media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

Nicolas Pethes

»Deppengeschwätz« – Schein oder Nichtschein in medialen Menschenexperimenten der high- und low-Kultur

2000

https://doi.org/10.25969/mediarep/11974

Veröffentlichungsversion / published version
Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Pethes, Nicolas: »Deppengeschwätz« – Schein oder Nichtschein in medialen Menschenexperimenten der high- und low-Kultur. In: Friedrich Balke, Gregor Schwering, Urs Stäheli (Hg.): *BIG BROTHER. Beobachtungen.* Bielefeld: transcript 2000, S. 35–53. DOI: https://doi.org/10.25969/mediarep/11974.

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/

Terms of use:
This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - No Derivatives 3.0/ License. For more information see:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

»Deppengeschwätz« – Schein oder Nichtschein in medialen Menschenexperimenten der *high*- und *low*-Kultur

NICOLAS PETHES

»There were some things called the pyramids, for example […]. And a man called Shakespeare. You've never heard of them, of course.«

(Aldous Huxley, *Brave New World*)

I

Der Protest, zu dem die ›Hundert Tage von Hürth‹ in den deutschen Feuilletons Anlass zu geben schienen, bediente sich mehrerer Register: Neben dem frankfurtgeschulten Triumphgeschrei derer, die in *Big Brother* den endgültigen Beweis der These ansahen, das Fernsehen sei ein genuines Medium der Volksverdummung,[1] erklangen – im Kontext der Debatten um große Lauschangriffe und gläserne Bürger – ethische Bedenken an der republikübergreifenden Rundumüberwachung von zehn Freiwilligen, deren einziges Ziel die Abschiebung ihrer WG-Kollegen zur höheren Ehre des Geldes sei. Kandidaten wie Zuschauer, so die CDU-Politikerin Maria Böhmer in ihrem Plädoyer für ein Verbot der Show, müssten vor sich selbst geschützt werden, um zu vermeiden, dass sie in ihrer Verfallenheit an den wahrhaft diabolischen Cocktail aus Medienpräsenz und Mammon ihren Mitmenschen zu televisionären Wölfen würden.[2]

John de Mol, der Produzent der Sendereihe, relativierte solche Bedenken mit Hinweis auf die relativ gemäßigte Position der Doku-Soap auf der nach oben offenen *reality*-Skala: Selbst für ein

Show-Konzept *Russisch-Roulette* ließen sich in Deutschland genügend Kandidaten finden.[3] Für die wachsame Kritik war das der Offenbarungseid eines Entertainment-Unternehmens ohne ästhetische oder moralische Standards. Dass diese aber überhaupt an *Big Brother* angelegt wurden, führte gemäß der Logik jeder auf Differenzen setzenden Kommunikation zwangsläufig dazu, dass Ästhetik und Moral unverhofft zu zwei ständigen Kategorien im dialektischen Schatten der Produktion wurden. Die Anwälte der Hochkultur, so wird man im Rückblick auf das Spektakel wohl diagnostizieren, haben sich verdächtig dankbar auf ein offenkundiges *trash*-Produkt gestürzt, um der eigenen Überlegenheit eine besonders dunkle Kontrastfolie zu bescheren.[4] Ästhetische Standards, so dokumentierte die Debatte allzu deutlich, bilden sich, indem sie das Nichtästhetische mit großer Geste in den *unmarked space* ihrer Unterscheidung verbannen.

Unweigerlich wird dieser *unmarked space* durch eine solche Ausschlussgeste allerdings selbst bis zur Kenntlichkeit umrissen: Die Hürther wohnten in einem Container und hatten schon allein dadurch wenig Chancen, mehr zu sein als der Abfall der Gegenwartskultur. Der eigentliche Skandal an *Big Brother* war nun aber, dass dieser Fernseh-Mülleimer wie aus heiterem Himmel zum Schauplatz eines Recyclings wurde, eines Wiederauftauchens dessen, was man sicher auf der anderen Seite der Unterscheidung verortet glaubte: Der vermeintlich kunstfreie Raum der Container-Gespräche wurde durch ein *crossing* der Trennlinie zwischen Hoch- und Niedrigkultur Zeuge eines geradezu unheimlichen Wiedereintritts des Ausgeschlossenen: Die Bewohner der WG sprachen über William Shakespeare.

Zlatko: Frauen sind die, die wo hinter den Herd gehören!
Andrea: Du Dumpfbacke, kennst du Shakespeare?[5]

Schon diese kurze Sequenz ist genau kalkuliert:[6] Andrea, eine sensible, emanzipierte Frau kontert Zlatkos unüberhörbar antiquiertes Macho-Diktum nicht innerhalb von dessen Diskurs, son-

dern straft ihn durch Aufrufen eines Signifikanten, der den feinen Unterschied ihrer soziokulturellen Überlegenheit dokumentieren soll.[7] Der zentrale Dialog hierzu findet am 26. März statt und hat Zlatkos Kultstatus zur Folge. Andrea und Kerstin blättern in einem Buch:

Zlatko: Shakespeare? Schon mal gehört. In welchem Film hat der noch mal mitgespielt? Sag mal ehrlich. Muss man den kennen?

Alex: Den sollte man schon kennen.

Zlatko: Den kenn' ich schon, aber wenn du mich frägst, was der gemacht hat; mmh, keine Ahnung, ob der Romane geschrieben hat, Filme mitgemacht hat, Dokumentationen – keine Ahnung.

Alex: Das ist der Bruder von Jacques Cousteau.

Zlatko: Warum lacht ihr, und wer ist Jacques Cousteau?

Alex: Den kennst du auch nicht.

Zlatko: Ach so, *Shakespeare In Love* gibt es doch.

Kerstin: Ja, da gab's einen Film *Shakespeare in Love*.

Zlatko: Jetzt verklicker weiter. Erklär mal zur Person. Wer war William Shakespeare?

Kerstin: Der hat *Hamlet* geschrieben, *Macbeth*, *Romeo und Julia* und so.

Zlatko: Guck mal, das zeigt nun wirklich, dass ich noch nie ein Buch gelesen hab'. Ich kenne den Namen nur, weil ich ihn cool finde, weil mich so was noch nie in meinem Leben interessiert hat.

Kerstin: Geh' mal in die Videothek und hol' dir auf deutsch den Videofilm *Romeo und Julia*.

Zlatko: Stimmt, das ist ja das Deppengeschwätz, wo ich nach zehn Minuten keinen Bock mehr hatte. Was für'n Scheiß die da labern und die wiederholen sich 40 Mal, hau ab, nein.[8]

Dem massenmedialen Untergang des Abendlandes, für den Zlatko einsteht, wird so innerhalb seiner eigenen Sphäre noch einmal die Buchkultur entgegengesetzt – ein *re-entry* der *high/low*-Unterscheidung in den *low*-Bereich.[9] Zlatko hält sich scheinbar perfekt an diese Spielregel: Sein Statement zu Shakespeare – »der, wo dieses Deppengeschwätz geschrieben hat«[10] – bedient die

Kriterien einer bekennend aliterarischen, selbst- und (bis in den popkulturellen Bereich) kunstvergessenen Generation vollkommen. Der letzte Zugang zur Kultur ist das Kino, das sich gerade in den 1990er Jahren noch einmal verstärkt um den abendländischen Literaturkanon – also um das, was »man schon kennen« sollte – bemüht hat. Shakespeare stand dabei hoch im Kurs, ob in Form der erwähnten Filmbiographie *Shakespeare in Love* oder als Verfilmung einzelner Dramen wie *Hamlet*, *Richard V* oder *Romeo und Julia*. Gerade letzteres ist ein Beispiel für eine aktualisierende Adaption, insofern die Handlung in das Los Angeles des 21. Jahrhunderts verlegt wird – ohne stilistische Modifikationen des Textbuchs. Wer die Capulets und Montagues derart bei der Familienfehde an der Tankstelle belauscht, kann sich kaum des Gefühls erwehren, Zlatkos Urteil habe eine gewisse Plausibilität: Shakespeares Dialoge sind in gewissen Kontexten »Deppengeschwätz«.

Die eigentliche Provokation dieses Diktums liegt aber nicht in seinem Kontrast zum Wertekanon des Abendlands, sondern in seiner unheimlichen Allianz mit diesem: Zlatko wendet das gleiche Argument gegen die Hochkultur, mit dem deren Anhänger *Big Brother* verurteilen: Die Sendung sei langweilig, weil man niveaulosen Leuten beim Parlieren über belanglose Themen zuhöre – Deppengeschwätz also.[11] Wer Zlatko & Co. derart den Kulturverfall diagnostiziert, übersieht also, in welchem Verhältnis noch der Verfall mit dem Paradigma der Hochkultur steht. Shakespeare, der durch Zlatkos beredte Ignoranz das leuchtende kulturelle Gegenmodell zum massenmedialen Menschenexperiment *Big Brother* zu sein scheint, wird dann als durchaus zugehörige Kehrseite des gegenwärtigen Spektakels kenntlich, das die Strukturen der Inszenierung wie des Diskurses über *Big Brother* mitprägt.

Dies betrifft zum einen den Bereich der Ästhetik, die ihre eigene *high/low*-Unterscheidung unweigerlich reproduziert: Tatsächlich ist die an *Big Brother* kritisierte Struktur des sinnlosen Redens auch, wie Zlatko zielsicher erkennt, die Struktur der Shakespeare'schen Dramen selbst. Gerade die populärphilosophisch nobilitierte Frage »Sein oder Nichtsein?« aus *Hamlet* entstammt

einem Monolog, in welchem Hamlet sich wahnsinnig stellt – Deppengeschwätz also. Zum anderen berührt das Problem den Bereich der Moral, traditionell und interessanterweise auch wieder gegenwärtig oft kurzgeschlossen mit der Frage nach dem Schönen: Die Allianz von Voyeurismus und Exhibitionismus in *Big Brother* folgt einer observatorischen Logik des abendländischen Menschenbildes, die sich auch hinter scheinbar interesselosen Alltags-Dokus verbirgt. Bereits bei *Hamlet* funktioniert die Strategie der zweiten Absicht, z.B. im Fall des inszenierten Theaterstücks, das Hamlet seinem Stiefvater zum Zwecke von dessen Entlarvung vorführt. Hier fungiert das »Deppengeschwätz« der angeworbenen Schauspieler im Rahmen eines medial vermittelten Menschenexperiments, dessen Dispositiv dem Prinzip von *Big Brother* erstaunlich nahe ist: Die Beobachtung der Reaktion von Menschen – sei es im Theater auf dem Theater oder vor dem Fernsehschirm – dient gleichermaßen der Hoffnung, etwas über die ›Wahrheit des Menschen‹ herauszufinden. Die – entweder emphatische oder resignierte – Reaktion auf *Big Brother*, das Fernsehen zeige endlich Menschen, wie sie wirklich sind, beweist, wie die Sein/Schein-Codierung das letztlich anthropologische Interesse medialer Experimentalszenarien bestimmt. Deppengeschwätz ist aus dieser Perspektive ein zentrales Medium abendländischer Kultur, nicht deren Verfall.

II

Dass die Dramen William Shakespeares einen impliziten Mediendiskurs transportieren, ist seit Marshall McLuhans entsprechenden Lektüren ein poptheoretischer Topos (McLuhan 1994: 25). Es bedarf aber gar nicht McLuhans bemühter Dekodierung von Lichtmetaphern, um den kommunikativen Interaktionen bei Shakespeare Kategorien zu entnehmen, die ganz unmetaphorisch auch moderne Medien prägen: Trivialkultur und Menschenbeobachtung. Ein gutes Beispiel bietet das Intrigenspiel im Schloss des Königs von Dänemark, der sein Leben wie seine Frau

an seinen Bruder verliert, welcher seither bemüht ist, gegen den argwöhnischen Prinzen den Anschein einer restituierten Ordnung zu erwecken. Beide Parteien, Hamlet wie sein Onkel – immerhin Angehörige des mittelalterlichen Hochadels, präsentiert im Rahmen eines klassischen Kunstwerks –, bedienen sich dabei solcher Mittel, die aus einer ganz anderen Sphäre als der ihren zu stammen scheinen: Der illegitime König lässt seinen Neffen durch zwei alberne Jugendfreunde, Rosenkranz und Güldenstern, aushorchen; der Prinz engagiert eine Truppe fahrender Gaukler, um dem Onkel ein entlarvendes Schauspiel vorzuführen. Wie in der Szene, in der Hamlet den Schädel des Hofnarren Yorrick um Rat fragt, wird der klassische Blankvers allerorten mit dem Populären – Karnevalesken, Närrischen – kontrastiert.[12]

Shakespeares Bühne wird zum Schauplatz einer Inszenierung der Begegnung mit dem scheinbar Ausgeschlossenen: Ästhetisch-moralische Hochkultur trifft auf Bedeutungsleere und Unaufrichtigkeit. Beide Parteien inszenieren Schauspiele, um Einblicke in die Beweggründe des jeweiligen Gegenspielers zu gewinnen. So auch der König: Nachdem die »Prüfung« Hamlets durch Rosenkranz und Güldenstern auf Grund von Hamlets »schlauem Wahnwitz« gescheitert ist, wird er selbst zum Experimentator und sein Schloss zum Labor: [13]

Wir haben Hamlet heimlich herbestellt,
Damit er hier Ophelien wie durch Zufall
Begegnen mag. Ihr Vater und ich selbst,
Wir wollen uns so stellen, dass wir sehend
Doch ungesehn von der Zusammenkunft
Gewiss urteilen und erraten können;
Ob's seiner Liebe Kummer ist, ob nicht,
Was ihn so quält (III / 1).[14]

Der König und sein Kämmerer Polonius begeben sich also an eine voyeuristische Position, um den Reaktionen Hamlets Rückschlüsse auf seine wahren Absichten zu entnehmen. Hamlet, der

diese Beobachtung ahnt, sabotiert die Versuchsanordnung, indem er den Blicken seiner Beobachter ein Gegenschauspiel anbietet. Schlauen Wahnwitz also: »Sein oder Nichtsein, das ist hier die Frage« usf. (III/2). Kein Wort ist wahr: Wo Theaterbesucher jahrhundertelang Tiefsinn vermuteten, klingt bei Hamlet durch das bloße Aufrufen der Möglichkeit des Selbstmords bewusst der Wahnsinn durch, der Narr, der Depp. Hamlets paradoxes und fatalistisches Räsonieren über das Verhältnis von Tugend und Schönheit macht Ophelia schließlich aufstöhnen: »O welch ein edler Geist ist hier zerstört!« (III/2).

Hamlets Inszenierung erreicht ihren Zweck bei Ophelia wie bei den eifrigen Laboranten: Sein Irrsinn scheint beschlossene Sache, seine Rede ist offenkundiges Deppengeschwätz. Wer Tugend und Schönheit nicht mehr zusammen zu denken im Stande ist, kann kaum normal sein. Das Problem ist, dass Hamlet eben dies vorzuführen beabsichtigt: Das Schöne ist nicht zugleich das Tugendhaft-Wahre. Seine großen Worte – Sein oder Nichtsein, Schön oder Nichtschön – mögen poetisch sein, sie sind aber nicht wahr. In die Sphäre ästhetischer Stimmigkeit tritt der schiere Unfug ein. Auf diese Weise produziert Hamlet für seine Beobachter Schein statt Sein.

Das Fatale an dieser Gegeninszenierung des Versuchskaninchens ist, dass es die Verlässlichkeit der experimentellen Inszenierung in Frage stellt. Hamlets uneigentliches Sprechen, seine bewusste Transformation zum Narren, präludiert ein spezifisches Verhaltensmuster, das Personen unter medialer Beobachtung an den Tag legen. Die voyeuristische Rahmenstruktur des Hamlet-Monologs macht ihn als Inszenierung kenntlich. In ähnlicher Weise geraten auch heutige Versuche, Authentizität vor der Kamera zu produzieren, zu Dokumenten der Uneigentlichkeit. Die Kandidaten von *Big Brother*, im steten Bewusstsein ihrer Überwachung durch Millionen Internet- und Fernsehzuschauer, konnten den Anspruch der Wahrhaftigkeit nicht erfüllen. Der Diskurs über die Show, der versuchte, die *high*-Semantik des Authentischen auf das *low*-Format der Sendung anzuwenden, produziert nur diskur-

sive Effekte, keine Evidenzen.[15] Umgekehrt verfehlte die kulturpessimistische Verurteilung der Containerisierung ihr Ziel, das Bild, das die eingesperrten Menschen aus Hürth vermittelten, als glaubwürdige Dokumente ihrer Bedeutungslosigkeit zu werten. Sowohl die Echtheitsfanatiker (*Big Brother* als Sein) wie auch die Kulturkritiker (*Big Brother* als Schein) übersehen, dass die jeweilige Unterscheidung, der sie glauben, sich souverän bedienen zu können, ein Produkt des Mediendispositivs ist, auf das sie sie anwenden wollen.

Die fragliche Differenz zwischen dem Echten und dem Inszenierten durchzieht also beide Bereiche, Hoch- wie Niedrigkultur: Hamlets Wahrheit liegt in der Inszenierung und das klassische Drama ist insofern denkbar weit von einem authentischen Ausdruck des Menschen entfernt. Umgekehrt ist die Show *Big Brother* mit Sicherheit eines nicht gewesen: eine Dokumentation ungefilterten, echten Lebens. Man muss hierzu gar nicht auf die Tatsache der konstruierten Umgebung und Personengruppierung hinweisen, auch nicht auf die immer schon verstellend wirkende Anwesenheit von Kameras: Sowohl Form wie Inhalt der *Big Brother*-Präsentation folgen von sich aus einem genuin literarischen, genauer: einem theatralen Paradigma: Die Regie von RTL2 fokussierte in ihrer Selektion des gesendeten Materials die Charakterzüge der Personen, steuerte die Unterscheidung der Zuschauer zwischen *good guys* (Zlatko) und *bad guys* (Manu), präferierte in Form der paranoiden Diskussion um eine mögliche Intrige gegen Zlatko einen klassischen Topos des barocken Dramas, narrativierte das Material durch einen allwissenden Erzähler aus dem »Off« und choreographierte schließlich die Gespräche der Beteiligten – bis hinein in deren schulmäßige Transkription auf der *Big Brother*-Homepage mit Regieanweisungen etc. – nach Maßgabe des Spannungsbogens von Bühnendialogen. Erst durch diese Inszenierung und Rollenkonstanz des Personals konnte der Eindruck des Authentischen überhaupt erwachsen.[16] Dietrich Leders ästhetischer Befund – »Bei ›Big Brother‹ fehlen die Erzählungen und die Ereignisse« (Leder 2000: 3)[17] – ist in dieser Hinsicht

verfehlt. Vielmehr legt der Versuch, eine solche »Geschmacksdebatte« (Ring 2000) um *Big Brother* zu führen, die strukturelle Allianz des *trash* mit der Hochkultur offen. Die Inszenierung des Nonsens ist eines ihrer ältesten Mittel. Die Insassen von Hürth werden also zu Narren, nicht weil sich darin ihr wahres Wesen offenbarte oder weil RTL2 aus den untersten Schubladen der Bevölkerung gewählt hätte, sondern weil die mediale Versuchsanordnung der Show ihre Probanden methodisch Unsinn produzieren lässt. Hamlet, der Prinz und Zlatko, der »Media-Proll« (Seeßlen 2000: 44) reagieren beide auf die gleiche Weise auf die hochkulturelle Beobachtung: mit Deppengeschwätz. »Ich reiße Possen wie kein anderer« (III/2).

III

Neben den ästhetischen sind es stets moralische Bedenken, die die medialen (Selbst-)Inszenierungen von Deppen begleiten. Im Fall von *Big Brother* schien die inhaltliche Niveaulosigkeit der Sendung in der formalen Konstellation aus Exhibitionismus und Voyeurismus Gegenhalt zu finden. Den entsprechenden ethischen Ergänzungen zum kulturkritischen Mediendiskurs lieferte der Generalsekretär des Zentralkomittees der deutschen Katholiken, Stefan Vesper, am 13. Februar 2000 im Südwestfunk das Stichwort vom »Menschenexperiment«. Die Landesmedienanstalt Hessen hatte zuvor bereits die Bundesärztekammer angerufen, um prüfen zu lassen, ob ein medizinethisch induziertes Verbot gegen die Sendung geboten sei.

In der Tat steht das mediale Dispositiv des Sendeformats im Kontext eines Interesses am ›Menschen‹, das dessen Wesen in seinen unreflektierten Reaktionen und unkontrollierten Handlungen verortet. Seit den statistischen Methoden des 19. Jahrhunderts hat sich das Paradigma der Menschenwissenschaft von Verstehen auf Beobachten verschoben. Die neuen Medien, die – nicht zufällig – gleichzeitig entwickelt werden, prägen mit der Eröffnung neuer Blicktechniken das Menschen- wie Körperbild ihrer

Zeit (vgl. Crary 1996). Dieser Struktur scheint ein bestimmter Zug der Fernsehgeschichte zu entsprechen, der im *reality*-Boom der 1990er Jahre einen Gipfel erreicht. Natürlich dienen Fernsehspiele wie *Candid Camera,* soziologische Experimente wie *The Wave* sowie *reality*-Shows wie *Big Brother* oder *The Cheaters* zunächst unterschiedlichen Zielen.[18] Tatsächlich teilen sie aber eine Grundstruktur, die darin begründet ist, dass der Zuschauer vor dem Fernseher in die Position des anthropologischen Voyeurs und Experimentators tritt, dem die Reaktionen seiner Probanden spontan und unkontrolliert vor Augen geführt werden. Hier, in dieser scheinbar ungefilterten Unmittelbarkeit, scheint das Geheimnis des Menschen verborgen. Die Frage, ob es sich dabei um ein veritables Menschenexperiment handelt, ist dabei weniger hinsichtlich des Gegenstandes als mit Blick auf den Diskurs über den Gegenstand positiv zu beantworten: Die Kritiker der Sendung bedienten sich terminologisch und argumentativ des gleichen Diskursinventars, das die Debatte um das medizinische Menschenexperiment seit dem 19. Jahrhundert prägt: Menschenwürde, Freiwilligkeit, *informed consent* usf.[19]

Big Brother scheint gegen diese Einwände gut gerüstet: Die Bewohner sind nicht nur freiwillig zusammengezogen, die Beobachteten wissen auch, dass sie beobachtet werden. Allerdings wird die Einschränkung, die dieses Bewusstsein für die Authentizität der Reaktionen haben könnte, durch die Tatsache einer permanenten Totalüberwachung kompensiert: Angesichts eines pausenlosen Blicks verschwimmt die Differenz zum unbeobachteten Zustand zunehmend. Michel Foucault hat diese Grundstruktur des dauerbeobachteten Menschenexperiments am Beispiel der modernen Gefängnisarchitektur beschrieben. In Jeremy Benthams Panopticon sind die Gefangenen so angeordnet, dass sie Tag und Nacht den Blicken eines zentralen Beobachters ausgeliefert sind und keine ihrer Handlungen unbeobachtet vollziehen können. Eine solche »Maschine für Experimente«, so Foucault, generiert dasjenige anthropologische Wissen, das zur epistemologischen Herausbildung des modernen Subjekts vonnöten ist:

»Das Panopticon funktioniert als eine Art Laboratorium der Macht. Dank seiner Beobachtungsmechanismen gewinnt es an Wirksamkeit und dringt immer tiefer in das Verhalten der Menschen ein; auf jedem Machtvorsprung sammelt sich Wissen an und deckt an allen Oberflächen, an denen sich Macht entfaltet, neue Erkenntnisgegenstände auf« (Foucault 1976: 262f.).

Eine bestimmte Form der Rezeption von *Big Brother* rückt an die Stelle des entsprechenden Wissenschaftsoptimismus, der ein ungeheures Vertrauen in die Ergebnisse solcher Experimentalanordnung zum Ausdruck bringt. Getreu dem Votum des Produzenten de Mol »›Big Brother‹ ist erfolgreich, weil alles echt ist«[20] feierte der Diskurs der Authentizität von den Fan-Foren im Netz bis in die soziologischen Kommentare fröhliche Urständ: »Er [sc. Zlatko] entspricht dem Klischee vom Prolo. Gleichzeitig wirkt er sehr authentisch; das was er dargestellt hat, lag ziemlich nah an dem, was er ist.«[21] Es ist ein ungebrochenes Vertrauen in die eigene Beobachterposition, die nicht nur Deppengeschwätz von Klassik, sondern auch echtes von falschem Handeln unterscheiden kann. Eine trügerische Hoffnung, wie der Blick auf die Experimentalanordnungen in *Hamlet* so deutlich vor Augen führt.

Noch einmal zurück nach Dänemark also, um den epistemologischen Stellenwert von Medienexperimenten auf die Spur zu kommen: Unmittelbar im Anschluss an seinen närrischen Monolog lässt Hamlet Schauspieler zu sich kommen, um sie für das Spiel vor dem Mörder seines Vaters zu instruieren. Diesmal schlüpft er in die Rolle des Experimentators und versetzt seinen Onkel in den Status des Versuchskaninchens. Die Schauspieler spielen den Giftmord nach, den Hamlets Onkel an Hamlets Vater begangen hat:

König: Habt ihr den Inhalt gehört? Wird es kein Ärgernis geben?

Hamlet: Nein, nein; sie spaßen nur, vergiften im Spaß, kein Ärgernis in der Welt.

König: Wie nennt ihr das Stück?

Hamlet: Die Mausefalle. Und wie das? Metaphorisch. Das Stück ist die Vorstellung eines in Vienna geschehenen Mordes. […] Ihr werdet gleich sehen,

> es ist ein spitzbübischer Handel. Aber was tut's? Eure Majestät und uns, die wir ein freies Gewissen haben, trifft es nicht. Der Aussätzige mag sich jucken, unsere Haut ist gesund (III / 2).

Hier gelingt der Versuch: Der König reagiert als Theaterzuschauer ›authentisch‹ auf das Stück, das ihm sein Verbrechen vor Augen führt, da er nicht weiß, dass er, der Zuschauer, selbst unter Beobachtung steht: »Leuchtet mir! Fort!« Die Maus ist in der Falle: Der Schuldbeweis gelingt, weil der Beobachtete sich als unbeobachtet Beobachtender wähnt und seine Reaktion daher nicht kaschiert. Hamlet hingegen, der scheinbar unter Beobachtung des Königs steht, verbirgt sich hinter der Maske des Narren: »Mein Verstand ist krank.« So ist es letztlich der Depp, der den Blick steuert und das Wissen über diejenigen akkumuliert, die sich ihm gegenüber in der überlegenen Position des Wissens glauben.

Diese Überlegungen zum Verhältnis zwischen Beobachter und Beobachtetem in einer medialen Versuchsanordnung machen deutlich, wie wenig man sich bei der Rezeption eines Medienszenarios des eigenen souveränen Standorts und Urteils gewiss sein sollte. Der Zuschauer eines Schauspiels glaubt sich auf der sicheren Seite der Unterscheidung: ich der König, dort die Narren. Tatsächlich ist er aber selbst Gegenstand einer Beobachtung, die eine weitere Unterscheidung auf ihn anwendet: dort der Schein, hier das Sein. Der Beobachter einer Medieninszenierung kann seine eigene Unterscheidung nicht mitbeobachten und glaubt deshalb umso fester an ihre markierte Seite. Die Beobachtung des Beobachters hingegen zeigt, wie die Unterscheidung auf sich selbst anwendbar ist und daher keine Wahrheit, sondern nur einen Wertungsdiskurs enthüllt. Der König glaubt, bloßen Schein zu beobachten und wird dadurch in seiner eigenen Lügenhaftigkeit beobachtbar. Der kritische Zuschauer von *Big Brother*, der glaubt, das Gesehene als *low*-Kultur klassifizieren zu können, ebenso wie der euphorische Fan, der meint, den echten Menschen zu sehen, merken beide nicht, wie sie durch die Eindeutigkeit ihrer Zuschreibungen von Zlatko der Unterkomplexität über-

führt werden: Zum einen tritt der Garant für Hochkultur, William Shakespeare, ebenso sehr in der Niedrigkultur auf, wie er umgekehrt selbst zur Szene des Wiedereintritts der *high/low*-Unterscheidung wird. Zum anderen dokumentieren die medialen Rahmenbedingungen der Beobachtung menschlicher Authentizität deren dunkle Seite: die zweite Absicht der Inszenierung, des Rollenspiels.

In der Konsequenz erfährt der Zuschauer von *Big Brother* nicht mehr als die Einsicht, dass die Versuchspersonen im Labor exakt die gleichen Unterscheidungen benutzen, wie er selbst draußen: Shakespeare vs. Dumpfbacken, Hochkultur vs. Fernsehen, *reality* vs. *fake*. Die eigentliche Erkenntnis, die das panoptische Menschenexperiment erlaubt, liegt also in einer Beobachtung zweiter Ordnung: Sie generiert weniger Wissen über die Insassen als vielmehr ein Wissen, das die Zuschauer selbst betrifft. Medien – seien es Gauklerbühnen oder Fernsehshows – provozieren Mediendiskurse, deren kulturkritischer Tenor die Wertsysteme der jeweiligen Gesellschaft offenlegt. Der Diskurs über das Fernsehen seit den 1950er Jahren ist ein Paradebeispiel für die Tatsache, dass eine Gesellschaft ihre Selbstverständigung und ihr Menschenbild in Abgrenzung von demjenigen entwirft, das sie als minderwertig exkludiert.[22] Die Aufregung um *Big Brother* dokumentiert, dass es bestimmte Konstanten in diesen Mediendiskursen gibt, denen noch Foucaults These von unserer heutigen ›Gefängnisgesellschaft‹ verfallen ist. In Wirklichkeit ist der panoptische Ort des Beobachters gerade in der Gesellschaft der Massenmedien längst in Gefahr. Das Wiedereinführen der ausgeschlossenen Hochkultur in den Bereich des bloßen Konsums und der Täuschung beweist, wie die Hochkultur selbst von diesen Bereichen durchwirkt ist und wie das voyeuristische Paradigma der Bildschirmmedien derjenigen Dezentralisierung des externen Beobachters unterliegt, die seit dem Renaissancedrama zu den dramaturgischen Techniken der medialen Inszenierung zählt. Zlatko und Hamlet, diese so verschiedenen, aber gleichermaßen obskuren Objekte der Beobachtung, dokumentieren die Durch-

lässigkeit der Unterscheidung zwischen Beobachter und Beobachtetem, zwischen *high* und *low*, zwischen Moral und Amoral. Ihr Deppengeschwätz entlarvt diejenigen, die darüber das Verdikt des Schwach- oder Wahnsinns fällen, als allzu selbstsichere Betrachter einer Medienlandschaft, deren Unterscheidungen sie gerade im Namen der Kultur niemals kontrollieren können:

> »Schlimm ist der Kulturbegriff, weil er seine eigene Operation verheimlicht und an die Stelle eines Wissens um die Kontingenz die Emphase für sich selbst setzt. Kultur ist das Bedeutende, das Wichtige, das Unverzichtbare, ja sogar, Gipfel der Verheimlichung, das Notwendige schlechthin« (Baecker 2000: 51).

Anmerkungen

1 Die Zeitung *Die Woche* präsentierte etwa einen »Unbildungskanon« der vergangenen Jahre, dessen Ende nun erreicht sei: »Mit Zlatko ist der Untergang des Abendlandes endgültig in die Zielgerade eingebogen« (*Woche-Kulturressort* 2000: 39). Vgl. Ernst Corinth 2000: »Es [das *Big Brother*-Gucken] löscht nämlich kontinuierlich die biologische Festplatte des Zuschauers, der dann wie gelähmt täglich um 20.15 Uhr automatisch auf den RTL2-Einschaltknopf drückt.« Vgl. außerdem Reinhard Mohr (2000: 110).

2 In der *Bild am Sonntag* von Ostern 2000. Innenminister Otto Schily bezeichnete die Sendung in der Zeitung *Die Woche* gar als verfassungswidrig und sagte: »Wer sich ein Gefühl für die Würde des Menschen bewahrt hat, sollte die Sendung boykottieren.« Solche Boykottaufrufe existieren durchaus: Vgl. www.germany-products.de/Boykottaufruf/boykottaufruf.html. Eine differenzierte Position zwischen der »Schutzpflicht gegenüber den Teilnehmern« und dem »Prinzip der Rundfunkfreiheit« vertritt der Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, Wolf-Dieter Ring (vgl. Ring 2000).

3 In der Sendung *Johannes B. Kerner* (ZDF) am 30. März 2000, im Gespräch mit Heiner Geißler.

4 Vgl. zu dieser grundsätzlichen Dialektik des Diskurses über Popkultur Simon Frith (1981: 60): »Die Unterscheidung zwischen Kunst und Massenkultur basiert auf der Trennung zwischen individueller Sensibilität und Massengeschmack, zwischen ›Bereicherung‹ und ›Flucht‹.« Diese Unterscheidung kann durchaus selbst wieder auf die Massenkultur angewandt werden: Frith zeichnet die Logik dieses Prozesses nach, der in der Tradition der Frankfurter Schule zwischen ›echter‹ Volkskultur und den bloß kommerziellen Massenmedien unterscheidet: »Die Massenmedien werden an den Maßstäben wie den Praktiken der ›hohen‹ wie der der Volkskunst gemessen« (ebd.: 49). Vgl. auch Peter Goodall (1995).

5 Zit. nach Endemol Entertainment/RTL2 (2000: 62).

6 Unmittelbar nach dem Ende der Sendereihe am 9. Juni wurde das Gerücht über eine sektenartige Vertragsvereinbarung zwischen der Produktionsfirma Endemol und den Mitspielern lanciert, die die Reglementierung und Inszenierung der Dialoge und Handlungen im *Big Brother*-Haus zum Inhalt haben soll; vgl. Michael Hanfeld (2000: 43).

7 Vgl. für eine Lesart von Kulturkonsum und kulturellen Präferenzen als Matrix sozialer Distinktion Pierre Bourdieu (1982). Selbstredend kann sich auch die vorliegende Argumentation dieser Matrix nicht entziehen: »Nichts hebt stärker ab, klassifiziert nachdrücklicher, ist distinguierter als das Vermögen, beliebige oder gar ›vulgäre‹ [...] Objekte zu ästhetisieren, als die Fähigkeit, in den gewöhnlichsten Entscheidungen des Alltags [...] und in vollkommener Umstellung der populären Einstellung die Prinzipien einer ›reinen‹ Ästhetik spielen zu lassen« (ebd.: 25).

8 Dokumentiert auf der *Big Brother*-Homepage, www.big-brother-haus.de/f_main_low_home.html, hier im Archiv unter dem Suchbegriff »Shakespeare« und der Rubrik *Zlatko the Gump 4: Shakespeare.*

9 Vgl. Titus Arnu (2000: 22): »Fernsehen dient also, wie ›Big Brother‹ beweist, zur Popularisierung von Literatur.« Zum Problem der Kanonisierung in der Relation von Fernsehen und Literatur vgl. Helmut Schanze (1996).

10 Zit. nach Endemol Entertainment/RTL2 (2000: 33).

11 Überdies ist Langeweile ja kein Mangel, sondern ein Strukturmoment von Fernsehen. Vgl. Lorenz Engell (1989).

12 Dass der Karneval die legitime Form des Umkehrens von Hierarchien ist, hat Michail Bachtin (1990) plausibel gemacht. An Stelle einer solchen Umkehrung behauptet meine Lektüre Shakespeares jedoch die Spannung zwischen Hierarchie und Dehierarchisierung, zwischen Hoch- und Populärkultur *innerhalb* eines Textes.

13 Zur Soziologie der experimentellen Produktion von Wissen im Labor vgl. Bruno Latour/Stephen Woolgar (1979).

14 Aus der *Hamlet*-Übersetzung von August Wilhelm Schlegel wird hier nach der Reclam-Ausgabe unter Angabe von römischer Akt- und arabischer Szenenzahl im laufenden Text zitiert.

15 Authentizität wird gerade auch im Popdiskurs als Maßstab gegen Kommerzialität perpetuiert. Vgl. Frith (1981: 50): »Das Weltbild der Massenkultur ist demzufolge trivial. Diese Kultur korrumpiert wahres Gefühl; sie stellt keine Anforderungen an ihre Konsumenten, sondern schmeichelt ihnen mit seinen Stars, seiner Verherrlichung der Mittelmäßigkeit und seinem Mythos vom Massenkonsumenten als Durchschnittsbürger.« Das Qualitätskriterium der authentischen Kommerzfeindlichkeit wiederholt also das ästhetisch-ideologische Argument der Hochkultur.

16 Entsprechend hatte *Big Brother* seinen wirkmächtigen Erfolg auch vor allem als allabendliches Sendeformat und weniger auf Grund des diffusen Kameramaterials im Internet.

17 Vgl. dagegen Mark Siemons (2000: 56).

18 Vgl. Wolfgang J. Koschnick/Monika Lungmus (2000: 26–27). Zum Sozialexperiment im Allgemeinen siehe Hanfried Helmchen/Rolf Winau (1986).

19 Vgl. Christiane Schulzki-Haddouti (2000) sowie den Bericht über die unabhängigen Rechtsgutachten, *Big Brother – freiwillige Teilnahme der Kandidaten unterliegt dem Schutz des Grundgesetzes*, auf der Homepage des *Big Brother*-Hauses, www.big-brother-haus.de/news/119_days_left/03_Jurist_Gutachten/c_index.-html. Freiwilligkeit ist aber selbstverständlich alles andere als ein hinreichendes Argument für ethische Unbedenklichkeit von Humanversuchen (vgl. Katz 1972).

20 Zit. nach Koschnick/Lungmus (2000: 26).

21 Andrea Vlasic, zit. nach Barbara Spitzer (2000: 62).

22 Zur Selbstbeobachtung der Gesellschaft durch ihre Massenmedien und zum Modell der Beobachtung zweiter Ordnung vgl. Niklas Luhmann (1996, bes.: 151ff.). Die Analyse von Mediendiskursen in ihrer Relevanz für das kulturelle Selbstverständnis der Bundesrepublik Deutschland ist außerdem Gegenstand eines von Irmela Schneider und Peter Spangenberg bearbeiteten Projekts im Rahmen des Forschungskollegs *Medien und Kulturelle Kommunikation* an der Universität zu Köln.

Literatur

Arnu, Titus (2000): »Ohne Zlatko«. *SZ* vom 12.4.2000, S. 22.

Bachtin, Michail (1990): *Literatur und Karneval. Zur Romantheorie und Lachkultur*, Frankfurt/Main: Fischer.

Baecker, Dirk (2000): *Wozu Kultur?*, Berlin: Kadmos.

Bourdieu, Pierre (1982): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*, Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Corinth, Ernst (2000): »Zlatko ist ein Virus«. *Telepolis*, 10.5.2000 (www.heise.de/tp).

Crary, Jonathan (1996): *Techniken des Beobachters. Sehen und Moderne im 19. Jahrhundert*, Basel, Dresden: Verlag der Kunst G + B Fine Arts.

Endemol Entertainment/RTL2 (2000): *Big Brother – Zlatko, the Brain: Seine besten Sprüche*, Leinfelden Echterdingen: Cultfish.

Engell, Lorenz (1989): *Vom Widerspruch zur Langeweile. Logische und temporale Begründung des Fernsehens,* Frankfurt/Main: Peter Lang.

Foucault, Michel (1976): *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*, Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Frith, Simon (1981): *Jugendkultur und Rockmusik. Soziologie der englischen Musikszene*, Reinbek: Rowohlt.

Goodall, Peter (1995): *High Culture, Popular Culture. The Long Debate*, St. Leonards: Allen and Unwin.

Hanfeld, Michael (2000): »Für Jürgen und John«. *FAZ* vom 10.6.2000, S. 43.

Helmchen, Hanfried/Winau, Rolf (Hg.) (1986): *Versuche mit Menschen in Medizin, Humanwissenschaften und Politik*, Berlin, New York: de Gruyter.

Huxley, Aldous (1994/1934): *Brave New World*, London: Flamingo.

Katz, Jay (1972): *Experimentation with Human Beings. The Authority of the Investigator, Subject, Professions, and State in the Human Experimentation Process*, New York: Russel Sage Foundation.

Koschnick, Wolfgang J./Lungmus, Monika (2000): »Menschen im Zoo«. *Journalist* 3, S. 26.

Latour, Bruno/Woolgar, Stephen (1979): *Laboratory Life. The Social Construction of Scientific Facts*, Beverly Hills, London: Sage.

Leder, Dietrich (2000): »Hamster sind telegener«. *Funk-Korrespondenz* Nr. 11 vom 11.3.2000, S. 3.

Luhmann, Niklas (1996[2]): *Die Realität der Massenmedien*, Opladen: Westdeutscher Verlag.

McLuhan, Marshall (1994[2]): *Die magischen Kanäle. Understanding Media*, Dresden, Basel: Verlag der Kunst.

Mohr, Reinhard (2000): »Der totale Spaß«. *Der Spiegel* Nr. 23 vom 5.6.2000, S. 110.

Ring, Wolf-Dieter (2000): »›Big Brother‹ und mehr: Ein epd-Interview mit BLM-Präsident Wolf-Dieter Ring«. *epd medien* 19/20 vom 11.3.2000, S. 10–15.

Schanze, Helmut (Hg.) (1996): *Fernsehgeschichte der Literatur. Voraussetzungen – Fallstudien – Kanon*, München: Fink Verlag.

Schulzki-Haddouti, Christiane (2000): »Alles nur Spiel. Streit um die ›Big Brother-Show‹«. *Telepolis*, 23.2.2000.

Seeßlen, Georg (2000): »Der Media-Proll«. *Die Woche* Nr. 17 vom 20.4.2000, S. 44.

Siemons, Mark (2000): »Kerstin und Kulturkritik. ›Big Brother‹ nach Zlatko«. *FAZ* vom 11.4.2000, S. 56.

Spitzer, Barbara (2000) »›Big Brother‹«: Zlatko oder die Lust am trash«. *Zürich Online* vom 14.4.2000 (www.zhol.ch/pubs/redaktion/media/media-16249.asp).

Woche-Kulturressort (2000): »›Das Abendland geht unter‹. Von Adorno bis Zlatko: Wie die Kultur, der Deutschen höchstes Gut, kontinuierlich den Bach runtergeht«. *Die Woche* Nr. 17 vom 20.4.2000, S. 39.