Zwischen Menschenzoo, Panoptikum und Dauertheater

Inszenierungsstrategien im „Big Brother"-Container und ihre gesellschaftlichen Funktionen

Joan Kristin Bleicher

Literaturwissenschaftlich orientierte medienwissenschaftliche Analysen von Sendeformen und -inhalten zeigen, dass Fernsehprogramme Facetten eines Spiegels unserer Gesellschaft bilden. Die Reality Show „Big Brother" ist der mediale Schnittpunkt zweier gesellschaftlicher Entwicklungslinien zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Zum einen ist die Sendung ein Ergebnis der gesellschaftlichen Akzeptanz von Dauerbeobachtungen, zum anderen entspricht sie der zunehmenden Bedeutung von Medienpräsenz für die Positionierung des Einzelnen in der gesellschaftlichen Hierarchie. Der folgende Beitrag beschreibt zunächst, wie „Big Brother" sich in die Programmentwicklung der neunziger Jahre einfügt, und stellt am Beispiel der ersten Staffel dar, wie die Redaktion die Kandidaten inszeniert und sich die Kandidaten der Sendung etablierter Figurenschemata des Fernsehens bedienen, um ihre Publikumswirksamkeit zu steigern. Zur Ausgangsthese vom Fernsehen als Spiegel der Gesellschaft zurückkehrend, wird abschließend gezeigt, wie Spielanforderungen an die Kandidaten aktuelle gesellschaftliche Anforderungen widerspiegeln.

1. Zur Einbindung des Sendungskonzepts von „Big Brother" in das Formatspektrum des Fernsehens in den neunziger Jahren

„Wir sehen jetzt durch einen Spiegel in einem dunklen Wort; dann aber von Angesicht zu Angesicht. Jetzt erkenne ich stückweise; dann aber werde ich erkennen, gleichwie ich erkannt bin." (1. Kor 13, 12)

„Big Brother", das als Format dem performativen Realitätsfernsehen (Keppler 1994) zuzurechnen ist, kombiniert in seiner Mischung unterschiedlicher Genres Konventionen erfolgreicher Sendungsformate des Fernsehprogramms der neunziger Jahre. Aus den diversen Shows mit versteckten Kameras ist ein Reality-Format[1] mit sichtbaren Kameras geworden. Beziehungsshows wie „Herzblatt" (ARD) bilden die Vorlage für die sprachliche Selbstinszenierung der Kandidaten und ihre Beobachtung durch die Zuschauer. Beziehungsshow-Formate beinhalten diverse Kommunikationsrituale wie Frage und Antwort zu Charaktereigenschaften, Konsumverhalten, Interessen. Diese Kommunikationsrituale finden in „Big Brother" ihre Entsprechung in vielen Gesprächen der Kandidaten, die die gleichen Themenkomplexe behandeln.

Neben die Kommunikationsrituale tritt das Element der Thematisierung von Konflikten nichtprominenter Menschen in den Daily Talkshows. Ihr Themenspektrum beeinflusst die inhaltlichen Vorgaben der Redaktion für die abendlichen Diskussionen im „Big Brother"-Container. Auch Inszenierungsmuster der Daily Talkshows wurden in

1 Zur Traditionslinie des Reality-Fernsehens vgl. auch Ralf Hohlfeld: Weniger Wirklichkeit war nie – Big Brother und die Tradition des Reality-Fernsehens. In: Frank Weber (Hrsg.), Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster 2000, S. 196f.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

„Big Brother“ integriert.[2] Aus Sicht Eggo Müllers haben Beziehungsshows „das Medium für Darbietungen „wirklicher“ Konflikte alltäglicher Menschen geöffnet und damit schleichend dessen Charakter verändert“ (Müller 1999, 12). Erst die zunehmende Thematisierung von Privatheit in den Beziehungs- und Talkshows der frühen neunziger Jahre ermöglichte den televisionären Menschenzoo am Beginn des neuen Jahrtausends.

„Big Brother“ integriert nicht nur, sondern erweitert auch das Spektrum von Unterhaltungsshows der neunziger Jahre. So steigert dieses Format seine potenzielle Unterhaltungswirkung. Diverse Spiele in Hochzeitsshows weichen in „Big Brother“ dem szenisch strukturierten Abbild häuslicher Aktivitäten. Gleichzeitig werden mit den zahlreichen Gesangseinlagen der Kandidaten Elemente von Musikshows in die Sendung integriert, die bis hin zur Übernahme der Choreographie von Tanzdarbietungen reichen. Für Zlatko[3] gehört das Singen populärer Schlager zum Teil seiner publikumsorientierten Selbstinszenierung. Auch andere Kandidaten, wie Jürgen, Jona und Manu, versuchen, sich durch Gesangs- und Tanzeinlagen unterhaltungsgerecht zu profilieren. Das Singen redaktionell vorgegebener Liedtexte dient darüber hinaus der sich in den neunziger Jahren inflationär verbreitenden Sendungswerbung[4] innerhalb der Sendung selbst. „Wer ‚Big Brother‘ nicht kennt, hat den Trend verpennt“, intonieren die Kandidaten.

„Big Brother“ bindet Unterhaltungselemente der Showunterhaltung in die Darstellungskonventionen jugendorientierter Langzeitserien ein. Diese etablierten sich mit dem Erfolg der Daily Soap „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“ (RTL) im Programmangebot der neunziger Jahre. Die szenische Struktur der täglich ausgestrahlten „Big Brother“-Sendungen passt sich den dramaturgischen Konventionen dieser am jugendlichen Zielpublikum orientierten Langzeitserien an, etwa mit der Addition folgeninterner Spannungsbögen und der Platzierung von Cliffhangern als Spannungshöhepunkten am Ende der Sendung, die die Möglichkeiten von Konflikt und Gewalt thematisieren. Auch die Darstellungsmittel ähneln sich: Dialoge werden seriellen Kamerakonventionen entsprechend im Schuss-/Gegenschuss-Verfahren präsentiert, Musikeinblendungen signalisieren akustisch Spannungshöhepunkte. Kurzeinblendungen der Titelmelodie schaffen Übergänge zwischen den unterschiedlichen Handlungsabschnitten. Wie in den Daily Soaps erhöhen Auftritte von prominenten Gaststars (Verona Feldbusch oder Tony Polster) die Publikumswirksamkeit der Folgenhandlung, binden die Sendung aber auch in medienökonomische Verwertungsketten ein. Musik- und Tanzeinlagen prominenter Bands wie „Four Colours“ sorgen gleichermaßen für Abwechslung für die Kandidaten und die Vermarktung der Popgruppe.

Die Nähe der Sendung zum Zeiterleben der Zuschauer ist ein weiteres zentrales Wirkungselement von Langzeitserien. Wie in den Daily Soaps, so feiern auch im „Big Brother“-Container die Charaktere jahreszeitspezifische Feste zeitgleich mit den Zuschauern. So inszenierten die Kandidaten ihre eigene Karnevalssitzung mit Büttenreden und Verkleidung (3.3.00). Um die Feierlaune zu heben und die Selbstdarstellung der Kandi-

2 Nicht umsonst bildete die Parodie einer Daily Talkshow einen Höhepunkt der schauspielerischen Leistung der Kandidaten.

3 Die folgenden Beobachtungen beziehen sich auf die erste Staffel von „Big Brother“, die im Frühjahr 2000 von RTL II ausgestrahlt wurde. Im Anhang zu diesem Beitrag findet sich eine Übersicht über die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sowie über Regeln und Spielverlauf dieser Staffel.

4 Vgl. hierzu: Knut Hickethier, Joan Bleicher (Hrsg.): Trailer, Teaser, Appetizer. Zu Ästhetik und Design der Programmverbindungen im Fernsehen. Hamburg 1998.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

daten zu enthemmen, stiftet die Redaktionsleitung auch schon mal hochprozentige Getränke für die Abschiedsparty der freiwillig den Container verlassenden Jona. Neben dem allgemeinen Partyknutschen liefert die sich übergebende Manu im Garten die durch Alkoholeinfluss möglich gewordenen Handlungshöhepunkte.

Wie die Daily Soaps, so nutzt auch „Big Brother" als Handlungsort den televisionären Bühnenraum Wohnung für die szenische Präsentation von Beziehungskonflikten und die Selbstinszenierung der Kandidaten. Auch die den Daily Soaps vergleichbare serielle Konstruktion des Alltagsverlaufs in „Big Brother" nähert sich dem Alltag der Zuschauer an. Die Sendungsfolgen kennzeichnet die wiederkehrende Handlungsabfolge: Gespräche, Essen, Garten, Tages- oder Wochenaufgabe, Haushalt, Körperpflege[5], Training, thematisch orientierte Abenddiskussion, Schlafen oder nächtliche Gespräche. Dieser gleich bleibende Ablauf verleiht den Sendefolgen Ritualcharakter.[6] Der Zuschauer gewöhnt sich an seine tägliche Begegnung mit den Menschen in der Containerwelt, sie wird ihm langsam vertraut.

Das rituelle Element der täglichen Wiederholung wechselt mit der Höhepunktdramaturgie des Wochenendes, die in Konventionen des Showformats eingebunden ist.[7] Neben die 45-minütige tägliche Zusammenfassung des seriellen Alltagslebens treten mit den Abwahl- und Nominierungssendungen selbstreferenzielle Shows über die Show. So feiert, beobachtet und kommentiert sich „Big Brother" selbst. Zentraler Teil dieses Selbstkommentars sind „Experten"-Meinungen über den Sendungsverlauf, die wöchentlich im Studio abgefragt werden, und Sendungseinschätzungen durch einzelne Fans, zu denen werbewirksam auch Soapstars von RTL „Unter Uns" gehören. Diese Einschätzungen und die Prognosen eines mit EDV-Ausstattung operierenden Astrologen über das weitere Verhalten der Kandidaten lenken die Zuschauerwahrnehmung und -sympathien. Da die Abwahlentscheidung über Kandidaten letztendlich bei den Zuschauern liegt, kann die Redaktion mit den Einschätzungen und Prognosen steuernd in den Sendungsablauf eingreifen. Gleichzeitig wird die Erwartungshaltung der Zuschauer für die folgende Programmwoche vorstrukturiert. Der Astrologe teilt in jeder Show mögliche Konfliktkonstellationen mit, die einen dramatischen Höhepunkt in einer der nächsten Sendungen nahe legen. So bilden die Wochenendshows mit ihrer Starorientierung, ihren Vorverweisen und dem interaktiven Angebot, über das Schicksal der Kandidaten mit zu entscheiden, einen wichtigen Faktor der Zuschauerbindung.

Nicht nur Elemente von Unterhaltungs-, sondern auch von Informationssendungen werden in das Format integriert. Durch die zahllosen Tipps der Kandidaten untereinander beinhaltet „Big Brother" auch die Empfehlungsstruktur von Ratgebersendungen, in denen sich Experten mit Ratschlägen an die Zuschauer wenden. Ratgeberfunktionen betreffen nicht nur private oder berufliche Probleme, sondern auch Themen der All-

5 Holger Gertz spricht von der inoffiziellen deutschen Meisterschaft im Alltagsdreikampf mit den Disziplinen Zähneputzen, Brusthaartrimmen, Achselhaarentfernen. Holger Gertz: Im Griff des großen Bruders. Süddeutsche Zeitung Nr. 132. 9.6.2000, S. 3.

6 Zur Notwendigkeit des Gleichbleibenden für das Ritual vgl. auch: Günter Thomas: Medien – Ritual – Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens. Frankfurt am Main 1998. Teil II.

7 Dies entspricht grundlegenden Entwicklungen im Bereich der Programmplanung, die in den neunziger Jahren zwischen den Extrempositionen Ritual und Höhepunktsdramaturgie wechselt. Siehe dazu: Joan Kristin Bleicher: Ritualisierung und Inszenierungsstrategien des Fernsehprogramms. In: Heribert Schatz; Udo Göttlich; Jörg Uwe Nieland (Hrsg.), Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien. Köln 1998, S. 54 – 72.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

tagsgestaltung wie Kochen, das Basteln von Freizeitgeräten für Haustiere und Gartenpflege. Der medial vermittelte Alltag erhält Vorbildfunktion für die eigene Alltagsgestaltung der Zuschauer.

2. Inszenierungsstrategien durch die Redaktion

2.1 Die Beobachtungsobjekte auf der televisionären Bühne: Typenauswahl des Casting

Wie in Beziehungsshows, Langzeitserien und Dokusoaps basiert die Handlung des Containers auf dramaturgisch wirksamen Figurenkonstellationen. Die für die Abwechslung der Zuschauer notwendige Vielfalt der Kandidaten-Selbstinszenierung bedarf der Mischung unterschiedlicher Persönlichkeiten durch die Produktionsfirma. Das Kandidatencasting von „Big Brother“ entspricht nicht nur dem etablierten Figurenensemble von Langzeitserien, sondern folgt auch der Typenstruktur von Beziehungsshows (Müller 1999, 58): der „charmante Schwiegersohn“ (Jürgen), der „selbstverliebte Beau“ (Alex), der „zurückhaltende Sensible“ (Thomas), die „üppige Blondine“ (Sabrina), die „kurzhaarige Burschikose“ und die „geheimnisvolle Dunkelhaarige“ (für beide steht Andrea).

Gleichzeitig sind neben der äußerlichen Typenvielfalt auch Unterschiede in den Charakteren erkennbar. Produzent Rainer Laux charakterisiert die ideale Gruppenstruktur: „In Holland wurden die Kandidaten so zusammengestellt, dass sie eine relativ homogene Gruppe bildeten. In Deutschland werden wir das Gegenteil versuchen.“ Unterschiedliche Persönlichkeiten und kontrastive Lebensauffassungen sollen für das Confrontainment-Potenzial im Container sorgen. Rainer Laux betont zunächst die Lebenserfahrung als Kriterium: „Sie sollen schon viel erlebt haben und sich ordentlich ausdrücken können. Schließlich müssen sie die Zuschauer 100 Tage unterhalten.“[8] Doch die Kandidatenauswahl selbst widerspricht dieser Äußerung. Zlatkos Ausdrucksfähigkeit erwies sich als ebenso begrenzt wie die Lebenserfahrung des Informatikstudenten Thomas.

Zlatko und der spätere Sieger John fallen durch ihre im sonstigen Unterhaltungsprogramm des Fernsehens wenig gefragte soziale Außenseiter-Stellung aus dem Rahmen. Ihre Integration in die Gruppe erweitert das Potenzial der Sendung, als Spiegel gesellschaftlicher Realität zu fungieren. Dennoch sieht der Soziologe Sighard Neckel nicht das gesamte Spektrum der Gesellschaft in der Kandidatenstruktur der Sendung repräsentiert. Aus seiner Sicht hat die Redaktion nur bestimmte Milieus ausgewählt: „Wir haben es im Wesentlichen mit den Vertretern von nur zwei Milieus zu tun. Auf der einen Seite stand die Gruppe, die in der Öffentlichkeit als Spaßgemeinschaft verschrien ist, das moderne hedonistische Arbeitnehmermilieu der Bundesrepublik, am besten verkörpert natürlich von Jürgen. (…) Am Rand dieses Milieus stehen Personen wie John und Zlatko, die von Deklassierung bedroht sind und auf Action und Risiko aus sind. Auf der anderen Seite war das kleinbürgerliche Aufsteigermilieu repräsentiert, also Manu, Kerstin, Jona und Andrea, mit Alex als Randfigur, dem gefallenen Sohn aus dem etablierten Bürgertum. Vertreter anderer Milieus tauchten gar nicht auf.“[9]

---

8 Rainer Laux zitiert nach: Ab in den Container. http://www.stern.de vom 6.3.2000.

9 „Ein bisschen Kerstin ist in jedem von uns.“ „Big Brother“ – ein Talk: Sighard Neckel, Detlef Kuhlbrodt, Peter Körte und Harry Nutt im Gespräch. In: Frankfurter Rundschau Nr. 132, 8.6.2000, S. 20.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Bereits in den „Big Brother"-Vorläuferformaten der Beziehungsshows spielt die Selbstinszenierung der Kandidaten beim Casting eine entscheidende Rolle. So wird die Selbstdarstellung der Kandidaten in Gruppenspielen beobachtet. Die Hunters von „Herzblatt" bevorzugen Kandidaten, „die in alltäglichen Situationen über besondere selbstdarstellerische Fähigkeiten verfügen" (Müller 1999, 56). Genau diesem Prinzip folgte auch das Casting von „Big Brother". Publikumswirksame Selbstdarstellung in Alltagssituationen erweist sich als zentrale Anforderung vieler Showformate der neunziger Jahre.

Das Casting bleibt auch während des Sendungsverlaufs ein zentrales Steuerungselement. Die Entscheidung über den Einsatz von Ersatzkandidaten für freiwillige Sendungsaussteiger (Despina, Jona, Kerstin) folgte situationsbedingten Anforderungen. So sorgte nach dem Auszug der eher depressiven Jona die dralle „Proll"-Blondine Sabrina als weiblicher Zlatko für den aus Sicht der Redaktion in diesem Sendungsabschnitt erforderlichen Spaßzuwachs. Neue Kandidaten können die Zuschauerbedürfnisse befriedigen und so die Quotenlage beeinflussen.

2.2 Zuweisung von Protagonisten- und Antagonisten-Rollen

Die Vermittlung von positiv eingeschätztem Denken und Verhalten ist – wie in den Langzeitserien – an Personen gebunden. Doch wird das Auftreten der Kandidaten nicht nur über ihre Selbstinszenierung durch eigenes Gesprächs- und Alltagsverhalten bestimmt, sondern vor allem durch die Auswahl präsentierter Szenen durch die Redaktion. Wie in den Langzeitserien, so folgt die Szenenauswahl einer klaren Zuweisung von Protagonisten- und Antagonisten-Rollen. In der Woche nach ihrer Nominierung forderte eine Vielzahl von Szenen mit Jana als Antagonistin, die gegen andere Gruppenmitglieder lästert, ihre Abwahl geradezu heraus. Mit der unter den Zuschauern weit verbreiteten Negativstimmung gegen Manu[10] ging eine Szenenpräsentation einher, die Manu als Zicke präsentierten. Auch Zlatkos Beliebtheit bestimmte die Szenenauswahl, die ihn als Protagonisten positiv ins Zentrum setzten. Die Regisseure integrierten seine Drohungen gegen Manu oder seine Gewaltausbrüche gegen Alex nicht in die Ausschnitte der täglichen Sendung. Gleichzeitig blendeten die Fernsehsendungen Regieanweisungen aus, die in den Internetübertragungen durch Lautsprecher im Container hörbar waren. So wurde etwa Manu einmal in das Sprechzimmer gerufen. Bei ihrer Rückkehr erzählte sie den anderen Kandidaten, dass die Redaktion ihre Passivität kritisiert und sie zu mehr Selbstdarstellung aufgefordert habe.[11]

Nicht allein die manipulative Szenenauswahl erregte das Misstrauen vieler Zuschauer, auch das Prozedere der Abwahl resultierte in Verschwörungstheorien, die insbesondere in den Chatgroups des Internet ausgetauscht wurden. Im Zentrum dieser Theorien stand Endemol-Produzent Rainer Laux: „Als Strippenzieher haben die TV-Junkies den Produzenten Rainer Laux ausgemacht. Kerstin plaudert über Vertragsdetails – eine Todsünde; sie muss raus. Manu, als Verbündete von Kerstin und Alex, bekam von drinnen und draußen so viel Gegenwind, dass sie von Laux fallen gelassen werden konnte. Glaubt zumindest ‚Petrus': ‚Laux hat uns erst beigebracht, dass wir auf Manuela böse

10 Diese Negativstimmung wurde auch in den Artikeln des die Sendung begleiteten Fanzines geschürt. Sie bezeichneten Manu und Kerstin als Lügnerinnen und charakterisierten Manu als weinerlich.

11 Eigene Beobachtung im Internet.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

sein sollen, dann auf Kerstin; als Nächstes könnte Alexander drankommen: den mag der Herr Laux, glaube ich, momentan nicht so besonders.‘“[12]

Der Manipulationsvorwurf wurde durch die Vermarktungsstrategien der Produktionsfirma unterstützt. Es war auffällig, dass vor allem diejenigen Kandidaten aus der Sendung genommen wurden, die sich zu diesem Zeitpunkt besonders gut vermarkten ließen. Zlatko brachte außerhalb des Containers mehr Einnahmen für die Produktionsfirma Endemol, die mit 50 % an seinen Einnahmen beteiligt ist, als durch sein weiteres Bleiben. Selbst die Abstimmung zum Sieger des Spiels mit lediglich 0,9 % Vorsprung des Erstplatzierten vor dem Zweitplatzierten entsprach in idealer Weise den Vermarktungsinteressen: Jürgen konnte auch als Zweitplatzierter vermarktet werden, der ruhige John hingegen ließ sich nur als Sieger „verkaufen“.

2.3 Die Raumstruktur des Container als mediale Bühne

„Die Panoptische Anlage schafft Raumeinheiten, die es ermöglichen, ohne Unterlass zu sehen und zugleich zu erkennen.“ (Foucault 1994, 257)

„Big Brother“ dient dem Fernsehen auch als Demonstrationsobjekt seiner Machtposition als Leitmedium im sich verändernden Mediensystem. Michel Foucaults Fazit aus seinen kulturhistorischen Studien zu Formen der Machtausübung charakterisiert aus heutiger Sicht das Dispositiv[13] des Fernsehens: „Das Prinzip der Macht liegt weniger in einer Person als vielmehr in einer konzertierten Anordnung von Körpern, Oberflächen, Lichtern und Blicken; in einer Apparatur, deren innere Mechanismen das Verhältnis herstellen, in welchem die Individuen gefangen sind“ (Foucault 1994, 259). Für Foucault ist „der perfekte Disziplinarapparat (…) derjenige, der es einem einzigen Blick ermöglicht, dauernd alles zu sehen“ (Foucault 1994, 224). Was er am Beispiel des benthamschen Panopticons als Dauerbeobachtungsanlage des 18. Jahrhunderts beschreibt, lässt sich auf die Beobachtungssituation von „Big Brother“ übertragen. Bereits die frühe Form der Dauerbeobachtung Benthams implizierte die dauernde Kontrolle.

Wie die von Foucault beschriebene panoptische Anlage, so ist auch die Dauerbeobachtung des Fernsehens auf eine spezifische Raumgestaltung angewiesen. Jede Inszenierung braucht ihren Darstellungsort, der in der Tradition des Theaters als Bühne bezeichnet wird. Doch die Bühne der televisionären Menschenbeobachtung mit Unterhaltungsanspruch entbehrt nicht eines gewissen Zynismus. Container sind in unserer Gesellschaft die Wohnorte der Ausgegrenzten, vor allem Asylbewerber und Obdachlose sind hier untergebracht. Das Fernsehen stellt nun diesen Ort der Ausgrenzung ins Zentrum seiner medialen Beobachtung. So verspricht es durch Medienpräsenz implizit die Möglichkeit, der Ausgrenzung zu entkommen und eine zentrale Position zu erreichen.

Im 18. Jahrhundert betrieb das Panoptikum „Naturforschung; es stellt die Unterschiede fest“. Im 20. Jahrhundert gleichen sich die Raumstrukturen der Fernsehbeobachtung dieser Naturforschung an[14]: Ort der Beobachtung bleibt – wie im 18. Jahrhun-

12 Per Hinrichs: Internet-Psychologie. In: Hamburger Abendblatt vom 25.4.2000. S. 13.

13 Gemeint ist die spezifische Anordnung von Apparat und Zuschauer.

14 Vgl. hierzu auch Thomas Hensel: Zwischen Panopticon und Peep-Show. Eine Medienarchäologie des Big Brother Container. In: Frank Weber (Hrsg.): Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster 2000, S. 289 – 314.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

dert – der „geschlossene, parzellierte, lückenlos überwachte Raum, innerhalb dessen die Individuen in feste Plätze eingespannt sind, die geringsten Bewegungen kontrolliert und sämtliche Ereignisse registriert werden“ (Foucault 1994, 253). Den Beobachterplatz im benthamschen Panopticon ersetzen die Kameras hinter den Spiegeln des „Big-Brother“-Containers. Der Regieraum bildet die Machtzentrale, die das Verhalten der Kandidaten reglementiert und bei Fehlverhalten, wie dem Aufbau eines Kamera-Sichtschutzes durch Despina, reglementiert.

Die Raumstruktur passt sich etablierten Vermittlungskonventionen des Fernsehens an. In „Big Brother“ fungiert der lückenlos überwachte Raum des Containers wie die Studiokulisse einer Langzeitserie, in der jeder einzelne Raum seine spezifische Funktion hat und bereits die Szenen charakterisiert, die in ihm stattfinden. Der Garten markiert den Freizeitbereich, wo die Kandidaten relaxen oder im Krafttraining ihre Körperideale zu verwirklichen suchen. Die Küche ist der Ort der Gruppenzusammenführung, hier werden die gemeinsamen Mahlzeiten vorbereitet und eingenommen. In den Haushaltsaktivitäten innerhalb der Küche realisieren sich traditionell Genderkonstruktionen. Der Wechsel zwischen tradierten und aktuellen Geschlechterrollen zeigt sich praktisch an der Arbeitsaufteilung zwischen Männern und Frauen: John durchbricht mit dem Brotbacken tradierte Männerrollen, Jürgen hält sie durch seine Weigerung zu kochen aufrecht. Im Wohnzimmer werden die gemeinsamen Gespräche inszeniert, Konflikte ausgetragen, gefeiert oder das gemeinsame Relaxen als Freizeitaktivität zelebriert. Das Schlafzimmer ist Ort der intimen Gespräche, dient aber auch der Realisation des sonst dialogorientierten Paarungsverhaltens. Das Badezimmer fungiert als die Hinterbühne im Sinne Erving Goffmans, als von der Außenwelt unzugänglicher Raum, in dem sich Menschen auf ihre öffentliche Selbstdarstellung vorbereiten.[15] Hier bereiten die Kandidaten durch Maßnahmen des Körperdesigns wie Schminken, Frisieren und Brusthaarentfernung ihre visuelle Selbstinszenierung vor.

Die festgelegte Raumstruktur wird durch die festgelegte Platzierung der Möbel unterstützt. Im allgemeinen Regelbuch für die „Big Brother“-Kandidaten heißt es: „Für das gesamte „Big Brother“-Haus gilt: Die Möbel dürfen nicht verrückt werden.“[16] Die vorgegebene Raum- und Requisitenaufteilung bleibt erhalten, die Kandidaten müssen sich in ihrer Selbstinszenierung an die Bedingungen anpassen. So ist die publikumswirksame Sitzordnung für die Wochenendshows ein dauerhafter Streitpunkt. Wechselnde Gruppenhierarchien werden in der Sitzordnung erkennbar. Die Kandidaten gestalten die Sitzgruppe als Bühne ihrer Selbstdarstellung. Sie wird durch eine bestimmte Kleidungswahl unterstützt; mit kurzen Texten auf T-Shirts und Mützen übermitteln Kandidaten Nachrichten und Grüße nach außen.

Die Beobachtungssituation des „Big Brother“-Containers perfektioniert die bisherige Kandidatenpräsentation in Fernsehshows, die der Position eines Delinquenten gleiche, der Objekt der Beobachtung werde, ohne Subjekt einer Kommunikation zu sein (Friedrich 1991, 52f.). Doch wendet Müller gegen Friedrich ein: „Die nonprofessionellen Kandidaten befinden sich als Akteure auf einer Bühne, auf die sie sich freiwillig zum Zwecke ihrer (Selbst-)Darstellung begeben haben“ (Müller 1999, 66). Der Container

15 Erving Goffman: Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München 1996. S. 104.

16 Der große Bruder. Erstmals dokumentiert: Aus dem geheimen Regelbuch für die Mitwirkenden der Endemol-Produktion „Big Brother“. Frankfurter Allgemeine Zeitung Nr. 134, 10.6.2000, S. 41.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

wird zur Schaubühne, die als moralische Lehranstalt das gesellschaftlich adäquate Denken und Verhalten von Menschen präsentiert.[17]

3. Die Selbstinszenierung der Kandidaten

3.1 Selbstinszenierung nach Rollenvorbildern der Fernsehgenres

Sympathie ist das zentrale Kriterium, das über den Erfolg der Kandidaten entscheidet. Sie versuchen daher, nicht allein im Container selbst die eigene Nominierung zu verhindern, sie müssen auch die für sie anonyme Masse der Zuschauer für sich gewinnen. Da sie für die Zuschauer nur in der medialen Präsentation sichtbar sind, passen sich die Kandidaten etablierten Formen medialer Popularität an. In der mediengerechten Selbstinszenierung liegt eine der zentralen Anforderungen des Spielekonzepts. Die Kandidaten nutzen ihre Kenntnis unterschiedlicher Genrekonventionen des Fernsehens für die Gestaltung ihrer performativen Auftritte. Ihre wechselnde Imitation medialer Rollen ist in die Handlungsstruktur des jeweiligen Genres eingebunden. Im Container als Showbühne parodieren die Kandidaten Nachrichtensendungen, Daily Talkshows (9.3.00), und imitieren Comedystars des Fernsehens wie Tom Gerhardt oder Gaby Köster.[18] Auch die Redaktion nutzt Genrevorgaben: Am Abend vor Liedaufnahmen im Sprechzimmer werden die Kandidaten bei der Bekanntgabe der Tagesaufgabe schriftlich zu attraktiver Kleidung aufgefordert (9.3.00), um die Kamerabilder der Gesangsaufnahmen in den Videoclip des „Big-Brother“-Liedes integrieren zu können. Der Gastauftritt des Berliner Promifrisörs Udo Waltz am 10.5.00 diente der Aufbesserung des optischen Erscheinungsbildes, das Waltz an Starstandards anpasste.

Die Kandidaten passen nicht nur ihr äußeres Erscheinungsbild, sondern auch ihr Verhalten den Inszenierungsmustern etablierter Stars an. Diese Inszenierungsmuster sind für die anderen Kandidaten identifizierbar; so vergleicht Jürgen Sabrina mit der „Dallas“-Serienfamilie Ewing (10.5.00). Zur Übernahme von seriellen Inszenierungsmustern zählen auch die in Bekenntnissen enthaltenen Enthüllungen aus der eigenen Vergangenheit, wie sexuelle Übergriffe im Kinderheim (John). Manus und Nesthäkchen Jonas Tränenausbrüche folgen den darstellerischen Konventionen des Melodrams, obgleich der Zuschauer auf die passende musikalische Untermalung verzichten muss. Sie bleibt Szenen mit weinenden Männern (John und Alex) vorbehalten.

Die Kandidaten orientieren sich in ihrem Beziehungsverhalten an den Handlungskonventionen von Serien. Jürgen und Sabrina inszenieren ihre Beziehung als Sitcom mit einer Kombination aus witzigen Dialogen und komischen Situationen. „Dass Kerstin, die arbeitslose Schauspielerin, auf die Mittel der Soap Opera zurückgriff und mit dem Kneipenwirt Alex eine Beziehung in Episoden inszenierte, zeigt die Raffinesse, mit der die Darsteller am Drehbuch ihrer Biographie arbeiten.“[19] Dazu zählen auch Kerstins professionell inszenierten Knutschereien und Auseinandersetzungen mit Alex, bei denen sie sich seriengemäß neben ihn setzt, sodass beide gleichzeitig von der Kamera erfasst werden können. Den Konventionen der Langzeitserien entsprechend beendet sie die Auseinandersetzung mit der verbalen Betonung ihrer Gefühle und dem Verlassen

17 Diese Funktion beschrieb Friedrich Schiller 1784 ausführlich in „Die Schaubühne als moralische Anstalt betrachtet“.

18 Als weiblicher „Lachsack“ ersetzt Sabrina die Reaktion des Saalpublikums.

19 Sandra Kegel: Du bist nicht allein. Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.5.2000.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

des Raumes als Szenenabschluss. Andrea betont ihre Harmonisierungskompetenz in der Vermittlung innerhalb von Gruppenkonflikten und entspricht so den Vermittlerfiguren in den Langzeitserien, die durch ihre bloße Aufforderung: „Redet doch mal miteinander", Konflikte beenden. Diese Integration diverser formaler und inhaltlicher Vermittlungskonventionen des Fernsehens bildet die Grundlage für die spezifischen gesellschaftlichen Funktionen der Sendung, die ich im folgenden Abschnitt beschreibe.

3.2 Exemplarische Inszenierungsstrategien der Selbstdarstellung

„Die Sichtbarkeit ist eine Falle."
(Foucault 1994, 257)

Mit ihrer Selbstinszenierung erreichen die Kandidaten drei Publika: die Gruppe im Container, die Redaktion, die als Erstseher über die Dauer und Art der Fernsehpräsenz entscheidet, und die Zuschauer an den Bildschirmen.[20] Die Gruppe übernimmt die erste Kontrolle und Reglementierung der Selbstdarstellung der Kandidaten und ihres Alltagsverhaltens. Ihre Bewertung und Reglementierung kann dem Zuschauer in seiner Bewertung Vorgaben liefern und so sein eigenes Abwahlverhalten beeinflussen und steuern. Der Container spiegelt so exemplarisch allgemeine gesellschaftliche Disziplinierungen abweichender Lebens- und Wertevorstellungen und des nicht gruppenkonformen Verhaltens.

Im Container lassen sich zwei grundlegende Modelle der Selbstinszenierung unterscheiden:

1. das Verbreiten positiver Stimmung durch die performative Inszenierung: die ständige Präsentation guter Laune und einer Reihung selbst geschaffener komischer Situationen, der Imitation von Comedystars und einer Folge von erzählten Witzen (Jürgen, Sabrina);
2. die Veröffentlichung des Privaten durch die Offenlegung der eigenen Persönlichkeit und das Erzählen von Ausschnitten der eigenen Lebensgeschichte (John, Andrea, Alex).

Für ihre Selbstinszenierung wählen die Kandidaten Rollenmuster, die aus ihrer Sicht sowohl medialen Anforderungen als auch aktuellen Zuschauerinteressen entsprechen. Sabrina präsentiert sich als Sexbombe und Dauerrednerin mit humoristischem Anspruch. Jürgen versteht sich als stets gut gelaunter Unterhalter, der den Menschen Freude bereiten will, aber auch als Ratgeber ethische Positionen vertritt, die sich an der allgemeinen Moral orientieren. Als Lebensideale präsentiert er Beziehungsidyllen wie die Harmonie seiner Beziehung zu Tochter, Freundin und Freundeskreis. Die Dauerinszenierung als verantwortungsvoller Sympathieträger lässt ihn allerdings an seine Leistungsgrenzen stoßen: In der letzten Woche durchbricht Jürgen seine selbst gewählten Harmonieideale durch mehrere aggressive Ausfälle.

Für Zlatko ist attraktives Aussehen und somit Körperstyling wichtiger Teil der Selbstdarstellung, denn „das Aussehen ist ja immer das, was man als Erstes sieht" (9.4.00). In Gesprächen mit den anderen Kandidaten erfragt er, was sonst noch als „trendig" angesagt ist. Alex inszeniert sich als attraktiven Dauermacho, der sein individuelles Wertesystem lebt und dabei seine Unabhängigkeit betont. Jana führt sich mit ihren Sexkugeln als erotisch ein, vergisst aber nach einigen Tagen, dieses Muster der Selbstinszenierung

20 Sei es nun am Computer- oder am Fernsehbildschirm.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

aufrechtzuerhalten. Auch John durchbricht seine Selbstinszenierung als zurückhaltender, sozial denkender und handelnder Mensch, wenn er im Gespräch mit Andrea meint: „So bin ich nur im Fernsehen. Ich kann auch anders“ (3.5.00). Jonas und Manus Tränenausbrüche sollen als gezielte Emotionalisierung Sympathiezuwachs sichern.

Eine wesentliche Reaktion auf den Zustand der Dauerbeobachtung ist die konzentrierte Körperselbstwahrnehmung der Kandidaten, die sich in diversen sportlichen und kosmetischen Aktivitäten äußert. „Unter dem Blick des anderen schämen wir uns unseres Körpers, unseres Aussehens, unseres Benehmens[21] – des ganzen Bildes, mit dem wir uns der Welt zeigen. Der bloße Verdacht, dass der fremde Blick mich beobachtet, genügt, um diese allumfassende Scham hervorzurufen.“[22] Sabrinas schamloses Verhalten, die wiederholte freiwillige Selbstfreigabe des nackten Körpers für voyeuristische Blicke, entsprach in idealer Weise den vom Format unterstellten Sehbedürfnissen der Zuschauer und den visuellen Vermarktungsinteressen der Printmedien.[23]

Zur Selbstinszenierung der Kandidaten gehört – den Darstellungskonventionen der Langzeitserien entsprechend – die wiederholte Thematisierung ihrer Handlungsmotivation. Lediglich Zlatko bekennt offen, nur wegen des Geldes im Container zu sein. Jürgen verkündet in den letzten Wochen in direkter Zuschaueransprache im Sprechzimmer sympathieträchtig: „Ich tue alles nur, um die Zukunft meiner Tochter zu sichern.“ John und Alex suchen nach Extremerfahrungen, Thomas will in der sozialen Begegnung lernen, den Anforderungen des Gemeinschaftslebens gerecht zu werden. Diese Handlungsmotivationen orientieren sich an derzeit aktuellen Motivationsstrukturen der Gesellschaft: Extremerfahrungen werden in immer neuen Risikosportarten gesucht, mit Gemeinschaftserfahrungen versuchen Singles, ihre Isolierung zu durchbrechen.

In ihrer Selbstinszenierung orientieren sich die Kandidaten auch an aktuellen Diskussionen um Genderkonventionen. Gleich in den ersten Tagen diskutieren die Frauen die Rolle der Zicke und die für sie erforderlichen Verhaltensweisen. Gleichzeitig wird Stehpinkeln als typisch männliches Fehlverhalten geahndet. Andrea wehrt sich gegen geschlechtsspezifische Arbeitsaufteilung, die Jürgen wiederholt durchzusetzen versucht. Alex durchbricht genderspezifische Kleidungsgrenzen durch das optische Signal des Tragens eines Rockes. Das Gendercrossing ist auch zentraler Teil von inszenierten Spielen, wie der parodistischen Darstellung eines anderen Kandidaten (Tagesaufgabe am 23.3.00).

3.3 Visuelle und sprachliche Darstellungselemente der Selbstinszenierung

Die körpergebundene visuelle Selbstinszenierung der Kandidaten orientiert sich an Szenen der Popkultur und medialen Vorbildern. Tägliches Training dient der Durchsetzung aktuell angesagter Körperformen, und so wird Fitness zum zentralen Teil des körperlichen Selbstausdrucks. Die Kandidaten kombinieren zwei Körperideale, die Foucault bereits als maßgeblich für das 18. Jahrhundert beschrieben hat: den mechanischen Körper und den festen, beweglichen Körper (Foucault 1994, 199).

---

21 Dies trifft insbesondere auf Sabrina zu, die wiederholt in Gesprächen mit anderen Bewohnern ihre möglicherweise negative Außenwirkung diskutiert und auch schon mal den Wunsch: „Das bitte schneiden“, an die Redaktion äußert.

22 Boris Groys: Unter Verdacht. Eine Phänomenologie der Medien. München 2000, S. 80.

23 So druckte etwa die Bild-Zeitung Sabrinas Duschfotos ab.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Gesten werden als körpersprachliches Darstellungsmittel unterschiedlich eingesetzt. Jürgen und Sabrina nutzen eine heftige Gestik, um die Witzigkeit ihrer humoristischen Einlagen zu unterstützen. In Gesten deuten sich auch Konflikte an, die das Sehinteresse der Zuschauer wecken. Jens Jessen konstatiert, „mit kleinen Gesten der Gier und Gewalt hielten sie (die Kandidaten, Anm. J. B.) die Hoffnung wach auf das große Böse."[24] Individuelle Körpersprache wird so zum Schauspiel der eigenen Selbstdarstellung ebenso wie zum Teil der Dramaturgie des Handlungsverlaufs.

Die in den Spielregeln vorgeschriebenen täglichen Statements im Sprechzimmer sind Monologe, in denen die Kandidaten die aktuelle Situation im Container schildern, das Verhalten der anderen bewerten und ihre subjektive Befindlichkeit thematisieren. Diese Äußerungen entsprechen in idealer Weise den Anforderungen des klassischen dramatischen Monologs: „Im Gegensatz zum Dialog ist der Monolog hauptsächlich auf die sprechende Person bezogen; es gibt eine einzige Referenzebene, er fordert keine Gegenrede, ist aber desto nachhaltiger an das Publikum gerichtet."[25] So sind Tränenausbrüche Manus und Jonas vor allem im isolierten Bühnenraum des Sprechzimmers angesiedelt. Vergleichbar der reflexiven Ebene subjektiver Stellungnahmen in Langzeitserien nehmen die Kandidaten in ihren Statements eine moralische Bewertung der aktuellen Gruppensituation und des Verhaltens der einzelnen Kandidaten vor. Kritik wird häufiger im Sprechzimmer geäußert als in den Gesprächen untereinander.

Im Serien-Schauspiel sind Requisiten ein zentraler Faktor der Figurencharakterisierung.[26] Auch die Kandidaten versuchen, durch die Auswahl ihrer Kleidung nicht nur ihrem Lebensstil Ausdruck zu verleihen, sondern auch eine schnelle visuelle Identifizierbarkeit zu erreichen. So sind John und Alex anhand ihrer Kopfbedeckungen im Bild sofort zu erkennen. Zentrales modisches Requisit bilden die Sonnenbrillen, die den Container als Werbefläche der optischen Industrie erscheinen lassen. Marshall McLuhan vermochte ein ganz besonderes Wirkungspotenzial in der Sonnenbrille zu erkennen: „Sonnenbrillen erzeugen das undurchschaubare und unnahbare Vorstellungsbild, das sehr stark zu aktiver Teilnahme und Vervollständigung einlädt."[27]

Zu den zentralen Ausdrucksformen der Selbstinszenierung zählen die sprachliche Selbstdarstellung und das Gesprächsverhalten in der Gruppe. Gespräche richten sich nicht nur an die körperlich anwesenden Gesprächspartner, sondern gelten der publikumswirksamen verbalen Selbstdarstellung. John passt situative Auszüge aus seiner Lebensgeschichte dem jeweiligen Thema an. Jürgen betont in Kurznarrationen seine Familienerfahrungen und gibt allgemeine Lebensratschläge, die er sehr oft nicht nur an seinen „kleinen Bruder" Zlatko, sondern direkt an die Fernsehzuschauer richtet. Alex erzählt unterschiedliche Reiseerfahrungen, um so seine Weltgewandtheit zu demonstrieren. Die Kandidaten folgen einer impliziten Regelung des Gesprächsablaufs, die besagt, jeder darf in seinem Beitrag ausreden und hat so Zeit für seine Selbstdarstellung.

---

24 Jens Jessen: Warten aufs Böse. Aber bei „Big Brother" wollte es sich noch nicht zeigen. In: Die Zeit, Nr. 24, 8.6.2000, S. 41.

25 Manfred Brauneck, Gérard Schneilin (Hrsg.): Theaterlexikon. Hamburg 1986, S. 624.

26 Vgl. hierzu: Joan Kristin Bleicher: Alltagsnahes Schauspiel in Langzeitserien „Lindenstraße" und „Gute Zeiten – Schlechte Zeiten". In: Knut Hickethier (Hrsg.): Schauspielen und Montage. Schauspielkunst im Film: Zweites Symposium (1998). St. Augustin 1999, S. 223 – 244.

27 Marshall McLuhan: Understanding Media. Zitiert nach: Detlef Kuhlbrodt: 2000 Lightyears from Home. Verschiedene Versuche über Big Brother. In: Frankfurter Rundschau Nr. 122, 26.5.2000, S. 22.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Bei redaktionell vorgegebenen Themenkomplexen der Bewertung unterschiedlicher Sachverhalte oder Verhaltensformen orientieren sich die Kandidaten an der generellen Meinung zu einem Thema und verzichten auf strittige Extrempositionen. Sie entwerfen Lebensmodelle und Wertevorstellungen von breiter Akzeptanz. Wechselseitige Zustimmung ersetzt die Kontroverse, die eine Abwahl durch die Zuschauer zur Folge haben kann.

Gruppengespräche konfrontieren die einzelnen Kandidaten mit anderen Kriteriensystemen der Bewertung von Menschen. Sie diskutieren die Bedeutung von Attraktivität, Handlungs-, Unterhaltungs-, Sozial- und Wissenskompetenz. Kerstin machte Zlatko mit der für ihn vorher nicht relevanten Bedeutung der Kenntnis von Weltliteratur vertraut. Zlatko selbst wusste zwar nicht, wer Shakespeare ist, kennt sich aber mit Kleidung und den Kriterien körperlicher Attraktivität im Fernsehen aus. Thomas und Jana bleiben ohne klar erkennbare Kriteriensysteme und Kompetenzbereiche, was sie Sympathien der Zuschauer kostet.

Das Gesprächsverhalten wird in zentraler Weise von der Beobachtungssituation gesteuert. Die Dialogpartner richten sich in gleicher Weise an die direkt präsenten Zuhörer[28] und an die Zuschauer an den Beobachtungsgeräten, die als Publikum der inszenierten Dialoge und Monologe adressiert werden. Boris Groys stellt fest, dass wir klarere moralische Positionen vertreten, wenn wir uns von Unbekannten beobachtet fühlen. Es entstehe „ein Gefühl der unbedingten Verantwortung vor dem Abwesenden.“[29] Genau diese klaren ethischen Positionen vertreten die Kandidaten in Statements, Diskussionen und Gesprächen. In den abendlichen Diskussionen orientieren sie sich an den Vorgaben der Political Correctness. Bei einer Diskussion über das Für und Wider von Atomkraftanlagen (29.3.00) propagieren sie Bürgerpolitik; beim Thema „Für eine Millionen Mark Sex mit einem Freier“ (5.4.00) tun Jürgen, Kerstin und John alles für ihre Familie. Die Nähe zur allgemeinen konservativen Moral ist in diesen Diskussionsbeiträgen offensichtlich. Alex vertritt in seiner Selbstinszenierung als „lonesome heroe“ wiederholt einen subjektiven Ehrenkodex, den er einzuhalten gedenke, und grenzt sich so auch sprachlich von der Gruppe ab. Teile dieses Kodexes, wie das füreinander Einstehen von Freunden, gibt er nur situationsgebunden in den abendlichen Diskussionen preis.

Szenisch strukturierte Inszenierungen mit hohem Unterhaltungswert erfordern die Teilnahme mehrerer Kandidaten. Kleine, wechselnde Ensembles realisieren humoristische Sketsche. John nutzt gemeinsam mit Andrea die parodistische Imitation, um fiktive Gesprächssituationen zu inszenieren. Dazu zählt seine im Dialog mit Andrea vorgetragene Homosexuellen-Parodie. Jürgen und Zlatko präsentieren sich als Duo in der Slapstick-Tradition und bezeichnen sich selbst als „Dick und Doof“. Beide kombinieren Witze mit komischen Situationen oder nutzen demonstrativ Nichtwissen als Unterhaltungsgaranten.[30] Jürgen versucht, eine möglichst große Bandbreite seiner Dialogbeiträge humoristisch zu gestalten. Seine Redebeiträge in persönlichen Gesprächen und

28 Als zusätzliches Publikum fungieren neben der Redaktion die Zuschauer hinter dem Zaun, die sich durch Zwischenrufe und Musikeinspielungen akustisch bemerkbar machen. Alex kommuniziert unmittelbar nach dem freiwilligen Auszug von Kerstin mit den Fans am Zaun. Die körperliche Präsenz am Zaun ermöglicht die direkte Teilnahme am medialen Ereignis.

29 Boris Groys: Unter Verdacht. Eine Phänomenologie der Medien. München 2000, S. 84.

30 Dies geschieht nicht nur in der legendären Shakespeare-Diskussion, sondern auch in dem Abfragen englischer Vokabeln durch Jürgen.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Diskussionen folgen einer an der Sendeform der Comedy orientierten Pointenstruktur; so gehört zu seinen performativen Akten auch die Comedyparodie etwa von Tom Gerhardt in seiner Fernsehrolle als Hausmeister Krause. Sabrina folgt als Dialogpartnerin der von Jürgen vorgegebenen Pointenstruktur. Andere Kandidaten setzen auf gezielte Emotionalisierung der Einzelinszenierungen. Jona und Kerstin wählen die Form des persönlichen Bekenntnisses, um durch Emotionalisierung Zuschauersympathien zu wecken. So sind Abtreibung (Jona) und Fehlgeburt (Kerstin) Themen mit hohem Mitleidspotenzial. Die verbale Selbstinszenierung der Konkurrenten ist ein zentrales Diskussionsthema im Container. So bemängelt Jürgen, dass Kerstin die Gespräche zu ernst nähme, und betont die Bedeutung des Humorgehalts der Unterhaltung. Alex fordert offene Selbstdarstellung und kritisiert, dass Jürgen nichts von seiner Person in den Gesprächen preisgebe.

Eine bruchlose Einheitlichkeit der verbalen Selbstinszenierung kann zu Problemen bei der Einschätzung durch die Zuschauer führen. „Wenn bestimmte Menschen immer nur wiederholen, was man von ihnen schon hundertmal gehört hat, entsteht nicht der Eindruck, dass sich dabei ihr verborgenes Denken manifestiert – vielmehr erwecken sie den Verdacht, dass sie anders denken als sie sprechen."[31]

3.4 Die Selbstdarstellung in der Handlung

„Big Brother" ergänzt die medienwirksame Selbstdarstellung von Beziehungsshows durch realitätsnahe Alltagskompetenzen, die sich an den Vorgaben „back to the basics"[32] orientieren. Idealerweise sollen die Kandidaten ein Leben möglichst unabhängig von den technischen Segnungen der Zivilisation führen.[33] Der Container gerät zum künstlich geschaffenen Biotop, das Mensch, Tier (Katze Sternchen und die Hühner) und Pflanzen (der Gemüsegarten) zu einer harmonischen Einheit zu verbinden sucht. Es sind Handlungskompetenzen gefragt, die diesem ursprünglichen Leben förderlich sind. Diese Handlungskompetenzen bestimmen den Platz der Kandidaten in der Gruppenhierarchie. Je nach situativer Anforderung etwa in Fragen der Alltagsgestaltung oder in den Tages- und Wochenaufgaben kann dieser Platz wechseln. John kann sich durch seine Kompetenz des Brotbackens einen festen Platz in der Gruppe sichern. Alex versucht durch seine Absicht, vom Gruppenetat Brot zu bestellen, dieser Kompetenz ihre Bedeutung für die Gruppe zu nehmen. Sportliches Training erfordert Kompetenzen wie Disziplin und Ausdauer, die auch im Beruf wichtig sind. Jürgen versucht Trainingsergebnisse quantifizierbar zu machen, indem er Zlatkos Arm- und Halsumfang mit dem Messband erfasst (6.4.00).

Um dem Unterhaltungsanspruch des Gameshow-Formats gerecht zu werden, versucht die Gruppe gute Laune zu vermitteln. Schon das Regelwerk der Sendung enthält den Hinweis: „‚Big Brother' hängt von Ihnen und Ihrer Einstellung ab … Sie und Ihre Mitbewohner tragen entscheidend zum Erfolg der Sendung bei."[34] Jonas Entschul-

31 Boris Groys: Unter Verdacht. Eine Phänomenologie der Medien. München 2000, S. 68.

32 Dieser Vorgabe folgte bereits im 19. Jahrhundert die freiwillige Selbstinszenierung des amerikanischen Schriftstellers H. D. Thoreaus in einer Waldhütte. Seine Erfahrungen hielt Thoreau in dem Buch „Walden or Life in the Woods" 1854 fest.

33 Im Regelbuch der Sendung sind Handys, Radios, Walkmans und Computer ausdrücklich verboten.

34 Der große Bruder. Erstmals dokumentiert: Aus dem Geheimen Regelbuch für die Mitwirken-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

digung signalisiert ihre generelle Bereitschaft, dem Gruppenziel Unterhaltung zu entsprechen: „Ich wollte sagen, dass ich mein Tief überwunden hab, und dass es mir Leid tut, dass ich so einen Hänger hatte. (…) Jetzt bin ich wieder mit Spaß dabei.“[35] Mediale Produktionsvorgaben und die Unterhaltungsfunktion als Teil der Selbstinszenierung treffen in dem Verhalten der Kandidaten aufeinander. Die Anforderungsstruktur des „Big-Brother“-Sendungsformats spiegelt wider, wie sich der Zwang zur Selbstinszenierung in der Mediengesellschaft gesteigert hat. Medien bestimmen nicht mehr nur unsere Wahrnehmung von Wirklichkeit, sie liefern durch ihre Rollenvorgaben auch Strukturmuster für unsere individuelle Selbstrepräsentation in Sprache und Handlung.

4. „Big Brother“ als Spiegel der Gesellschaft

4.1 Die Entsprechung der Spiele in gesellschaftlichen Anforderungen

Regieanweisungen ersetzen im Inszenierungsraum des Containers gesellschaftliche Vorgaben für den Alltagsablauf. Die Kandidaten unterliegen im Container zwar nicht der allgemeinen gesellschaftlichen Normierung der Zeitstruktur des Alltags, doch ist die zeitliche Rationierung des warmen Wassers auf eine Stunde täglich ein Versuch, die Schlaf- und Wachzeiten redaktionell zu steuern. In der televisionären Präsentation erhalten alltägliche Handlungen wie Kochen und Essen einen eigenen Wert. Angela Keppler bemerkt im Zusammenhang mit Hochzeitsshows: „Daß hier vom Fernsehen Alltagshandlungen inszeniert werden, daß das Fernsehen die Regie übernimmt, verändert die Alltagshandlungen und gibt ihnen eine andere Kontur“ (Keppler 1994, 79).

An die Stelle der beruflichen Anforderungen treten die Anforderungen von Tages- und Wochenaufgaben. Doch erfordern diese Aufgaben Kompetenzen, die den Berufsalltag vieler Menschen bestimmen: Es gilt, die gestellten Aufgaben in wechselnden Teams zu erfüllen, gleichzeitig muss sich der Einzelne seine Machtposition in der Gruppenhierarchie sichern. Die Bildung strategischer Allianzen zur Erfüllung situativ begrenzter Anforderungen sind also ebenso gefragt wie das geschickte Intrigieren gegen Konkurrenten in der Gruppenhierarchie. Fehler bei den Intrigen gefährden die eigene Position. Alex scheitert an seiner Nominierung von Jürgen; bei der Abwahl der Zuschauer hat „lonesome heroe“ Alex gegen den Dauersympathen Jürgen keine Chance. Jürgen selbst versucht sich durch Allianzen – etwa mit Zlatko und Jana oder Sabrina – gegen Intrigen abzusichern. Peinlicherweise vergleicht er seine Situation als Intrigenopfer mit der Reichskristallnacht (27.4.00).

Der „Big Brother“-Container fungiert wie das von Foucault beschriebene Panopticon als „Laboratorium, (…) als Maschine für Experimente, zur Veränderung des Verhaltens, zur Dressur und Korrektur von Individuen“ (Foucault 1994, 262). In ihrem Verhalten reproduzieren die Kandidaten die gesellschaftlichen Anforderungen. Im Falle der Verweigerung – etwa das Nichtabsolvieren der Wochenaufgabe des Wollespinnens wegen des schönen Wetters – treten die etablierten gesellschaftlichen Interventionstaktiken auch im „Big Brother“-Container in Kraft. Hier wie dort ist die zentrale Interventions-

---

den der Endemol-Produktion „Big Brother“. Frankfurter Allgemeine Zeitung Nr. 134, 10.6.2000, S. 41.

35 Jona zitiert nach: Detlef Kuhlbrodt: 2000 Lightyears from Home. Verschiedene Versuche über Big Brother. In: Frankfurter Rundschau Nr. 122. 26.5.2000. S. 22.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

maßnahme der Entzug von finanzieller Zuwendung, die die Möglichkeit zur Selbstversorgung erschwert.

Auch Konfliktstrukturen innerhalb der Gruppe sind gesellschaftstypisch. Konflikte entstehen um die Machthierarchie, die gerechte Verteilung von Arbeit und kontrastierende Wertesysteme, die sich in unterschiedlichen Verhaltensanforderungen niederschlagen. Die Gruppe legt das richtige Verhalten fest und diszipliniert den Einzelnen. Der Mikrokosmos „Big Brother"-Container besitzt das Potenzial, als televisionäre Erziehungsanstalt des Makrokosmos Gesellschaft zu fungieren.

Die Beobachtungssituation impliziert auch die Bewertung und Reglementierung der Eingeschlossenen durch den televisionären Beobachter. Die Vorauswahl des Beobachtungsmaterials durch die Redaktion bestimmt über Sympathie und Antipathiezuweisung. Die Beobachtung durch den Zuschauer ist die Grundlage der Festlegung normgerechten Verhaltens und normgerechter Meinungen. Im Nukleus der abgegrenzten zwischenmenschlichen Beziehungen werden aktuelle Wertestrukturen der Gesellschaft erkennbar. Die in Dialogen geäußerten Wertestrukturen können die Zuschauer anhand des sozialen Handelns der Kandidaten überprüfen. Gleichzeitig vermitteln gruppendynamische Prozesse Informationen über aktuelle Konflikte und Konfliktlösungsstrategien.

Zu den aktuellen Veränderungen des Arbeitslebens etwa in den neuen „dotcom"-Unternehmen gehört die Motivation der Mitarbeiter durch die Integration von Unterhaltungselementen in den Arbeitsablauf. Während ihrer Tätigkeiten beim Absolvieren von Wochenaufgaben durchbrechen die Kandidaten ein traditionelles Grundgebot der klassischen industriellen Produktion, die der Unternehmer M. S. Oppenheim 1809 als Regel definierte: „Es ist ausdrücklich verboten, während der Arbeit die Genossen durch Gesten oder sonstwie zu unterhalten, irgendwelche Spiele zu treiben, zu essen, zu schlafen, Geschichten oder Possen zu erzählen."[36] Die Kandidaten entsprechen derzeit aktuellen Anforderungen des Arbeitslebens, wie der strategischen Kooperation und der kontinuierlichen Umverteilung von Arbeitsprozessen je nach individueller Kompetenz. Mit diesen Qualifikationen lassen sich die Patchwork-Biografien des derzeitigen Arbeitslebens realisieren.

Spiele werden als soziale Situationen inszeniert. Nach Goffmans „Geschlecht und Werbung" bieten soziale Situationen „den Individuen die Möglichkeit (…), mithilfe ihres Gesichts, ihres Körpers und kleinerer verfügbarer Materialien soziale Porträts von sich selbst zu entwerfen. (…) Hier, in sozialen Situationen, kann der Einzelne ‚signifizieren', was er als eine soziale Identität annehmen will, und hier kann er seine Gefühle und Absichten zeigen – alles Informationen, welche die an der Zusammenkunft beteiligten Menschen brauchen, um ihr eigenes Handeln danach auszurichten." (1991 28f. zitiert nach Müller 1999, 86).

Die Tages- und Wochenaufgaben, wie etwa die Kletterwand oder circensische Vorführungen im Garten, erinnerten häufig an eine Beschäftigungstherapie für gefangene Tiere im Zoo. Wie im Zoo bilden in den Sendungsausschnitten die Bereiche Nahrungsaufnahme, Paarungsverhalten und wechselseitige Spiele die zentralen Attraktionsfaktoren der Beobachtung. Dennoch sind die Aufgaben zentraler Teil der televisionären Vermittlung von aktuellen gesellschaftlichen Anforderungen. Praktische Kompetenzen sind ebenso Gegenstand der spielerischen Anforderungen wie Wissen, das schnell erworben werden muss und in Einzelabfragen geprüft wird.

---

36 Zitiert nach: Michel Foucault: Überwachen und Strafen. Frankfurt am Main 1994, S. 193.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

„Die Prüfung kombiniert die Techniken der überwachenden Hierarchie mit denjenigen der normierenden Sanktion. Sie ist ein normierender Blick, eine qualifizierende, klassifizierende und bestrafende Überwachung. Sie errichtet über den Individuen eine Sichtbarkeit, in der man sie differenzierend behandelt“ (Foucault 1994, 238).

Auch Gedächtnisleistungen zählen zu den Kompetenzanforderungen, die sich im Berufsleben finden. Doch wird in den Spielen nicht nach der Bedeutung des angeeigneten Wissens (Hauptstädte von Ländern und ihre Bewohnerzahl, Taxirouten in deutschen Großstädten) gefragt. Es zählt die Bereitschaft, in möglichst kurzer Zeit möglichst viele Fakten abrufbar zu halten und diese in einer Prüfungssituation der Einzelbefragung adäquat vermitteln zu können. Jürgens Lexikon wird zum Wissensarchiv des „Big Brother“-Containers. An die Seite der redaktionellen Spiele tritt das Abfragen der Kandidaten durch Jürgen, der die richtigen Antworten aus seinem Lexikon vorliest und sich so als Träger der Informationskompetenz inszeniert.[37]

In den Wochenaufgaben sind auch Strukturen der industriellen Produktion erkennbar. Hier gibt es zahlenmäßige Akkordvorgaben, etwa beim Legosteine-Verbauen, Autogramme-Schreiben, Luftballonaufblasen und Eierbemalen. Wochenaufgaben, deren Absolvierung über die Versorgungslage der Gruppe entscheiden, erfordern zur Erreichung des Zieles strategische Kooperationen der Kandidaten. Diese Kooperationen spiegeln „die Kunst der Zusammensetzung von Kräften zur Herstellung eines leistungsfähigen Apparates“ (Foucault 1994, 212) in der Gesellschaft. Vorhandene Kompetenzen der Kandidaten müssen je nach situativer Anforderung neu kombiniert werden.

Die Kandidaten zeigen die Kompetenzen, die allgemeine gesellschaftliche Anforderungen im Berufsleben charakterisieren: strategisches Denken im Konkurrenzverhalten, Durchsetzungskompetenz, imageorientierte außenwirksame Selbstdarstellung und wechselnde strategische Kooperationen in begrenzten Aufgabengebieten. Der Sieger verkörpert das derzeitige gesellschaftliche Ideal des „Ego-Taktikers“ (Klaus Hurrelmann), der kommunikativ ist, sich schnell verändernden Anforderungen anpasst und sie zur Optimierung der eigenen Situation zu nutzen weiß.[38]

Doch der eigentliche Gewinner von „Big Brother“ ist das Unternehmen Endemol. Es erreicht mit dem Konzept „Big Brother“ das von Foucault beschriebene gesellschaftliche Ideal der Kapitalisierung von Zeit, da sich mit dem Ablauf von 102 Tagen eine profitable Dauerhaftigkeit organisieren ließ (Foucault 1994, 202). Der menschliche Alltag als Attraktion der Sendung lässt sich durch Werbeeinnahmen kapitalisieren. Zielpunkt des Bewährungsprozesses der Kandidaten ist „die endgültige Tauglichkeit des Individuums“ für die mediale Selbstrepräsentation und somit für die televisionäre Weitervermarktung.

Nachdem sich „Big Brother“ die aktuellen Erfolgselemente der Popkultur zu Eigen machte, beliefert es nach dem Spielende die Popkultur mit neuen Produkten: Nach dem Siegeszug von Zlatko versuchen sich auch die anderen Kandidaten (Andrea, John, Jürgen, Alex und Verena) als Stars in der Musikszene. Computerprogramme modulieren ihre laienhaften Gesangsstimmen zu professioneller Soundqualität. Gleichzeitig ist das Leben der Kandidaten nach ihrem Containeraufenthalt Gegenstand von Boulevardma-

37 Kerstin durchbricht diese versuchte Hierarchiebildung durch wiederholte Korrekturen.

38 Vergleiche hierzu auch: Stefan Willeke: Hoppla, jetzt kommt’s Ich. Wie Lust und Zwang zur Selbstinszenierung die Gesellschaft verändern. Besuche bei Wohlstandskindern, Talkshow-Gästen, Dot.com-Millionären und anderen Ego-Taktikern. In: Die Zeit Nr. 32, 3.8.200, S. 11 – 14.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

gazinen unterschiedlicher Sender, aber auch eigener Sendereihen bei RTL 2, wie „Zlatkos Welt", die die Zeit bis zum Ausstrahlungsbeginn der zweiten Staffel überbrücken. Das Endergebnis der medialen Selbstinszenierung sind menschliche Markenartikel, die unter dem „Big-Brother"-Label verkauft werden.

4.2 „Big Brother" als Spiegel aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen

Auffällig erscheint der Zeitpunkt für die Vielzahl von televisionären Beobachtungen des menschlichen Verhaltens, die auf der räumlichen Isolierung einer Gruppe von Menschen als Mikrokosmos der Gesellschaft basieren. „Big Brother" spiegelt dabei Veränderungen in der gesellschaftlichen Hierarchiebildung. Der Mikrokosmos des Containers zeigt exemplarisch die Funktionsweise der Aufmerksamkeitsökonomie des Makrokosmos Mediengesellschaft. In abgegrenztem Raum und einer festgelegten Zeitspanne treten normale Menschen durch Medienkompetenz und ihre bloße Dauerpräsenz im Fernsehen in den Status von Prominenten über. Die Kandidaten fungieren als Aufmerksamkeitsgladiatoren.[39] Mediale Selbstinszenierung wird zum besonderen Wert, der über den gesellschaftlichen Status entscheidet. „Die Prominenten sind die klassischen Kapitalisten in der Ökonomie der Aufmerksamkeit"[40], konstatiert Georg Franck. Der Aufstieg in diese neue Oberschicht ist nur über Medienpräsenz erreichbar. Sie funktioniert als ein Automatismus, der kollektive Aufmerksamkeit sichert.

Literatur

Ab in den Container. http://www.stern.de vom 6.3.2000.

Bleicher, Joan Kristin (1998): Ritualisierung und Inszenierungsstrategien des Fernsehprogramms. In: Heribert Schatz; Udo Göttlich; Jörg Uwe Nieland (Hrsg.): Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien. Köln. S. 54 – 72.

Bleicher, Joan Kristin (1999): Alltagsnahes Schauspiel in Langzeitserien „Lindenstraße" und „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten". In: Knut Hickethier (Hrsg.): Schauspielen und Montage. Schauspielkunst im Film: Zweites Symposium (1998). St. Augustin. S. 223 – 244.

Bleicher, Joan Kristin (1999): Fernsehen als Mythos. Poetik eines narrativen Erkenntnissystems. Opladen.

Bourdieu, Pierre (1992): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main.

Brauneck, Manfred; Schneilin, Gérard (Hrsg.) (1986): Theaterlexikon. Hamburg.

„Ein bisschen Kerstin ist in jedem von uns." „Big Brother" – ein Talk: Sighard Neckel, Detlef Kuhlbrodt, Peter Körte und Harry Nutt im Gespräch. In: Frankfurter Rundschau Nr. 132, 8.6.2000, S. 20.

Foucault, Michel (1994): Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses. Frankfurt am Main.

Franck, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München.

Gertz, Holger (2000): Im Griff des großen Bruders. Süddeutsche Zeitung, Nr. 132, 9.6.2000, S. 3.

Gössner, Rolf (2000): „Big Brother" & Co. Der moderne Überwachungsstaat in der Informationsgesellschaft. Hamburg.

Goffman, Erving (1996): Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München.

Der große Bruder. Erstmals dokumentiert: Aus dem geheimen Regelbuch für die Mitwirkenden

39 Diese Metapher verwendete Florian Rötzer in der Diskussion im Literaturhaus Hamburg am 21.9.00.

40 Georg Franck: Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München 1998, S. 118.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

der Endemol-Produktion „Big Brother“. Frankfurter Allgemeine Zeitung Nr. 134, 10.6.2000, S. 41.
Groys, Boris (2000): Unter Verdacht. Eine Phänomenologie der Medien. München.
Hensel, Thomas (2000): Zwischen Panopticon und Peep-Show. Eine Medienarchäologie des Big Brother Container. In: Frank Weber (Hrsg.): Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster. S. 289 – 314.
Hickethier, Knut (1998): Geschichte des Deutschen Fernsehens. Stuttgart 1998.
Hickethier, Knut; Bleicher, Joan (Hrsg.) (1998): Trailer, Teaser, Appetizer. Zu Ästhetik und Design der Programmverbindungen im Fernsehen. Hamburg.
Hinrichs, Per (2000): Internet-Psychologie. In: Hamburger Abendblatt vom 25.4.2000. S. 13.
Hohlfeld, Ralf (2000): Weniger Wirklichkeit war nie – Big Brother und die Tradition des Reality-Fernsehens. In: Frank Weber (Hrsg.): Big Brother. Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster. S. 195 – 204.
Jessen, Jens (2000): Warten aufs Böse. Aber bei „Big Brother“ wollte es sich noch nicht zeigen. In: Die Zeit, Nr. 24, 8.6.2000, S. 41.
Kegel, Sandra (2000): Du bist nicht allein. Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.5.2000.
Keppler, Angela (1994): Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung. Frankfurt am Main.
Kuhlbrodt, Detlef (2000): 2000 Lightyears from Home. Verschiedene Versuche über Big Brother. In: Frankfurter Rundschau, Nr. 122, 26.5.2000, S. 22.
Schiller, Friedrich (1784): Die Schaubühne als moralische Anstalt betrachtet. Mannheim.
Sendedestart der umstrittenen TV-Show „Big Brother“. In: http//www.zeit.de vom 1.3.2000.
Thomas, Günter (1998): Medien – Ritual – Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens. Frankfurt am Main 1998.
Thoreau, Henry David (1980): Walden or, Life in the Woods. New York.
Willeke, Stefan (2000): Hoppla, jetzt kommt’s Ich. Wie Lust und Zwang zur Selbstinszenierung die Gesellschaft verändern. Besuche bei Wohlstandskindern, Talkshow-Gästen, Dot.com-Millionären und anderen Ego-Taktikern. In: Die Zeit, Nr. 32, 3.8.2000, S. 11 – 14.

Anhang

Die Bewohner der ersten „Big-Brother“-Staffel

Einzug der Kandidaten 29.2.2000 (Ausstrahlung am 1.3.2000)

Despina,	29, arbeitet im Computerbereich, zieht wegen Erkrankung freiwillig am 7.3.2000 aus
Thomas,	24, Informatikstudent, von den Zuschauern am 12.3.2000 abgewählt
Jana,	24, freiberufliche Telefonsex-Anbieterin, von den Zuschauern am 26.3.2000 abgewählt
Zlatko,	24, arbeitsloser Automechaniker, von den Zuschauern am 9.4.2000 abgewählt
Manuela,	23, Jurastudentin, von den Zuschauern am 23.4.2000 abgewählt
Kerstin,	26, Schauspielerin, scheidet aus Solidarität mit Manu am 23.4.2000 freiwillig aus
Alex,	37, Kneipenbesitzer, von den Zuschauern am 7.5.2000 abgewählt
Andrea,	34, Event-Managerin im Unterhaltungsbereich, verlässt das Haus am 9.6.2000 als 3. Gewinnerin
Jürgen,	36, Feinmechaniker, verlässt das Haus am 9.6.2000 als 2. Gewinner
John,	26, arbeitsloser Schreiner, verlässt das Haus am 9.6.2000 als Sieger

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Ersatzkandidaten:

Jona,	20, Model, (Lebens-)Künstlerin, Einzug als Ersatz für Despina am 12.3.2000, verlässt das Haus am 16.4.2000 freiwillig wegen psychischer Probleme
Sabrina,	32, Dachdeckerin, Einzug als Ersatz für Jana am 16.4.2000, von den Zuschauern am 4.6.2000 abgewählt
Verena,	28, Ex-Stewardess, danach BWL-Studentin, Einzug als Ersatz für Jona am 20.4.2000, von den Zuschauern am 21.5.2000 abgewählt

Die Regeln und der Spielverlauf

Spieldauer: 102 Tage.
10 Personen werden in einem total von Kameras beobachteten Container untergebracht. Auch in der Toilette sind „zur Sicherheit der Kandidaten" Kameras untergebracht, die Bilder von dort werden nicht gesendet. Die Bewohner müssen Tages- und Wochenaufgaben absolvieren, die über ihre finanzielle Ausstattung entscheiden. Je nach Art der gestellten Wochenaufgabe entscheiden sie welchen Prozentsatz ihres Etats sie einsetzen (Mindesteinsatz 30 %, Höchsteinsatz 50 %). Bei Gelingen der Aufgabe wird dieses Geld dem Etat zugerechnet, ansonsten abgezogen. Lebensmittel und Kosmetika können nur dem jeweiligen Etat entsprechend von der Gruppe eingekauft werden. Nach 14 Tagen nominieren die Kandidaten in einer Show am Samstagabend zwei Mitbewohner zur Abwahl durch die Zuschauer. Diese haben eine Woche Zeit, per Ted einen Kandidaten zur Abwahl auszuwählen. Am nächsten Samstagabend wird das Abstimmungsergebnis durch den Sendungsmoderator (in der ersten Staffel: Percy Hoven) den Kandidaten im Container bekannt gegeben. Diese haben nur wenige Minuten Zeit, sich von ihren Mitbewohnern zu verabschieden. Eine Moderatorin (in der ersten Staffel: Sophie Rosentreter) holt den Kandidaten am Container ab und fährt mit ihm die wenigen Meter an den anwesenden Fans vorbei ins Studio.
In den letzten beiden Wochen sind nur noch drei Kandidaten im Container. In einer abschließenden Show werden Platz drei (Andrea) und Platz zwei (Jürgen) gebeten, den Container zu verlassen. Die Übergabe des Preisgeldes in Höhe von 250 000 DM findet im Studio statt.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-4-518, am 21.10.2024, 14:41:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb