

Inszenierte Banalität zur Prime Time

Mit Beiträgen von Kurt Beck, Joan Kristin Bleicher, Klaus Bresser, Werner Frotscher, Johanna Haberer, Kurt Johnen, Hans J. Kleinsteuber, Roland Koch, Hans-Dieter Kübler, Lothar Laux, Lothar Mikos, Hans Paukens, Wolf-Dieter Ring, Helmut Schanze, Norbert Schneider, Martin Schweer, Joachim Westerbarkey, Herbert Willems, Wolfgang Wunden u.a.

Big Brother

Wissenschaftliche Paperbacks
WP: Kommunikationswissenschaft

LIT

WISSENSCHAFTLICHE PAPERBACKS

Band 11

Kommunikationswissenschaft

Ethnologie

Geschichtswissenschaft

Philosophie

Politikwissenschaft

Rechtswissenschaft

Soziologie

Theologie

Wirtschaftswissenschaft

BIG BROTHER: Inszenierte Banalität zur Prime Time

Mit Beiträgen von

Kurt Beck, Manfred Behr, Klaus Bresser, Jean Kristin Bleicher,
Carsten Brosda, Werner Frotscher, Kerstin Goldbeck, Maya Götz,
Johanna Haberer, Thomas Hensel, Ralf Hohlfeld, Wilhelm Hopf,
Christoph Jacke, Kurt Johnen, Susanne Kassel, Hans J. Kleinsteuber,
Roland Koch, Hans-Dieter Kübler, Lothar Laux, Frank Lukaszewski,
Lothar Mikos, Jörg-Uwe Nieland, Hans Paukens, Karl-Heinz Renner,
Wolf-Dieter Ring, Helmut Schanze, Christian Schicha, Norbert Schneider,
Martin Schweer, Caroline Spielhagen, Joachim Westerbarkey
und Wolfgang Wunden

Redaktion:
Frank Weber

Christoph Jacke

Wirklichkeits-Crossover: einige Beobachtungen zu den spielerischen Ersatzkriegen Big Brother und “EM2000”¹

Vorbemerkung

Zwei popkulturelle Medienereignisse haben das (deutsche) Medienjahr 2000 nach subjektiver Alltagsbeobachtung bisher einschneidend geprägt: Big Brother (im folgenden *BB*) und die Fußball-Europameisterschaft (im folgenden *EM2000*). In beiden Fällen fanden sich zahlreiche Menschen in Deutschland wieder in TV rezipierenden Gemeinschaften zusammen, wie es das seit den Treffen in Kneipen und Wohnzimmern zu Beginn der deutschen Fernsehgeschichte kaum mehr gegeben hatte. Beide Thematiken wurden rasch zum Common Sense und boten schier unendliche Kommunikationsanschlussmöglichkeiten, wodurch *BB* und *EM2000* medialen Mythen (vgl. Serres 1994) verdächtig nahe kommen. Zumindest jedoch polarisierten sie die potentiellen Zuschauenden, und kaum einer kam an den Thematiken vorbei. Gleichzeitig sind beide Ereignisse dem Unterhaltungsfeld der Medienindustrie unterzuordnen. *BB* und *EM 2000* scheinen spielerische Ersatzkriege in einer massenmedialisierten Gesellschaft zu sein, die immer weniger kollektive, reale Schreckenserlebnisse als Negativ-Folie anwenden kann.

Pop Brother – Big Pop: Vom Anfang des Endes der Aufgeregtheiten

Nun ist sie also vorbei, die erste Staffel des quotenbringenden neuen Fernsehformats: *BB* als Daily-Realo-Soap. Der offensichtlich politisch korrekte, irgendwie andere John ging etwas überraschend als Sieger nach dem Kölschen Mallorca-Party-Konsens-Papa Jürgen aus dem 100-Tage-Container. Gefeierte wurde der blondgegelte Rheinländer Jürgen von der vor Ort weilenden Masse hörbar lauter als der angeblich aus der ostdeutschen Autonomenszene stammende John. Fragen über Fragen auf dem Schulhof, am Grill, im Feuilleton und Universitätsseminar brechen noch einmal resümierend los – warum auch nicht? Offensichtlich hat *BB* dafür gesorgt, daß eben auch wieder ein großes

¹Für inhaltliche Anregungen danke ich Siegfried J. Schmidt, Joachim Westerbarkey und Guido Zurstiege.

Thema von den Massenmedien vorgegeben und von großen Anteilen Zusehender, selbst denen, die energisch bestritten, die Sendung verfolgt zu haben, aber doch merkwürdigerweise genauestens Bescheid wussten, rezipiert wurde. Der TV-Wohnstuben-Gemeinschaftseffekt scheint bei *BB* wesentlich höher als bei den Fußball-Champions-League-Übertragungen auf TM3 – und das trotz der besseren Verfügbarkeit des Senders RTL 2! Schließlich fand man sich zugegebenermaßen im Fall von TM3 oft bei den ausgewählten Personen des Freundeskreises ein, die diesen Sender empfangen konnten, wie es in den frühen deutschen Fernsehjahren wegen der Luxuriösität eines Fernsehgerätes Usus wurde, sich vor den wenigen Bildmaschinen (ob nun privat oder öffentlich) zu versammeln. Im Fall von *BB* war eine wesentlich größere Erreichbarkeit gegeben, und trotzdem fanden sich zahlreiche Gruppen zur kollektiven Rezeption zusammen. Ein ähnliches Verhalten kann heute höchstens eine internationale Fußball-Meisterschaft bewirken. Nicht umsonst ist der letzte *BB*-Mitspieler exakt einen Tag vor dem Auftakt des Fußball-Groß-Events aus der Metallbox entlassen worden.

Beide Medienereignisse haben sich zunehmend prägend in den Alltag eingeschlichen und Phasen strukturiert. Beide Vorgänge waren medial durch und durch inszeniert, obwohl sie offensichtlich real existierten; als Ereignis ja, als medienunabhängige Realität nein. Beide Veranstaltungen haben massenhafte Kritik – oder zunächst neutraler formuliert: Reaktionen – evoziert. Interessant dabei erscheint, daß sich die heftigsten Debatten bei *BB* um die Orwellsche Totalbeobachtung drehten, während sich beim TV-Fußball keine Menschenseele über die ewigen Wiederholungen, Superslowmotion-Einspielungen und Dauerbeobachtungen aufregte. Insbesondere beim Fußball werden auch im Zusammenhang medialer Verwertbarkeit und möglichst professioneller Herangehensweisen seitens der Sport-Akteure gerne die Totschlag-Argumente “die wissen ja, auf was sie sich da eingelassen haben” bzw. “die bekommen ja ihr Geld dafür, also sollen sie sich nicht beklagen” angeführt. Dabei gibt es am Fallbeispiel *EM2000* einige neue Tendenzen zu konstatieren, die nicht untypisch für die mediale Berichterstattung in toto sind: das Periphere rutscht mehr und mehr ins Zentrum. Nahaufnahmen von Betreuern, die einem Fußballspieler während des weiterlaufenden Matches die Augenbraue nähen, oder eine wiederholte Superslowmotion eines umknickenden Sprunggelenks werden auf der Szenenskala gleiche Platzierungen eingeräumt wie spektakulären Spielzügen oder Toren. Fester Bestandteil der Vor- und Nachberichterstattung der Spiele ist mittlerweile zudem der Hooligan-Report geworden. Verkehrshinweisartig werden Ansammlungen und Vorkommnisse aufgezählt, als ob das (öffentlich-rechtliche!) Fernsehen Warnungen aussprechen wollte. Bei genauerer Betrachtung

tung erscheint aber auch dieses Thema lediglich der Sensationalisierung (s. u.) zu dienen. Zwischen eskalierenden Hooligan-Gruppierungen waren auf den Fernseh-Bildern die Medienakteure in großer Zahl (vielleicht als dritte Kraft in diesem Fan-Krieg?) zu erkennen, die die Medien-Bilder aufzeichnen.

Im Fall von *BB* war zunächst noch selten von Inszenierungsvorwürfen (auch der Kandidaten) zu lesen, obwohl auch hier die Protagonisten trainiert wurden, Bescheid wussten und Trostpreise und Hauptgewinne einstreichen konnten; ob es ihnen nun darum oder um die Herausforderung des Lager-Kollers ging, sei dahingestellt. Dazu später mehr.

Betrachtet man *BB* und *EM2000* als Medienangebote und möchte man diese klassifizieren, so gelangt man recht rasch zu dem Ergebnis: Sie sind Kult. Sie sind religionsverdächtig. Sie sind Pop. Sie sind Oberfläche. Sie sind Oberflächen für Abschweifungen und Ausschweifungen (vgl. Neumeister 1999). Sie bilden Reibeflächen: Polarisierungen bitte! Sie wiederholen sich. Das Original als Erzfeind der Popkultur. Sie haben nicht nur Rezipienten, nicht nur Anhänger, sie haben Fans, teilweise fanatische Fans, teilweise gar pathologische Fans. Ihre Protagonisten sind bzw. werden zu Stars, zu nicht immer nachvollziehbar angehimmelten Persönlichkeiten im Überfluss des massenmedialen Mainstreams. Und beide Veranstaltungen sind so schier unglaublich real. Endlich einmal wieder etwas 'Echtes' im Fernsehen. Authentisch und doch unerreichbar für den Normalverbraucher. Nur als (Medien-)Publikum kann man 'teilhaben', nominieren, anrufen, jubeln, Becher auf das Feld werfen. Para-Interaktion eben. "*Im Idealfall ist Pop populär und subversiv zugleich*", schreibt Andreas Neumeister (1999: S. 210) und hat m. E. nur allzu Recht. Auch *BB* und *EM2000* scheinen auf eine gewisse Art und Weise subversiv – populär sind sie sowieso, darüber braucht wohl nicht mehr diskutiert zu werden. Subversiv scheinen die beiden Medienangebote, weil sie, im Gegensatz zu all den noch identifizierbarer inszenierten Soaps, Spielfilmen und Talk-Shows, erstens wesentlich real-spontaner wirken – Ausgang offen. Zweitens veranlassen sie zahlreiche Interaktionen hinter den o. g. Para-Interaktionen. Soll heißen: die parallelen bzw. anschließenden Diskussionen und die Diskussionen über die Diskussionen und vor allem die Bewertungen mit Folgen. Ob nun Fußball-Tip oder *BB*-Börse im Internet. Genau das ist Pop: Kommunikation, die im immer unwichtiger werdenden Berufsleben keinen Platz findet. Mit dem Feierabend beginnt durch den Pop-Tunnel die Reise ins andere Ich: *Being John Malkovich*. Pop ist unser liebster Freizeit-Freund, der in Zeiten der sogenannten Erlebnisgesellschaft zunehmend zunehmen wird und mittlerweile ein Bündnis geschlossen hat zwischen der subversiven Alternative und dem massenhaften Gebrüll. Exakt an dieser semipermeablen Demarkationsli-

nie operieren *BB* und *EM2000*, hier treffen und hier scheiden sich die Geister, und zwar schichten-, generations- und geschlechterübergreifend. Differenzen werden scheinbar postmodern aufgelöst und anscheinend postpostmodern neu gezogen.

Sensation der Sensation: Reflexionsklatsch und Klatschreflexion

“Wissen wird durch Kommunikation verdrängt, Kommunikation durch Information, Information durch Sensation.” (Jochum 1999: S. 47)

In der Aufmerksamkeitsökonomie sensu Georg Franck und Florian Rötzer geht es um die Erregung von Alarmaufmerksamkeit (“Hier bin ich!”) und anschließender Vertrauensaufmerksamkeit (“Bleib bei mir!”) (Jacke; Jünger; Zurstiege 2000: S. 30 – 32). Wie aber kann sich im Dauer-Flow der fernsehmедialen Offerten noch irgendein Format oder Inhalt abheben und gar Rezipienten binden? Speziell bei der alltäglichen Rezeption von Fernsehangeboten sind derzeit zwei grobe Orientierungen zu bemerken, die es an anderer Stelle genauer ausdifferenzieren gilt, und die offensichtlich asymmetrisch gelagert sind: Zum einen eine gewisse Rückorientierung auf die (ehemals) großen Werte des Fernsehens wie die bedeutenden Fußballmeisterschaften. Wobei selbst beim Unterhaltungsgut Fußball mittlerweile schwere Abstriche zu machen sind, da die Akkumulation von Live-Berichterstattungen auch den treuesten Fan fernsehmüde machen. Zum anderen eine stete Erhöhung der Erregungsschwelle auf seiten der Zuschauenden, welche zu einem wechselseitigen Hochschaukeln der Erwartungen bzw. Erwartungserwartungen (vgl. etwa Schmidt 1994) bei Produzent und Rezipient führt. Kurzum: Sensationen müssen her, um die Leute bei der Stange zu halten und nicht zappen zu lassen. Dies ist zwar in der Massenkultur bereits spätestens seit Guy Debords Beobachtungen zur *Gesellschaft des Spektakels* von 1967 offensichtlich. Doch erlangen die Überlegungen des französischen Theoretikers anno 2000 erneut brisante Aktualität. Das Aufdiespizetreiben dieser Spirale kann zu einer Häufung des immergleichen angeblich Neuen führen, wie jüngst bei den täglichen Talk-Shows zu registrieren war. Es gibt kaum noch Abnormitäten, die in diesen Sendungen nicht zur nachmittäglichen Kaffeestunde thematisiert und vor allem skandalisiert worden sind. Zudem geraten solche Inszenierungen immer mehr unter Fake-Verdacht, da zum einen die Zuschauenden professioneller werden und zum anderen die Absurditätsakkumulationen zu Rezeptionsentladungen in Form von ironischer Brechung führen können. Diesen Punkt des Umkippen ins Lächerliche nicht zu überschreiten, erscheint zunehmend schwierig, auch bei den hier ausgewählten Beispielen *BB* und *EM2000*. *BB* selbst war vom Konzept her bereits neu und extremer als jede Sendung des sogenannten Reality-TV im

deutschen Fernsehen zuvor. Es sollte nicht vergessen werden, daß noch bis in die Achtziger Jahre Realo-Horror-Filme wie der Schocker *Gesichter des Todes*, bei dem angeblich 'wirkliche', 'authentische' Unglücke, Selbstmorde etc. gefilmt worden waren, als Videos und erst durch die Videotechnologie ermöglicht, zumeist heimlich und kollektiv konsumiert wurden, während es 2000 nur noch eine (medienrechtliche) Frage der Zeit zu sein scheint, wann solche oder ähnliche Authentizitätskonstrukte im Fernsehprogramm im Kampf um die Quote ausgestrahlt werden. In stark abgeschwächter Form finden wir diese Art von Realo-Doku mittlerweile auf nahezu allen Sendern zu fast allen Tageszeiten, ein weiteres Indiz für das Ansteigen der Erregungsschwelle der Zuschauenden. Angefangen von zufällig im Freundeskreis gefilmten Missgeschicken über immer 'neue' Varianten der versteckten Kamera und ihren Scherzen mit Prominenten und Jedermann, bis hin zu den witzigsten Überwachungskameras der Welt und von Schauspielern nachgestellten Unglücken. Innerhalb des *BB*-Sendekonzepts genügte die 'totale Wirklichkeit', die gestellte Lebenswirklichkeit als Perfektsimulation, allerdings relativ schnell auch nicht mehr, und es wurden kleine Zusatz-Sensationen wirklich künstlich von außen an den Container herangetragen, da sich im Innern nur die Light-Versionen von den erhofften Konflikten und Geschichten ab'spielten'. Vergleichbar damit wird bei den Fußball-Übertragungen das sportive Treiben schon lange nicht mehr, insbesondere wegen seiner Unvorhersehbarkeit, als alleiniger Nukleus der Berichterstattung konzipiert. Auch hier werden von außen vermeintlich aufmerksamkeitserregende Aspekte herangetragen, wie die technischen Raffinessen und Verfeinerungen (mehrere Live-Kommentatoren einschließlich eines Experten, Gegenüber-Kamera, Computersimulationen), das Privatleben der Sportler (Mario 'Supermario' Basler als saufender Lebemann; Thomas 'Icke' Häßler als leidender Ehemann) und neuerdings die Hintergrundberichterstattung über die Ausschreitungen vor, während und nach den Spielen im laufenden Programm. Bei vielen Zuschauenden stoßen diese Neuerungen, auch im Falle der *EM2000* bzw. generell der Nationen-Meisterschaften, nicht nur auf Skepsis, sondern sorgen aufmerksamkeitstechnisch offensichtlich eher für Gelächter, welches in diesen Fällen nicht unbedingt ein Freund des für die Sender (und vor allem die daran gebundene Werbeindustrie) erhofften bindenden Vertrauens ist: Man muss die Leute zappeln lassen, um sie nicht zappen zu lassen.

Klar bleibt aber die Tendenz zur Sensationalisierung sämtlicher Fernsehgenres. Wenn die Sensation des Einsperrens von zehn völlig unterschiedlichen, einander unbekannt Menschen für einhundert Tage in einen von Kameras umstellten Wohn-Container bei *BB* nicht ausreicht, müssen eben scheinbar

spektakuläre Zusatz-Ereignisse auf das Konzept gepropft werden, wie z. B. das Einziehen einer TV-Prominenten wie Verona Feldbusch, bei der die Spekulationen der Produzenten über die Spekulationen der Rezipienten, ob sie duscht oder im Nachthemd zu sehen sein wird, deutlich einschätzbar zu einer höheren Quote führten und der zuletzt von der Agenda etwas verschwundenen Prominenten einen erneuten Aufmerksamkeitsschub in der Öffentlichkeit einbrachten: eine additive Sensationalisierung der Daily-Realo-Soap *BB* durch die 'plötzliche' Partizipation eines weiblichen Fernsehstars. Dabei wurde im Fall von *BB* m. E. vergessen, daß die eigentliche Vertrauens-Bindung an die Sendung, das Jeden-Tag-Dabei-Sein (oder eben auch nicht) zwar zumindest irritiert wurde, dieses aber neben der durchaus erwünschten Regelrezeption (und zwar des Alltags in der Realo-Soap als auch als Alltag mit der Rezeption des Alltags in der Realo-Soap) den Ablauf des scheinbar natürlichen Wohncontainer-Lebens 'unnatürlich' manipulierte: Das künstlich Künstliche (Star-Gäste, Bandauftritte etc.) brach ein in das künstlich Natürliche (kameragespickter WG-Container), und verschiedene außenweltliche Handlungen manipulierten, generierten und beschädigten das inszenierte Container-Experiment für die Zusehenden. Bei der *EM2000* hingegen brach das künstlich Natürliche (Privatleben, vor allem Hooliganausschreitungen) ein in das künstlich Künstliche einer inszenierten Mediengroßveranstaltung – offensichtlich gibt es fanatische Hooligans auch außerhalb der TV-Kameras, doch schießen die Fanatiker durch die Einbindung in künstliche Fernseh-Inszenierungen erst Recht zu Randalen angestachelt zu werden. Ähnlich schien beiden Sendeformen eine gewisse Regelmäßigkeit im Rezeptionsverhalten wie etwa feste Sendezeiten, zu denen man ggfs. mit Freunden eine Fernsehsendung bzw. -übertragung gemeinsam wahrnimmt. Hierbei wird wohl auch der entspannteste Zuschauende zugeben müssen (empirische Studien werden sicherlich folgen), daß der Hang zum Extremen, die Erwartung des nicht Erwartbaren und die Sensationalisierung im wahrsten Sinne der Wörter eine wichtige Rolle spielen.

Zugleich besitzen beide Medienereignisse eine weitere Gemeinsamkeit im Bezug auf das Rezipientenverhalten. Ein schon lange nicht mehr gekannter Themenkonsens hat sich diesbezüglich in Deutschland breit gemacht. Dieser ermöglicht erstens Reflexionsklatsch: Warum noch zwanglos zwanghaft über das Wetter reden, um Kommunikationsketten in Gang zu setzen, wenn es doch *BB* und *EM2000* gibt? Während bis vor einiger Zeit vor der totalen Spaß-Gesellschaft klare Grenzen existierten und bestimmte große Gruppen von potentiellen Zuschauenden erst gar nicht *BB* bzw. *EM2000* geschaut, geschweige denn darüber diskutiert hätten (im Prinzip kennt man diesen zwanglosen Par-

tizipationszwang noch von Schulhofzeiten), beherrschen diese beiden Ereignisse im Jahr 2000 Bevölkerungsteile (um nicht von -schichten zu sprechen) quer zu jeglichen ehemaligen Leitdifferenzen. Alle und jeder erklären sich nun zu sogenannten Experten im Fall von *BB*, ein Phänomen, daß treuen Fußballzuschauenden schon lange bekannt sein dürfte. Diese amateurhafte Reflexion (zu großen Teilen auch seitens der Medien selbst) übt einen großen Zauber aus. Man fühlt sich als leicht erhöhter Zuschauer stets überlegen, weiß aber gleichzeitig, daß noch so schlüssige Beobachtungen so gut wie keinen Einfluss auf die eigentlichen Ereignisse haben. Zweitens wird in Form von Klatschreflexion seitens der Zuschauenden der Klatsch im Container, die Ausschnitte noch so profaner vermeintlicher Alltagsgesprächssequenzen der Bewohner, ausgiebig reflektiert, Klatschreflexion diesseits in Form von Langeweilekonfliktbewältigung als auch und vor allem in Form von Kommunikations-Spielen jenseits des Gatters.

Vom Wechsel des Kriegserlebnisses auf die Seite des Spiels

Ohne den Ruf der ideologischen Verspannung (Fußball als Fortsetzung des Kriegs mit anderen Mitteln im Fall von TV-Fußball und *BB* als Simulation interpersonaler und eventuell auch internationaler Konflikte) unnötig evozieren zu wollen, erscheinen einige Gedanken zur Rezeptionsmotiv- und Wirkungskompatibilität zwischen realem Krieg und den hier angeführten beiden Beispielen angebracht. Dabei lege ich den Fokus nun endgültig auf die Rezipientenseite, wohl wissend um divergierende (vor allem journalistische) Ansprüche unterschiedlicher Medienangebote und all deren Kontexte in der Fernsehproduktion und in der Berichterstattung.

Annäherungen und Hybridisierungen finden offensichtlich von beiden Seiten statt. Grenzen werden nicht aufgelöst, sondern verlagert. Reale Ereignisse wie kriegerische Auseinandersetzungen werden zu Medienereignissen, und mediale Inszenierungen (der Begriff "Fiktion" trifft eher bei wirklich fiktiven Medienangeboten wie Spielfilmen oder Daily-Soaps zu) wie *BB* oder *EM2000* zeigen Auswirkungen in der sogenannten Realität ("Manu raus! Manu, Du Schlampe!"). Dieses Knäuel bedarf einer genaueren Beobachtung.

M. E. können zwei Einteilungen die Beobachtungen strukturieren. Zum einen sollte unterschieden werden zwischen lebenswirklichen (nicht-medialen) und medialen Beobachtungen. In der Lebenswelt etwa suchen wir nach interpersonaler Konfirmation von massenmedialen Wirklichkeits- bzw. Informationsangeboten ("Sag mal, stimmt es, daß der Bürgermeister zurückgetreten ist?"). Zum anderen differenziere ich auf seiten der medialen Beobachtungen dann noch einmal die Medienangebote in auf Fakten und Fik-

tionen basierende. Zäumen wir das Wahrnehmungspferd von hinten auf: Die einstige massenmediale Genre-Leit-Differenz Fakten/Fiktionen gilt schon lange nicht mehr. Genaugenommen verliert sie ihre Orientierungsfunktion, die selbst schon immer auf einer nützlichen Fiktion beruhte.² Es existieren auch im deutschen Mediensystem zunehmend Mischformen. Nachrichtensendungen etwa werden durch Show-Elemente bereichert (Infotainment). Gleichsam bieten fiktive Medienangebote stets eine Reihe faktisch orientierter Inhalte an (z. B. tatsächliche historische Hintergründe bei Spielfilmen). Besonders bemerkenswert scheinen hierbei neue journalistische Hybridisierungen, wie das offensichtlich nicht speziell für die Medien stattfindende Ereignis der Entführung ausländischer Touristen auf den Philippinen im Sommer 2000 zeigt, das vor allem von der deutschen Boulevardpresse regelrecht als Daily-Soap inszeniert wird (zwischenmenschliche Annäherungen, familiäre Verwicklungen etc.). Demgegenüber wird *BB* bei all seiner durchschaubar konstruierten Authentizität als das authentische, reale Fernsehereignis (an sich schon ein Paradoxon) mit beinahe Nachrichtencharakter (auch in all der begleitenden pseudodokumentarischen Berichterstattung von RTL 2 selbst) präsentiert. Hier verlagert sich offensichtlich – noch einmal, aufgelöst wird hier nichts – die Differenz Fakten/Fiktionen in Richtung Alltäglichkeit/Sensation, wobei derzeit zumindest noch die zweite Seite der Unterscheidung von Journalisten als auch Rezipienten präferiert wird.³ Ferner erachte ich als auffallend, daß das Medienereignis *BB* wesentlich schneller und breiter (empirische Nachweise müssen sicherlich erst erfolgen) in der deutschen Öffentlichkeit thematisiert wurde als etwa der Kosovo-Konflikt, welcher höchstselbst wiederum mit Inszenierungsmitteln von allen Seiten (Akteure, Journalisten) nach dem Golfkrieg zum zweiten sogenannten Medienkrieg erklärt wurde. Diesen zweifelhaften Titel (war es nicht insbesondere ein Medienkrieg für diejenigen, die den Krieg sowieso via Medienangebote wahrnehmen können, und nur dadurch?) erlangte der Konflikt wegen seiner besonderen Orientierung an der Medienberichterstattung, aber auch wegen seiner neuen elektronischen Schlachtfelder, der herkömmlichen Massenmedien und vor allem des Internet. Ein Krieg wird zunehmend medialisiert und virtualisiert und somit nicht nur nicht mehr direkt erfahrbar, sondern auch immer weniger verifizierbar.

Die Rede vom einst futuristischen Info-War ging rasch um. Und 'natürlich' werden in Zukunft elektronische Attacken als Folge politischer Unüber-

²Fakten werden *gemacht*.

³Allerdings ist auch hier eine baldige Verlagerung zu erwarten, denn gerade bei *BB* wurde ja von den Machern resümierend immer wieder der Aspekt des Alltäglichen, das sich vom Dauer-Besonderen (Sensation) abgehoben hat, erwähnt.

windbarkeiten eine bedeutende Rolle spielen, Hacker werden von Medienterroristen zu Mediensoldaten (der ehemals subversive Chaos-Computer-Club in Deutschland etwa hilft längst politischen Regierungs-Institutionen in Misslagen wie bei Viren-Alarm etc. mit Rat und Tat aus). Eventuell lassen sich ehemals blutige Auseinandersetzungen dann klinisch-sauber, aber doch immer noch mit verheerenden Folgen erledigen. Zumindest aber findet ein Verlust an Trennschärfe zwischen metaphorischen Modellen von Kommunikation als Krieg und der Nutzung von Medientechnologien für den Krieg statt (vgl. Schmidt; Zurstiege 2000: S. 55 – 57), welche wiederum zur Verschleierung und nicht etwa Aufklärung der realen Ereignisse beitragen.

Vielleicht mutieren zukünftige Konflikte dieser Art zu supernationalen bzw. transnationalen Computer-Games mit allzu ernstem Hintergrund und ohne Öffentlichkeit. Auf jeden Fall gleichen sich Kriegs- und Unterhaltungsberichterstattung (Sport, Lifestyle) einander an (vgl. Maresch 2000), Human Touch und kriegsspielerische Taktiken ersetzen die harten Nachrichten, die oftmals auch gar nicht mehr erreichbar geschweige denn vermittelbar sind. Selbst Kriege werden entertainisiert. Und eines Tages weiß der Zuschauende nicht mehr zu unterscheiden zwischen Nachricht und Unterhaltung, eben zwischen Fakt und Fiktion in Reinnatur. Womit wir den Spekulationen vorerst ein Ende setzen wollen und vom spielerischen Ernst zum ernsthaften Spiel zurückkommen.⁴

BB und *EM2000* basieren im weiteren Sinn auf zunächst präzisen Spielregeln (im Fall von *BB* wurden diese massenmediengerecht einige Male modifiziert wie etwa mit der nachträglichen Einführung einer beobachtungsfreien Stunde pro Tag) und operieren prinzipiell losgelöst jeglicher realen Alltäglichkeit, beide Ereignisse wurden zu Medienspektakeln erster Klasse. Doch während die Fußballmeisterschaft bei aller Inszenierung und allen Show- und Werbe-Elementen höchstens die neue gesellschaftliche Tendenz verursachte, daß immer mehr bisher an diesem Sport Uninteressierte sich sowohl in Tippgemeinschaften betätigten als auch an den Zusammenkünften der Live-Übertragungen dazustießen (und somit dem TV-Fußball einen weiteren Popularisierungsschub sichern, und zwar auch in Richtung Oberfläche und Trivialisierung, denn anscheinend ist das Dabeisein das Besondere, nicht die Kenntnis irgendwelcher Regeln, sportlicher Hintergründe oder sporthistorischer Kontexte, Fußball ist endgültig Pop geworden), zeigt sich bei *BB* in aller Deutlichkeit das Phänomen des Wandels von Pop- zu Prollkultur (vgl. Willemsen 2000). Nach fünfzig Jahren Popkultur ist die interne Ausdifferenzierung in so etwas

⁴So wie das Spiel (z. B. beim Schach) als Simulation des Kriegs gilt, kann der postmoderne Cyberwar als Simulation realer Spiele gelten.

wie Elite-Popkultur (Hochkultur der Popkultur, Mainstream der Minderheiten) und Prollkultur (der Chic des Blöden, das massenhafte Glorifizieren von allem, was auch aus eigener Sicht schlechter Geschmack ist) vermehrt zu beobachten, allerdings vermehrt mit programmüberschreitenden Anwendungen von Seiten der Elite-Popkultur. In einem Rezeptionswirrwarr lässt sich nur schwer unterscheiden, wer etwa *BB* aus postmodern beliebt-beliebiger ironischer Brechung zusieht (das mittlerweile nicht mehr zu ertragende "so schlecht, daß es schon wieder gut ist" der Trash-Ästhetik) und wer, ähnlich den Hooligans im Fußball, durchaus ernst mit dem Spaß macht und sich eventuell gar mit den Medienfiguren identifiziert oder zumindest mit ihnen sympathisiert (auch hier zeigt sich die Vermengung aus Fakten und Fiktionen: wer weiß schon, wie Zlatko und Jürgen im wirklichen Leben sind, außer den Leuten, die das auch vor und ohne *BB* wussten?). Offensichtlich sind diese beiden Lager, nennen wir sie ironische Popkultur und seriöse Prollkultur, die kulturell (vgl. Janich 2000) auf eine Hauptkulturebene zurückverweisen, also durchaus von i. w. S. gemeinsamen kulturellen Basen aus operieren, vor allem aber die erste Gruppe, nicht mehr zwingend auf eine Trennung aus. Ein Phänomen, das uns schon seit einiger Zeit z. B. in Form der (Wieder-)Belebung des Grand Prix D'Eurovision und damit zusammenhängend der Schlager-Trash-Welle über den Weg läuft. Die Popkultur bricht ihre eigene peinliche Vergangenheit im ironischen Recycling, und zwar solange, bis auch in Bälde die Phase dieser Dauerbrechung ironisiert wird.⁵ Im Prinzip steht eine Person wie Zlatko ebenfalls für diesen Effekt, denn wenn herkömmliche (i. S. v. Hollywood z. B.) Stars schon als technisch-mediale reproduzierte Images auf Dauer und nicht nur Benjaminsch ihre Aura der Einmaligkeit verlieren, so bildet die neue Klasse des sogenannten White Trash wie Zlatko deren ironische Brechung. Eigentlich braucht man gar nichts Besonderes mehr, lediglich die mediale Rückenstärkung, um durch das Nicht-Besonderssein aufzufallen. Und plötzlich begeistern sich ganze Bevölkerungsschichten für den besonders unbesonderen, besonders ehrlichen ("Der sagt, was er meint!") Typus von Realo-Soap-Darsteller. Zlatko als Simulation von Starkult, die realen Fans (ausgehend von Familie und Freunden) gleich hyperreal mitgeliefert.

Diese für die so genannte Spaßgesellschaft, ich nenne sie MedienSpaßGesellschaft, weil der große Spaß nur medial gesellschaftsweite Wirkung zeigen kann und gleichzeitig der sowohl direkte (oft als "einfach" titulierte) als auch

⁵Erste Anzeichen dafür sind derzeit die ersten Comedians, die sich über ihre (Vorläufer-)Kollegen mokieren, das Lustigmachen über das Lustigmachen fällt zunehmend auf. Eine andere Möglichkeit ist die Umfunktionalisierung massenmedialer Mythen wie *BB* für den eigenen Gebrauch, wie es jüngst der Theater-Regisseur C. Schlingensiefel mit dem Aufstellen eines eigenen *BB*-Containers vor dem Wiener Burgtheater tat.

ironisierte Spaß die Medieninhalte mehr und mehr prägt⁶, Total-Ironisierung (und zwar diachron als auch synchron) zeugt von einer Koketterie mit einer offensiven Standpunktlosigkeit und einer dadurch erfolgenden Unangreifbarkeit, die ernsthafte Kritik rasch als Weltschmerzphilosophie abstempelt.⁷ Nur: „was kommt, wenn der Spaß aufhört?“ (Agentur Bilwet 1997: S. 5). Und was steht diesem diesseitigen Spaß denn eigentlich als transzendentes Konstrukt gegenüber, zumal in Zeiten der Religion der Religionslosigkeit (einer weiteren Art von Transzendenzveränderung bei gleichzeitiger Säkularisierung)? Im Zeitalter des schier unübersichtlichen Kontingenz-Overloads können sich zügig neue Fundamentalismen herausbilden (vgl. Schmidt 1998: S. 183 – 185), um vermeintliche Neuordnung in das zunehmende (äußere) Chaos zu bringen.

Die Selbstverwirklichung (als vermeintlicher Weg aus dem inneren Chaos) als Leitwert der sogenannten 68er findet ihre eventuell finale, auf jeden Fall radikale und popkulturelle Umsetzung in der MedienSpaßGesellschaft der 90er/00er. Nicht nur *Be* oder *Express Yourself!*, sondern jeder kann sein eigener Star sein (Andy Warhol in extrem), sich selbst in vielfältigen medialen Angeboten inszenieren bzw. verwirklichen i. S. v. ver-virtualisieren. „*Jeder heutige Mensch kann einen Anspruch vorbringen, gefilmt zu werden* [kursiv im Original].“, schrieb Walter Benjamin bereits 1936 (Benjamin 1963: S. 29). Der prolige Jedermann hat in der medialen Popkultur 2000 die Dauer-Chance, ironisch gebrochen und scheinbar authentisch uninszeniert aufzufallen. Und das eher als etwa eine Gruppe protestierender Greenpeace-Anhänger auf hoher See. Die Revolution, der Aufbruch, der Konventionsbruch der Nachkriegskinder ist nicht zuletzt via Massenmedien kollektiv geworden und somit mainstreamisiert. Dazu bedarf es nur eines Blicks auf kommunikationswissenschaftliche Überlegungen zu medialen Themenkarrieren (vgl. etwa Luhmann 1979 oder Weischenberg 1990): Die Massenmedien und mit ihnen die Journalisten benötigen eben, wie oben schon erläutert, das Besondere, das Auffallende. Wenn aber kollektiv protestiert wird, wie durch die 68er kultiviert, dann schleicht sich die Indifferenz durch die mediale Hintertür ins kollektive Bewusstsein ein. Wo alles Auffallende mit Protest zusammenhängt, wo aller Protest auf-

⁶Die Schreibweise mit Majuskeln soll die Verschränkungen und Entgrenzungen der drei Bereiche verdeutlichen. In diesem Zusammenhang kann keiner der Bereiche nur für sich stehen, sie sind untrennbar verbunden.

⁷Auch der vorliegende Artikel könnte somit leicht in die Kategorie eines Iarmoyanten Kulturpessimismus eingeordnet und somit abgehakt werden. Aber vielleicht kann er bestenfalls auch als Ironisierungsironisierung verstanden werden. Der Autor ist sich durchaus bewusst, daß die Thematisierung und Bewertung eines Medienereignisses wie *BB* für weitere Aufmerksamkeit und somit weiteren Erfolg sorgt und sich die MedienSpaßGesellschaft eben gerade über diese Paradoxie unkritisierbar gestaltet.

fällt, da ist der Protest eben eines Agenda-Tages kein Protest mehr. Die Popkultur hat den Protest popularisiert und assimiliert: politische Leitfiguren wie Marx, Mao, Che Guevara usw. sind zu oberflächlichen Bettwäsche-Ikonen geworden und liegen neben der *BB*-CD und der *EM2000*-Fahne. Und selbst dies wird mittlerweile nicht mehr ernst genommen. Der Pflicht-Anarchist der 68er und auch späteren Jahre hin bis zu den autonomen Hausbesetzern der 80er und 90er⁸ wird nur noch in seltenen Fällen von Jugendlichen ernst genommen – und dies nicht nur aus Politikverdrossenheit. (Nicht nur) jugendkultureller Protest etwa gegen gesellschaftliche Hierarchien und Aufoktroyierungen ist schon länger nicht mehr hip. Hip ist, die Meinung zu haben, keine Meinung zu haben. Wer aber soll dann noch den dialektischen Part der Opposition übernehmen? Übertragen auf die Medien muss dazu an anderem Ort noch ausführlicher und präziser über den mediengerechten Protest gegen die Medien in den Medien (vgl. Bourdieu 1998: S. 30 – 37) diskutiert werden.

Stattdessen sind Unangreifbarkeitsmechanismen unter dem omnipotenten Deckmantel der Popkultur wie eben Rückzug in die Ironie, Verantwortungsabwehr durch Politikverdrossenheit-Legitimation und Eskapismus in die 'neue Langeweile' zu beobachten.

Fazit

In der "nachtterroristischen Zeit" (Seibt 2000: o. S.) ist eine Generation junger Menschen (wir) herangewachsen, die zunehmend von einem Kulturprogramm mit den Orientierungspunkten Medien und Kommerzialisierung/Konsum geprägt wurde und der zunehmend die Differenzseite Realerlebnis Krieg direkt und indirekt-direkt (außermedial) fehlt. Die beiden aktuellen Medienereignisse *BB* und *EM2000* erscheinen als Sinnbilder der (post-)modernen Desorientierung und zeitgenössischer Mythen (vgl. Ramonet 1999), die sich besonders rasch und breit in der Popkultur entwickeln können und thematische Schwerpunkte in der Konversationspriorität und Sozialisation dieser Menschen bilden. Zudem substituieren sie auf symbolischer Ebene ehemalige Realerlebnisbereiche. Popkultur zitiert sich selbst, sonst wäre sie keine Popkultur. Medien thematisieren sich selbst, um immer neue (Variationen von) Themen zu schaffen. Der real erlebte Schrecken scheint ins Außerlebenswirkliche, Transzendente

⁸Bezeichnenderweise war der Sieger der ersten *BB*-Staffel angeblich ebenfalls aus dieser Szene und wurde nicht nur für *BB* ausgewählt, sondern zum Helden dieses Medienereignisses stilisiert. RTL 2 war zeitgeistlich somit peinlich zu spät, noch später als die Werbung, während die Zuschauenden über weite Strecken gegenüber dem Mainstream der Exoten eher den bieder-prolligen Chic von Jürgen und Zlatko zu bevorzugen schienen (siehe Beliebtheitskalender der Wettbewerber z. B. auf der *BB*-Homepage).

zu wechseln und an Gewichtung zu verlieren, bzw. die Programmanwender der ehemaligen Leit-Differenzseite immanenter Kriegserlebnisse werden weniger, so daß das Kriegserlebnis schon bald zu einem höchsten virtuellen Konstrukt absteigt, welches die erwähnte Desorientierung weiter fördern wird.

Entgegen mancher proklamierter Entgrenzungen und bei aller Flüchtigkeit, Brechung und Umlagerung von Werten in der MedienSpaßGesellschaft und der Popkultur werden die Demarkationlinien lediglich verlagert und nicht komplett aufgelöst. Anything Goes – As Long As It Works. Und funktioniert das popkulturelle Es nicht mehr, eine (kommerzialiserte) Alltags-Alternative zu sein, ist es eben an eine solche (neue) Grenzlinie gelangt. In einer Gesellschaft des Gewinnens verschwindet die Seite des kollektiven Verlierens aus Realerlebnissen in brisantem Tempo. Es bleiben Simulationen von Verlieren in Form von Medienspielen wie *BB* oder *EM2000* mit Verlierer-Stellvertretern bzw. -simulationen, die ihrerseits keine realen Verlierer sind (Zlatko macht Millionen, die deutschen Fußballnationalspieler dürften ihren bisher lukrativen Beruf auch weiter ausüben dürfen, ohne in Existenznot zu geraten). Und auch diese werden durch Akkumulation schon bald keinen Neuigkeitswert mehr haben. Schließlich muss die spielerische Extremversion des realen Lebens erhalten, um Aufmerksamkeit zu erregen, etwa die Live-Berichterstattung von Hinrichtungen oder Headhunting (vgl. Corinth 2000). Das Leben ist doch immer noch die perfekte Soap. Wer weiß, wie weit es dann noch bis zum medial fingierten und somit real medial miterlebbareren eigenen Tod als Virtual Test der Reaktionen realer Familien und Freunde ist? Wer weiß, wann die medialisierte Popkultur jegliche Bedrohungen in Form von internationalen Konflikten virtualisiert und die MedienSpaßGesellschaft auch diese Themen ironisiert haben wird? Wie sagte Harald Schmidt sinngemäß schon vor Jahren in bezug auf seine ironische Art der Moderation der großen Familien-Samstag-Abend-Show *Verstehen Sie Spaß*: "Die würden sich selbst noch krank lachen, wenn ich Ihnen von der Bühne ins Gesicht pinkelte!" Schönen Guten Abend ...

Literatur

- Agentur Bilwet (1997): Elektronische Einsamkeit: was kommt, wenn der Spaß aufhört? Köln: Supposé.
- Benjamin, Walter (1963): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (1998): Über das Fernsehen. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Corinth, Ernst (2000): RealityRun. Menschenjagd im und mit dem Internet

- als Spiel. In: Telepolis. URL: www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/co/8330/1.html (Stand: 05.07.2000).
- Debord, Guy (1996): *Die Gesellschaft des Spektakels*. Berlin: Edition Tiamat.
- Franck, Georg (1998): *Ökonomie der Aufmerksamkeit.. Ein Entwurf*. München und Wien: Carl Hanser.
- Jacke, Christoph; Jünger, Sebastian; Zurstiege, Guido (2000): Aufdringliche Geschichten – zum Verhältnis von Musik und Werbung. In: Rösing, Helmut; Phleps, Thomas (Hrsg.): *Populäre Musik im kulturwissenschaftlichen Diskurs. Beiträge zur Populärmusikforschung 25/26*. Karben: CODA, S. 25 – 42.
- Janich, Peter (2000): Verlust der Realität. Ein abendländisches Gedanken-Los? In: Zurstiege, Guido (Hrsg.): *Festschrift für die Wirklichkeit*. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (im Druck).
- Jochum, Manfred (1999): *Wissenschaftswissen und Medienwissen oder: Die Virtualität des Wissens*. Innsbruck und Wien: Studien-Verlag.
- Luhmann, Niklas (1979): Öffentliche Meinung. In: Langenbucher, Wolfgang (Hrsg.): *Politik und Kommunikation. Über die öffentliche Meinungsbildung*. München: Piper, S. 29 – 61.
- Maresch, Rudolf (2000): Kummer über Kummer. In: Telepolis. URL: www.heise.de/tp/deutsch/kolumnen/mar/8205/1.html (Stand: 09.06.2000).
- Neumeister, Andreas (1999): Pop. In: 3sat, DeutschlandRadio Berlin, Süddeutsche Zeitung, Suhrkamp Verlag (Hrsg.): *100 Wörter des Jahrhunderts*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 209 – 212.
- Ramonet, Ignacio (1999): *Die Kommunikationsfalle: Macht und Mythen der Medien*. Zürich: Rotpunktverlag.
- Rötzer, Florian (1999): Aufmerksamkeit als Medium der Öffentlichkeit. In: Maresch, Rudolf; Werber, Niels (Hrsg.): *Kommunikation, Medien, Macht*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 35 – 58.
- Schmidt, Siegfried J. (1994): *Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Schmidt, Siegfried J. (1998): *Modernisierung, Kontingenz, Medien: Hybride Beobachtungen*. In: Vattimo, Gianni; Welsch, Wolfgang (Hrsg.): *Medien-Welten Wirklichkeiten*. München: Fink, S. 173 – 186.
- Schmidt, Siegfried J.; Zurstiege, Guido (2000): *Orientierung Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Seibt, Gustav (2000): Aussortieren, was falsch ist. In: *Die Zeit*. Nr. 10/2000 vom 02.03.2000. URL: www4.zeit.de/tag/aktuell/200010.generationen_.html (Stand: 02.03.2000).

- Serres, Michel (1994): Die fünf Sinne. Eine Philosophie der Gemenge und Gemische. 2. Auflage. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Weischenberg, Siegfried (1990): Der Kampf um die Köpfe. Affären und die Spielregeln der "Mediengesellschaft". In: DIFF (Hrsg.): Funkkolleg "Medien und Kommunikation". Studienbrief 1. Weilheim und Basel: Beltz, S. 11 – 49.
- Willemsen, Roger (2000): Wir sind wieder wer. In: SZ-Magazin vom 09.06.2000, S. 32.