

Maya Götz/Christine Bulla/Andrea Holler/Simone Gruber/Judith Schwarz

»Man sieht, wie es wirklich in anderen Familien zugeht«

Kinder und Jugendliche und ihr Verständnis von *Familien im Brennpunkt*

Der Artikel stellt die Ergebnisse einer Studie vor, die den Fragen nachgeht, was Kinder an dem Scripted-Reality-Format *Familien im Brennpunkt* begeistert und wie sie die Sendung verstehen.

Sie haben reißerische Titel wie »Megaattraktiver Aufreißer stiehlt seinem kleinen Bruder die große Liebe«, »Casanova gerät an skrupellose Onlinebetrügerin« oder »Naive Teenie-Mutter verliebt sich in Pharaon« und erzählen dramatische, sich bis ins Absurde steigernde Geschichten rund um das Thema »Familien«. Dargestellt werden die erdachten Handlungsabläufe von LaiendarstellerInnen, die oft jenseits der sonst im Fernsehen üblichen Besetzung liegen, was Erscheinung und Schauspielkunst angehen. Sie agieren in Privatwohnungen und auf offener Straße im deutschen (meist Kölner) Raum, häufig schreiend und mit vulgärer Sprache. Gefilmt wird in einem spontan-dokumentarischen Stil, meist mit Handkameras, einige Gesichter sind verpixelt und zu starke Schimpfwörter mit Piep-Tönen überdeckt. Spätestens durch Einwürfe wie »2 Tage später bittet der Schulpsychologe alle Beteiligten zu einem Gespräch. Wir dürfen mit der Kamera dabei sein« wird deutlich: Diese Formate versuchen, einen dokumentarischen Charakter vorzuspielen, und geben vor, eine Realität abzubilden,

die auch jenseits der Fernsehproduktion genau so stattgefunden hätte. Gleichzeitig wird zu Beginn und am Ende einer Folge der Hinweis eingeblendet: »Alle handelnden Personen sind frei erfunden.« Es ist in diesem Sinne zumindest ein Spiel mit Realität, das *Familien im Brennpunkt (FiB)* kennzeichnet. Die 45-minütigen Folgen sind seit 31. August 2009 wochentags und samstags am Nachmittag auf dem privat-kommerziellen Sender RTL zu sehen. Bei 10- bis 13-jährigen Mädchen und Pre-Teens aus finanziell weniger gut ausgestatteten (Sinus-)Milieus ist die Sendung besonders beliebt. Was interessiert Kinder und Jugendliche an den überdramatisierten Familiengeschichten?¹

Die Studie

Die Studie näherte sich auf 2 Wegen der Frage, warum einige Kinder und Jugendliche das Format nutzen und wie sie den Realitätsgehalt einschätzen. Zum einen wurden aus einer repräsentativen Stichprobe von 728 6- bis 12-Jährigen diejenigen identifiziert, die die Sendung ohnehin sehen.² Bei den 6- bis 7-Jährigen war dies knapp jedes zehnte Kind, ein Anteil, der dann mit jedem Jahrgang wächst und schließlich bei den 10- bis 12-jährigen Jungen auf jeden Dritten, bei den Mädchen auf über 40 % anwächst. Diese Kinder wurden standardisiert interviewt. Zusätzlich befragten wir 10- bis 18-Jährige in

Bayern, wobei zu den standardisierten Items offene Fragen, z. B. zur Beschreibung des Formats, zu einzelnen Folgen, Vorlieben sowie Kritikpunkten, hinzukamen.³ Insgesamt wurden so 861 Kinder und Jugendliche zwischen 6 und 18 Jahren allgemein, und die 294 *Familien-im-Brennpunkt*-SeherInnen im Detail befragt.⁴ Die Rezeptionsstudien sind eingebettet in Medienanalysen, um das von den Kindern und Jugendlichen Herausgestellte im Format verorten zu können. Zur Erhebung bei den SchülerInnen wurde zudem eine 90-minütige medienpädagogische Einheit durchgeführt, um den Möglichkeiten und Grenzen der Förderung von Medienkompetenz im Bereich der Scripted-Reality-Formate nachzugehen.⁵

Ergebnisse

Das Format wird beim Durchschalten entdeckt und zeigt Problemsituationen in der Familie

Kinder und Jugendliche »entdecken« *Familien im Brennpunkt (FiB)* durch Zufall, indem sie am Nachmittag beim Zappen darauf stoßen. Woran sie »hängenbleiben«, ist die Thematisierung von Familien, wie ein 14-Jähriger beschreibt: »In *FiB* geht es darum, wie Familien in Deutschland sich verhalten.« Es geht seiner Ansicht nach um regional verankerte Realitäten. Der inhaltliche Schwerpunkt der Sendung wird dabei eindeutig in der Problemorientierung gesehen.

Bei den Sendungen, die besonders gut gefallen, werden zum Teil typische Problemkonstellationen beschrieben: »Im Allgemeinen finde ich Folgen mit Mutter-Tochter-Konflikten oder Elterntrennungen sehr interessant«, formuliert eine 16-Jährige. Vermutlich sind dies Themen, die sie zurzeit sehr beschäftigen. Kinder und Jugendliche haben das Gefühl, hier etwas zu sehen, das sie aus ihrem Alltag kennen: Familien in Konfliktsituationen. 62 % der 6- bis 12-Jährigen stimmen zu, dass sie *Familien im Brennpunkt* sehen, »weil man da sehen kann, dass andere auch in der Familie oder mit ihren Freunden streiten«, bzw. auch »weil es Spaß macht zu sehen, wie es wirklich in anderen Familien zugeht.«

»... wo Familien Stress haben« (12-Jährige)

Kinder und Pre-Teens finden hier vermutlich etwas, das wenig offen thematisiert wird: In Familien gibt es Krisen und Auseinandersetzungen. Dies in übersteigerter Form bei »anderen« anzusehen, gibt ein gutes Gefühl. Durch die Extreme der Geschichten ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass die eigenen Probleme vergleichsweise harmlos und der eigene Alltag vergleichsweise gelingend und glücklich erscheint. Dies schafft Entlastung, aber auch durchaus Sensibilität. Nur 17 % der Befragten lehnen für sich die Aussage ab: »Seit ich *FiB* sehe, weiß ich, dass es viele Familien echt schwer haben, z. B. haben sie wenig Geld.«

Kinder bekommen eine Stimme

Von besonderem Interesse sind aus Sicht der Kinder und Pre-Teens neben den Spielszenen die Statements, in denen die ProtagonistInnen ihre Sichtweise zu den eben dargestellten Ereignissen formulieren.

»... wie sich dann die Kinder fühlen« (13-Jährige)

Im Alltag haben sie selbst im Normalfall nicht diese Möglichkeit. Insofern geben die »Betroffenen« auch eigenen Erfahrungswelten Resonanz, und die Statements symbolisieren quasi ein »Gehörtwerden« der eigenen subjektiven Erfahrung.

Gut und Böse – Richtig und Falsch: die Vereinfachung der Komplexität realer Problemlagen

Was Kindern und Pre-Teens an den Sendungen gefällt, ist die Eindeutigkeit, mit der komplexe Situationen simplifiziert erzählt werden. Es werden Themen aufgegriffen, die sie aus ihrem Alltagsvokabular kennen, wie den Begriff »Mobbing«, der aber als soziale Problemkonstellation alles andere als einfach zu begreifen und zu klären ist (vgl. z. B. Schäfer u. a. 2006). In diesen komplexen Zusammenhängen eine eigene ethische Position zu finden und das eigene Handeln daran zu orientieren, ist anspruchsvoll. Entsprechend dankbar nehmen Kinder und Pre-Teens die fast didaktisch aufbereiteten Erzählungen auf. Medienanalytisch sind es größtenteils vereinfachte, klischeehafte

Erzählstrukturen einer Heldenreise (vgl. Campbell 1994) eines nicht perfekten Protagonisten. Es gibt einen, der die Rolle des Guten innehat, der sich vielleicht nicht immer angemessen verhält, aber dennoch unschuldig abgewertet oder angegriffen wird. Hinzu kommen Figuren in der

Rolle verschiedener BegleiterInnen und es gibt immer die Angreifenden (häufig in Form eines/r Antagonisten/in). Die Motive der Guten werden im Statement artikuliert oder vom Off-Sprecher formuliert. Warum die AntagonistInnen so handeln, bleibt unbenannt.

»... wie sie diese Probleme lösen« (13-Jährige)

Im Laufe der Handlung erkennen die Hauptfiguren und BegleiterInnen ihr Fehlverhalten und ändern sich. Nur die AntagonistInnen verändern sich nicht, bekommen aber ihre gerechte Strafe und geloben daraufhin Veränderung. Dies sind Erzählformen, die Kinder und Pre-Teens u. a. aus Kinderstoffen kennen, die nun auf scheinbar reale Alltagswelten und scheinbar reale Problemlagen anderer übertragen werden – eine didaktisierte Form zum Umgang mit sozialen Problemen.

Für jedes Problem gibt es eine Lösung

Auf die Frage, was ihnen an *Familien im Brennpunkt* besonders gut gefällt, antworten regelmäßige NutzerInnen häufig mit »dass es ein Happy End gab, wie bei jeder Folge« (Junge, 15 Jahre). Sie genießen die Erzählungen, bei denen sich am Ende alle Probleme, trotz größer werdender Streitereien und diverser Verwicklungen, verlässlich zum Guten wenden – und das innerhalb kürzester Zeit. Für diese Kinder und Pre-Teens ist die Sendung auch mit einem potenziell hoffnungsvollen Bild in Bezug auf Problemlösungen verbunden und sie bestätigen: »Seit ich *FiB* schaue, weiß ich, dass es für jedes Problem eine Lösung gibt.«

Lösungsstrategien gewinnen

Einige Befragte, insbesondere die jüngsten und die 13- bis 14-jährigen HauptschülerInnen, haben dabei das Gefühl, aus *Familien im Brennpunkt* Problemlösungsstrategien zu gewinnen. 80 % der 6- bis 7-Jährigen und



Familien-im-Brennpunkt-SeherInnen schätzen die Statements der Betroffenen der Sendung, die eigene Erfahrungswelten widerspiegeln

72 % der befragten 13- bis 14-jährigen HauptschülerInnen, die die Sendung regelmäßig sehen, tun dies, »weil dort gezeigt wird, was bei der Lösung eines Problems hilft und was nicht«. In jeder Sendung werden diverse Problemsituationen aufgeworfen, die sich von Ereignis zu Ereignis steigern.

»... weil ich dann weiß, wie ich mich verhalten soll« (13-Jährige)

Nicht nur die Vielzahl der Steigerungen innerhalb kürzerer Zeit, sondern auch die Verhaltensweisen der ProtagonistInnen und AntagonistInnen sind im Vergleich zur Realität völlig übertrieben und z. T. absurd. Gelöst werden die Konflikte sehr häufig durch den Einbezug einer externen Instanz. Es werden ExpertInnen eingeschaltet und oft erzählt die Geschichte von einer Gerichtsverhandlung zur Klärung des Streits. Es werden also ein bestimmtes Bild von Konflikten (ProtagonistIn-AntagonistIn-Struktur) und bestimmte Arten der Problemlösung dargestellt. Aus Perspektive der Konfliktforschung sind diese Modelle jedoch weder situativ hilfreich noch nachhaltig (vgl. Lemish 2009). Die sehr begrenzte Alltagstauglichkeit dieser Narration zur Übertragung auf die eigenen Probleme wird von

der Mehrzahl der befragten GymnasiastInnen recht gut erkannt, nicht aber von den Grundschulkindern und HauptschülerInnen.

Sich durch Abgrenzung besser fühlen

In allen Altersgruppen spielt neben einer empathischen, einfühlenden Rezeptionshaltung auch der Moment der Erheiterung eine Rolle. In allen Altersgruppen gibt etwa die Hälfte der FiB-SeherInnen an, sie sähen die Sendung, »weil man über Leute, die so dumm sind, mal richtig ablachen kann«. Insbesondere für Jugendliche ist dies ein zentrales Nutzungsmotiv.

»Das war sehr lustig, weil es komplett dämlich war« (16-Jähriger)

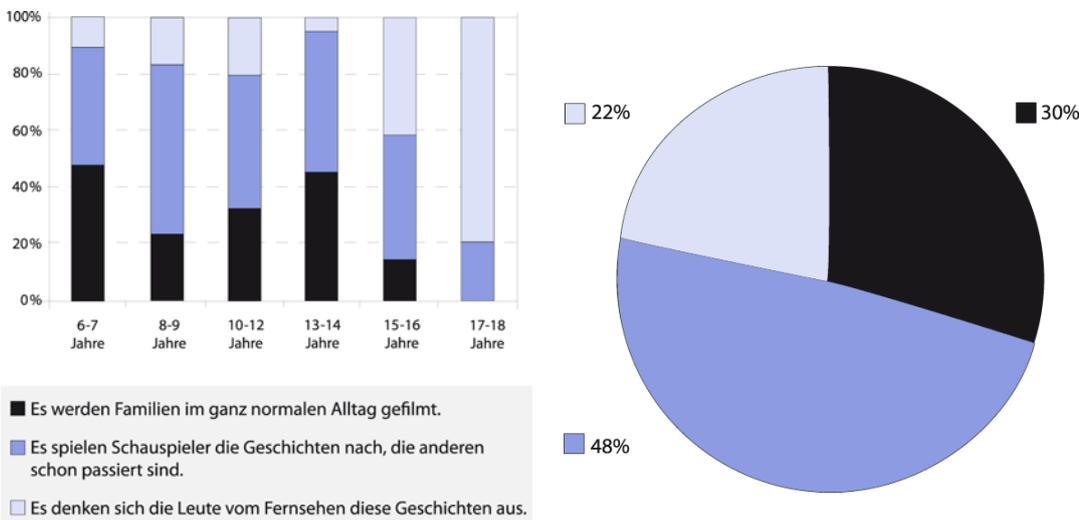
Ein großer Teil der Erheiterung entsteht durch Abgrenzung und Selbsterhöhung. Dadurch, dass sie die Handlungsentwicklung verfolgen, das Problem erkennen und meinen, die Hintergründe verstanden zu haben, können sie sich über diejenigen ProtagonistInnen erheben, die sich durch eine Fehleinschätzung der Situation geleitet völlig unangemessen verhalten. Das gibt in der Rezeptionssituation ein gutes Gefühl. Die eigenen Deutungsmuster werden bestärkt, das eigene Selbstbild erhöht – auf Kos-

ten anderer. Entsprechend ist es nicht verwunderlich, dass gerade bei den Jugendlichen der Anteil derjenigen hoch ist, die der Aussage zustimmen: »Seit ich FiB sehe, weiß ich, dass es viele Leute gibt, die so richtig dumm sind.« Insbesondere bei den 17- bis 18-jährigen GymnasiastInnen wächst die Zustimmung auf 83 %.

Erkennen Kinder und Jugendliche, dass die Sendung »gescriptet« ist?

Die Sendung ist durch ein Drehbuch bestimmt, im Detail von AutorInnen erdacht und von LaiendarstellerInnen umgesetzt. Am Anfang und am Ende jeder Folge werden die Worte eingeblendet: »Alle handelnden Personen sind frei erfunden.« Die Sendungsgestaltung legt jedoch eine Dokumentation einer auch jenseits des Formats stattfindenden Realität nahe. Durchschauen dies Kinder und Jugendliche, die die Sendung kennen und durchaus regelmäßig ansehen? In den qualitativen Aussagen finden sich typische Realitätskonstrukte der Kinder und Jugendlichen. Aussagen weisen darauf hin, dass die Sendung als »gescriptet« erkannt wurde. Eine Gymnasiastin formuliert: »Es ist eine Serie, in der alltägliche Situationen nachgespielt werden. Sie basieren aber nicht auf realen Ereignissen.« (Mädchen, 18 Jahre)

Zum Teil nutzen die Befragten Formatbezeichnungen, z. B. »Es ist eine Reality-Show, die normale Probleme aus echten Familien zeigt.« (Junge, 16 Jahre) Mit Formulierungen wie »gezeigt« und »Show« verweist er damit auf die Vorstellung einer Inszenierung, die jedoch das »Normale« darstellt. Bei anderen wird deutlich, dass sie



Grafik 1: Welche Vorstellung vom Herstellungsprozess von Familien im Brennpunkt haben Kinder und Jugendliche?

den gestellten Charakter erkannt haben, sich aber über den Produktionsablauf nicht ganz klar sind: »Es geht darum, dass ein Fernsehteam eine Woche oder länger eine Familie begleitet. Und dabei gibt es jede Menge gestellte Konflikte.« (Junge, 12 Jahre) Nach dieser Perspektive wäre *Familien im Brennpunkt* eine Mischung aus begleitender Dokumentation einer bestehenden Familie und Theaterspiel, vermutlich ähnlich einem sozialen Rollenspiel. Häufig formulieren die Pre-Teens und Jugendlichen die Vorstellung, die Sendung sei ein Coaching-Format wie *Die Super Nanny* oder *Raus aus den Schulden* (beide RTL): »Es geht in *Familien im Brennpunkt* um Familien, die ihre Probleme dem Fernsehen melden.« (Mädchen, 11 Jahre)

Bereits die offenen Aussagen zeigen deutlich: Nicht alle verstehen, dass die Sendung »gescriptet« ist. Dies ist auch nicht weiter verwunderlich. Kinder und Pre-Teens wachsen heute in einer Medienlandschaft auf, in der sie diversen Mischformen von fiktionalisierten »reality-based formats« begegnen. Über 400 dieser Formate wurden zwischen 2000 und 2009 ausgestrahlt (vgl. Lünenborg u. a. 2011). Sie werden zur Interpretationsfolie, auf Basis derer der Herstellungsprozess von *Familien im Brennpunkt* konstruiert wird. Um diesen Zusammenhang – soweit dies möglich ist – quantitativ zu messen, wurde den

regelmäßigen *FiB*-SeherInnen eine Multiple-Choice-Frage gestellt: »Was denkst du, welche der 3 Möglichkeiten ist richtig?« Als Antwortmöglichkeiten wurde angeboten:

- Es werden Familien im ganz normalen Alltag gefilmt.
- Es spielen Schauspieler die Geschichten nach, die anderen schon passiert sind.
- Es denken sich die Leute vom Fernsehen diese Geschichten aus.

Ein knappes Drittel der *FiB*-SeherInnen sieht die Sendung als Dokumentation (30 %). Rund die Hälfte (48 %) meint, die Geschichten seien nach wahren Begebenheiten nachgespielt. Nur 22 % erkennen, dass es sich um ein erdachtes Format handelt, das von der Realität höchstens inspiriert ist (s. Grafik 1).

In allen Altersgruppen, auch bei den 6- bis 7-Jährigen, gibt es *FiB*-SeherInnen, die den gescripteten Charakter der Sendung entschlüsseln. WenigseherInnen dekonstruieren die Geschichten deutlich häufiger als VielseherInnen. Das heißt, dass diejenigen, die sich auf die Sendung einlassen, sie genießen und sie täglich oder mindestens einmal in der Woche sehen, signifikant häufiger davon ausgehen, dass hier Familien im Alltag dokumentiert bzw. wahre Begebenheiten nachgestellt werden. Verlässlich erkennen, dass es sich hier nicht um eine Dokumentation

handelt, höhere Schulbildung häufiger als Hauptschule. So eindeutig übertrieben und schlecht gespielt *Familien im Brennpunkt* für Erwachsene (vermutlich, denn verlässliche Zahlen liegen nicht vor) und für besser gebildete Jugendliche auch zu sein scheint, für Kinder und Pre-Teens, die die Sendung kennen und nutzen, handelt es sich um reale Begebenheiten, die nachgestellt, wenn nicht sogar dokumentiert wurden.

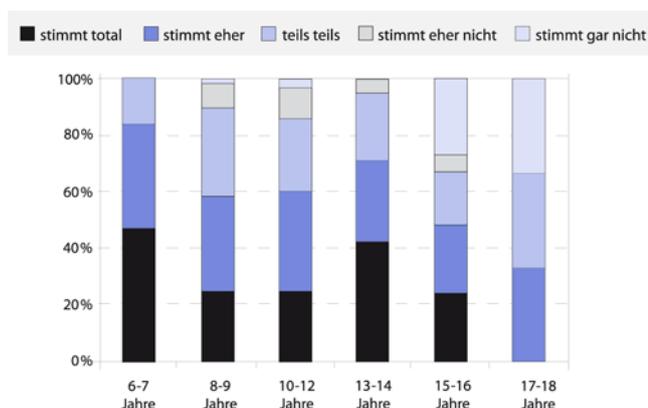
Pädagogische Einschätzung

Verdeckung des gescripteten Grundcharakters

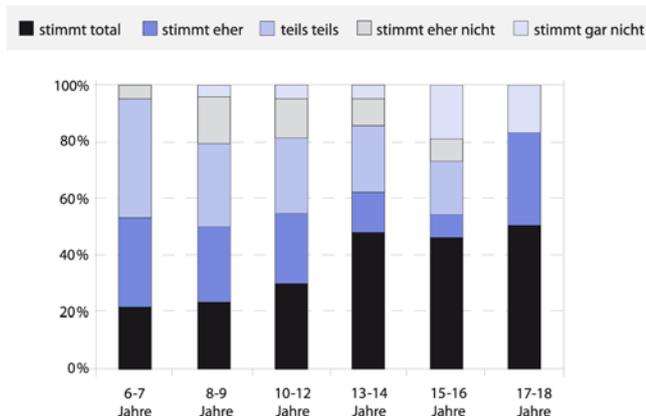
Der aus pädagogischer Sicht zunächst eindeutige Problembereich ist das Missverständnis, dass es sich bei dem Format um eine Dokumentation oder Nachstellung tatsächlicher Ereignisse handelt. Unabhängig von möglichen Geschmacksdebatten oder einer Auseinandersetzung mit Qualitätsfragen ist das Wissen um den »gescripteten« Charakter des Formats grundlegend für einen angemessenen Umgang damit. Insofern besteht hier dringender Handlungsbedarf auf unterschiedlichen Ebenen, um es Kindern und Pre-Teens zu ermöglichen, den Herstellungsprozess zumindest in Ansätzen zu begreifen.

Übernahme von Deutungsmustern

Kinder und Jugendliche, die die Sendung regelmäßig sehen, gewinnen etwas aus ihr. Meist interessieren sie sich für Familienprobleme, vermutlich gerade weil bestimmte Problemkonstellationen sonst wenig thematisiert werden. Sie genießen, dass Kinder und Jugendliche in den Statements eine eigene Sichtweise artikulieren. Dies verleiht symbolisch auch ihrer Perspektive Wichtigkeit und erleichtert das Verständnis der gezeigten Situationen. Gerade jene mit einer involvierten, empathischen Rezeptionshaltung haben das Gefühl, hier Problemlösestrategien zu gewinnen.



Grafik 2: Zustimmung und Ablehnung zur Aussage »Seit ich *Familien im Brennpunkt* schaue, weiß ich, dass es viele Leute gibt, die echt gemein sind.«



Grafik 3: Zustimmung und Ablehnung zur Aussage »Seit ich *Familien im Brennpunkt* schaue, weiß ich, dass es viele Leute gibt, die so richtig dumm sind.«

In der Studie haben wir nur wenige potenzielle Wirkungseffekte abgetestet, bei denen Kinder und Jugendliche die »Wirksamkeit« des Formats für sich selbst einschätzen sollten. Eines der Items, das nur sehr wenige Kinder und Pre-Teens ablehnten, war: »Seit ich *FiB* schaue, weiß ich, dass es viele Leute gibt, die echt gemein sind.« Über 60 % der 6- bis 14-Jährigen stimmen zu, weitere 26 % sagen »teils, teils« (s. Grafik 2).

Familien im Brennpunkt erzählt Geschichten mit einem Antagonistenmuster und steigert diese durch weitere unmoralische Handlungen. In der Realität handeln Menschen subjektiv sinnhaft und versuchen, sich an ihren eigenen ethischen Maßstäben zu orientieren. Insofern ist es immer eine Frage der Perspektive, was »gemein« ist. *Familien im Brennpunkt* erzählt jedoch nicht eine sinnhafte Perspektive der AntagonistenInnen, sondern stellt sie als »an sich« böse Menschen dar, gegen die die Betroffenen so gut wie keine Chance haben, denn sie müssen durch eine machtvolle Institution zurechtgewiesen werden. Wird dies jedoch nicht als fiktionaler Text erkannt, sondern als Abbild der Realität, ist ein Kultivierungseffekt (im Sinne von Gerbner u. a. 2002) und eine Verschiebung des Weltbildes im Sinne eines »Fiese-Menschen-Bildes« zu befürchten.

Bei denjenigen, die distanzierter an das Format herangehen, wird ein ande-

rer potenzieller Problembereich deutlich. Es findet eine Selbsterhöhung auf Kosten anderer statt. Entsprechend wenig verwunderlich ist die bei den Jugendlichen hohe Zustimmung in Bezug auf die selbst wahrgenommene

Wirksamkeit des Formats (s. Grafik 3): »Seit ich *FiB* schaue, weiß ich, dass es viele Leute gibt, die so richtig dumm sind.« Diese in der Sendung dargestellten »anderen« sind kein Abbild der Vielfältigkeit der deutschen Gesellschaft. Es werden klischeehafte Geschichten aus bestimmten Milieus erzählt. Hier ist eine Verzerrung der Realität der Lebenswelten und Problembereiche sozial-ökonomisch weniger gut ausgestatteter Milieus zu vermuten.

Fazit

Die Scripted-Reality-Sendung *Familien im Brennpunkt* ist für Kinder und Jugendliche attraktiv, weil dort deren emotionale Realität aufgegriffen wird. Es wird eine Erlebniswelt überdramatisiert dargestellt, in Familie und Schule kommt es zu Konfliktsituationen. Dass die Menschen und Milieus hierbei nicht nur den sonstigen Fernsehstereotypen in Erscheinung und finanzieller Ausstattung entsprechen, verstärkt das Gefühl, hier würden »echte« Problemlagen erzählt. Gerade Kindern und Pre-Teens fehlt die Medienkompetenz zu erkennen, dass es sich um erfundene Geschichten handelt, in denen LaiendarstellerInnen versuchen, andere darzustellen. Entsprechend wirksam können die dargestellten Geschichten und inszenierten Klischees werden. Hier ist, gerade bei Kindern und Pre-

Teens, dringend mehr Unterstützung im Bereich der Medienkompetenz gefragt.

Dr. Maya Götz, Christine Bulla, Andrea Holler, Simone Gruber, Judith Schwarz (IZI München)

ANMERKUNGEN

¹ In einer Kooperationsstudie gingen die Gesellschaft zur Förderung des internationalen Jugend- und Bildungsfernsehens e. V. und die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) der Frage nach, was Kinder und Jugendliche an diesen Formaten fasziniert und inwieweit sie den »gescripteten« Charakter der Sendungen verstehen. Die Gesellschaft zur Förderung des internationalen Jugend- und Bildungsfernsehens e. V. unterstützt und berät die Arbeit des IZI und der Stiftung Prix Jeunesse.

² 203 jugendliche InterviewerInnen befragten für Deutschland repräsentativ ausgewählte 377 Jungen und 351 Mädchen zwischen dem 6.9. und dem 30.9.2011. Die Befragung wurde von Iconkids & Youth durchgeführt.

³ 2 speziell geschulte InterviewerInnen befragten 59 Mädchen und 74 Jungen mit einem Fragebogen mit offenen und standardisierten Fragen. Die Erhebung fand von 5.10. bis 27.10.2011 statt.

⁴ Während die Ergebnisse für die 6- bis 12-Jährigen als verlässlich einzustufen sind, ist bei den Älteren durch die eingeschränkte Stichprobenauswahl ein größerer Stichprobenfehler anzunehmen.

⁵ Die Ergebnisse fließen in die Konzeption des TV-Profilers #02 ein, vgl. <http://www.lfm-nrw.de/>.

LITERATUR

Campbell, Joseph: *Der Heros in tausend Gestalten*. Berlin: Insel 1999.

Gerbner, Georg; Gross, Larry; Morgan, Michael; Signorielli, Nancy; Shanahan, James: *Growing up with television: Cultivation processes*. In: Bryant, Jennings; Zillmann, Dolf (Hrsg.): *Media effects*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum 2002, S. 43-67.

Lemish, Peter: *Quality in presenting conflicts. Conflict resolution is at the basis of quality TV*. In: *TelevisiZion*, 22/2009/E, S. 49-52.

Lünenborg, Margreth; Martens, Dirk; Köhler, Tobias; Töpper, Claudia: *Skandalisierung im Fernsehen. Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption von Reality-TV-Formaten*. In: *Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien NRW (LfM)*, Band 65. Berlin: Vistas 2011.

Schäfer, Mechthild; Korn, Stefan; Werner, Nicole; Crick, Nicki: »... Und es wird immer und immer schlimmer!« – Zur Unterscheidung von Bullying und Viktimisierung in der weiterführenden Schule (Forschungsbericht Nr. 183). München: LMU 2006.