media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

Gregor Schwering; Urs Stäheli

Masse und Medium: Der Container und seine Umwelt

2000

https://doi.org/10.25969/mediarep/11972

Veröffentlichungsversion / published version
Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Schwering, Gregor; Stäheli, Urs: Masse und Medium: Der Container und seine Umwelt. In: Friedrich Balke, Gregor Schwering, Urs Stäheli (Hg.): *BIG BROTHER. Beobachtungen.* Bielefeld: transcript 2000, S. 7–13. DOI: https://doi.org/10.25969/mediarep/11972.

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/

Terms of use:
This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - No Derivatives 3.0/ License. For more information see:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

Masse und Medium:

Der Container und seine Umwelt

Gregor Schwering / Urs Stäheli

Die aufgeregte und manchmal kaum zu haltende Masse vor dem *Big Brother*-Haus in Köln führte exemplarisch den Riss vor, der durch den Begriff der Massenmedien verläuft. Das unliebsame Erbe der Massentheorie und Massenpsychologie – gleichsam schon fast Insignien eines fehlgeschlagenen Versuchs, eine eigene wissenschaftliche Disziplin zu konstituieren – trägt der Begriff der *Massen*medien so sichtbar vor sich her, dass es normalerweise gefahrlos übergangen werden kann. In Köln-Hürth wurde das Unsichtbare jedoch plötzlich sicht- und vernehmbar. Was sich die Medienforschung ansonsten als anonyme Menge vereinzelter MassenkommunikationskonsumentInnen vorstellt, tritt nun unübersehbar und massiert im Mediendispositiv auf. Hier vereinigt *Big Brother* auf eigentümliche Weise Vorstellungen des massenmedialen Publikums, die unterschiedlicher nicht sein könnten: den standardisierten TV-Zuschauer, welcher allabendlich die Sendung verfolgt, den individualisierten Internet-Nutzer, der sich sein eigenes Sendeformat zusammenschneidet, sowie die an Gustave LeBons Thesen erinnernden Massenszenen vor dem Wohncontainer. Diese verschiedenen Konfigurationen der ›Publikumsmasse‹ werden nun selbst wiederum zum Medium für die von *Big Brother*

inszenierte Authentizitäts- und Starmaschinerie: sei es als Instanz, von welcher Authentizitätserwartungen erwartet werden, sei es als Medium, das ›gewöhnliche‹ Menschen auf schon fast ›magische‹ Weise in Stars verwandelt.

Big Brother feiert sich selbst als Hyperinszenierung der gegenwärtigen Möglichkeiten von Massen und Medien: Die »mediale Massage« (McLuhan) wirkt als Individualisierungsdispositiv, das inter- und multimedial verfasst ist. Dabei ist es das Geflecht zwischen TV-Sendung, Talk-Show, Internet-Auftritt, Magazin sowie den wuchernden Diskursen in Chat-Groups, der engagierten Intervention z. B. der TAZ bis hin zum Feuilleton der FAZ, das *Big Brother* über bisher bekannte Formate des *reality*-Fernsehens hinausgehen lässt. Angesichts solcher Rhizomatik aber kann sich auch eine ausgreifende Analyse des Medienspektakels nicht einfach auf eines der o. g. Gebiete beschränken. Und so versammeln die hier präsentierten Beiträge sozial- und kulturtheoretische Analysen zu den unterschiedlichen Massen und Medien, die in das intermediale Dispositiv *Big Brother* involviert sind. Die Texte bewegen sich darin gleichsam an drei argumentativen Fäden entlang, die sich auf vielfältige Weise gegenseitig ergänzen und verstricken. Eine erste Gruppe beschäftigt sich mit *Big Brother* als *Versuchsanordnung*, mittels der – sozusagen wie im Reagenzglas – Subjektivierungstechniken und -effekte sowie Diskurse über die Konstitution des Sozialen zu beobachten sind. Der zweite Diskussionsstrang knüpft an dieses Dispositiv an und untersucht die sich daraus ergebenden Authentizitätseffekte als (An-)*Ordnungen des Blicks*. Die Imagination des Blicks des Anderen macht den eigenen ›privaten‹ Raum immer schon zu einem veröffentlichten, sodass die Unterscheidung zwischen *öffentlich* und *privat* ihre *Selbstverständlichkeit* verliert. Insofern *Big Brother* also nicht zuletzt von der Verschiebung dieser Unterscheidung zehrt, bewegen sich die Beiträge im dritten Teil im Bannkreis zweier gegenläufiger Thesen: einer ›Privatisierung des Öffentlichen‹ oder einer ›Veröffentlichung des Privaten‹.

Big Brother fasziniert und verängstigt durch die übersichtliche und modellhafte *Versuchsanordnung*, die trotz ihrer minimalistischen Anlage aufwendig inszeniert wird. Als ein Sendeformat des *reality*-Fernsehens scheint sich *Big Brother* seines Realitätsgehaltes gerade durch die Angleichung an die Form von Experimenten zu vergewissern und stellt sich damit in einen weitreichenden interdiskursiven Reigen von unterschiedlichen Versuchsanordnungen. Von den Vorstellungen einer insulären Neukonstitution von Gemeinschaft in den Diskursen der Empfindsamkeit (vgl. Ulrike Sprenger) über wissenschaftliche Experimente (vgl. Nicolas Pethes, Urs Stäheli) bis hin zu Testformen in Assessment-Centern (vgl. Carsten Zorn) reichen die interdiskursiven Bezüge von *Big Brother* als Inszenierung von Versuchsanordnungen. In all diesen Analysen steht die Produktivität von Versuchsanordnungen im Vordergrund: Die prozessierte Bio-Masse dient zur Erzeugung idealtypischer Formen von Subjektivität. Das Gelingen dieses Konstruktionsprozesses beruht auf der Zitation und Verfremdung von Elementen aus unterschiedlichen Diskursen – in allen Fällen ein Zitieren, das in *Big Brother* nicht einfach bestehende Diskurse wiederholt, sondern diese anders re-artikuliert. Aufschlussreich ist hier, dass die Fernsehserie im Gegensatz zu den aufklärerischen Utopien nicht so sehr das autonome Individuum inszeniert, sondern »sympathische« (Zorn), »authentische« (Stäheli) und »empfindsame« (Sprenger) Subjekte hervorbringt. Zusätzlich dient *Big Brother* als eine Versuchsanordnung für die Erprobung normalisierender Kriterien und Klassifikationsschemata. Der Erwartung des großen Bösen durch das Publikum konnten die KandidatInnen kaum genügen – das Begehren der Zuschauer ist stattdessen mit der Banalität alltäglicher Bosheiten konfrontiert (vgl. Lutz Ellrich). Aber nicht nur Bewertungsschemata wie gut/böse werden bei *Big Brother* getestet und vorgeführt, sondern auch die Unterscheidung zwischen hoher/niedriger Kunst. Das »Deppengeschwätz«, so Pethes in seinem Beitrag, problematisiert gerade auch die Beobachtungsposition, welche zwischen gut und böse oder ästhetisch gelungen und misslungen unterscheidet. Indem aber genau diese

allgemeine Fragwürdigkeit von Unterscheidungskompetenz aus der *Big Brother*-Szenerie teilweise ausgeblendet wird, besteht die Faszination der Versuchsanordnung aus der Beobachtbarkeit von Subjektivierungsstrategien unter Reinheitsbedingungen. Der in diesem Sinne übersichtliche Raum des Containers kontrastiert auf merkwürdige Weise mit dem von Fans besetzten Nicht-Raum vor dem Haus.

Darüber hinaus gewährte *Big Brother* auch Einsichten in bestimmte *Ordnungen des Blicks* und der Blickmacht (vgl. Gregor Schwering, Slavoj Žižek): Zwar konnten die Einwohner der WG ihre Zuschauer nicht sehen, doch mussten sie jederzeit mit deren Blick rechnen. Sie waren also stets einer für sie unsichtbaren und deshalb unkalkulierbaren Beobachtung ausgesetzt. Die Insassen des Wohncontainers gerieten darin in die paradoxe Situation, den Blick eines Anderen im Bereich des Eigenen imaginieren zu müssen (Žižek). Es ging für sie folglich darum, sich selbst dann in einem Blickfeld zu wissen oder zu ahnen (»Du bist nicht allein«), wenn real vielleicht überhaupt keine Überwachung durch Zuschauer stattfand, da jene womöglich im Bett lagen und schliefen, anstatt sich *online* zu vergnügen. Umgekehrt war es aber exakt diese Situation als voyeuristische Attraktion, welche die Zuschauer faszinierte. Jeder konnte das Gefühl haben, qua eigener Blickmacht und ungestört in das Intimste der *Big Brother*-Probanden einbrechen zu können. Aus dieser symmetrischen Reziprozität zweier Sehfelder aber speist sich nicht zuletzt das Phantasma der Authentizität, welches das Medienspektakel fast schon auratisch umgab und umgibt. Darin beanspruchen die Zuschauer ein Reales des Blicks, während die Insassen sich bemühen, diese Beanspruchung auszuhalten und zu befriedigen, um bei der nächsten Wahl eine Runde weiter zu kommen. So wird in dieser starren Wechselseitigkeit ein Moment der Unmöglichkeit des Blickwinkels verleugnet, das exakt jenes Phantasma der Authentizität betrifft. Wie Jacques Lacan in seiner kritischen Auseinandersetzung mit dem Blickkapitel aus Jean-Paul Sartres philosophischem Hauptwerk *Das Sein und das Nichts* hervorhebt, deutet jegliches Auftau-

chen des Blicks immer auch eine Nicht-Authentizität im Realen an, die zwar einerseits phantasmatische Orientierungen erlaubt und befördert, andererseits jene aber auch beständig und daher uneinholbar durchquert (Gregor Schwering). In diesem Sinne öffnet sich die chiastische Konstellation des *Big Brother*-Phantasmas in ihrer Struktur für eine Brisanz des Blicks, die sich als solche allerdings erst nachträglich zeigt: Nicht umsonst waren die Zuschauer nicht schlecht erstaunt, als sie erfuhren, dass sich trotz aller pikanten Umstände das Geschlechtsverhältnis unter der Bettdecke nicht real, sondern als Schriftverkehr konstituierte. Solche unwillkürlichen, aber immer möglichen Enttäuschungen des Blicks, welche jedoch niemals die *volle* Wahrheit preisgeben – wir wissen nicht, was auf den zwischen Kerstin und Alex zirkulierenden Zetteln tatsächlich zu lesen war – können hierin für eine mediale Ambiguität einstehen, die in ihrer immanenten Zwiespältigkeit wunschgemäße Sichtweisen nur insoweit zulässt, als sie sie in ihren Grundfesten zugleich erschüttert.

Mit *Big Brother* wird damit ebenso und auf augenfällige Weise die Unterscheidung zwischen *privat und öffentlich* relativiert: Das scheinbar Privateste wird zum öffentlichen Ereignis wie auch die Öffentlichkeit selbst privatisiert wird; die Grenze zwischen öffentlich/privat wird durchlässig und problematisch. Parallel dazu bedeutet eine Rekonfiguration dieses Schemas, dass der herkömmliche Begriff des Politischen seine Fundierung verliert. Dies führt bei den hier versammelten Analysen von *Big Brother* zu sehr unterschiedlichen Einschätzungen des so eröffneten oder verschlossenen politischen Potenzials. Eine an den britischen *Cultural Studies* angelehnte Leseweise betont hier die neu geschaffenen, politischen Handlungsspielräume. Denn insofern ein Medienintertext wie *Big Brother* polysemisch angelegt ist, steht er ebenso offen für eine Vielzahl von nicht zuletzt auch anti-hegemonialen Lektüreweisen (vgl. Rainer Winter). Dieser ›kulturoptimistischen‹ Lesart stehen jedoch gleichfalls Positionen gegenüber, welche das subversive Re-Signifikationspotenzial skeptischer einschätzen. So wird hier etwa für Udo Göttlich das (private) Vertrauen zur Ware,

was zugleich die kritische Analyse einer sich nun anders abzeichnenden ›Vertrauensökonomie‹ erfordert. Denn *Big Brother* fügt sich auch auf komplexe Weise in hegemonial-diskursive Formationen ein, indem es erfolgreich etablierte Selbsttechniken und -praktiken zitiert. Davon ausgehend, zeichnet Kai Martin Wiegandt die vielfältigen pseudoreligiösen Techniken nach, mit denen Authentizitätseffekte produziert werden, während die Fallstudie von Antonia Krummheuer deutlich macht, wie in der Serie Gender, Körper und Sport inhaltlich und filmästhetisch artikuliert werden: Hegemoniale Geschlechterdiskurse wiederholen sich erfolgreich und ›Abweichungen‹ scheinen geradezu die Brisanz der vorherrschenden Diskurse zu verschärfen (Krummheuer). Denn genauso, wie in den Sportepisoden das Testen und Bewerten individueller Leistungen im Vordergrund steht, so wiederholt sich dieser Diskurs des Testens auch im Gesamtdispositiv *Big Brother*, das in seinen Effekten somit für eine sich neu entwickelnde Kontrollgesellschaft stehen kann (vgl. Christian Papilloud). Vielfältige Kontrollmechanismen durchsetzen das multimediale Arrangement der Sendung und binden darin auch den sich in seinen Handlungen souverän wähnenden Internet-Nutzer in Kontrollstrategien ein. Mit einer sich derartig neu formierenden Gesellschaftlichkeit geht aber gleichzeitig eine Krise politischer Sichtbarkeit einher, die durch einen, in manchen Arbeiten der *Cultural Studies* aufzufindenden, ›Subversionspopulismus‹ keineswegs kompensiert wird, sondern sich sogar zuspitzt: Die ausschließliche Konzentration auf subversive mikropolitische Resignifikationsakte unterstützt die Unterhöhlung des Öffentlichen durch das Private, wodurch ein umfassender Begriff des Politischen gefährdet und letztlich aufgegeben wird (vgl. Oliver Marchart).

Die Theorie-Essays – fast könnte man von theoretischen Versuchsanordnungen sprechen – in diesem Band eröffnen ein weites Spektrum teils recht unkonventioneller Perspektiven auf *Big Brother*. Dabei kann *Big Brother* exemplarisch für einen neuen Modus massenmedialer Realitätserzeugung stehen und für diskursive Techniken und Kommunikationsweisen, die weit über dieses

Sendeformat hinausreichen. Zugleich ist der vorliegende Sammelband auch ein Beispiel dafür, dass theoretische Analyse durchaus Tempo aufnehmen kann. Neben der Flexibilität der AutorInnen ist hier besonders dem transcript Verlag zu danken, der es möglich gemacht hat, dass dieses Buch bereits einige Wochen nach dem Auszug der letzten Insassen aus dem ersten *Big Brother*-Container erscheinen kann.

Hinweis

Alle in den Beiträgen genannten www-Adressen geben den Stand von April–Juni 2000 wieder.