

# Taxi Orange

## Publikumswirksamkeit – Konsumentenmotivation – Gefahren

### Thesenpapier

Erarbeitet im Wahlpflichtfach Philosophie Psychologie Pädagogik,  
Rg3, Winter 2000/01

## VORWORT

### Thema

Aus Pausengesprächen über die Fernsehsendung „TAXI ORANGE“ entwickelte sich in der Gruppe der Wunsch, dieses Format in einer Projektarbeit genauer zu untersuchen.

In der Folge wurde das Thema auf die Frage nach der Motivation der ZuseherInnen beziehungsweise nach der Wirkung dieser Sendung auf die KonsumentInnen eingeschränkt.

Psychologische und philosophische – insbesondere ethische – Fragen nach den Konsequenzen für die DarstellerInnen der „Reality-Soap“ wurden zwar in der Gruppe erörtert, finden aber kaum Eingang in dieses Thesenpapier.

### Methoden

Internetrecherche, Medienanalyse, Interviews, Selbst- und Fremdbeobachtung.

### Arbeitszeitraum

Jänner 2001 (nach Ende der ersten Staffel) bis Anfang März 2001. (Die Aufnahme einer zweiten Staffel hat der ORF bei Fertigstellung dieses Papiers bereits beschlossen.)

### MitarbeiterInnen

Marcel JIRA, Barbara MAYER, Christoph WREGAR, Claudia ZACH, 8A. Elisabeth KORDIC, Petra PERZINGER, Barbara TUTSCHEK, 8B.

### Leitung

Edith REDER.

## 1. ERFOLG DER SENDUNG

Eine repräsentative Umfrage des Fessel-GfK-Instituts zur Einstellung der Österreicher zu Reality-Formaten ergab, „dass der Bekanntheitsgrad von ‚Taxi Orange‘ bei 93 Prozent liegt ..., 71 Prozent der Befragten haben TXO mindestens einmal gesehen, 23 Prozent haben oft, 47 Prozent manchmal darüber diskutiert. Auch in dieser Untersuchung zeigt sich eine starke Polarisierung, die dieses Format hervorgerufen hat. 70 Prozent meinen, dass der ORF damit eine gute Alternative zu anderen Programmen bietet, der Rest lehnt TXO als ‚niveaulos‘ und ähnlich ab.“<sup>1</sup>

Kommerziell kann der ORF mit seiner Soap zufrieden sein. Durchschnittlich saßen bei jeder der 64 Sendungen 654.000 Zuschauer vor dem Fernsehgerät. Das strategische Hauptziel wurde erreicht, nämlich die jugendlichen Fernsehzuschauer von den deutschsprachigen Privatsendern weg zu locken. Vor allem in der Zielgruppe der 12- bis 29-Jährigen war die Sendung ein großer Erfolg. 46% aus dieser Gruppe schauten sich Taxi Orange regelmäßig an. Das rief das uneingeschränkte Lob von Franz Prenner hervor. Der Geschäftsführer der ORF-Enterprise meinte, das „innovative Format“ treffe genau die Wünsche der Werbepartner des ORF.<sup>2</sup>

Das trifft auch zu, wenn man die kaufstarke Gruppe der 29- bis 49-Jährigen mit einschließt. Bezogen auf die Gruppe der 12- bis 49-Jährigen erreichte die Seifenoper einen Marktanteil von 38%. Selbst bei den über 50-Jährigen stieg nach anfänglicher Skepsis das Interesse für die Sendung erheblich. Hier schnellte der Marktanteil von 13% auf 21% hinauf. Diese Zahlen steigerten sich noch in allen Altersgruppen bei der Ausstrahlung des Finales. In der Altersgruppe von 12 bis 49 wurde dort ein Marktanteil von 72% erreicht und bei den über 50-Jährigen von 41%.

An bestimmten Tagen übertraf die Beliebtheit von Taxi Orange sogar die Einschaltquoten von beliebten etablierten Sendungen wie „Musikantenstadl“ (28.10.2000). Bei den jeweiligen Einschaltquoten lag Taxi Orange unter anderem an dritter, vierter und fünfter Stelle.

Dies sind nicht nur interessante Fakten für die Werbewirtschaft, sondern auch für das Merchandising des ORF. Es gibt unzählige verschiedene Artikel von Taxi Orange zu kaufen, wie zum Beispiel einen Stadtplan von Wien, CD's, ein Video, einen Bildband plus CD-ROM, etc.

Folgesendungen wie Filme über das „Leben der Teilnehmer danach“ sind ein weiteres Beispiel dafür, dass der ORF den Erfolg dieser Serie bis ins Letzte ausnutzt, zumal diese Wiederverwertung des Erfolgs relativ billig produziert werden kann. Nicht zuletzt hat diese Serie auch dem Internetauftritt des ORF neue Impulse gegeben. Hier gibt es eine eindeutige Übereinstimmung mit der jungen Zielgruppe und dem neuen Medium. Die Internetzugriffe auf die Taxi Orange-Seite waren mit 45 Millionen Seitenaufrufen sensationell<sup>3</sup>, „Österreichs größtes Werbeereignis überhaupt“, wie ORF-Programmintendantin Kathrin Zechner auf der Taxi Orange-Enquete des ORF am 11.1.2001 in Wien sagte.



Am 20. April 2001 will der ORF an diesen Erfolg mit einer zweiten Staffel anknüpfen. Sie soll 57 Sendungen umfassen. Das Finale ist für den 27. Juni 2001 geplant. Die Sendungen sollen wie bisher im Hauptabendprogramm laufen, aber auch verstärkt im Vorabendprogramm, was sicherlich mit der größeren zeitlichen Nähe zu den Werbeblöcken zusammenhängen dürfte.

## 2. MOTIVE DER ZUSEHERINNEN / PSYCHOSOZIALE FUNKTIONEN

### 2.1. Voyeurismus

Voyeurismus ist sicher eines der Hauptmotive, warum viele Menschen sich TXO angesehen haben, allerdings bezieht sich Voyeurismus<sup>4</sup> im engsten Sinne nur auf die Beobachtung körperlicher Nacktheit und Entblößung und ist somit wohl kaum das einzige Motiv.

Viele Menschen haben täglich den Fernseher eingeschaltet, um ein paar andere Menschen, die in ein Haus eingesperrt sind und nur in die reale Welt dürfen, um Taxi zu fahren, dabei zu beobachten, was sie wie, wann tun und ob sie es schaffen, „im Großstadt-dschungel zu überleben“. Und warum? Weil sie unglaublich neugierige Wesen sind (wie wir alle).

Das Neugierverhalten der Menschen ist ein wichtiges Bedürfnis nach Aufsuchen von Neuem in unserer Umgebung, d. h. TXO ist ideal, um dieses Bedürfnis zu erfüllen. Wir können sehr einfach und ohne gerügt<sup>5</sup> zu werden unsere Neugierde befriedigen.

Neugierde ist, wenn sie im Kindesalter nicht unterdrückt, sondern gefördert wird, eine wichtige Grundlage für die intellektuelle Entwicklung, für Wissensdrang, Forschung und Kreativität.

Die Beobachtung anderer ist heute noch vor allem für Tiere von großer Bedeutung, da sie oft überlebenswichtig ist. (Z. B.: Erdmännchen: ein Beobachter, der nach Feinden Ausschau hält → wenn Feind in Sicht: lautes Pfeifen → Flucht.)

Da der Mensch ein Lernwesen ist, hat das Nachahmungslernen einen wesentlichen Stellenwert. Viele Kinder und Jugendliche erhofften sich von TXO, in die Welt der Erwachsenen hineinschnuppern zu können.

Das Interesse an TXO erfordert allerdings wohl bereits bestimmte Fernsehgewohnheiten, die Kinder und Jugendliche (und nicht nur diese) schon vor der Entwicklung von Reality-TV in anderen Formaten „erlernt“ haben: Die gängigen „Soap Operas“ für jugendliches Zielpublikum bieten Vorbildfiguren, Einblicke in Privates sind von Talk-shows vertraut. Der Vorzug von TXO: Es wurde als „echt“ empfunden.

Die Konflikte, die im Kutscherhof ausgetragen wurden, wie es zu ihnen kam und wie sie von den involvierten Personen gelöst wurden, boten Vergleichsmöglichkeiten mit eigenen Erlebnissen und somit Lernmöglichkeiten. Die Jugendlichen konnten

sehen, dass auch Menschen, mit denen sie sich identifizieren können (und nicht nur ihre Mütter), ganz normale Alltagstätigkeiten verrichten, dass Hausarbeit schlicht notwendig und daher weder alters- noch rollenabhängig ist.

Außerdem war sicher auch der Umgang der einzelnen Kandidaten mit Nähe interessant. Wie verhalten sie sich, kommen sie einander auch sexuell näher, ... (→ kann ich etwas beobachten, um für mein eigenes Verhalten in ähnlichen Situationen zu lernen)? Die Jugendlichen erhofften sich vielleicht im Gegensatz zur theoretischen eine Art der anschaulichen Aufklärung. Die Neugierde, ob aus freundschaftlich-intimen Gesten mehr wird, erzeugt ein großes Maß an Spannung und einen wesentlichen Teil der Anziehungskraft in dieser Altersgruppe.

Die Zuschauer hatten bei TXO die Möglichkeit, ohne besondere Anstrengung andere Menschen in vielen alltäglichen Situationen zu beobachten und haben nach längerem Reality-Soap-Konsum sicher einiges von den Verhaltens- und auch Ausdrucksweisen der Kandidaten übernommen. (Das Paradebeispiel hierfür ist Max' „A so a Trottel“, das ich einige Zeit während TXO und auch noch lange nach dem Ende der Sendung an jeder Straßenecke vor allem aus Kindermündern gehört habe.)

Die älteren Zuseher von TXO erhofften sich möglicherweise, andere Arten des Zusammenlebens als die ihnen vertrauten Varianten kennen zu lernen. Sie wollten vielleicht einmal wissen, wie junge Menschen heute miteinander umgehen oder einfach nur sehen, was ihre Enkelkinder beschäftigt (Gesprächsthema – mitreden können).

Es waren wohl keine repräsentativen Einblicke, doch sicher eine willkommene Ablenkung und eventuell auch ein Anstoß, sich mit den Gepflogenheiten der heutigen Jugend auseinander zu setzen.

Zuseher werden auch von den „nicht der Norm entsprechenden“ Lebensformen angezogen, zum Beispiel der Homosexualität. Im eigenen Bekanntenkreis haben die wenigsten Erwachsenen Gelegenheit, solche Dinge unbelastet zu besprechen beziehungsweise zu beobachten.

### 2.2. Aggressionsabfuhr

Ein unbewusster Beweggrund, die Reality-Soap „Taxi Orange“ zu verfolgen, war eventuell die Option der Aggressionsabfuhr.

Durch die ständige Überwachung durch Kameras wurde dem Zuseher nämlich die Möglichkeit eingeräumt, alle Aktionen der Akteure zu verfolgen. Da jeder Mensch sowohl absichtlich als auch aus Versehen täglich einige Handlungen setzt, die anderen Menschen unsinnig erscheinen oder andere Arten von „Fehlern“ begeht, konnte das Publikum sich täglich aufs Neue über diese Art von Handlung lustig machen oder sich (manchmal gemeinsam mit Freunden und Bekannten) über die „Unfähigkeit“ der Darsteller lustvoll beschweren.

Man konnte sich auch über die „Dummheit“ oder andere negative Charakterzüge der Bewohner des Kutscherhofs aufregen, was sogar die größten Fans der Soap taten (wenn auch zumeist nicht bei ihren Favoriten).

Aber auch einige Kritiker von Taxi Orange sahen sich regelmäßig die Serie an, nur um genau über alle möglichen negativen Aspekte von TXO Bescheid zu wissen und Argumente gegen Reality-TV zu finden, wie beispielsweise das der Menschenunwürdigkeit. Es macht ja schließlich auch einen viel besseren Eindruck, wenn man über die Serie, die man nicht aushalten kann, alle Einzelheiten weiß, um punktuell kritisieren zu können. Dazu muss man sie aber auch verfolgen.

Der Vorteil, solche „virtuellen“ Begebenheiten zu kritisieren, gegenüber der anderen (produktiven) Variante, Dinge in ihrem tatsächlichen Umfeld zu bemängeln, hat mehrere Hintergründe.

Erstens war Taxi Orange ständig ohne Aufwand vorhanden (man brauchte nur täglich um 20.15 Uhr den Fernseher einzuschalten), während man über andere, echte Missstände, die einen direkt betreffen, manchmal erst kompliziert Informationen sammeln muss.

Zweitens hat man von einer Fernsehserie keinen Widerstand gegen seine Argumente (falls man überhaupt welche vorbringt) zu erwarten. Da Chris ohnehin im Kutscherhof eingesperrt war, beziehungsweise auch nach seinem Ausscheiden höchstwahrscheinlich nicht an die Wohnungstür eines durchschnittlichen Zusehers klopfen würde, um sich über üble Nachrede zu beklagen, fiel es vielen Menschen leicht, sich über seinen Charakter, sein Gehabe und sein Aussehen lustig zu machen. So ähnlich verhält es sich auch mit den anderen Hauptangriffspunkten der „Kritiker“ (wobei dieser Begriff hier auch Fans, die über Einzelheiten lästerten, mit einschließen soll).

Akzeptiert man das Bedürfnis vieler Menschen, sich über Banalitäten dieser Art maßlos aufzuregen, so kann man versuchen, es entwicklungspsychologisch zu begründen. Dazu gibt es verschiedene Zugänge, die aber alle ihre Legitimation haben können, ordnet man sie verschiedenen „Beschwerdetypen“ zu.

Ein oraler Charakter würde beispielsweise betonen, dass die Akteure sich meistens sehr dumm anstellen, da er der Meinung ist, selbst alles viel besser machen zu können als sie. Der Hintergrund für diese Art von Beschwerde könnte Neid auf die ausgewählten Kandidaten sein. Dies begründet sich durch die Definition eines oralen Charakters, bei dem das verschlingende Genussbedürfnis im Vordergrund steht. Per definitionem will der orale Charakter Zugang haben zu allen positiven Gegebenheiten, die anderen Menschen auch eingeräumt werden. Deshalb fühlt er sich benachteiligt, nicht auch für den Container „entdeckt“ worden zu sein, und gleicht das damit aus, immer wieder zu betonen, den Bewohnern der WG

in vielen Bereichen überlegen zu sein, beziehungsweise damit, diese abzuqualifizieren.

Ein analer Charakter würde sich am ehesten über diverse „Schlampigkeiten“ wie die Unordnung im Kutscherhof beschweren. Er wirft die Frage auf, wie man bei so viel Unprofessionalität und Verschwendung (beispielsweise des Budgets der Taxler) überhaupt überleben kann. Wäre der anale Charakter im Kutscherhof, so würde er dort schon für Ordnung sorgen (oder es dort keine zehn Minuten aushalten). Solche Arten von Kritik sind auf die Ordnungs- und Regelungsliebe des typischen analen Charakters zurückzuführen. Bei ihm muss alles genau eingeteilt werden.

## 2.3. Surrogate

### Reality TV – Surrogat für ...?

- **Sexualität:**

Reality TV ermöglicht den Ersatz für die eigene Sexualität.

Da die eigene Sexualität von manchen Zusehern nicht ausgelebt werden kann, ermöglicht Reality TV ein „teilnehmendes Mitnaschen“ bei Menschen, die es tun (oder von denen man es zumindest annimmt), zum Beispiel, wenn im Kutscherhof gekuschelt wird.

- **Nähe:**

Aufgrund der gesellschaftlichen Entwicklung zum Single-Haushalt und dem Bruch mit den traditionellen Familienverbänden geben das Fernsehen im Allgemeinen und Reality-Shows im Besonderen die Möglichkeit zur teilweisen Befriedigung der Sehnsucht nach Nähe und Familie. Einerseits wird man durch Identifikation mit einzelnen Spielpersonen in die Handlung hineingezogen und andererseits können – ohne die Gefahr, selbst verletzt zu werden – alle Gefühle im positiven wie negativen „abgeladen“ werden.

Die ständige Präsenz und Verfügbarkeit der Bilder rund um die Uhr über Internet hilft auch Zeiten der Einsamkeit oder Verzweiflung zu überbrücken (besonders nachts bei Schlaflosigkeit). Andererseits besteht die Möglichkeit zu sagen: „Jetzt will ich dich nicht mehr sehen“, und trotzdem steht das Objekt am nächsten Tag wieder zur Verfügung, ohne einem böse gewesen zu sein.

Zusammenfassend bedeutet dies, dass diese Art des Fernsehens dem Zuseher die Möglichkeit bietet, ausschließlich Konsument zu sein, ohne weitere Verpflichtungen zu haben. Die persönliche Nähe zu den Akteuren dieser Shows wird dadurch unterstützt, dass die Darsteller als harmonische Gruppe wirken. Speziell bei Taxi Orange fühlt man sich nicht nur durch die teilnehmende Beobachtung ein bisschen dabei, sondern kann durch die Mitfahrgelegenheit im Taxi die Darsteller „hautnah“ erleben.



• **Aktivität:**

Der Zuseher empfindet sich als aktiver, bestimmender Teilhaber. Er kann einschalten, ausschalten, im Internet sogar die Szenen auswählen. Besonders durch sein Voting ist er überzeugt, direkten Einfluss auf die Gruppe der Spielenden zu haben und auch hier wieder ohne das eigene Handeln rechtfertigen zu müssen. Zum Teil stimmt das sogar. Jeder kann sich in den Reaktionen der Akteure wieder finden, denn entweder hat der Zuseher auch den Wochensieger gewählt und fühlt sich absolut bestätigt und freut sich mit ihm, oder er wollte eigentlich den „Rausgeworfenen“ als jubelnden Wochensieger sehen und trauert jetzt mit ihm. Auf der anderen Seite kann es auch sein, dass man sich freut, wenn der eigene Favorit gehen muss. Denn nun hat man die Möglichkeit, ihn jetzt wirklich kennenzulernen und ihn eventuell sogar bei diversen öffentlichen Auftritten „anzufassen“.

**2.4. Stellvertretung, Projektion und Identifikation**

Wir alle haben schon in der ödipalen Phase gelernt uns anzupassen – meist schmerzhaft, doch die Grundanpassung an unsere Kultur fing schon früh an. Das „Nein!“ und das „Du musst ...!“ unserer Eltern waren oft nicht leicht zu ertragen, und wenn wir uns ihnen vielleicht nicht immer gebeugt haben, so mussten wir uns doch spätestens im Kindergarten oder der Volksschule gewissen „Spielregeln“ beugen, denn jeder weiß, wie grausam Kinder oft sein können.

Vermutlich ist gerade das auch das spannende Moment an Taxi Orange für uns Konsumenten. Denn auch wenn wir nicht mehr Kinder sind, so sind wir doch noch neugierig genug zu beobachten, wie sich diese Gruppe von Menschen im Kutscherhof den sehr „rigiden“ Spielregeln, die entweder untereinander oder vom ORF aufgestellt wurden, versucht unterzuordnen. Abgesehen davon ist es für uns bewusst wohl auch nicht uninteressant, ob nicht doch irgendwem einmal die Decke auf den Kopf fällt und es zum Streit kommt – sei es nun zwischen der fürsorglichen „Mama“ und dem „Finanzberater“ Walter oder der emanzipierten Andrea und dem sonst so ruhigen Andreas.

Außerdem ist es bei Reality-Shows, in denen der Ort und die Gruppe sich so gut wie nie erneuern bzw. verändern, natürlich notwendig, ganz bestimmte Spielregeln oder Aufgaben vorzugeben, um eine gewisse Abwechslung zu garantieren. Die Bewohner können zwar versuchen sich denen auch immer wieder zu entziehen – durch simulierte Krankheiten wie Kopfwegh und Ähnliches –, doch im Grunde machen die meisten dann trotzdem mit. Die Gründe dafür liegen wohl darin, dass den Kandidaten sonst oft die Zeit wirklich nicht vergeht bzw. auch darin (sofern es sich nicht um einen Einzelgängertyp handelt), nicht ganz aus der Gruppe heraus zu fallen. Die Frage, die sich dabei aber stellt, ist

wohl die: Ist es wirklich sinnvoll, wenn man um jeden Preis versucht, Dominosteine aufzustellen, um sie später vor laufenden Kameras wieder umfallen zu lassen? Oder inwiefern ist es kulturell wertvoll, ein paar – teils völlig unbegabte – Schauspieler Texte aus berühmten Stücken einstudieren und dann vorspielen zu lassen?

Weiters darf nicht auf die Schuldgefühle vergessen werden, die durch jeden Rausschmiss, besonders bei TXO, erzeugt werden, sowohl beim Konsumenten, der beim Voting mitgemacht hat, wie auch beim Favoriten der Woche, der jemanden aus der Gruppe raussschmeißen muss. Die Regelung ist gerade hier besonders hart und die Situation erinnert stark an das Experiment, das der amerikanische Sozialpsychologe Stanley Milgram in den 60-er Jahren an der Universität von New York<sup>6</sup> machte.

*„An der gesamten Untersuchungsreihe nahmen etwa 2000 Menschen unterschiedlichen Alters und Bildungsstandes und unterschiedlicher Berufsgruppen teil. In ihren Experimentalrollen als „Lehrer“ hatten sie Fehler, die ein „Schüler“ machte, zu bestrafen. Ihnen wurde gesagt, Ziel der Untersuchung sei es, herauszufinden, wie Bestrafung das Gedächtnis beeinflusst [...]. Die wichtigste Regel, die sie zu befolgen hatten, bestand darin, den [Elektro-]Schock jedesmal, wenn der „Schüler“ einen Fehler gemacht hatte, um einen gewissen Betrag zu erhöhen. [...]“*

Die Ergebnisse sind bekannt. Die „legitimierte Autorität“ des Versuchsleiters veranlasste die meisten „Lehrer“ zur Ausführung und zwar bis zu einer nicht unerheblichen Voltstärke.

Bei TXO ist das Versuchskaninchen ein Stück der Zuschauer selbst, ein Stück der Kandidat, der am bestimmten Tag zum Favoriten gewählt wird. Der Konsument ist in dem Sinn die Versuchsperson, als er weiß, wen auch immer er zum „Taxler der Woche“ wählt, muss jemanden aus dem Haus werfen. Dies ist die klare Konsequenz, doch ihm wird dabei suggeriert, dass der ausgeschiedene Kandidat sich schon bald wieder im Kreis seiner Lieben wiederfindet, eine große Party feiert und der Favorit im Gegenzug ohnehin ein Trostgeschenk bekommt.

Das heißt, die Legitimation für diesen „sozialen Mord“ sind einerseits die Spielregeln, andererseits der Gedanke daran, dass der ausgeschiedene Kandidat – mit dem Fehler, einfach nicht der witzigste oder extrovertierteste oder liebenswerteste Kandidat zu sein – schon bald im Fernsehstudio eintreffen und über seine aufregende Zeit in der Gemeinschaft erzählen wird – natürlich hochgefeiert.

Diese Dinge werden auch dem Favoriten suggeriert, doch noch mehr; er geht davon aus, dass dies nun einfach Spielregeln sind – die Betonung liegt dabei auf „Spiel“ – und ihm nun einfach nichts übrig bleibt. So wird auch er zum „sozialen Mörder“, indem ihm sein unglaublicher Gehorsam schon vorausseilt. Denn es mag schon sein, dass er sich durch Verträge den Spielregeln der Fernsehgesellschaft verpflichtet hat, doch dies wäre wohl nicht der erste Vertragsbruch in der Geschichte.



Schließlich lassen sich auch die sexuellen Gefühle, die hier auf die Kandidaten bzw. Schauspieler projiziert werden, anführen. Die Struktur in Reality-Soaps ist stets familienähnlich, jedoch nur scheinbar. Die familiären Konstellationen ähneln Märchen, in denen die Mutter oder der Vater ersetzt werden durch die Stiefmutter, den allzu strengen König etc.

Durch die Wegnahme dieser Barrieren können auf die Figur natürlich viel leichter ödipale, inzestuöse oder pubertäre Fantasien projiziert werden. Plötzlich ist es die böse Stiefmutter, die aus Notwehr getötet werden muss oder der gemeine Liebhaber der Mutter, der diese nicht nur wegnimmt, sondern auch noch seine Kinder mitbringt und diese maßlos bevorzugt. (Diese Struktur ist übrigens auch in vielen Comic-Strips – z.B. Donald Duck als „Vater“, über den man leicht lächeln kann – und zahlreichen „Familien“-TV-Sendungen nachzuweisen.)

Alle diese Gegebenheiten erlauben einen großen Spielraum, der viel Platz für Fantasien und fiktive Austragungen von echten Konflikten lässt.

Über diese Ansätze hinaus stellt ohne Frage die Identifikation einen der wichtigsten Aspekte für Kinder und Jugendliche dar, sich Reality-Shows und Ähnliches anzusehen.

Sie haben in jedem Fall viele Identifikationsmöglichkeiten, denn um eine möglichst große Zielgruppe anzusprechen, versuchen Produzenten und Regisseure dieser Sendungen die Darsteller gerade so auszuwählen, dass für jeden Geschmack etwas dabei ist. Dies war auch bei der ersten Staffel von TXO nicht anders:

- Chris als der Mädchenschwarm schlechthin;
- Andrea als die kreative Magenta;
- Max als der sportliche Sänger und Schauspieler;
- Andreas als der gefühlvolle Ruhige;
- Walter als der aufreißerische Tiroler;
- Hans-Jörg als der Tierarzt für das eingepflanzte Kätzchen;
- Silke als die „g‘standene“ Oberösterreicherin;
- Robert als Homosexueller mit Mutterinstinkt;
- Renate als emanzipierte Esoterikerin;
- Marion als der weibliche Kumpeltyp;
- Linda als die etwas hilflose Tierliebhaberin;
- Sabine als das liebliche Model;
- Reinhard als „biologisch-abbaubarer“ Gesundheitsfanatiker.

Selbst wenn dies nun wieder eine subjektive Einschätzung der Charaktere ist, so ist doch die farbenfrohe Palette an Identifikationsfiguren offensichtlich. Eines jedoch haben so gut wie alle gemeinsam: unattraktiv, behindert oder arm sind die Kandidaten nie, vielleicht wäre aber auch gerade dies einmal spannend?!

Neben diesen Aspekten muss allerdings auch noch der der fiktiven familiären, homogenen Gemeinschaft erwähnt werden. Besonders bei TXO war „harmonisch“ eines der Adjektive, die im Bezug auf die Gemeinschaft im Kutscherhof am meisten genannt wurden und dies nicht ohne Grund. Die Re-

gisseure und Produzenten haben auch eine weitere Lektion einfach gut gelernt: dass eine gut funktionierende Gemeinschaft mit Sicherheit auch noch diejenige Zielgruppe anzieht, die vielleicht am meisten auf familiäre Strukturen anspricht: Kinder bzw. Jugendliche, die vielleicht gerade durch die Pubertät oft mit ihren Eltern Reibereien oder überhaupt keine besonders warme Atmosphäre zuhause haben.

Zudem hat es auch einen besonderen Reiz für jüngere Seher, wenn die Kandidaten, denen sie sich doch durch dies alles sehr nahe fühlen, die oben erwähnten Aufgaben erledigen „müssen“. Auch die Kinder bekommen in der Schule oder auch zuhause Aufgaben, die sie erst lernen müssen zu erfüllen. Dadurch hat es gerade für sie als Konsumenten einen besonderen Reiz zu sehen, wie ihre Identifikationsfiguren dies tun, egal wie die Aufgabenstellung lautet und ob sie sinnvoll ist.

Und ein weiterer Aspekt kommt bei diesen Kandidaten noch hinzu. Es sind vorher ebenso unbekannte, gewöhnliche Menschen aus der Bevölkerung wie ihre ZuseherInnen. Sie werden in der Show zu egalitären Stars, die während der Staffel vielleicht ein paar Mal mit wirklichen Prominenten zusammentreffen, doch ansonsten völlig durchschnittliche Menschen sind. Vielleicht macht sie dies auch noch sympathischer, denn besondere Leistungen mussten sie nie erbringen, um ihren Bekanntheitsgrad zu erlangen, und damit können vielleicht besonders Kinder, die einen hohen Erwartungsdruck ihrer Eltern verspüren, ihre (Versagens-)Ängste abbauen.

### 3. GEFAHREN

#### 3.1. Politische Desensibilisierung Überwachung / Ohnmacht / Konkurrenz

Ein wesentliches Merkmal von Reality-TV ist die ständig gegebene Beobachtung durch Kameras. Dabei sollte man glauben, dass die Österreicher bereits genug vom Beobachtetwerden haben. 100.000 Videoanlagen sorgen bereits dafür, dass die Österreicher bis zu 90 Mal pro Tag durch versteckte Kameras gefilmt werden. Dies kann durch Kameras auf Hausfassaden, in Tunnels, Garagen und U-Bahnstationen, in Einkaufszentren, Banken, Wohnsiedlungen und in den Gängen von Großraumbüros geschehen. Würden all diese Aufzeichnungen vernetzt, wäre das Horrorszenario geschaffen. Jederzeit wären dadurch Daten und Gewohnheiten von jedem und jeder abrufbar und zur Kontrolle einsetzbar.

In England sind diese Horrorszenarien bereits Realität. Durch Kameras, die mit Gesichtserkennungsprogrammen gekoppelt wurden, können von der Polizei gesuchte Personen identifiziert und gezielt verfolgt werden. Zusätzlich werden auch sämtliche neuen Passbilder digitalisiert und somit jährlich ca. 3,5 Millionen digitale Fotos in einer einzigen Datenbank neu erfasst. All das ist bereits Realität



und wird nur noch von der jetzt entwickelten „Thinking Camera“ übertroffen, die Personen lokalisieren kann, die sich nicht der Norm entsprechend benehmen. Das System erfasst außerdem eine „unübliche Dynamik“, wie z. B. das Entstehen von Menschenansammlungen oder Demonstrationen. Wie diese Neuerungen derameratechnik eingesetzt werden, zeigte sich 1984, als anlässlich des Bergarbeiterstreiks Kameras installiert wurden, um AktivistInnen besser identifizieren zu können.

Reality-TV und Webcams senken Hemmschwellen. Überwachung rund um die Uhr macht Spaß! – das wird durch Sendungen wie Taxi Orange vermittelt. Die alltägliche Überwachung droht dadurch verharmlost zu werden.

Wer daran ein Interesse hat, ist klar. Der Staat hat bereits Maßnahmen gesetzt, die es ihm ermöglichen, jedes Gespräch und Telefonat zu belauschen, wenn ein Verdacht auf Zuwiderhandlung gegenüber dem Gesetz besteht. Aber wer garantiert uns, dass dies nur auf den kleinen Prozentsatz der Gesetzesbrecher beschränkt bleibt? Ein Jahr nach dem Beschluss des großen Lauschangriffes in Österreich kam es bereits zum ersten Spitzelskandal. Wer bis zu diesem Zeitpunkt geglaubt hat, vor den Augen und Ohren anderer sicher zu sein, dem wurde spätestens seit dem Spitzelskandal bewusst, dass die Zeit der Anonymität und des Datenschutzes endgültig vorbei ist.

Aber nicht nur die Regierung hat die Macht uns zu überwachen. Im Zeitalter des Internets gibt es viele Möglichkeiten, Personen zu überwachen. Eine Möglichkeit ist mittels eines Virus – in diesem Fall mit einem „Trojanischen Pferd“ – in einen fremden Rechner einzudringen und dann online die Tätigkeit seines Gegenübers zu überwachen. Dies ist in der privaten Anwendung zwar unangenehm, aber nicht weiter tragisch. Schlimmer ist dieser Virus, wenn er zum Ausspionieren bestimmter Firmen oder Regierungen verwendet wird. Internetdaten zu schützen wird im Zeitalter der Hi-tech Hacker immer schwieriger bis unmöglich.

Mit dem Einzug von Taxi Orange in das heimische Fernsehen bewies der ORF Anpassungsfähigkeit an den Zeitgeist. Ein wichtiger Aspekt, der jedoch meist übersehen wird, wenn man das Phänomen des Reality-TV betrachtet, ist das eigentliche Spielprinzip: In Taxi Orange oder Expedition Robinson wird einer einzelnen Person oder der Gruppe die „Macht“ gegeben, sich auf vorgeschriebene Weise seiner Mitstreiter zu entledigen. Auch wenn die Gruppe noch so gut zusammenhält, Freundschaften entstehen, es gilt, die Spielregeln zu akzeptieren.

Hier wird uns Entsolidarisierung vorgelebt: Der Rausschmiss entspricht dem Konkurrenzdenken, welches wir uns in diesem System aneignen sollen.

### 3.2. Vorbildwirkung / Ethik

Die DarstellerInnen von Taxi Orange wurden zu HeldInnen für viele Kinder und Jugendliche und in

höchstem Maße nachgeahmt. Nicht nur Frisöre und Drogisten konnten die Nachfrage nach bestimmten Haarfarben (zum Beispiel Magenta) kaum befriedigen, die Kinder hielten auch für gut, was ihre „Stars“ befürworteten und lehnten ab, was im Kutscherhof missbilligt wurde.

Wochenlang wurden ethische Richtlinien von einer willkürlich ausgewählten Gruppe junger Menschen verbreitet.

Bei der ersten Staffel von TXO hatten wir Glück. Gegen Umweltschutz, Toleranz gegenüber Minderheiten und Harmoniebedürfnis ist nichts zu sagen. Was passiert aber, wenn die Auswahl der Darsteller anders aussieht?

### 3.3. „Verdummung“

Die Gruppe stimmt darin überein, dass Taxi Orange und ähnliche Sendungen keine Gefahr allgemeiner Verdummung darstellen. Verglichen mit etlichen populären TV-Serien wirken manche Dialoge aus TXO hochintelligent.

#### Anhang: „REALITY ...“

*„Die Frage ist doch, wie weit Taxi Orange denn überhaupt ein Realityformat ist! Denn wie wirklich ist die Wirklichkeit? Natürlich kann das TV nie die Wirklichkeit selbst darstellen, sondern bloß ein Bild davon, eine von vielen Wirklichkeiten vermitteln. [...] Ich würde TXO somit auch nicht als Realityformat, sondern als Showtalk sehen.“* (ORF-Generalintendant Gerhard Weis)<sup>8</sup>

Worin besteht die Realität von Fernsehbildern?

Was bedeuten Rollendarstellung, Selbstdarstellung, Echtheit?

Welchen Realitätswert hat ein Spiel?

#### Anmerkungen:

- 1) <http://enterprise.orf.at/news/news/2001/010111txoenquete/index.htm> (22.2.2001)
- 2) <http://enterprise.orf.at/index08.htm> (22.2.2001)
- 3) <http://enterprise.orf.at/news/news/2001/010111txoenquete/index.htm> (22.2.2001)
- 4) Def.: Voyeurismus: das v. a. bei Männern auftretende, überwiegende oder ausschließliche Anstreben sexueller Erregung oder Befriedigung durch (zumeist) heimliche Beobachtung körperlicher Nacktheit, Entblößung oder sexueller Handlungen bei anderen. – Schülerduden Psychologie, p. 440.
- 5) Als Beispiel: Mutter verbietet ihrem Kind z.B. im Restaurant ständig andere Leute anzusehen, zu beobachten, weil ihr das unangenehm ist.
- 6) <http://home.t-online.de/home/humanist.aktion/milgram.htm>
- 7) Philip G. Zimbardo/Richard J. Gerrig: „Psychologie“. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg New York, 7. Aufl., 1999.
- 8) ORF-Generalintendant Gerhard Weis in News, zitiert nach © Der Standard, 16. Februar 2001. Automatically processed by COMLAB NewsBench.