

19. April 2004

medien heft

Unser grosser Bruder

20 Jahre nach Orwells Anti-Utopie

Stephan Alexander Weichert

"Big Brother" ist eine Show, die so naiv mit der Anti-Utopie Orwells kokettiert, als habe es weder den Nationalsozialismus noch den sozialistischen Überwachungsstaat der DDR gegeben. Dafür wurde John de Mol, der Schöpfer der Reality-Show, am Samstag in Luzern anlässlich des internationalen Festivals für Fernsehunterhaltung "Rose d'Or" mit der "Goldenen Ehrenrose" ausgezeichnet.

Sie spielen das Spiel der Drei-Klassen-Gesellschaft. Es gibt die "Reichen", die Zugang zum Internet haben, à la Carte essen und es sich auf 220 Quadratmetern Luxus zwischen Sauna, Swimmingpool und Relax-Zone gut gehen lassen. Dann gibt es die "Survivors", die selbst bei Minusgraden wie Obdachlose im Freien auf Isomatten schlafen und ihr Abendessen erst schlachten müssen, bevor sie es auf der offenen Feuerstelle braten können. Und drittens gibt es die Mittelschicht, die "Normalos", bei denen alles ganz normal abläuft – genau so, wie im wirklichen Durchschnittsleben eines Mietshausbewohners oder Kampfhundbesitzers. Und wie in der Realität draussen vor dem "Big Brother"-Container nötigt das soziale Gefälle die Kandidaten zum Klassenkampf: Die "Survivors", sprich die Armen, müssen für die Reichen Frondienste verrichten, und die Normalos schauen ungeniert dabei zu.

"Das sei eben wie im richtigen Leben", verkündete Pressesprecher Richard Mahkorn zum Auftakt der fünften Staffel von "Big Brother", die Anfang März gestartet ist. "Wenn dem reichen Harvard-Absolventen die Susi aus dem Armenviertel gefällt, lädt er sie sich zum Baden an den Pool ein, und dafür geht dann was von seinem Budget ab." Wie der Klassenkampf nach dieser Bierdeckel-Soziologie funktioniert, sollen 52 Kameras und 68 Mikrophone im neuen "Big Brother"-Container in Köln-Ossendorf rund um die Uhr dokumentieren. Diesmal wird allerdings nicht für 100 Tage observiert wie bei den ersten vier Staffeln. Gleich ein ganzes Jahr lang sollen die fünfzehn Kandidaten unter Quarantäne gestellt werden – abgeschnitten von der Aussenwelt und ohne jede Privat-

Impressum

Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: ++41 (0)1 299 33 11, Fax: ++41 (0)1 299 33 91, E-Mail: redaktion@medienheft.ch, Internet: www.medienheft.ch

kostenloser Bezug via Internet oder Mailingliste; Bezug der Medienheft Dossiers (zwei Ausgaben pro Jahr) im Abonnement inkl. Versand und exkl. MwSt. SFr. 30.-- (Ausland SFr. 35.--)

sphäre. Selbst das Plumpsklo im Armentrakt wird rund um die Uhr überwacht, jedes noch so kleine Geschäft übertragen. Lediglich eine Stunde täglich wird den Container-Bewohnern unter Ausschluss der Öffentlichkeit gewährt.

Mit dem neu erdachten Drei-Klassen-Konzept ändern sich nicht nur die Rollen der Probanden des 365-Tage-Experiments, sondern auch die Regeln: Strikt getrennt von Gitterstäben wie aus einem antiken Gefängnisstreifen treffen die "Gladiatoren" der unterschiedlichen Kästen regelmässig aufeinander, um sich in beinharten "Matches" und "Challenges" zu duellieren, sozialer Auf- oder Abstieg nicht ausgeschlossen. Und damit die Insassen dem ständigen Existenzkampf um Denunziation, Körperentblössung und Seelenstriptease auch möglichst lange standhalten, winken dem Gewinner nach einem Jahr eine Million Euro Preisgeld – vorausgesetzt, die zahlende Werbeindustrie spielt so lange mit.

"Härter, spektakulärer und länger" soll die Neuausgabe der Reality-Show werden. Das versprach jedenfalls die übermütige "Big Brother"-Moderatorin Ruth Moschner den 3,12 Millionen Deutschen (10,7 Prozent Marktanteil), die anfangs März den Einzug der neun Container-Bewohner bei RTL2 live mitverfolgt haben. Auch MTV Pop und Tele5 übertragen das Observierungs-Spektakel seitdher in Ausschnitten, der Privatsender Tele5 allerdings nicht wie RTL2 in Tageszusammenfassungen und zur Primetime von 19.00 bis 20.00 Uhr, sondern live und zu nachtschlafender Stunde. Gegen eine Extra-Gebühr lassen sich auch Premiere-Abonnenten die Sendezeitverwertung etwas kosten: Für 15 Euro monatlich oder 5 Euro am Tag können sie "Big Brother" 24 Stunden in Echtzeit auf einem eigens eingerichteten Kanal sehen.

Anforderungsprofil: sexy und eloquent

Im Vorfeld der fünften "Big Brother"-Staffel wurden per Stellenanzeige, die bei der Internet-Stellenbörse "Stepstone" erschienen ist, arbeitslose Akademiker gesucht: "Sie haben mindestens einen Hochschulabschluss, gerne auch einen akademischen Grad vorzuweisen. Sind geistreich, eloquent, kultiviert und haben ein breitgefächertes Interessen- und Wissensspektrum von A wie 'Algebra' bis Z wie 'Zönobit'", lautete der Ausschreibungstext. Dieses neue Anforderungsprofil sollte wohl das merklich abgesackte Gesprächsniveau vorheriger "Big Brother"-Staffeln heben und neue werberelevante Zielgruppen ansprechen. Der Fragebogen, den die Bewerber der engeren Auswahl ausfüllen mussten, liess dann aber noch andere Erwartungen der "Big Brother"-Produzenten vermuten: "Sex für eine Million – unmoralisch oder verführerisch?", "Dein schönstes Sex-Erlebnis?", "Mit wie vielen Menschen hattest Du schon Sex?" und "Könntest Du Dir vorstellen, im Big Brother Haus Sex zu haben?".

Und siehe da: Bereits einen Tag nach Sendestart landete eine für Boulevard-Medien äusserst attraktive Kandidatin auf die Frontseite der auflagenstärksten deutschen Tageszeitung: "Mutter ohne Herz! Für Big Brother lässt sie ihr Kind im Stich", titelte "Bild" und stellte damit die 22-jährige Gelegenheitsstripperin Sandra R. wegen angeblicher Verletzung der Sorgerechtpflichten an den Pranger. Der Beitrag war garniert mit einem Ganzkörperfoto der herzlosen Mutter – oben ohne versteht sich –, daneben abgebildet ihr zweijähriger Sohn Leon-Luca samt Grosseltern und Papa. Ein prominenter Programmhinweis mit Folgen: Zwei Wochen und einige Titelgeschichten und Nacktfotos später, nachdem RTL2 den Zweijährigen in den Container zur Rabenmutter geholt hatte, musste die Berlinerin den Container auch schon wieder verlassen. Denn die "Bild"-Kampagne hatte eine Entrüstungswelle losgetreten, die bis in den Bundestag schwapp-

te. Eine wirksamere Werbung für die Reality-Show hätte es kaum geben können, auch wenn RTL2-Geschäftsführer Josef Andorfer kurz nach Sandras Rauswurf beteuerte: "Wenn wir den Eindruck gewinnen, dass durch dieses Format jemand zu Schaden kommen könnte, müssen wir unserer Verantwortung als Sender gerecht werden und die Konsequenzen ziehen." Ab sofort würden keine Kandidaten mit Sorgerechtsverpflichtungen mehr bei "Big Brother" zugelassen. Stripperin Sandra R. verliess derweil unter Tränen das Haus und begab sich in psychologische Behandlung. Fast zeitgleich wurde Millionärswitwe Tatjana Gsell als neue Container-Bewohnerin geholt. "Ich will den Leuten mal zeigen, wie ich wirklich bin. Nicht nur Luxusweib, sondern total locker drauf", wurde das 32-jährige Busenwunder aus Berlin zitiert, das vergangenes Jahr wegen des gewaltsamen Todes des Ehemannes vorübergehend in Untersuchungshaft war. Und wieder war sich "Big Brother" einer "Bild"-Story sicher.

Die "Mutter aller Reality Shows" weltweit

Seit nunmehr einem Jahrzehnt beglückt Endemol mit seinem Echte-Leute-Fernsehen das Publikum, und das nicht nur in Deutschland. In Spanien heisst das Format "Gran Hermano", in Italien "Grande Fratello" und in Frankreich "Loft Story". Inzwischen ist die "Mutter aller Reality Shows" (RTL2) in über 20 Ländern der Welt zu Hause, darunter in Argentinien, Australien, Brasilien, Mexiko, Neuseeland, Norwegen, Portugal, Russland, Schweiz, Südafrika und den USA.

Für seine "herausragenden Leistungen für die TV-Unterhaltungsindustrie" durfte John de Mol, "Big Brother"-Erfinder sowie Mitgründer und Chef der holländischen TV-Produktionsfirma Endemol, am vergangenen Samstag auf dem Branchenfestival "Rose d'Or" in Luzern die "Goldene Ehrenrose" entgegennehmen. "Diese Auszeichnung ehrt John de Mol als einer der wichtigsten Produzenten von innovativen und kreativen TV-Programmen und anerkennt seine einzigartige Leistung für die ganze Fernsehindustrie", weiss Jurymitglied David Liddiment. Er sei "ein aussergewöhnliches Talent, dessen Kreativität und dynamische Ideen sowohl inhaltlich als auch formal zu einer neuen Generation der Fernsehunterhaltung geführt haben", gaben die Festivalveranstalter im Vorfeld bekannt. Endemol habe das Verhältnis zwischen dem Zuschauer und dem Fernsehen verändert, da sich nun auch ganz gewöhnliche Leute als Teil der Fernsehwelt fühlen könnten. De Mol sei es zudem als erster Europäer gelungen, mit seinen Ideen den amerikanischen Markt im Sturm zu erobern und gleichzeitig weltweite Hits zu landen. "In 50 Jahren wird die TV-Geschichte nur noch in Vor-'Big Brother' und Nach-'Big Brother' eingeteilt", hat John de Mol angeblich selbst einmal gesagt. Ob "Big Brother" aber einer "sozialen Revolution" gleichkommt, wie die Festivalveranstalter von Rose d'Or meinen, darf bezweifelt werden.

Welche interkulturellen Nebenwirkungen Reality-Shows etwa haben können, zeigte sich im Februar dieses Jahres: Die nach westlichem Vorbild und unter dem Original-Label ausgestrahlte "Big Brother"-Show im Inselstaat Bahrain erregte die dortigen Gemüter aufs Heftigste. Denn das erzwungene Zusammenleben nicht verheirateter Menschen unterschiedlichen Geschlechts über einen längeren Zeitraum widerspricht dem Islam. Nachdem sogar einige islamische Parlamentarier eine Anfrage an den Informationsminister unterzeichnet und eine Stellungnahme der Regierung gefordert hatten, nahm der Druck auf den Satellitensender Middle East Broadcasting Centre (MBC) zu: Die arabische "Big Brother"-Variante wurde schliesslich aus dem Programm genommen.

Eine Show, in der "Überwachen und Strafen" (Michel Foucault) zum spielerischen Prinzip erklärt wird, hat nur Erfolg, wenn sie (knapp) an der Wirklichkeit vorbei geht. Aus der Warte einer unfreien Gesellschaft ist sie nicht nur geschmacklos, sondern – für den Medienmarkt weit schlimmer – wirtschaftlich erfolglos.

Vielleicht ist es kein Zufall, dass das Orwell-Jahr 1984 mit der Stunde Null des deutschen Privatfernsehens zusammenfiel und 20 Jahre später eine bizarre Schöpfung dieser TV-Unterhaltungsindustrie weltweit zum Inbegriff für modernes Fernsehen wird. "Big Brother" ist eine Sendung, die so naiv mit der Orwell'schen Anti-Utopie kokettiert, als habe es weder den Nationalsozialismus noch den sozialistischen Überwachungsstaat der DDR gegeben. Jede Gesellschaft bekommt eben das Fernsehen, das sie verdient, könnte man meinen. Aber sollte sie ihr Fernseh-Kulturgut auch exportieren dürfen? Selbst wenn das Format von Land zu Land variiert und je nach kulturellen Gepflogenheiten nur massgefertigte Aufgüsse von "Big Brother" das Fließband der TV-Fabrik Endemol verlassen, bleibt die Botschaft immer gleich: "Big Brother is watching you!"

Opium fürs Volk

Das eigentlich Utopische am "Big Brother"-Format ist, dass sich ein Totalitarismus- und ein Kapitalismus-Gedanke kreuzen, quasi eine Mischung aus George Orwells Überwachungsstaat in "1984" und Aldous Huxleys hedonistischer Konsumgesellschaft in "Schöne neue Welt", wo die Menschen in ein Kastensystem hineingezeugt werden. Was der "Televisor", das geheimnisvolle Empfangs- und Sendegerät in Orwells Zukunftsroman kann, findet heute im Internet seine Entsprechung: Über die Homepage von "Big Brother", wo das Überwachungsprogramm 24 Stunden auf Sendung ist, kann jeder, der zuhause "Big Brother" spielen will, sämtliche Tätigkeiten seines Lieblingskandidaten über eine der vielen Kameras direkt überwachen. "Livestreams", "Spylines" und Handy-Klingeltöne erlauben den Zuschauern scheinbar die totale Kontrolle. Derweil sichern lukrative Werbefenster, kostenpflichtige Telefonabstimmungen und die spätere Einzelvermarktung der Kandidaten die Gewinne der Produzenten.

"Unwissenheit ist Stärke", lautet ein Grundsatz in Orwells "1984". Doch es sind nicht die Container-Bewohner, auf welche dieses Orwell-Prinzip zutrifft, wenn sie beim Konfettistanden, Sockenstopfen oder Specksteinschnitzen um den sozialen Aufstieg kämpfen, scheinbar unwissend, welchen Part sie in der Medienmaschinerie spielen. Es sind vielmehr die Zuschauer, die in die Beobachtungsfalle hineintappen im Glauben, überlegene Voyeure zu sein. Ist doch das selbstvergessene Publikum das eigentliche Objekt der Begierde von Werbewirtschaft und Rundfunksendern. Nicht umsonst lautete wohl die zum Auftakt der fünften Staffel von "Big Brother" breit plakatierete Werbebotschaft "Opium fürs Volk". Da nützt es wenig, wenn Politiker wie der CSU-Generalsekretär Markus Söder fordern, die Sendezeit von "Big Brother" auf 23.00 Uhr zu verlegen oder die Show ganz abzuschaffen, weil sie ein "verheerendes Vorbild" für die Jugend sei. Die rituelle Teilhabe des Publikums allein entscheidet über Erfolg oder Misserfolg der Show. Und nicht nur das: Sie ermöglicht erst die ganze Verwertungskette von "Big Brother" und damit auch den Millionengewinn des Siegers.

Stephan Alexander Weichert ist Herausgeber und Chefredakteur des Medienmagazins COVER und arbeitet als Medienwissenschaftler am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Hamburg.

Literatur:

Foucault, Michel (1975): Surveiller et punir. La naissance de la prison. Paris.

Guy Lochard / Guillaume Soulez (2003) (Hrsg): La télé-réalité, un débat mondial. Les métamorphoses de "Big Brother". Sonderheft "Média Morphoses". Inathèque de France. Paris.

Huxley, Aldous (1988): Brave New World. London. First published in UK 1932.

Orwell, George (1982): Nineteen eighty-four. Middlesex. First published in UK 1949.

Rötzer, Florian (2004): Big Brother verträgt sich nicht mit dem Islam. In: Telepolis, 02.03.2004:
<http://www.heise.de/tp/deutsch/special/ost/16868/1.html>

Links:

Big Brother bei RTL2:
<http://www.bigbrother.de>

Offizielle Website von Rose d'Or, internationales Festival für Fernsehunterhaltung:
<http://www.rosedor.ch>

Websites zum Leben und Werk von George Orwell:
<http://www.k-1.com/Orwell>
<http://www.ucsolutions.com/nef/index2.htm>
<http://www.online-literature.com/orwell/1984>

Websites zum Leben und Werk von Aldous Huxley:
<http://www.huxley.net>
<http://www.anglistik.uni-muenster.de/Huxley>
http://www.online-literature.com/aldous_huxley/brave_new_world

Websites zum Leben und Werk von Michel Foucault:
<http://www.suhrkamp.de/autoren/foucault/foucaultbio.htm>
<http://www.foucault.qut.edu.au>
<http://rhizom.free.fr/magazine/foucault.htm>
<http://www.theory.org.uk/ctr-fouc.htm>
http://de.wikipedia.org/wiki/Michel_Foucault
<http://www.egs.edu/resources/foucault-links.html>
<http://www.raffiniert.ch/sfoucault.html>

Der Text befindet sich im Internet unter:
http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k21_WeichertStephanAlexander.html

Weitere Artikel, die im Medienheft zu "Big Brother" erschienen sind:
http://www.medienheft.ch/dossier/archiv/uebersicht_15.html