

Big Brother und die Folgen...

2003 – die Wogen haben sich geglättet. Nur wenige der im vorliegenden Sammelband thematisierten „intimen Formate“ konnten ihre Sendeplätze gegenüber dem übersättigten Publikum behaupten. Doch wird dies so bleiben? Schließlich stottert Ozzy Osbourne sehr erfolgreich sein Privatleben in die MTV-Kinderzimmer. Eine deutsche Version der Familien-Doku-Soap ist ebenfalls geplant – mit Jürgen Drews. Und die vierte *Big Brother*-Staffel läuft gerade.

Der umfangreiche Reader, dessen Kernanliegen die Untersuchung des „prekär gewordenen Verhältnis[s] von Fiktion und Non-Fiktion“ ist, präsentiert zahlreiche Beiträge namhafter und weniger bekannter Autoren. Gegliedert in sechs Themenbereiche, bietet die Sammlung einen sinnvollen Überblick über die unterschiedlichen wissenschaftlichen Diskurse zum Phänomen Reality-TV. Nach den Gründen für die Wandlung eines seit den 50er Jahren als Fenster zur Welt etablierten Mediums hin zum Fenster in das Privatleben der Menschen (S. 51) fragen zunächst einige Aufsätze im Rahmen genereller kultursoziologischer Überlegungen. Obwohl die Antworten aus den Debatten der letzten Jahre weitestgehend bekannt sind (TV-Medium als Orientierungsgeber für die individuelle Identitätsarbeit in Zeiten „unsicher“ gewordener Werte), finden sich doch auch neue Aspekte. So zeigt der Versuch Joan Kristin Bleichers einer vorläufigen Systematisierung der unterschiedlichen Ausformungen von „performativem Realitätsfernsehen“ in Casting-shows, Prüfungs-Soaps oder

Berufs-Dokus, dass tragfähige wissenschaftliche Kriterien zur Unterscheidung des expandierenden Feldes von „Reality“ noch gefunden werden müssen. Die *Kleine Sozialgeschichte des Privaten und Öffentlichen* von Jo Reichertz und Bettina Fromm gibt einen gut verständlichen, historisch motivierten Einblick in die Entwicklung dieser Dimensionen und kulminiert an dem interessanten Punkt: „Die Forderung nach der Darstellung des Nicht-Dargestellten in der Öffentlichkeit und mit Hilfe der von der Gesellschaft hierfür bereitgestellten und medial vertriebenen Masken des Authentischen zeigt, dass die Darsteller gerade nicht die Öffentlichkeit mit ihrer Intimität tyrannisieren, sondern dass sie auf diese Weise die öffentliche Darstellung und das öffentliche Sprechen über Emotionen wieder möglich machen“ (S. 101). Im medienethischen Teil zwei des Bandes spiegelt sich die bereits geführte Diskussion um Menschenwürde, Selbst- bzw. Fremdbestimmung – teilweise auch aus juristischer Perspektive – sehr detailliert. Klaus Kamps erweist sich vor dem Hintergrund gegenwärtiger medialer Entwicklungen als „hellsichtig“, wenn er die Frage nach der Kluft zwischen dem Machbaren und dem Erwünschten in seinem Beitrag nicht mit einem Mangel an Moral, sondern vielmehr mit dem Verweis auf Marktanforderungen nach Konvergenz und Synergieeffekten beantwortet. „Big Brother hat hier nur angedeutet, was der Medienmarkt der Zukunft an Anforderungen an Inhalte stellt [...]“ (S. 145). Idealtypisch sieht man diesen Aspekt beim allseits beliebten *Superstar*-Format umgesetzt. Das perfekte Zusammenspiel

von TV-Plattform (RTL, VOX), Musikbranche (BMG) und Printbereich (Bild-Zeitung) war den Marketingstrategen der Bertelsmann Group glatt den *Synergiepreis 2002* wert.

Teil drei beschäftigt sich mit den Formen der Selbstinszenierungen von Kandidaten und Politikern im *BB*-Container. Den ungewöhnlichsten Zugang zum Thema findet Florence Develey, die das geheime *BB*-Regelwerk mit dem bekanntesten Gebotssystem für klösterliches Leben (*Regula Benedicti*) vergleicht. Ihr Fazit: Trotz offensichtlicher Unterschiede existieren Ähnlichkeiten, die *BB* ein „religiöses Moment“ verleihen (S. 250). Nach der Darstellung verschiedener Rezeptionsstudien folgt eine vergnügliche Lesetour durch die Gefilde internationaler *BB*-Produktionen. Zwei interessante Beiträge zum österreichischen *Taxi Orange* runden das Bild vom „WG-Format“ als globaler Erfolgsgeschichte ab. Insgesamt erweist sich der Reader als facettenreiche Gedankensammlung, die in Teilen auch den bereits mit der Materie vertrauten Leserinnen und Lesern noch neue Einsichten vermitteln kann. Strapazierend wirken sich allerdings die zahlreichen Tipp- und Flüchtigkeitsfehler in den Beiträgen aus: Gerade wenn so nachhaltig die Qualität von Programminhalten gefordert wird, muss man sich fragen, ob wirklich auf ein Lektorat als qualitätssichernde Maßnahme verzichtet werden kann.

Katja Herzog



Martin K. W. Schweer, Christian Schicha und Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.): *Das Private in der öffentlichen Kommunikation. Big Brother und die Folgen.* Köln 2002: Herbert von Halem Verlag. 30,00 Euro, 446 Seiten.