

Soll die Show weitergehen?

Die Popularität von Gameshows in den Philippinen

Das Gekreische ebbt nicht ab, doch niemanden scheint es zu stören. Im Gegenteil, die Kandidat/innen werden Runde für Runde zum Schreien ermuntert, während Behälter voll mit Tausenden von Peso und großen Preisen aufleuchten. Immer wieder ertönen die gleichen Schreie: »Gib mir etwas Geld!!!«

Isa Lorenzo

Bei der Erstausrahlung auf dem Fernsehsender GMA-7 im Oktober 2007 avancierte *Whammy* gleich zum Hit und schnellte auf Platz Eins der Tagesprogrammbeurteilung. Die Spielregeln sind einfach: Drei Kandidat/innen wechseln sich bei einer Art digitalem Roulette ab und rufen nach Belieben »Weiter« oder »Stopp«. Bei dem Spiel geht es darum, soviel Bargeld und Preise wie möglich zu ergattern, während man versucht, dem gefürchteten roten Dämon, dem *Whammy* aus dem Weg zu gehen.

Die Pechvögel werden mit Schleim beschmiert und verlieren all ihr bis dahin gewonnenes Geld, während derjenige, der am Ende der Show das meiste Geld eingeheimst hat, seinen Gewinn behalten darf. Dabei fällt ein Konfettiregen auf alle nieder und die Moderator/innen der Sendung jubeln lauthals. Bei *Whammy* dreht sich alles ums Geld. Und dies ist nicht die einzige TV-Show, die sich derartiger Köder bedient.

Kein Talent mehr nötig

Die Aussicht auf Bargeld zieht Menschen an. Die meisten von ihnen träumen davon, soviel Geld wie möglich zu bekommen. Bargeldpreise waren immer schon ein Markenartikel von Spielshows; nichtsdestotrotz mussten die Kandidat/innen bisher ein gewisses Quäntchen Geschick, Talent oder Intelligenz besitzen, um ausgewählt zu werden. Dies ist heute völlig anders: Die populären Spielshows stellen als einzige Bedingung, dass die Kandidat/innen ein großes Verlangen danach haben, ganz viel Geld in ihre Hände zu bekommen und das möglichst schnell.

Glück, Gott und Geld

Die meisten der heutigen Spielshow-Kandidat/innen sind arm. Jenny Ferre, der kreative Kopf der populären Mittagsshow *Eat Bulaga* von GMA-7, geht davon aus, dass 90 Prozent der Kandidaten zu den untersten Einkommensklassen der Bevölkerung gehören.

Luis Teodoro, stellvertretender Direktor des *Center for Media Freedom and Responsibility*, ist der Ansicht, dass die Hoffnung darauf, etwas ohne große Anstrengungen zu bekommen, universell sei. Er fügt jedoch hinzu: »Die philippinische Arbeitsmoral ist nicht sehr stark, daher verlassen sich viele auf ihr Glück, Beziehungen und göttliche Fügung.«

Laut Teodoro machen sich Spielshows und andere Glücksspiele diesen Aspekt der philippinischen Kultur zunutze, indem sie ihn sogar noch verstärken. Ferre, die *Eat Bulaga* produziert, räumt ein, dass Spielshows das Streben nach dem schnellen Geld fördern können. »Man muss nur einmal das Rouletterad drehen und schon ist man ein Millionär«, so Ferre.

Mit dem Lotto verhält es sich ähnlich. Die langen Schlangen, die sich an bestimmten Wochentagen an den Lotto-Ticketschaltern bilden, sind lebendiges Zeugnis dieser Popularität. Erst kürzlich haben vier glückliche Gewinner/innen den Lotto-Jackpot in Höhe von 133 Millionen Peso (circa zwei Millionen Euro) geknackt. Unter den Gewinnern war ein Ehepaar aus Quezon City, das sich seinen Gewinn mit einem riesigen Gefolge von fast einem *Barangay* von Glück wünschenden Menschen abholte.

Der Fahrer Dexter Dequilla, 32, sagt, er kaufe schon seit acht Jahren Lotto-Tickets. Einmal, 2005, habe er Glück gehabt und für sein Zehn-Peso-Ticket



Der Whammy

Die Autorin ist Journalistin beim Philippine Center for Investigative Journalism (PCIJ).

einen Gewinn von 4.000 Pesos eingestrichen. Seit dieser Zeit hat sich der Preis für ein Lotto-Ticket verdoppelt, doch Dequilla hofft immer noch darauf, wieder einmal Glück zu haben.

Die Hoffnung stirbt zuletzt

»Sämtliche Glücksspiele fußen auf *baka sakali* (vielleicht), so der Soziologieprofessor Dr. Manuel Bonifacio. Er betont, dass ein Teil der Popularität dieser Glücksspiele auf die begrenzten Arbeitsangebote im Land zurückzuführen sei. Diese Angebote wiederum seien unmittelbar mit dem Bildungsstand der zukünftigen Arbeitnehmer/innen verbunden. Für diejenigen, denen es an ausreichender Bildung mangelt, um eine ordentliche Anstellung zu finden, so Bonifacio, sind Glücksspiele »die einzige Möglichkeit, 100 Millionen Peso zu verdienen oder zu ergattern«.

Die staatliche Lotto-Gesellschaft rechtfertigt ihre Existenz vor allem damit, dass ihre Gewinne für gemeinnützige Zwecke eingesetzt würden. Fernseh-Spielshows können dieses Argument nicht anführen, an den Mittagsshow im Fernsehen bereichern sich die Programmproduzent/innen trotz ausgeschütteter Gewinne.

Definition von Spaß

Dennoch beharrt Ferre darauf: »Das Spielkonzept besteht nach wie vor aus Spaß und Gewinnen, daran hat sich grundsätzlich nichts geändert.« Was sich allerdings verändert habe, sei die Definition von Spaß und Gewinn.

Das ist der springende Punkt: In den alten Mittagsshow wurde beispielsweise die Spaßkomponente größtenteils von professionellen Unterhaltern



Definition von Spaß bei *Eat Bulaga*

bestritten, die sangen, tanzten oder Parodien darboten. Die wenigen Kandidat/innen, die in den Sendungen auftraten, verfügten über bestimmte Fertigkeiten oder Talente – sie konnten zum Beispiel gut singen oder debattieren – und die Zuschauer/innen applaudierten, wenn die Kandidat/innen am Ende ihre wohlverdienten Preise erhielten. Ferre erinnert sich persönlich an die Sendung IQ-7, eine Quiz-Show aus den 1980ern, die zum Programm *Student Canteen* von GMA-7 gehörte und in der die Kandidat/innen »tatsächlich ihren Verstand benutzten«.

Heutzutage scheint der Spaßfaktor hauptsächlich von dem Kick herzurühren, die Kandidat/innen dabei zu beobachten, wie sie sich beträchtliche Geldsummen ohne große Anstrengungen unter den Nagel reißen. Die Preise hängen nicht mehr davon ab, was der Kandidat kann oder weiß.

Und die Preise sind immer größer geworden. Einige Spielshow-Fans erinnern sich noch daran, dass der größte Hauptgewinn der Sendung *Kuwarta o Kahon*, die in den späten 1970ern bis in die 1990er ausgestrahlt wurde, 10.000 Peso betrug. Trotz Berücksichtigung der Inflation stellt der Gewinn von einer Million Peso, den *Eat Bulaga* bereits 2001 unter das Volk brachte, eine ganz andere Dimension dar. ABS-CBN setzte später noch einen drauf, als es in seiner Mittagsshow *Wowowee* zwei Millionen Peso als Gewinn einsetzte – und plötzlich kamen 10.000 Peso eher einem Almosen gleich.

Das Geschäft mit den Armen

»Allein schon das Gefühl, dass da ein Hauptgewinn, eine Auswahlmöglichkeit wartet, gibt den Menschen etwas, die sonst nichts haben«, kommentiert die klinische Psychologin Dr. Violeta Villaroman-Bautista. »Dies ist tatsächlich eine Kritik an unserer Gesellschaft, wenn man richtig darüber nachdenkt.«

Leider gibt es viel zu viele Filipin@s, die fast nichts haben. Es gibt Anzeichen, dass Fernsehen zu den beliebtesten Unterhaltungsformen im ärmsten Gesellschaftssegment gehört. Untersuchungen der Medienforschungsgesellschaft AC Nielsen brachten zu Tage, dass die Mehrheit der Fernsehzuschauer zu den D- und E-Gesellschaftsklassen gehören – den Ärmsten der Armen.

Einige Beobachter sind der Meinung, dass Fernseh-Shows, die riesige Geldsummen praktisch verschleudern, in Wahrheit die Armen ausbeuten. Dies, so heißt es, wurde besonders bei der *Wowowee*-Tragödie von 2006 deutlich, als 71 Menschen bei dem Versuch zu Tode getrampelt wurden, in das Ultra-Stadion zu stürmen, um dort die Show ansehen zu können. Mehr als 30.000 Zuschauer/innen waren gekommen und campierten schon Tage vorher vor den Toren des Stadions, in der Hoffnung, den Bargeldpreis in Höhe von eine Millionen Peso und an-

dere Gewinne, einschließlich zweier Häuser und Grundstücke, 15 Jeepneys, zwei Franchise-Taxis und 20 Tricycles, abzuräumen.

Die Tatsache, dass sich unter den Preisen Jeepneys, Taxis und Tricycles befanden, lässt darauf schließen, dass der Sender Unternehmertum unter den potenziellen Kandidat/innen fördert; die Produzent/innen könnten also argumentieren, dass sie den Menschen schließlich nur ein gewisses Sprungbrett böten. Allerdings kann man ihnen das Versagen ankreiden, einen Rahmen zu schaffen, der den Teilnehmenden und schließlich den Siegenden das Gefühl gibt, dass sie die Preise, die sie gewonnen haben, auch wirklich verdienen.

Die Mediengruppe hat auf jeden Fall denjenigen geholfen, die in dem Massenansturm verletzt wurden, später wurde ein Fonds für die Familien eingerichtet, die Tote zu beklagen hatten. Der Oberste Gerichtshof hat allerdings kürzlich entschieden, dass die Justizbehörde ihre vorläufige Untersuchung der Schuldfähigkeit einiger ABS-CBN Manager an dieser Tragödie fortsetzen dürfe.

Beispiel Wowowee

Was nun *Wowowee* angeht, so hat sich das Show-Format in den zwei Jahren seit der Panik im Ultra-Stadion nicht wesentlich verändert.

Schönheitsköniginnen von Schulen waren die im Vorfeld ausgewählten Kandidatinnen dieser Show. Sie traten gegeneinander in der Disziplin an, die Titel und Komponist/innen von Liedern zu nennen. Jede richtige Antwort wurde mit 5.000 Peso honoriert. Dann wurden ihnen drei Kandidat/innen aus dem Publikum gegenübergestellt (Beispielfrage: Eins minus Null ergibt?). Am Ende dieses Showteils hatte eine Schönheitskönigin 65.000 Peso gewonnen. Dann rückte sie in die nächste Runde, in den *Pasalog-Showteil*, vor. Hier schütteln zwei leicht bekleidete Mädchen Bälle, in denen Fächer mit Würfeln enthalten sind. Zeigt nach Öffnung eines Faches ein Würfel das Label eines Sponsors, erhält der Kandidat einen Bargeldpreis.

An jenem Tag betrug der Jackpot 440.000 Peso. Leider war der Schönheitskönigin das Glück nicht hold, so dass sie mit nur 65.000 Peso heimging.

Der Höhepunkt der Show war scheinbar jedoch *Pera O Bayong*. Die Namen der 50 Kandidaten waren bereits am Vortag bekannt gegeben worden. Abwechselnd stellten sich die Teilnehmenden hinter die Schilder »Oo (Ja)« und »Hindi (Nein)« als Antwort auf Fragen wie »Red sauce ba ang carbonara? (Ist Carbonara eine rote Soße?)«, bis nur noch ein Kandidat übrig blieb. Dieser traf dann eine qualvolle Wahl: »Pera o bayong? (Geld oder Strohtasche)?«. Drei Strohtaschen enthielten Preise wie eine Millionen Peso, ein Auto und ein Haus mit Grundstück. In den

restlichen Strohtaschen verbargen sich billige Artikel wie ein Bleistift.

Ablenkung von der Realität

Einige TV-Produzent/innen sind sich darüber im Klaren, dass Spielshows unrealistische Hoffnungen nähren. »Spielshows sind wie Gebete, sie lassen uns hoffen und hoffen, sie lenken uns davon ab, das eigentliche Problem der Arbeitslosigkeit zu hinterfragen«, sagt ein Produzent, der öffentlich nicht genannt werden möchte.

Ferre von Tape Inc. zufolge haben TV-Produzent/innen eine moralische Verantwortung, Kandidat/innen davon zu überzeugen, dass Gewinnen bei einer Spielshow nicht die Antwort auf Armut sein kann. Deshalb fragen die Moderator/innen von *Eat Bulaga* immer nach dem Beruf der Kandidat/innen. »Was wir übermitteln wollen ist: Du hast Arbeit und Du arbeitest hart«, so Ferre. »Wir hoffen, dass das Geld, das Du gewinnst, hilft. Wenn Du einen Jeepney fährst, hoffen wir, dass Du nicht aufhörst zu arbeiten, sondern dass es Dir gelingt, einen eigenen Jeep zu besitzen.«

Ferre zufolge besteht *Eat Bulagas* Hauptzweck nicht darin, Geld zu verschleudern, sondern seine Zuschauer/innen zu unterhalten. »Mehr als 87,9 (sic!) Filipinos werden unterhalten, nur einer gewinnt«, so Ferre. »Die gewöhnlichen Zuschauer fühlen mit dem Gewinner.«

Der Psychologin Bautista zufolge können diese Shows auch die Funktion eines Bewältigungsmechanismus einnehmen. Sie führt an: »Einen Moment lang vergisst Du Deine eigenen Schwierigkeiten, einen Moment lang kannst Du hoffen. Ein anderer Aspekt ist natürlich auch die Unterhaltung, die diese Shows bieten, die dich vorübergehend vergessen lässt. So kann man sich mit etwas Spaß und Aufregung in den nächsten Tag hinüberretten.«

Marilou Almaden, Leiterin der Spielshow-Abteilung von ABS-CBN, ist trotz aller Kritik, die ihr entgegen geschleudert wird, stolz darauf, Spielshows zu produzieren. »Viele Leute sagen, dass wir den Menschen falsche Hoffnungen machen«, so Almaden. »Doch ich sehe das so: Es gibt Menschen, denen wir tatsächlich helfen – in unserem bescheidenen Rahmen.«

Sie sagt, sie müsse immer weinen, wenn sie die Freude im Gesicht des Gewinners/der Gewinnerin sieht. »Auf eine bescheidene Art kann unsere TV-Gruppe Träume Wirklichkeit werden lassen – und das ist toll«, so Almaden.

Der Artikel erschien am 31.1.08 auf pcij.org. Übersetzung aus dem Englischen von Cornelia Müller.