality-Formaten der letzten Jahre.

Abdruck mit freundlicher Genehmigung der Autorin

Zwischen Frauentausch und Küchenschlacht. Frauenrollen in Reality Formaten

Aus dem Fernsehen als „Fenster zur Welt“ der fünfziger Jahre ist seit dem Erfolg von „Big Brother“ im Jahr 2000 ein Fenster in das private Lebensumfeld geworden. Das Realitätsfernsehen richtet seinen Blick in die von der Öffentlichkeit abgeschlossenen Räume des Privatlebens, die zum Schauplatz des gender stereotyping¹ werden. Wohnungen bilden den Schauplatz für die mediale Inszenierung von Konflikten ebenso wie einer in ihren Grundzügen gleichbleibenden emotionalisierenden Handlungsabfolge, in der von hilfreichen Engeln wie Verona Poth und anderen televisionären Heldengestalten aus einer unglücklichen, problematischen Ausgangssituation ein mit Glück behaftetes und tränenreich begrüßtes Endprodukt erstellt wird. Die Traditionslinie des Märchens hat hier ihre mediale Form gefunden, nur das Erscheinungsbild der Protagonisten hat sich etwas gewandelt. So setzen Reality Shows auf „Helden wie wir“², die Identifikationsmöglichkeiten durch die Nähe der Kandidaten zu den Zuschauern sichern.³ Der Medienpsychologe Mario Gmür bemerkt: „Der Zuschauer sieht sich in diesen Shows gespiegelt, deshalb mag er sie. Durchschnittliche und langweilige Kandidaten bestätigen ihn in seinem eigenen langweiligen Alltagsleben, in seiner eigenen Durchschnittlichkeit.“⁴ Auch bestehende Genderrollen scheinen auf diese Weise eher bestätigt, denn verändert zu werden.

Frauen als Ware: Flirtshows

Nach dem Erfolg des guten alten „Herzblatt“ der ARD, hat sich mittlerweile die Zahl der Flirtshows drastisch multipliziert. Allein auf dem Sender MTV reiht sich ein Format neben das andere: „Next“, „Exposed“, „X-Effect“, „Parental Control“, „Flavor Flav“, „I love New York“. Das „Girls Camp“ (SAT.1) bot in alter Pin Up Tradition, direkte Kamerablicke auf schöne menschliche Körper. Die Kameraeinstellungen orientieren sich an den Vorbild von Erotikmagazinen wie „Hustler“ oder „Playboy“. Nasse T-Shirts auf nackten Frauenbrüsten zählen ebenso zum Standard wie das Posing der nackten Mädchen. Formate wie „Der Bachelor“ oder „El der Millionär“ setzen nicht länger nur auf die Attraktivität der weiblichen Körper, sondern auch auf das bis hin zur körperlichen Gewalt reichende Konkurrenzverhalten der Frauen im Kampf um die Zuwendung durch den scheinbar reichen Mann. Diesem tatsächlich wenig wohlhabenden Mann bleibt es vorbehalten, aus den zur Verfügung stehenden Waren, gnädig durch viele Tests eine auszuwählen. „(...)reality tv reinforces gender stereotypes, glorifies cutthroat behaviour, and deceives viewers into thinking these highly edited shows are raw unfiltered reality.“⁵ In Formaten wie „Insel der Versuchung“ (RTL) können schließlich die Frauen die Treue ihrer Partner testen. „Insel der Versuchung“ löst Beziehungsbildung durch die Trennung ab. Auf einer Insel werden Paare voneinander getrennt und den Flirtattacken anderer Singles ausgesetzt. Täglich gibt es einen von der Redaktion gedrehten Videobericht über den Partner zu sehen, in der auch noch eher harmlose Annäherungsversuche die visuelle Präsentation eines Seitensprungs annehmen. Auch bei den anstehenden Trennungen ist der Zuschauer natürlich per Kamera dabei. Die diversen Formen der medialen Selbstinszenierung tragen eine Botschaft: „Wichtig ist nicht,

1 Vgl. hierzu: Timothy Ssecton: Does Reality TV Contribute to Gender Stereotyping?

2 Dieser Titel eines Romans von Thomas Brussig kennzeichnet die spezifische Form der Personenbindung im Fernsehen. Siehe dazu das Kapitel „Götter, Helden, Wickert“ in Joan Kristin Bleicher: Fernsehen als Mythos. Poetik eines narrativen Erkenntnisystems. Opladen 1999. S. 243-251.

3 Zum Konzept dieser Formate vergleiche auch: Joan Kristin Bleicher: „Du bist nicht allein“: Big Brother und die Nachfolgeformate. In: Big Brother. Inszenierte Banalität zur Primetime. Hamburg, Münster 2000.

4 Äußerung von Mario Gmür in Michael Ebert: Ein Käfig voller Narren. Der Stern H.6.2001. S. 26.

5 Waddle zitiert nach: Megan Blair: Gender Manipulation and Reality Television.

wer ich bin, sondern als wen mich andere sehen. Wichtig ist nicht, wer ich bin, sondern als wen ich mich zeige.“⁶

Die Glücksversprechen des Fernsehens: „Wir können dein Leben ändern“

In den sich in den letzten Jahren boomartig erweiternden „Making Over Formaten“⁷ tritt das Medium Fernsehen immer stärker als eigentlicher Initiator der Ereignisse hervor, deren authentisches Abbild es zu präsentieren vorgibt. Vielen dieser aktuellen Formate scheint ein Versprechen gemeinsam zu sein: „Wir können Dein Leben ändern.“ Wie wird dieses Versprechen in den Sendereihen umgesetzt: Das neue Leben der Frauen wird nur als Hausfrau in einem schönen Körper in einem frisch renovierten, attraktiven Lebensumfeld mit einem schuldenfreien Ehemann und wohlgezogenen, gesund ernährten Kindern glücklich sein.

Die neuen Heldinnen des Transformationsfernsehens wie RTL-„Dekoqueen“ Tine Wittler erweisen sich als Prinzessinnen, die den Alltag der Menschen, ihre Lebensumfeld, ihre Kinder und Hunde und ihre Wohnungen und Häuser, ihre Nahrungsmittel und damit auch ihre Körper verzaubern. Vera Int-Veen verwandelt in „Helfer mit Herz“ tragisches Unglück sozial schwacher Familien tränenreich in Glück. Diese vielfältigen Fernsehelferinnen agieren meist in sehr kurzen Fristen. Die „Wohnung nach Wunsch“ (VOX) wird von Enie van de Meiklokjes in 24 Stunden renoviert, die Kinder- und mittlerweile auch Hundemonster („Die Tier-Nanny“ Vox 2005 mit Katja Geb-Mann) werden von diversen Super Nannies⁸ in 14 Tagen in kleine Engel verwandelt, aus unscheinbaren Jugendlichen werden in wenigen Wochen „Popstars“ (Pro Sieben). Selbst für die Komplettrenovierung des eigenen Körpers werden in „The Swan“ (Pro Sieben) gerade einmal sechs Monate angesetzt.

Analysiert man die aktuellen Realityformate so stellt man schnell fest, dass sich weibliche Rollenbilder zwischen den traditionellen Polen der Inszenierung attraktiver Körper und der guten, alten Hausfrau bewegen, die klassische Dichotomie Madonna/Hure erlebt hier ihre mediale Renaissance. Fasst man die Idealbilder unterschiedlicher Reality Formate zusammen so ist die Traumfrau schlank mit einer auffälligen Oberweite, die mit wenig Intelligenz und viel Aggressionsbereitschaft gegenüber ihren Geschlechtsgenossinnen einhergeht. Hat sie einen festen Partner ist sie gleichzeitig Hausfrau und Mutter mit ausgeprägtem Sinn für Reinlichkeit und einem festen Glauben an die Gültigkeit traditioneller Werte. Ist sie weder schlank noch reinlich, und auch kein ausgeprägtes Muttertier braucht sie dringend Hilfe von einem der zahlreichen Fernsehengel.

Reality Formate vermitteln das Glücksversprechens traditionelle Lebensmodelle wie etwa die Großfamilie („Familie XXL“ Pro Sieben) die trotz Problemen zusammenhält und das Glück im Familienensemble findet. Berufstätigen Frauen wird in „Frauentausch“ von ihren Tauschpartnerinnen immer wieder vorgeworfen ihren Haushalt und ihre Kinder zu vernachlässigen. Diese Confrontainment-Strategie sichert Einschaltquoten. Manuel Ochsenreiter konstatiert aus rechtskonservativer Weltsicht: „Die Idee ist simpel und erfolgreich. Durch den meist gegensätzlichen Charakter der Familien ist Streß bei diesem Menschenexperiment vorprogrammiert. Da treffen Putzteufel auf Schlampen, Intellektuelle auf Dünnbrettbohrer und Großfamilienmütter auf Einzelkinder. (...) Während andere Sendungen schneller verschwinden, als sie aufgetaucht sind, hält sich ‚Frauentausch‘ hartnäckig im Programm. Am 10. November startete bereits die dritte Staffel, bis zu 2,86

6 Wolfgang Huber: Menschenwürde? Gewalt und Intimität als Unterhaltung. In: Wolfgang Wunden (Hrsg.): Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. Beiträge zur Medienethik Bd. 2. Hamburg, Stuttgart 1994. S. 195.

7 Vgl. hierzu Joan Kristin Bleicher: We Love to Entertain you. Beobachtungen zur aktuellen Entwicklung von Fernsehformaten. Hamburger Hefte zur Medienkultur No.8 Hamburg 2006. S. 21ff.

8 Dazu zählen auch die „Super Mammies“ auf RTL 2.

Millionen Zuschauer verfolgen wöchentlich montags die Dramen, die sich beim Putzen fremder Toiletten ereignen.“ (Junge Freiheit 49/03 28. November 2003. Online Ausgabe) Aber auch Mütter bleiben von der televisionären Kritik nicht verschont. Ernährungsberater und Fitnesstrainer zeigen am des Diätmontags auf RTL 2⁹ etwa in „Liebling, wir bringen die Kinder um“ zunächst in einer Computersimulation das den übergewichtigen Kindern in den nächsten 30 Jahren drohende Unheil, bevor die Berater selbst als rettende Engel für Fitness und Schönheit sorgen und die Computersimulation am Ende die Prognose mediengerechter Schönheiten inszeniert.

Männerrollen in Reality Formaten

In diversen Kochsendungen aber auch in Reality Formaten zum Thema Lebenshilfe fungieren Männer als Berater, die auch in Bereichen traditionell weiblicher Lebenskompetenzen wie dem Kochen tätig werden. Sendungen wie „Die Küchenschlacht“ (ZDF) und „Lanz kocht“ (ZDF) enthalten direkt in die Kamera gesprochene Monologe, etwa von Alfons Schubeck, die der scheinbar medizinischen Wissensvermittlung über Nahrungsbestandteile an die Hausfrauen dienen. Als Schuldenberater behalten Männer in den scheinbar aussichtslosesten Fällen die Übersicht und vermitteln emotional zurückhaltend ihre Sparvorschläge, auf die die Beratung suchenden Frauen gerne mit viel Tränen reagieren.

Die Männerrollen in „Frauentausch“ sind eng an den sozialen Status der Kandidaten geknüpft. Hartz IV Empfänger sind meist übergewichtig, ungepflegt und faul. Sie überlassen die Haushaltsführung trotz eigener Passivität komplett ihren Ehefrauen. Kandidaten der Mittel- oder Oberschicht hingegen sind attraktiv, aktiv und erfolgreich. Sie treten als „Versteher“ ihrer häufig aus sozial schwachen Verhältnissen stammenden Tauschmütter zur Verfügung und motivieren sie, ihr Leben zu ändern.

Der umstrittene Begriff der Herdprämie scheint sich auf Honorare für Auftritte in diversen Kochsendungen des Nachmittags und Vorabendprogramms wie „Das perfekte Dinner“, „Unter Volldampf“ (beide VOX) oder „Küchenschlacht“ (ZDF) zu beziehen. Die Prime Time bleibt in Männerhand, konstatierte Jan Freitag 2007 in einem Spiegel-Artikel und verweist auf den hohen Anteil an Männern bei den Kochsendungen des Hauptabendprogramms. auch im Nachmittagsprogramm der Dritten Programme bleiben Frauen häufig auf ihre etablierte Rolle als Bewunderin der männlichen Leistung reduziert:

„Der NDR zementiert dagegen das alte Rollenbild. Da darf die erfahrene Moderatorin Sandra Becker für Steffen Henssler gerade mal Kräuter hacken und zwischendurch ‚mmmh‘ summen, wenn ihr der Chef de Cuisine ein Löffelchen werdender Luxusgerichte in den Mund schiebt. Der Thirtysomething quittiert das dann stets mit jovialem Lächeln, hetzt seine Hilfskraft ansonsten aber tüchtig durch die Edelstahlrinne. ‚Sieh zu!‘, raunzt er fröhlich, wenn sie die Mangos für den Tunacocktail zu langsam schält.“ (SpiegelOnline vom 13.4.2007) Das Beispiel zeigt, wie sehr die Kompetenzvermittlung an die Präsentation männlich dominierter Machtstrukturen geknüpft ist.

9 Mit der Sendungsabfolge „Du bist, was du isst“ um 20.15 Uhr, ab 21.15 Uhr „Liebling, wir bringen die Kinder um“ zwischen 2006 und 2007.

Backlash in Reality Formaten?

Betrachtet man die omnipräsenten Reality Formate kommerzieller Anbieter in Deutschland, so beginnt man den Backlashtheorien der amerikanischen Frauenforschung Glauben zu schenken. Sowohl „Frauentausch“ als auch die Berichterstattung zu der Buchpublikation von Eva Herman können als medialer Beleg für Susan Faludis These vom Kampf gegen die bislang erreichten Ziele des Feminismus fungieren. „Welcome to the backlash, new millenium style“¹⁰ bemerkte Jennifer L. Pozner zynisch. Da das Fernsehen etwa in der amerikanischen Fernsehforschung als Medium gilt, das sich vor allem an Frauen richtet (Newcomb 2000) ist diese Entwicklung besonders problematisch. Auch bei der Darstellung der Männerrollen scheinen vergleichbar konservative Grundmuster zu greifen. Bilden Geschlechterrollen eine Konstanz innerhalb der Veränderung von Medien und Gesellschaft? 10 Jennifer L. Pozner: The Unreal World. Why Women on 'reality tv' have to be hot, desperate and thumb. In: Features Fall 204. S. 1.

Bleicher, Joan Kristin 2009: Zwischen Frauentausch und Küchenschlacht – Frauenrollen in Reality-Formaten. In: Medien + Erziehung, 53 (2009), Nr. 2, S. 32-35.

10 Jennifer L. Pozner: The Unreal World. Why Women on 'reality tv' have to be hot, desperate and thumb. In: Features Fall 204. S. 1.