

MEDIATISIERTE SUBJEKTE VOR DER BIG BROTHER-KAMERA

AMALIA SDROULIA
Universität Hildesheim, Deutschland

1. Einleitung

In der heutigen Mediengeneration bieten die Medien, besonders das Fernsehen, besonders viele Möglichkeiten für die Leute auf sich aufmerksam zu machen. Die Reality-Formate im Fernsehen bieten immer wieder etwas Neues, auch wenn die Popularität sinkt und die Fernsehzuschauer langsam ihr Interesse daran verlieren. Das öffentliche Auftreten im Fernsehen ist jedoch mit Nachteilen für das Individuum verbunden, was erhöhte Risiken für die Identität mit sich bringt. In diesem Beitrag geht es darum, im Rahmen des mediatisierten Fernsehformats „Big Brother“ Merkmale der Identitätsbildung sowie Identitätsrisiken der KandidatInnen zu diskutieren und zu reflektieren.

2. Wie authentisch handeln die Big Brother-KandidatInnen?

Identität versteht sich nach Mikos (vgl. 2003: 310) als das „Selbstverständnis einer Person“, das sich in einer bestimmten Handlungssituation aus drei Elementen zusammensetzt: Rekonstruktion der eigenen Lebensgeschichte und Entfaltung der eigenen Biografie. Daraus resultieren der aus den bisherigen Erfahrungen entwickelte Lebensentwurf und die aktuelle Positionierung zu den Anforderungen der Handlungssituation. Aus psychologischer Sicht eines privaten Selbst wird Identität als Überbegriff oder auch als Konsistenzrelation mehrerer subjektiver Selbstbilder verstanden, welche in ihrer Bewertung zum Selbstkonzept und in ihrer Summe zur Identität des Individuums führen. Demnach besteht das Selbstkonzept aus Ergebnissen der Selbstwahrnehmung, Selbstbewertung und Selbstreflexion und fokussiert auf das Individuum sowie die Summe aller auf die eigene Person bezogenen Bewertungen und Einstellungen.

Im Big Brother-Format gewinnt das Individuum neue persönliche Erfahrungen in einem permanenten Vorderbühnen-Leben und Handlungen sowie Ereignisse werden hoch dramatisiert und besonders inszeniert. Um zu verstehen, was die KandidatInnen zusammenhält, bietet sich zunächst eine Betrachtung ihrer Interaktionen an. Diese ergibt sich aus der ständigen hermeneutischen Selbstausslegung sowie auch durch Interaktionen mit und Beziehungen zu anderen KandidatInnen. Dabei ist die Entwicklung der Identität in vielen Szenen besonders ausgeprägt und in die Inszenierungspraktiken der medialen Konstellation eingebunden. Identität darf demnach als dynamisches und veränderliches Konstrukt verstanden werden, welches sich vor allem im Zusammenspiel mit den Beziehungskonstellationen und über Interaktionen im Wohncontainer ergibt. Die KandidatInnen handeln in Interaktionssituationen, somit hat die Identität einen expressiven und impressiven oder perzeptiven (wahrnehmenden) Anteil. George Herbert Mead (1968) vertritt die Auffassung, dass sich Geist und Identität erst aus gesellschaftlichen „Interaktionssituationen“ heraus über Sprache entwickeln. Nach seiner Ansicht teilt sich die menschliche Identität in zwei Teilaspekte, „I“ und „Me“. Somit besteht die Identität eines Menschen aus einem Projekt und einem Subjekt, das in der Lage ist, dieses Objekt zu betrachten. „Me“ ist mehr die „soziale Komponente“ und stellt eine Art „Internalisierung der sozialen Anforderungen“ an die

Person dar. Das „I“ ist mehr der „personale Anteil“ und löst Reaktionen des Individuums gegenüber einer bestimmten Person, Personengruppe oder Situation aus, die nicht vorhersehbar sind, nicht einmal vom Handelnden selbst.

Im Nachhinein geht diese Handlung wiederum in den Bereich des „Me“ über, als Erinnerungen und Erfahrungen. Die KandidatInnen sind im Container befreit von den nicht-essenziellen Zufälligkeiten des Lebens draußen und sie inszenieren ein authentisches Subjekt, dies bedeutet, dass sie besonders natürlich „rüber kommen“, das heißt, sie vermitteln eine Darstellung von sich, die beim Betrachter als real, robust, echt, ungekünstelt wahrgenommen wird. Dabei muss es nicht unbedingt um die realen Eigenschaften der beobachtenden Person handeln, sondern es können auch Zuschreibungen des Fernsehzuschauers diese Wahrnehmungen verursachen, die etwa auch Teil einer erfolgreichen Inszenierung darstellen können. Eine solche Authentizität ist in der Realität nicht wirklich gegeben, denn der so genannte authentische Kern des Kandidaten ist nur eine Illusion. In den unwillkürlichen Darstellungen der KandidatInnen, behauptet Mikos jedoch, dass die Masken fallen, die KandidatInnen verlieren ihre Kontrolle über ihre Rolle und zeigen Selbstaspekte der „Normalperson“ (vgl. Mikos 2003: 318f.). Das Big Brother Magazin betont Andreas überraschende Sympathie für Sabrina, für die sie sich draußen nicht interessieren würde. Im genaueren Sinne:

„Draußen pfui, innen hui. Wie passt das zusammen? Ganz einfach: Powerfrauen wie Projektmanagerin Andrea haben im Alltag viel Stress. Kommen selten dazu, sich mit jemandem zu befassen, den sie auf den ersten Blick wenig sympathisch finden. Im Haus hatte Andrea dagegen Zeit genug herauszufinden, dass hinter Sabrinas burschikoser Fassade ein sensibler Mensch steckt“ (zitiert durch Stäheli 2000: 73).

Der Big Brother-Container bringt sowohl Andrea als auch Sabrina zu ihrem eigentlichen Selbst. Sabrina entdeckt ihre Sensibilität und Andrea ihre Empathiefähigkeit, Eigenschaften, die zu ihren authentischen Charakteristika gehören. Dieser Authentizitätseffekt im Big Brother-Haus entwickelt sich durch die Innen/Außen-Unterscheidung der Personen. Im Big Brother-Haus kommt ein authentisches ‚Ich‘ zum Vorschein, das ansonsten durch die Zwänge des Alltags, der Familie und des Berufslebens verzerrt wird (vgl. ebd.). Die Differenz zwischen Selbstdarstellung im Container und wahren authentischem ‚Ich‘ ist ein wichtiger Kritikpunkt für die Identitätsentwicklung der KandidatInnen, weil ihre Persönlichkeit auf einer Bühne herausgehobener Selbstdarstellung mit einem hohem Identitätsrisiko verbunden ist.

3. Identitätsrisiken eines inszenierten und/oder authentischen Selbst

Die Identität der KandidatInnen entfaltet sich unter den Bedingungen des Containers persönlich und sozial spielerisch und dadurch erhöht sich ein Identitätsrisiko. Das Prinzip bei diesem Format ist folgendes: Menschen aus verschiedenen sozialen Umfeldern ziehen für eine Zeit zusammen und treffen dann als Interaktionspartner aufeinander, was natürlich viel Interesse für das Fernsehpublikum bringt. Durch den hohen Einfluss von Redaktion und Regie werden für die Kandidaten oft Hindernisse geschaffen, die sie dann überwinden müssen. Das hat natürlich Konsequenzen, denn die Kandidaten werden unter Druck gestellt. Durch die permanente Beobachtung werden sie sicherlich beeinflusst, jedoch nicht zu bloßen Objekten herabgewürdigt. Vielmehr können sie ihr Verhalten gegenüber der Kame-

ra selbst bestimmen und das Spiel gegebenenfalls abbrechen; sie entscheiden selber, wie viel sie in Gesprächen von ihrem Privatleben preisgeben wollen. Über Sendeablauf und Spielregeln sind die Teilnehmer so weit wie möglich aufgeklärt. Die Rückspiegelung mit der Welt draußen ist ausgeschlossen und ihre ontologische Existenz wird als Illusion erlebt. So entstehen figurative Rollen, die dem Individuum zugeschrieben werden. Selbstdarstellungen der KandidatInnen werden in Inszenierungsstrategien umgewandelt, d.h. aus Handlungen der BewohnerInnen werden Geschichten gemacht. Darüber hinaus fällt es den Teilnehmern natürlich langfristig schwer, nicht habitualisierte Fassaden aufrechtzuerhalten, so dass Selbstaspekte der ‚Normalperson‘ mit dem Effekt eines Authentizitäts- und Alltagsdrucks zu Tage treten.

Durch das ständige Überwachen und das regelmäßige Nominieren, Einhaltung der Spielregeln wird den KandidatInnen ihr Leben im Container erschwert. Somit ergibt sich ein Problem der Adressierung von Selbstthematisierung der Bewohner, das Verhalten wird sensibilisiert und es entsteht immer wieder psychischer Druck, was natürlich zu ungeplanten Reaktionen auf neue Situationen und Aufgabenstellung hervorhebt. Die Selbstdarstellung der KandidatInnen als Big Brotherfigur für die Zeit ihres Aufenthaltes im Big Brother-Container kann kontrolliert werden; für die Zeit danach nimmt das Identitätsrisiko zu, das mit einem Enttäuschungsrisiko verbunden ist, weil sie nicht mehr dieser Rollenanforderung und Selbstthematisierung ausgesetzt sind (vgl. Mikos 2003: 323f.).

Schließlich könnte man sagen, dass der Authentizitätseindruck entsteht, weil der zugleich inszenierte und gelebte Alltag den KandidatInnen bekannt ist, so dass sie sich mit dem Geschehen im Big Brother-Haus identifizieren und sich dabei integriert fühlen. Dadurch wird es möglich, verschiedene Lebensauffassungen, die in der medialen Inszenierung als authentisch erscheinen, kennen zu lernen und zum Gegenstand der eigenen Identitätsarbeit zu machen. Doch der öffentliche Auftritt und die medialen Anforderungen stellen ein Risiko dar, was eventuell dem Kandidaten auch schaden könnte.

4. Zusammenfassung und Ausblick

„Big Brother“ verwischt die Grenzen zwischen Fernsehshow und Alltagswirklichkeit und kann somit als performatives Realitätsfernsehen bezeichnet werden. Der Inszenierungscharakter der Sendung wird jedoch hervorgehoben: Wer sich mit dieser vorgegaukelten Lebenswelt identifiziere, laufe Gefahr, dass er immer weniger zwischen Medien und Realität unterscheiden könne. Es ist vielmehr so, dass die Medien schon längst integrativer Bestandteil des Alltagslebens sind. Dennoch beinhaltet das Big Brother-Projekt viele Risiken für die Identitätsveränderung des Kandidaten. In diese Containerwelt werden eigene Erfahrungen mit ins Haus gebracht. Die Bewohner müssen sich schon auf die neue Situation umstellen und eine zeitlich begrenzte Identität entwickeln. Die ‚sozialen Schichten‘ treffen aufeinander und werden durch spielerische Alltagsinszenierung zusammen gebracht. Sie sorgen für Entspannung und Unterhaltung durch das tagträumerische Mitleben in echten oder fiktiven Geschichten.

Wenn der Kandidat sich selbst in diese „Welt“ einmischt und sich durch eigene Selbstpräsentation in Mittelpunkt stellt, stellt er sich dem Problem des Identitätsrisikos und somit werden die strukturellen Probleme der Identitätsbildung unter den besonderen Bedingungen des Big Brother-Containers deutlich. Es entsteht ein Problem der kommunikativen Verhandlung der eigenen Identität. Der Kandidat kann das Selbst- und Fremdbild nicht

mehr einschätzen und läuft Gefahr eine Konfrontation in seinem Selbst, durch sein öffentliches Auftreten, entstehen zu lassen.

Literatur

BALKE – SCHWERING – STÄHELI 2000

BALKE, Friedrich – SCHWERING, Gregor – STÄHELI, Urs (Hrsg.): Big Brother. Beobachtungen. Bielefeld, TRANSCRIPT, 2000.

BUSS 2009

BUSS, Mareike u.a (Hrsg.): Theatralität des sprachlichen Handelns. Eine Metaphorik zwischen Linguistik und Kulturwissenschaften. MÜNCHEN, FINK, 2009.

GOFFMAN 1973

GOFFMAN, Erving: Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. 2. Aufl. München, PIPER, 1973. [Engl. Original (1959): The Presentation of Self in Everyday Life.]

MEAD 2003

MEAD, George H.: Geist, Identität und Gesellschaft. Aus Sicht des Sozialbehaviorismus. Frankfurt am Main, 2003. [Engl. Original (1934): Mind, Self and Society. From the standpoint of a social behaviorist].

MERTEN 1994

MERTEN, Klaus et al. (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen, WESTDEUTSCHER VERLAG, 1994.

MIKOS 2000

MIKOS, Lothar et al. (Hrsg.): „Im Auge der Kamera. Das Fernsehereignis ‚Big Brother‘“. Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft. Bd. 55. Berlin, VISTAS, 2000.

MIKOS – PROMMER 2002

MIKOS Lothar – PROMMER, Elisabeth: „Das Fernsehereignis Big Brother. Analyse und Vergleich der drei Staffeln in Deutschland“. In: BAUM, Achim – SCHMIDT, Sigfried J. (Hrsg.): Fakten und Fiktionen über den Umgang mit Medienwirklichkeiten. Konstanz, UVK, 2002, 325-337.

MIKOS 2003

MIKOS, Lothar: „Aspekte mediatisierter Identität. Risiken öffentlicher Selbstdarstellung im Fernsehen“. In: WINTER, Carsten – THOMAS, Tanja – HEPP, Andreas (Hrsg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln, HERBERT VON HALEM, 2003, 309-327.

SDROULIA 2008

SDROULIA, Amalia: Der Big-Brother-Container als Identitätskonstruktionsraum. In: Muttersprache 3. 2008, 208-214.

STÄHELI 2000

STÄHELI, Urs: Big Brother: Das Experiment ‚Authentizität‘ – Zur Interdiskursivität von Versuchsanordnungen. In: BALKE, Friedrich – SCHWERING, Gregor – STÄHELI, Urs (Hrsg.): Big Brother. Beobachtungen. Bielefeld, TRANSCRIPT, 2000, 54-77.