



Big Brother als metafoor

Daniël Biltereyst

Hoofddocent film-, televisie- en culturele mediastudies, Universiteit Gent

De commerciële omroep Veronica opende het nieuwe televisieseizoen met wat nu al één van de meest controversiële programma's van de Nederlandse omroepgeschiedenis wordt genoemd. Het programma heet 'Big Brother' en laat niets aan verbeeldingskracht over. Negen mensen leven honderd dagen lang in een her-

De obsessie van de hedendaagse televisie om de private sfeer te exploiteren en bloot te geven, kent haast geen grenzen meer, zo stellen tegenstanders. Televisiemakers weigeren deelnemers aan hun programma's te waarschuwen en te beschermen, vooral tegen zichzelf. Of het nu gaat om Jambers' rariteitenkabinet,

De controverse over 'Big Brother' vertelt misschien meer over het televisie- en het mediaveld in het algemeen dan over het programma zelf.

metisch afgesloten prefabhuis. Ze leven zonder enige vorm van privacy, de neus op 24 camera's en 59 microfoons. Contact met de buitenwereld is verboden. Publiek en deelnemers bepalen wie afvalt. Wie bij de millenniumwende overblijft, wint een pot van bijna 5 miljoen frank.

Voor het productiehuis Endemol is 'Big Brother' een spannende afvalwedstrijd, voor de goedmenende pers een amorele, gevaarlijke peepshow. Maanden voor het programma van start ging, laaide het debat al hoog op. Ook bij ons. En nu het programma loopt en de eerste (psychische) brokken vallen, is 'Big Brother' het object van vlammeende controverse. Voor Veronica is de publiciteit mooi meegenomen, maar de kritiek is vernietigend.

Echtemensensoap

Zo wordt 'Big Brother' gezien als het zoveelste programma dat de grenzen van het toelaatbare overschrijdt. Na 'De Mol', 'Jerry Springer' en 'Hete kussen uit Salou' komt 'Big Brother'. Meer nog dan vorige emo- en reality-tv exploiteert 'Big Brother' schaamteloos de basale drang naar voyeurisme van het publiek. Terwijl de mogelijke schade voor de deelnemers niet te voorspellen valt. In Zwenen pleegde iemand na deelname aan een gelijkwaardig programma zelfmoord. Kijkcijfers kennen, net als geld, geen moraal.

of de exploitatie van een te gewillig jong prostitueetje dat omwille van haar verklaringen voor de camera, daadwerkelijk door de politie wordt gevat ('Koppen', oktober 1999). Telkens lijkt 'Big Brother' slechts een metafoor van hoe geringschattend het medium omspringt met ethische en deontologische regels.

De programmamakers verdedigen zich door te verwijzen naar de uitdrukkelijke toestemming én de doorgedreven psychologische training van de deelnemers. Die kennen de regels van het spel en weten zeer goed waar ze aan beginnen. Naast directe winst streven de meeste deelnemers ook nationale bekendheid na. En de waarde daarvan valt in onze mediamaatschappij niet te berekenen.

De omroep begrijpt ook niet waarom het programma voortdurend in een negatief daglicht wordt geplaatst. Veronica zendt echt niet alles uit, maar selecteert zorgvuldig. Bovendien is het publiek goed vertrouwd met zeer uiteenlopende vormen van reality-tv, gaande van verborgen camera ('Met andere Woorden', VRT) tot opsporingsprogramma's ('Opsporing Verzocht'). Allemaal programma's waarin het spectaculaire en het dramatische in het hedendaagse leven de nodige aandacht krijgen. En in sommige gevallen gaat de concurrentie veel verder dan het Big Brother-concept, met minder aandacht voor de kwetsbaarheid van de deelnemers. Veronica veinst ook niet, zoals 'Goedele Live!' en andere therapeutische praatprogramma's, de deelnemers te helpen. 'Big

Brother' is voor Veronica professioneel gemaakte, baanbrekende televisie, een soort echtemensensoap. En waarom weigert men het te zien als een interessant sociaal-psychologisch experiment?

24-karaatsemoties

Wanneer schijnbaar banale programma's, films of cultuurproducten het voorwerp uitmaken van maatschappelijke controverses, is het tijd om de oren te spitsen. Dit is ook nu het geval. De kritiek richt haar pijlen hoofdzakelijk op Veronica, Endemol en 'Big Brother', maar gaat zelf niet vrijuit. De controverse over 'Big Brother' vertelt misschien meer over het televisie- en het mediaveld in het algemeen dan over het programma zelf (dat naar verluidt al gauw gaat vervelen). Zo kan men het debat, ten eerste, zien als een oefening in mediatieke onderscheiding, positionering of *image building*. Het gemoraliseer en de geveinsde verontwaardiging in de andere media versterken hun kwaliteitslabel. Tot bekend raakt dat Vlaamse en andere Europese omroepen staan te trappelen om de Nederlandse formule aan te kopen...

'Big Brother' vertelt, ten tweede, ook veel over de toestand van het medium televisie. Bovenal toont het de haast obscene drang naar het emotionele, gedrenkt in de wil om het alledaagse leven van de deelnemers (lees: van het kijkend publiek) te vatten. 'Big Brother' gaat net een stapje verder dan 'Thuis' of 'Familie'. Net als een soap tracht het programma het dagelijkse na te bootsen en te begeleiden, in al zijn realisme, cycliciteit en banaliteit. In 'Big Brother' gaat het niet om acteurs, maar om echte mensen. Het script ligt niet vast, maar emoties kunnen niet uitblijven. In de extreme setting van absolute vrijheidsberoving is er geen plaats voor surrogaatmoties. Althans, dit is de vurige hoop van de programmamakers.

Afgaande op het succes van het groot aantal soaps, emo- en reality-televisie, is het, ten derde, nodig om bredere vragen te stellen.

Vooraf over wat deze programma's vertellen over wat er leeft in onze samenleving. Onderzoek naar soaps wees alvast uit dat het succes van 'Dallas' en 'Dynasty' grotendeels lag in hun katalyserende werking. Soaps functioneren als een klankbord om de emoties van de toeschouwers de vrije loop te laten.

Brokken realiteit

Maar de tijd van de soap is over zijn hoogtepunt heen. De televisie van vandaag handelt minder in fictie en meer dan ooit in het reële. In de hoog-concurrentiële omroepconjunctuur van vandaag *marchandieren* zenders met brokken realiteit. De alledaagse, gekende werkelijkheid zoals de toeschouwers die (denken te) kennen. Redacties kregen de opdracht om zoveel mogelijk experts en publieke instanties te weren. In de concurrentiestrijd moet het nieuws 'van onderuit' de dagelijkse beleving van politiek-economische beslissingen tonen. Traditionele, 'abstracte' journalistiek wijkt voor straatinterviews.

Of het nu gaat om nieuws, documentaires, reportages, opsporingsprogramma's, talk shows en (nieuw!) docusoaps in alle kleuren en maten, met technieken als verborgen camera, straatinterviews of rechtstreekse verbindingen naar de huiskamer. Telkens is er de obsessieve zoektocht naar een veilige levensruimte. Telkens toont televisie spectaculaire

In zijn extremiteit verwijst 'Big Brother' openlijk naar de reële bedreiging van de persoonlijke levenssfeer. Er zijn niet enkel parkings, winkelstraten en andere ruimten waar videobewaking heerst.

botsingen tussen de intieme private sfeer van de toeschouwer en de rauwe publieke ruimte.

Zoals steeds isoleert de televisie zich niet van wat er leeft in de maatschappij. Er is zeker een link tussen de televisuele obsessie met de levensruimte en de alledaagsheid enerzijds, en de politiek-maatschappelijke (lees ook: electorale) onrust van de afgelopen jaren anderzijds. Het publiek (electoraat) beleeft in beide gevallen de samenleving als een stuk extremer, gevaarlijker en gewelddadiger dan

zij in werkelijkheid is. En hier kan men zich vragen stellen over de voorstelling en de invloed van televisie.

Maar één ding is duidelijk. Reality-tv levert ook commentaar. Het bespeelt de thematiek van observatie/voyeurisme, kijken/bekeken worden en de grens van private/publieke sfeer. In zijn extremititeit verwijst 'Big Brother' openlijk naar de reële bedreiging van de persoonlijke levenssfeer. Er zijn niet enkel parkings, winkelstraten en andere ruimten waar (video)bewaking heerst. Maar stilaan dringt het ook door dat bijzonder veel persoonlijke gegevens opgeslagen liggen in grote databestanden, gaande van overheidsinstanties, banken, werkgevers tot grootwarenhuizen, postorderbedrijven en zelfs voetbalclubs. 'Big Brother' is dan misschien eerder een leerrijk symptoom dan een kwalijke etter.
