merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Tilmann P. Gangloff: Detaillierte Analyse belegt: „Big Brother“ war inszeniert

Beitrag aus Heft »2000/05: Aktuelle Medientheoretische Reflexionen«

Trotz der für RTL 2 beachtlichen Einschaltquoten: Wer von Zlatko & Co. nicht gerade hingerissen war, empfand den täglichen Zusammenschnitt von „Big Brother“ als langweilig. Eine kleine Verschiebung der Perspektive allerdings genügte bereits, um auch werktags von „Big Brother“ fasziniert zu sein. Für die erste Staffel kommt das Buch „Im Auge der Kamera“ naturgemäß zu spät, doch anhand der zweiten, die am 16. September startete, kann man die Erkenntnisse überprüfen. Die Autoren ziehen zwar nicht in Zweifel, dass die Teilnehmer des Projekts spontan gehandelt haben, doch die detaillierte Analyse der Folgen belegt, wie sehr „Big Brother“-Produzent Endemol die Sendung inszeniert hat.

Die Passagen, in denen Lothar Mikos und seine Mitarbeiterinnen „Big Brother“ in seine syntaktischen Bestandteile zerlegen, sind die eindrucksvollsten des Buches.Zunächst aber ist wissenschaftliches Schwarzbrot angesagt: Bevor man als Leser die Erkenntnisse der Forschung mit den eigenen Beobachtungen vergleichen kann, wird das Fernsehformat begrifflich eingekreist. Immerhin ist die Beschreibung der „verhaltensorientierten Spielshow“ als Konglomerat verschiedener Fernsehformate (Soap, Talk, Turniershow) lehrreich und plausibel. Nützlich ist auch die Bestandsaufnahme des Einbruchs der Realität ins Fernsehen: weil sich spätestens seit den „Docu-Soaps“ immer mehr Unterhaltungsformate am Leben der Zuschauer orientieren. „Big Brother“ als Selbstdarstellung im Alltag ist für die Autoren daher „performatives Realitätsfernsehen“. Die Zunahme „intimer Formate“ - Talkshows, Gerichtsshows, Docu-Soaps - werten sie als Indiz für die Demokratisierung des Fernsehen.Entscheidend für die Empfehlung dieses Buches aber sind jene Passagen, die sich ausschließlich „Big Brother“ widmen.

Wegen seiner komplexen Regeln und der Inszenierungsstrategie, so die Autoren, bilde das Format keineswegs Alltag ab; es entspreche vielmehr einer „verdichteten, dramatisierten Form der Alltagserzählung“. Belegt wird dies mit der Analyse ganzer Sequenzen: Nicht nur das Leben im Container wurde mit Hilfe von Montage inszeniert, sondern auch die Personen. Sie wurden zu Figuren, etwa mit Hilfe von Weichzeichner oder durch die Beschränkung auf Großaufnahmen.Abgerundet werden die Erkenntnisse durch eine Analyse der Popularität von Teilnehmer Zlatko sowie eine Auswertung der Berichterstattung („Medienhystorie“). Kritisch sollte angemerkt werden, dass sich das Buch zu oft vom eigentlichen Betrachtungsgegenstand entfernt. Und die Qualität der Fotos ist schlicht indiskutabel.

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de