PROLOOG

Honderdzes dagen staarden een tot twee miljoen mensen dagelijks naar *minimal art* op televisie: naar het leven van een stel mensen, zittend rond de keukentafel, hangend in een bankstel, rommelend in de tuin, kletsend in de stapelbedden. Alle woorden en bewegingen werden permanent geregistreerd door de alom aanwezige camera's. Slechts om de zo veel tijd was er voor de kijkers een hoogtepunt, voor de bewoners een uur van de waarheid. Dan moesten ze een paar metgezellen nomineren de groep te verlaten. Het publiek besliste wie de ongelukkige werd. Vlak voor oudejaar, met nog drie van de twaalf bewoners over, kwam de climax met de nationale uitverkiezing van één van deze vrijwillig opgeslotenen tot winnaar van dit unieke experiment.

Kleiner had het tweede millennium niet kunnen eindigen. Groter had het inzicht in het leven in de mediamaatschappij anno 2000 niet kunnen zijn.

Het multimediaproject *Big Brother* luidde in Nederland de

20ste eeuw met meer publicitair vuurwerk uit dan er een dag later buiten te horen was. Het programma – geen privacy, *back to basics* – was net als Oud en Nieuw zelf, een einde en een begin. Het vormde een samenvatting, een voorlopig eindstation van een halve eeuw televisie, waarin veel ouds en nieuws over de Heilige Drie-eenheid van deze tijd – Ik, de Ander & de Media – onder het vergrootglas voor iedereen zichtbaar werd gemaakt.

Wat te zien was, veroorzaakte afkeer, afschuw, verslaving en fascinatie. Bij mij overheerste, al voor het mediaspektakel van start ging, het laatste. En niet alleen uit hoofde van de taak die ik mij vrijwillig heb opgelegd: de geschiedenis van maatschappij, media en cultuur te bestuderen. Ook uit persoonlijke interesse. Immers, voor de meeste mensen was het een spiegel. Een spiegel om het eigen gedrag, de eigen openlijke en heimelijke verlangens onder ogen te zien als het gaat om het leven te midden van de alom aanwezige media. Toen mij vooraf werd gevraagd of hier een wetenschappelijk doel mee gediend zou zijn, antwoordde ik: 'Dit programma is geforceerd, het is show en media, maar daarom is het in deze mediawereld eigenlijk wel weer een interessant experiment. Het kan de verstrengeling tussen werkelijkheid en media goed aangeven, dat zou je ook als een "hoger" doel kunnen beschouwen. De ruimtevaart heeft tenslotte ook alleen maar moonboots en hittebestendige tegeltjes opgeleverd.'[1]

Natuurlijk, er zijn er die lijden als de media inzoomen op hun persoon: de onvrijwillige beroemdheden zoals de leden van vorstenhuizen, de slachtoffers van verkeersongelukken, verkrachting en andere misdaden, en zeker hun familieleden, om over de verdachten zelf maar te zwijgen. Maar het leek de moeite waard te ontdekken wat de aantrekkingskracht van de camera zo onweerstaanbaar maakte voor een willekeurige groep mensen om er meer dan honderd dagen lang vrijwillig voor te willen staan om wat te praten, wat te spelen, wat te acteren of misschien zelfs wel in erotische verwikkelingen verzeild te raken, kortom om voor de camera een soort gewoon leven te leven.

Aan dit essay begon ik gaandeweg het programma te denken,

ertoe aangespoord door de uitgever. Ik begon eraan te schrijven toen er nog maar drie bewoners in het *Big Brother*-huis over waren. Ik heb er geen spijt van. Er was elke dag genoeg stof om over na te denken, en genoeg informatie eromheen in de kranten, tijdschriften en roddelbladen, wat die informatie ook waard was. Want wat voor het programma zelf gold – wat is waar, wat is niet waar, wat is echt, wat is gespeeld, wat is gemanipuleerd – dat gold ook voor veel van het publicitaire tromgeroffel eromheen.

Wat erg spijtig was, was dat geen enkele onafhankelijke socioloog, psycholoog of psychiater bereid was uit wetenschappelijk oogpunt het programma, met name de bewoners, permanent te observeren en te analyseren. Net als een groot deel van de culturele elite deden zij het programma af als 'onethisch' en 'gevaarlijk' of op zijn minst als flauwekul en te saai om naar te kijken. Het is jammer, en ze zullen er later misschien wel net zo veel spijt van krijgen als de negentiende-eeuwse bioloog T.H. Huxley, die, toen hij hoorde van het idee van natuurlijke selectie, uitriep: 'Hoe extreem stom om daar niet aan te hebben gedacht!'

Ik ben geen socioloog of psycholoog, maar een historicus die zich sinds een jaar of tien onder andere bezighoudt met de relatie tussen maatschappij, media en cultuur. Dus ook met communicatie, al heb ik dat woord zoveel mogelijk uit mijn vocabulaire verbannen. Het is een van de meest geïnflateerde begrippen die er bestaan, terwijl het – zo katholiek ben ik nog wel – van oorsprong een sacrale betekenis en functie had: de gemeenschap met God. In deze goddeloze tijd is dat afgedaald tot de gemeenschap tussen de mensen zelf, letterlijk of figuurlijk, maar het is er niet minder mysterieus door geworden. En meestal ook niet minder moeilijk.

Er is veel oppervlakkige onzin verkocht over *Big Brother*. Er zijn ook vele losse opmerkingen over gemaakt die hout sneden. Publicist Bas Heijne zag al snel en scherp waar het om draaide. Die BB-bewoners mochten dan misschien niet de Hollandse samenleving weerspiegelen, maar wel de Hollandse geestesgesteldheid. 'Het programma is de Hollandse nachtmerrie *pur*

sang – en dat heeft niks te maken met de wanhopige manipulaties van de makers, die ieder drama tussen hun grijpgrage vingers door zien glippen. (...) Al na een paar dagen weet je het zeker. De hel, dat zijn niet de anderen, het is niet de buitenwereld, je bent het zelf.'[2]

Big Brother ging over onszelf, als kijker, als burger, als mens. Het was, in deze tijd van therapieverslaving, het goedkoopste recept om contact met anderen te krijgen middels het gezamenlijke geklets – thuis, op het werk of op internet – over het karakter en gedrag van Martin, Sabine, Maurice, Tara, Ruud, Bianca, Willem, Karin en Bart (en later Mona, Cyrille en Anouk). Of zij nu de hemel in werden geprezen of met de grond werden gelijkgemaakt, in afwachting van het Laatste Oordeel op 30 december door Het Publiek bleek het oordelen en veroordelen – geheel in de traditie van de Nederlandse getuigenispolitiek – in een enorme behoefte te voorzien, vermakelijker maar bijna even intens als tijdens de godsdiensttwisten in de 17de eeuw. In deze zin was BB meer dan een mediahype zoals die rond de Spice Girls of *The Blair Witch Project*. Het was tekenend voor de geest van deze tijd.

Big Brother was wat mij betreft dus een van de beste programma's 'tot lering ende vermaak' om de eerste halve eeuw televisie in Nederland mee af te sluiten. '*Big Brother* is letterlijk op weg een wereldprogramma te worden,' sprak de trotse producent John de Mol toen het succes zich begon af te tekenen.[3] Dat valt nog te bezien. Daarvoor was het misschien te veel gebonden aan het tijdsgewricht – het voorlopig ultieme fin de siècle – en aan de plek, Nederland. Hoe het elders zal uitpakken weten we nog niet, hoezeer het programma al tot een goed verhandelbaar *format* is vermaakt. Het enige wat zeker lijkt is dat, hoe krakkemikkig ook, voor het eerst, en ook dat was het nieuwe van *Big Brother*, de link tussen televisie en internet is gelegd. De toekomst hiervan is ongewis en dat is maar goed ook.

1984

De wereld die George Orwell in 1950 in zijn boek *1984* beschreef, ziet er nu, een halve eeuw later, (gelukkig) ook anders uit dan hij voorspelde, het gebruikelijke lot van utopieën en antiutopieën. Orwells boek was een geslaagde en originele samenvatting van de visionaire literatuur van de voorafgaande eeuw, van Jules Verne en H.G. Wells tot Aldous Huxley en Arthur Koestler. Orwells schrikbeeld van de almachtige, alziende en nietsontziende Partij bestond al, in de Sovjet-Unie en in Japan (zijn andere inspiratiebron), niet in 'Oceanië', het Westen – Londen om precies te zijn –, waar hij zijn roman situeerde. Men kan discussiëren over de vraag hoezeer het korset van de Koude Oorlog de geestelijke bewegingsruimte in het Westen heeft beperkt, maar de vrijheid was groot genoeg om de wereld een heel andere ontwikkeling te laten doormaken dan Orwell voorspelde. De vraag is of het uiteindelijke resultaat in de kern veel anders is.

'Op elke overloop, tegenover de liftkoker, staarde de propagandaplaat met het reusachtige gelaat van de muur. Het was een van die afbeeldingen die zo zijn gemaakt dat de ogen je volgen wanneer je je verplaatst. GROTE BROER ZIET U, stond er onder.'[4]

Is het nu, nu onze privacy in snel tempo bezig is te verdwijnen in de lenzen van de televisie- en beveilingscamera's, in de bits van de databanken, in de bits en beelden van internet, zoveel anders? Is het besef nu veel anders dan in *1984*?: 'Je moest leven – je leefde uit een gewoonte die instinct werd – in de veronderstelling dat elk geluid dat je maakt werd afgeluisterd en, behalve in het donker, elke beweging werd nagegaan (...) Enkel een flikkeren van de ogen kon je al verraden.'[5]

Nee, het is zo geworden als Orwell schreef: 'Niets was van jezelf, behalve de paar kubieke centimeters binnen in je schedel.'[6]

In de huidige mediamaatschappij zijn er nog maar weinigen die dat niet beseffen.

Er is nog angst en argwaan, maar er is meer berusting, en nog meer lust om door iedereen gezien, gekend en bemind te worden. Al is het maar met een paar airmiles als beloning.

'Niemand heeft Grote Broer ooit gezien. Hij is een gelaat op de schuttingen, een stem uit het telescherm.'[7]

Dit is zo gebleven. Alleen de tiran is van naam veranderd. De Partij heet nu Het Publiek. In *1984* was er voor de dissidente kameraden nog fysieke marteling nodig – 'Dat wat er in Kamer 101 is, is het ergste ter wereld' – om hen te genezen van hun drang naar individuele vrijheid en echte liefde. De hoofdpersonen Winston Smith en zijn geliefde Julia, verzetsstrijders tegen het systeem, komen elkaar na de genezing weer tegen.

'Ik heb je verraden,' zei zij botweg.

'Ik heb jou verraden,' zei hij.

Julia: 'Je geeft er geen barst om wat zij te lijden hebben. Het enige waarom je geeft, ben je zelf.'

'Het enige waarom je geeft ben je zelf,' echode hij.

'En daarna voel je niet meer hetzelfde voor die ander.'

'Nee,' zei hij, 'je voelt niet meer hetzelfde.' (...)

'Maar het was goed zo, alles was goed zo, de strijd was voorbij. Hij had de overwinning op zichzelf behaald. Hij had Grote Broer lief.'[8]

De omgekeerde drang is het kenmerk van het heden. Dat Grote Broer, dat wil zeggen Het Publiek, het individu liefheeft, of een deel van dat publiek.

Bemind worden door het publiek, dat kan bijna alleen nog via de media. Men wil zich met dit doel maar wat graag onthullen via het 'telescherm'. Het liefst via een beheerste psychische striptease, dat is het streven van hen die erover hebben nagedacht. Dat deze beheerste wijze de beste manier is, is iets waar zij die er argeloos aan begonnen soms door schade en schande achter komen. De media vormen weliswaar de meest bloedeloze autocratie die er ooit op aarde heeft bestaan, niettemin zijn zij soms tamelijk letterlijk een dubbelsnijdend zwaard. Dat wist de uitvoerend producent Paul Römer heel goed. Vandaar dat hij, naast al die andere trucjes, het nominatiesysteem – om de zo veel tijd een medebewoner aanwijzen voor verwijdering uit het huis – tot kern maakte van het programma. 'Dat is het sterkste soap-element: de gemene twist, het tegengestelde belang, het verraad.'[9]

Zonder samenhang

De werktitel die ik tijdens het schrijven van dit essay gebruikte – *Big Brother in onszelf* – is een variant op de titel van het boek dat de Zwitserse schrijver Max Picard tijdens de oorlog schreef en in 1946 publiceerde onder de titel *Hitler in uns selbst.* Hij weet alle ellende, zoals het aan de macht komen van Hitler, aan het wegvallen van God en de sociaal-culturele samenhang die daarvan het gevolg was. 'In het innerlijke van de mens is überhaupt niets meer bij elkaar, het is alles zonder samenhang. De mens heeft helemaal geen inventaris meer, daarom probeert hij op mechanische wijze buiten een inventaris van dingen bij elkaar te rapen.'[10] In een toegift bij zijn lijdensverhaal over zijn tijd schreef hij: 'In het algemeen is de mens ervoor bespaard gebleven dat hij in een situatie komt waarin hij moet besluiten welk leven gered moet worden, het eigen óf het leven van een geliefd mens. Een grote genade, die in en boven al het leven is, beschermt de mens voor zo'n keuze. Het is het genadevolle in de christelijk-humane wereld, dat de mens van zo'n keuze ontheven is. De nazi's waren echter zo goddeloos dat zij de mens juist voor zo'n keuze stelden: ze hebben vaders en moeders beloofd hen te laten leven als zij hun kinderen uitleverden, en zij hebben de kinderen voordelen beloofd als zij hun ouders verrieden. Wat geen god en geen duivel de mens heeft aangedaan, dat deden de nazi's.'[11]

Het zijn grote woorden voor een betrekkelijk onschuldig lijkende variant op een tv-quiz. Maar de makers kwamen zelf met de grote woorden Big Brother als naam ervoor. En de critici zouden deze woorden vooraf maar al te graag hebben gebruikt om het goddeloze, hypocriete en tirannieke karakter van de huidige cultuurindustrie aan te geven. Dat zou misplaatst en overdreven zijn geweest. Niettemin is het Big Brother-experiment wel degelijk een in sommige opzichten verontrustende karakterschets van deze tijd, waarin al het verhevene en platte lijkt samen te gaan, waarin liefde en solidariteit, hypocrisie en verraad dicht bij elkaar liggen, waarin de ongekende mogelijkheden sa-

men gaan met zichtbare onmacht tot menselijkheid en contact. Waarin, en dat is een overeenkomst met de jaren '20 en '30, de mens in de wervelstorm van veranderingen wanhopig bezig is zichzelf en zijn naasten opnieuw te definiëren en te vinden.

We leven nu in een overvloedige, verzadigde en illusieloze tijd, gelukkig maar zou je bijna zeggen, een tijd bovendien waarin de behoefte aan genegeerde of verloren (gewaande) sociale samenhangen veel sterker blijkt te zijn dan alle cultuurcritici deden geloven. Ook daar is Big Brother een bewijs van. De terreur van de braafheid en de aanpassing overheerste. De uitverkiezing van de fraaie, onzekere, opstandige en nog ongetemde jongeling Bart – de James Dean van de jaarwisseling – was de uitzondering die deze regel bevestigde.

De ware strijd is meer psychologisch van aard: wie ben ik en wie wil ik zijn? Een halve eeuw televisie heeft, zo is duidelijk geworden, geleidelijk aan gezorgd voor een drastische wijziging van het zelfbeeld van de mens, en de relatie tussen de mensen onderling. De media en het imago staan er steeds meer tussen. Dat levert nieuwe problemen op.

Het imago, als geïdealiseerd zelfbeeld, kan immers door anderen heel anders worden geïnterpreteerd dan de bedoeling was. De technische voorwaarden voor film en televisie zijn schijnwerpers en projectie. En terecht. Ze werpen een schijn, en die kan echt en onecht zijn. Ze projecteren beelden, ze projecteren de beelden die de acteurs graag van zichzelf uitstralen. Edoch, de kijkers projecteren niet minder hun eigen droombeelden op de mensen die zij zien. Het resultaat is daarom niet zelden aangenamer voor de kijker dan voor de bekendheden van het scherm. Het is meer schering dan inslag dat de najagers van bekendheid via de media, uiteindelijk met niets anders thuiskomen dan een tijdelijke illusie of met de grote desillusie dat ze toch niet hebben gevonden wat ze zochten: erkenning, liefde, zichzelf.

Fifteen minutes of fame

Gebiologeerd door de vraag hoe een stel onbekende vreemden, uit vrije wil van de wereld afgezonderd in een schaftkeet in Almere, zich zou gedragen in totale zichtbaarheid, hebben de kijkers hun favoriete doorsnee-mediaheld gekozen. En beloond met 250.000 gulden, nog geen honderd gulden per uur. Een fooi. Een paar anonieme andere medeburgers kregen de dag erop, op oudejaarsdag 1999, tien of twintig miljoen gulden omdat zij het juiste lootje hadden gekocht. Die zijn nu echt rijk, en hebben de keuze tussen bekend worden of anoniem blijven. Daarbij vergeleken hebben de twaalf bewoners hun eerstgeboorterecht van de anonimiteit voor een bord linzensoep verkocht aan de handelaren en uitbaters van het befaamde kwartiertje roem. Dom, naïef, overmoedig, onwetend, ijdel en wat niet al werden ze genoemd. Maar waren ze niet ook idealistischer, realistischer, slimmer en moediger dan al die kopers – op een paar na – van die staatsloten en al die critici die er zelf nooit aan wilden of durfden te beginnen?

De deelnemers hadden het bij de aanvang van hun mediaexpeditie bijna allen over de 'onwijze' uitdaging, de grenzen die verlegd moesten worden, de confrontatie met zichzelf die op deze manier kon worden aangegaan, en nog zo wat peptalk uit het jargon van de profeten van zelfexpressie, zelfontplooiing, en zelfvernieuwing. Sommigen zijn daarin geslaagd, en zijn na de nodige ontberingen aanbeland in het gedroomde Walhalla van de rijkdom en de roem en vooral van de aandacht. Anderen zijn thuis gekomen om, als Odysseus, te ontdekken dat daar, in de vertrouwd gewaande omgeving, onverwacht nieuw werk te verrichten was, of om de verbroken of verstoorde relatie te herstellen of om de laster door de buitenwereld het hoofd te bieden, of beide. Ze hebben hun avontuur gehad, het is hun vooralsnog wisselend vergaan. Het leek het gewone leven wel.

Last in, first out-Martin wist aardig buiten schot van de roddelbladen te blijven, tot zijn vreugde en verdriet, en pakte zijn

leven als baasje in de koeltechniek weer op, in het sadder but wiser-besef 'dat er voor weinig bewoners een plekje in de publiciteit' is. 'Uiteindelijk lachen alleen de makers.'[12]

En terecht. Want hoe terecht alle grote woorden en hypocriete uitlatingen over de artistieke en hogere doelen die zouden worden gediend ook waren, het besluit van John de Mol Productions in 1997 om *Project X* te gaan realiseren, en zo het duurste tv-programma ooit te maken, was wél een grote gok, in geld en imago, wat voor de beurswaarde van Endemol op hetzelfde neerkomt. De makers hebben de gok gewaagd en gewonnen. Ze mogen zo'n beetje alle zelf opgestelde regels van het spel geschonden hebben, de kijkers en de bewoners op alle manieren bedonderd hebben, ze waren niettemin de enige partij in dit nieuwste mediaspektakel van de cultuurindustrie die nooit onduidelijkheid heeft laten bestaan over de bedoeling van het programma. Uitvoerend producent Paul Römer: 'We willen sensationele televisie maken.' Eindredacteur Hummie van der Tonnekreek: 'Het is geen wetenschappelijk experiment, maar spannende, sensationele televisie.'[13]

Het was de eerlijkheid die al gehanteerd wordt sinds de komst in Nederland van de commerciële televisie in 1989. Met oprechtheid of integriteit heeft dat niets van doen. Maar het resultaat was, al met al, inderdaad sensationeel en spannend. Ze lieten de bewoners en de kijkers worstelen met de in het televisietijdperk volstrekt vaag geworden begrippen als echt of onecht, identiteit of authenticiteit, afsluiting of aanpassing, voyeurisme of participatie, kijken of bekeken worden, publiek of privé, bekendheid of anonimiteit.

Het experiment is hiermee in niet alleen financieel opzicht geslaagd. Het heeft de oudste psychologische en sociologische mechanismen tussen mensen opnieuw blootgelegd. Het heeft de nieuwste doorbraak op het gebied van de media bevestigd – de fusie tussen de oudste fysieke media, het gebaar en het gesprek, het 125 jaar oude mechanische medium de telefoon, het elektronische medium televisie en het virtuele medium internet. Te zamen hebben dit oudste en dit nieuwste vele vage ver-

moedens over de verlangens van de huidige mediamens helder neergezet, en zeker de omgeving waarin hij of zij deze al dan niet moet verwezenlijken.

De conclusie is dat er bijna geen ontkomen meer aan is, aan de media. Was de kluizenaar de enige mensensoort die in Nederland nooit heeft kunnen bestaan, deze figuur werd in de tweede helft van de twintigste eeuw mogelijk: als tv-zombie. Werd verbanning eeuwenlang als de grootste straf gezien, en werd eenzame opsluiting nog tot in de jaren '70 als *Isolationsfolter* gebrandmerkt, het alleen leven, de toegejuichte individualisering, werd mede door de media draaglijk gemaakt.

De meerderheid is er nu, door *Big Brother*, evenwel achter dat we, als we geen permanente kluizenaar willen worden, de mediawereld wel moeten aanvaarden. Het is de enige wereld die we overhebben. Dat weet ook de zwerver die zich met zijn plastic zak of winkelkarretje in park of portiek heeft teruggetrokken: hij wordt gefilmd omdát-ie zo'n zonderling is. Dat weet ook de werknemer die tevreden was met zijn anonimiteit en het heen en weer fietsen tussen huis en werk. Thuisgekomen ziet hij nu, in het kader van de nieuwe *company policy*, zijn kop op de website van zijn bedrijf omdat dit denkt niet meer zonder deze mediale presentatie te kunnen. Om over de duizend databanken waarin hij digitaal is opgeslagen maar niet te spreken.

De twintigste eeuw was naast een eeuw van oorlog en techniek, vooral ook een eeuw waarin de audiovisuele media de dominante factor werden in het bewustzijn van de mens. De geschreven pers is er nog, zal blijven bestaan al is de vorm waarin ongewis. Maar het is een veeg voorteken dat de *Big Brother*-bewoners het over alles en nog wat hebben gehad, maar nauwelijks over de behoefte om een krant te lezen.

De vertegenwoordigers van de pers riepen in december 1999 publicist H.J.A. Hofland uit tot 'journalist van de eeuw'. Misschien is het terecht, hij heeft vele gaven die ik bewonder. Maar als ik een 'journalist van de eeuw' had moeten kiezen omdat hij het beste het wezenskenmerk van de afgelopen halve

eeuw heeft begrepen én belichaamd is dat de man die er bijna vanaf het begin van televisie over geschreven heeft: Henk van der Meyden. Met zijn verschijning werd de periode van eenzijdige bewondering voor de sterren die het filmtijdperk kenmerkte afgesloten. En werd de aandacht verbreed naar de achterkant van de roem: de mislukking, het schandaal, de roddel en achterklap, de eenzaamheid en de betrekkelijkheid van de roem in het licht van het leven zelf.

'De journalist is de infanterist van de geschiedenis,' zo luidt een van de talloze briljant geformuleerde typeringen die Hofland ooit deed. Als journalist was ik ooit gewend te beschrijven wat er gebeurt. In die zin was *Big Brother* een kolfje naar mijn hand. Als historicus had ik er meer moeite mee te schrijven over een fenomeen dat nog bezig was zich te voltrekken, sterker, waarvan tegen het einde de 'follow up'-programma's al werden aangekondigd zodat 'het nettoresultaat' voor de deelnemers nog later bekend zal worden dan nu vermoed kan worden. Ik troost mij met de gedachte dat een essay geen afgerond geschiedwerk hoeft te zijn, zelfs geen einde van de discussie, maar juist het begin ervan.