

Die Hoffnung auf Sex

Zur Wirklichkeitskonstruktion in *Big Brother*

Rainer Winter

Einleitung

Selten war ein Start eines neuen Fernsehformats so umstritten wie der von *Big Brother*. Diverse Ängste, ausschweifende Phantasien und eine tiefgehende moralische Entrüstung wurden von Journalisten, Politikern, Psychologen, Vertretern der Kirche und der Landesmedienanstalten artikuliert, so dass eine regelrechte Medienhysterie entstand.¹ Angeheizt wurde dies noch durch die Strategie von RTL2, Nachrichten von der Art zu lancieren, dass es in der WG im Container zu Gruppensex und Drogenexzessen kommen könne. Das Interesse der Zuschauer wurde so auf die Erfahrung des Skandalösen, Exzessiven und Außerordentlichen gerichtet: auf die „totale Überwachung“, auf „Menschenexperimente“, auf „Live Sex“ im Fernsehen, auf gewalttätige Aktionen² etc. Was dann aber wirklich zu sehen war, war die mediale Inszenierung eines 100-tägigen WG-Lebens, das, von dem her, was passierte, so banal wie der Alltag vieler war. Trotzdem schufen der mediale Rahmen und die geweckten Erwartungen eine Wirklichkeit, deren Rezeption Spaß bereitete, die Gesprächsstoff bot und auch zum Medium der eigenen Lebenserfahrung wurde. Im Sinne der Cultural Studies wurde *Big Brother* zu einem populären Text, der zur Produktion und Zirkulation von Bedeutungen und Vergnügen beitrug (vgl. WINTER 1999; GÖTTLICH/WINTER 2000). Ein populärer Text zeichnet sich u.a. dadurch aus, dass er vieldeutig, widersprüchlich ist und ein Potenzial heterogener Bedeutungen enthält (FISKE 1999, 2000; WINTER 1995, S. 98ff.), so dass er unterschiedlich rezipiert und interpretiert werden kann. *Big Brother* erfüllte diese Voraussetzungen, wie die weitere Analyse zeigen wird.

Zunächst stellt *Big Brother* ein neues Format³ dar, das zudem nicht in den USA, sondern in Europa entwickelt wurde. Wie die Beziehungsshow ist es ein herausragendes Beispiel für das „neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung“ (KEPPLER 1994).

Alltäglichen Begebenheiten wird durch die mediale Inszenierung ein außeralltäglicher Rahmen verliehen. Dabei schlüpfen (frühere) Zuschauer in die Rolle von Beteiligten. Was auf der „Bühne“ des Fernsehens passiert, hat zudem konkrete Auswirkungen in der Alltagswirklichkeit der Teilnehmer (ebd., S. 8). ANGELA KEPPLER illustriert diese neue Form des Fernsehens, die sie performatives Realitätsfernsehen nennt, z.B. an *Traumhochzeit* und an *Verzeih mir*. Auch *Big Brother* zählt dazu. So wurde ZLATKO zum Kultstar, zudem werden wir viele der anderen Kandidaten wahrscheinlich noch oft im Fernsehen sehen. *Big Brother* knüpft an die Alltagserfahrungen der Zuschauer und Kandidaten an und inszeniert sie im medialen Rahmen mit dem Anspruch auf Authentizität. Im Folgenden möchte ich im Anschluss an die Arbeiten des Soziologen ERVING GOFFMAN diesen Rahmen und die damit verbundene Wirklichkeitskonstruktion analysieren. Dabei geht es mir auch um Rahmungsirrtümer und Rahmenphantasien, die die Wahrnehmung und Interpretation von *Big Brother* entscheidend bestimmten.

Die Analyse medialer Rahmen

In der aktuellen bundesrepublikanischen Medienforschung wird in letzter Zeit verstärkt auf die Arbeiten von ERVING GOFFMAN zurückgegriffen, um die Wirklichkeit des neuen Fernsehens verstehen und analysieren zu können. Dabei hat man weniger den GOFFMAN von *Wir alle spielen Theater* (1959, dt. 1969) im Blick, der die dramaturgischen Qualitäten alltäglichen Lebens ins Zentrum der Aufmerksamkeit rückt, als den späten GOFFMAN der *Rahmenanalyse* (1974, dt. 1977), der sich um eine systematische Analyse der Organisation von Alltagserfahrungen bemüht. So hat EGGO MÜLLER (1999) in einer innovativen Studie die Beziehungsshow *Herzblatt* einer Rahmenanalyse unterzogen. LOTHAR MIKOS und sein Team (MIKOS u.a. 2000, S. 105–151) schließen an MÜLLER

¹ Für eine ausführlichere Analyse des Diskurses um *Big Brother* vgl. MIKOS u.a. 2000, S. 183–204.

² CHRISTOPH SCHLINGENSIEF hat diese Phantasie weiterentwickelt, indem er die Prognose wagte, ZLATKO, den er als einen serbischen Söldner betrachtete, würde die Kandidaten im Wohncontainer in kurzer Zeit mit Gewalt minimieren.

³ Zum Begriff des Formats vgl. HICKETHIER 1999.

PD Dr. Rainer Winter, geb. 1960, Dipl.-Psych., Soziologe (M.A.), ist Privatdozent am Institut für Soziologie der RWTH Aachen und Lehrbeauftragter für Medienwissenschaft an der Universität des Saarlandes und an der TU Dresden.



Zlatko

an und bestimmen in einer umfassenden und spannenden Untersuchung das neue Fernsehformat *Big Brother* als „Mischverhältnis sozialer und medialer Wirklichkeiten“. Im Folgenden möchte ich an diese Versuche anknüpfen. Da ich GOFFMAN anders lese als MIKOS und MÜLLER, werde ich zu einer etwas anderen Einschätzung dieses neuen Formats und der damit verbundenen Produktion von Bedeutung und Spaß kommen.

In *Rahmen-Analyse der Therapeut/Klient-Interaktion* (WINTER 1986) habe ich gezeigt, dass die *Rahmen-Analyse* als das Hauptwerk von ERVING GOFFMAN betrachtet werden kann. Beinahe alle Themen, die er in seinen früheren Büchern behandelt hat, tauchen hier, systematisiert durch das Instrumentarium der „Rahmen-Analyse“, wieder auf. Zudem ist es das einzige seiner Bücher, in dem er dezidiert versucht, seine eigene theoretische Position in Abgrenzung gegen andere zu bestimmen (WINTER 1986, S. 24–30). Als wesentliches Thema seiner Forschungsarbeit bestimmt GOFFMAN das Problem der Wirklichkeitskonstruktion sowie deren vielfältige Transformationen und Gefährdungen. „Mein Ziel ist der Versuch, einige der grundlegenden Rahmen herauszuarbeiten, die in unserer Gesellschaft für das Verstehen von Ereignissen zur Verfügung stehen, und ihre besonderen schwachen Punkte zu analysieren“ (GOFFMAN 1977, S. 18). GOFFMAN geht es in seinen Analysen der sozialen Wirklichkeit also nicht um die Erforschung der Organisation der Gesellschaft, sondern um die jeweils kontextgebundene Organisation der alltäglichen Erfahrung. Hier trifft er sich mit den Arbeiten der Cultural Studies, die immer vom sozialen Kontext ausgehen.⁴

Die „Rahmen-Analyse“ konzentriert sich auf die Rekonstruktion der kontextuell verankerten, symbolisch strukturierten Erfahrung, die durch unterschiedliche, meist im Hintergrund bleibende Regeln bestimmt wird. Rahmen fungieren als Interpretations-schemata, die Situationen und Kontexte sinnhaft ordnen und die Teilhabe an ihnen ermöglichen. Dabei ist es wichtig, sich zu vergegenwärtigen, dass die Akteure gewöhnlich Situationsdefinitionen nicht selbst schaffen, sondern dass diese vorgegeben sind (ebd., S. 9), was aber nicht ausschließt, dass sie verändert werden können. Wie die Strukturalisten bemüht sich GOFFMAN also um eine Analyse der „symbolischen Ordnung“ (LACAN) und der Stellung der Subjekte in ihr. Jedoch stellt er das Sekundäre und Abgeleitete

bezüglich gesellschaftlicher Strukturen in den Mittelpunkt, nämlich die kontextgebundene Erfahrung des Einzelnen, der sich angesichts fremder Situationen bzw. neuer Medientexte die Frage stellt: „Was geht hier eigentlich vor sich?“ So ging es bei *Big Brother* zum einen den Kandidaten, die mit einem ungewohnten Setting zurechtkommen mussten, zum anderen den Zuschauern, die fasziniert und gespannt die tägliche Folge verfolgten, um herauszubekommen, was im Container eigentlich passierte. Die Neuheit des Formats führte dazu, dass bekannte Rahmen, die in der Interaktion mit Medientexten entwickelt wurden, nicht einfach angewandt werden konnten, sondern dass ein neuer Rahmen entwickelt werden musste.

Die Fruchtbarkeit des GOFFMANschen Ansatzes für die Medienforschung liegt nun gerade darin, dass er die Wirklichkeit medialer Erfahrungen als Transformation alltäglicher Erfahrungen bestimmt. Er nimmt also die Position des Zuschauers ein, nicht die des Medienproduzenten, der bekannte und erfolgreiche Genres bzw. Formate mischt und das Ergebnis dann als absolut neu ankündigt. Soap Operas, Daily Talks oder *Big Brother* bereiten uns nur deshalb Sinn und Vergnügen, weil sie eine Modulation der alltäglichen Erfahrungen darstellen, die wir als „eigentlich“ oder „wirklich“ begreifen. Medientexte transformieren vertrauten Sinn, indem sie primäre Rahmen modulieren. GOFFMAN (1977, S. 31ff.) geht davon aus, dass es in der westlichen Kultur verschiedene primäre Rahmen mit unterschiedlich hohem Organisationsgrad gibt, die einen Verständnishintergrund für Geschehnisse liefern und damit einen Realitätssinn ermöglichen. Sie sind historisch und gesellschaftlich variable Sets von Regeln, die den Handelnden gewöhnlich nicht explizit verfügbar sind. So können die Handelnden sie bei einer Problematisierung des Rahmens (z.B. bei Missverständnissen) oft nicht vollständig beschreiben. Trotzdem gelingt ihre Anwendung meist ohne Schwierigkeiten.

Für den Einzelnen ist bei der Erkenntnis von Ereignissen und Handlungen die Anwendung eines oder mehrerer primärer Rahmen unerlässlich, um sich mittels sinnvoller Beschreibungen orientieren und handeln zu können. „Jeder primäre Rahmen ermöglicht dem, der ihn anwendet, die Lokalisierung, Wahrnehmung, Identifikation und Benennung einer anscheinend unbeschränkten Anzahl konkreter Vorkommnisse, die im Sinne des Rahmens de-

LAWRENCE GROSSBERG (1999) zeigt, wie das Projekt der Cultural Studies durch eine radikale Kontextualität geprägt wird.

finiert sind“ (ebd., S. 31). Primäre Rahmen ermöglichen eine sinnhafte Ordnung von Aktivitäten, indem sie den Handelnden bei der Ausführung täglicher Routineangelegenheiten „ontologische Sicherheit“ (GIDDENS 1988) verschaffen. Sie vertrauen dann darauf, dass die natürlichen und sozialen Welten so sind, wie sie zu sein scheinen.

Aus dem bisher Erörterten ergibt sich, dass mediale Rahmen, wie z.B. Genrerahmen⁵, keine primären Rahmen sein können. GOFFMAN selbst illustriert unterschiedliche Rahmungsweisen mit Beispielen aus der Presse, dem Radio, dem Film oder dem Fernsehen, auch um deutlich zu machen, wie eng unser Alltag von Medien durchdrungen ist. Er beharrt aber darauf, dass nicht mediale Rahmen, sondern das gewöhnliche alltägliche Handeln „Bestandteil der stärksten Wirklichkeit“ (GOFFMAN 1977, S. 602) ist. Es überrascht deshalb, dass für MÜLLER (1999, S. 37) Quiz- und Gameshows primäre Rahmen sind. Auch wenn er anschließend die ineinander verschachtelten Rahmungen von *Herzblatt* überzeugend analysiert (ebd., S. 40–48), führt diese Auslegung von GOFFMAN jedoch in die falsche Richtung, was ich kurz erläutern möchte, da es für die weitere Analyse wichtig ist.

Für MÜLLER ist die Show eine „spezifische Vermischung sozialer und medialer Wirklichkeiten“ (1999, S. 19). „Man müsste von einer ‚Tripelrolle der Kandidaten‘ oder einer dreifachen Rahmung der Situation sprechen, denn es handelt sich (1) um eine Show, in der (2) ein Spiel gespielt wird, das (3) wirkliche Folgen – welchen Ausmasses auch immer – zeitigen kann, wie die Rückkehrerrunde in die Show dokumentiert. Aus der Perspektive der Kandidaten formuliert bedeutet diese Konstruktion, dass sie gleichzeitig drei Rollen spielen, drei Situationsdefinitionen gleichzeitig zu realisieren haben: die eines Kandidaten der Show, die eines Spielers, der in einer Show an einem Spiel teilnimmt, und die eines *wirklichen* Singles auf Partnersuche“ (MÜLLER 1999, S. 39; Hervorhebung d.A.). Die Kandidaten realisieren in *Herzblatt* also ihr soziales Selbst, das Selbst des an einer Fernsehshow teilnehmenden Kandidaten und das Selbst eines Spielers. Ausgehend von seiner Definition, dass die Show ein primärer Rahmen⁶ ist, kann MÜLLER unterstellen, dass auch das „wirkliche soziale Selbst“ der Kandidaten zum Ausdruck kommt und dass hierin ein spezifischer Reiz für die Zuschauer liegt. Folglich kann

es sowohl für die Teilnehmer in der Show als auch für die Zuschauer in einer primären Rahmung um die Erfahrung der „eigentlichen Wirklichkeit“ gehen. Shows können also auch ontologische Sicherheit vermitteln.⁷ Dies macht bereits deutlich, warum es in Zukunft sinnvoller ist, zwischen einer GOFFMANschen Rahmenanalyse und einer Rahmenanalyse à la MÜLLER zu unterscheiden. Ich möchte kurz die Anwendung des MÜLLERSchen Vorgehens auf *Big Brother* betrachten, die MIKOS u.a. (2000) vornehmen, wobei ich mich auf den Aspekt der Authentizität konzentrieren werde. Anschließend werde ich, GOFFMAN folgend, das neue Format analysieren.⁸

Big Brother als medialer Rahmen

Der MÜLLERSchen Rahmenanalyse folgend ist *Big Brother* für MIKOS u.a. ein Arrangement „gemischter Wirklichkeiten“. Das Neuartige dieser Form von Realitätsfernsehen bestimmen sie so: „Zentrales gemeinsames Element aller am Format *Big Brother* beteiligten Versatzstücke ist dabei das ‚Verhalten‘ der Kandidaten, die zunächst in der Rolle ihrer selbst auftreten, also ‚echte‘ Menschen und keine Schauspieler sind.“ (MIKOS u.a. 2000, S. 108). An anderer Stelle heißt es: „Authentische Momente in *Big Brother*, so die Annahme, treten jedoch nicht nur durch unwillkürliche Darstellungen in dem Sinne auf, als den Kandidaten die Kontrolle über die Darstellung abgesprochen würde, sondern generell auch dann, wenn die Zuschauer davon ausgehen, dass die Bewohner die Dimension der sozialen Wirklichkeit für sich als Handlungsrahmung definieren“ (MIKOS u.a. 2000, S. 119). Beispielsweise kann die Liebeserklärung von Kerstin an Alex, so die AutorInnen, als „authentisch“ gelten. Der Authentizitätseffekt wird dadurch gesteigert, dass „echte“ Menschen „life performieren“ (ebd., S. 120). An einer anderen Stelle wird eingeräumt, dass es für die Teilnehmer selbst keine soziale Wirklichkeit war, sondern „eine durch die mediale Situation erhöhte und angereicherte Dimension sozial-medialer Wirklichkeit“ (ebd., S. 122).

Eines ihrer zentralen Ergebnisse ist, dass ein wesentliches Moment der Faszination und Spannung von *Big Brother* auf wechselnde Rahmungen zurückgeht. „Wann verhalten sich die Kandidaten echt, wann inszeniert, was ist Spiel und wie wirkt es sich auf das Leben im Haus und auf ihr Leben nach *Big Brother* aus. Zwar dominiert

⁵ Im Anschluss an GOFFMAN habe ich in meinem Buch *Filmsoziologie* (1992) in Bezug auf die Erwartungen der Zuschauer bei Spielfilmen den Begriff Genre-Rahmen entwickelt: „Die *Genre-Rahmen* offerieren eine *Definition* der sich auf der Leinwand ereignenden Geschehnisse und organisieren auf diese Weise die Erfahrung des Rezipienten. Der Ablauf des Films und die Elemente, aus denen er besteht, werden verständlich und erklärbar“ (ebd., S. 38).

⁶ Bei dieser Interpretation stützt sich MÜLLER auf eine Textpassage in der deutschen Übersetzung der *Rahmen-Analyse*, in der GOFFMAN schreibt (1977, S. 70; Hervorhebung d.A.), dass der Inhalt eines hoch formalisierten Spiels „für sich selbst ein primärer Rahmen zu werden scheint“. Wenn ein Autor wie GOFFMAN, der sich obsessiv mit dem Verhältnis von Schein und Wirklichkeit beschäftigt, sich jedoch auf diese Weise ausdrückt, meint er (wahrscheinlich) nicht das, was MÜLLER unterstellt und dann ins Zentrum seiner Analyse rückt. Zudem bestimmt GOFFMAN das Spiel auf der formalen Ebene eindeutig als „keying“ (Modulation) primärer Rahmen.

⁷ Daher überrascht es auch nicht, dass MÜLLER (1999, S. 159ff.) zu dem Schluss kommt, dass die Popularität von Beziehungsshows auf den Wandel der Intimität in der reflexiven Moderne zurückzuführen sei. Er bezieht sich auf die von GIDDENS (1993) proklamierte „reine Beziehung“, die für das Leben der Zuschauer von Beziehungsshows relevant sei. Kritisch ist an dieser Stelle anzumerken, dass GIDDENS hier einen Idealtyp beschreibt. Die Wirklichkeit, insbesondere die von subordinierten Gruppen, sieht aber anders aus. MÜLLER schließt dies aus seiner Analyse aus und damit die für die Cultural Studies wichtige Frage, warum Beziehungsshows für Personen, die in subordinierten Verhältnissen leben, relevant sind. Hausfrauen aus der Unterschicht, die von ihren Männern unterdrückt werden, haben andere Perspektiven als die flexiblen Protagonisten der Single-Gesellschaft, denen MÜLLER seine Aufmerksamkeit schenkt.

⁸ Aus Platzgründen werde ich mich auf wichtige Perspektiven der *Rahmen-Analyse* beschränken, für eine ausführliche Diskussion und Anwendung vgl. WINTER (1986).



Alex und Kerstin

während der Rezeption das Gefühl eine Soap zu verfolgen, doch die Verweise auf die Authentizität der Kandidaten oder ihres Verhaltens schränkt dies wieder ein“ (ebd., S. 209). Eine Schülerin jedoch rezipierte *Big Brother* in erster Linie als „Soap mit ungewissen Aus- und Hergang“ (ebd.). Diesen Hinweis aufnehmend, möchte ich im Folgenden zeigen, wie GOFFMAN (vielleicht) *Big Brother* gerahmt hätte. Er wäre sicherlich ein begeisterter Zuschauer gewesen. Die „Rahmen-Analyse“ hätte er aber nicht umschreiben müssen, wie dies MÜLLER implizit nahe legt.

Mediale Rahmen sind für GOFFMAN Modulationen primärer Rahmen. Den wichtigen Untersuchungen von GREGORY BATESON (1981) zur Metakommunikation folgend, definiert GOFFMAN den Begriff des Moduls („key“) als ein System von Konventionen, „wodurch eine bestimmte Tätigkeit, die bereits im Rahmen eines primären Rahmens sinnvoll ist, in etwas transformiert wird, das dieser Tätigkeit nachgebildet ist, von den Beteiligten aber als etwas ganz anderes gesehen wird“ (GOFFMAN 1977, S. 55; Hervorhebung d.A.). Die Wirklichkeit von *Big Brother* entsteht durch die Transformation primärer Rahmen, d.h. kultureller Vorstellungen, die unsere Alltagswirklichkeit prägen. Der Erfolg der Show hängt davon ab, dass Akteure und Zuschauer sich von der geschaffenen Illusion gefangen nehmen lassen. Aufgabe des Rahmenanalytikers ist es nun nicht, die Nicht-Authentizität zu beklagen, sondern die Art und Weise der „Unwirklichkeit“ von *Big Brother* (verglichen mit der Alltagswirklichkeit) zu bestimmen. Wie kommt diese freiwillig unterstützte, freundliche Täuschung zu Stande?

Zur Beantwortung dieser Frage ist es erforderlich, dass wir uns der Definition der Modulation, dem Schlüsselbegriff der Rahmen-Analyse zuwenden. „a. Es handelt sich um eine systematische Transformation eines Materials, das bereits im Rahmen eines Deutungsschemas sinnvoll ist, ohne welches die Modulation sinnlos wäre. b. Es wird vorausgesetzt, dass die Beteiligten wissen und offen aussprechen, dass eine systematische Umwandlung erfolgt [...] c. Es gibt Hinweise darauf, wann die Transformation beginnen und enden soll, nämlich zeitliche ‚Klammern‘ [...] Die einer bestimmten Modulation entsprechende systematische Transformation verändert die entsprechende Tätigkeit vielleicht nur geringfügig, doch sie verändert entscheidend, was in den Augen der Beteiligten vor sich geht“ (GOFFMAN 1977,

S. 57; Hervorhebung d.A.). Die Kandidaten von *Big Brother* sind sich der Transformation der Alltagswirklichkeit bewusst. So wurden explizit „allgemeine Regeln für das *Big Brother*-Haus“ festgelegt, die den Kandidaten ausgehändigt wurden und in denen ihre Rechte und Pflichten bestimmt werden. Sie wurden auch im Internet von den Produzenten veröffentlicht (vgl. MIKOS u.a. 2000, S. 57ff.). Bisweilen verweisen die Kandidaten bei ihrer Performance auch explizit auf die Unterschiede zwischen dem „wirklichen Leben“ und dem Leben im Haus.

GOFFMAN (1977, S. 60ff.) unterscheidet zwischen verschiedenen Basis-Modulen westlicher Gesellschaften. Drei davon treffen auf *Big Brother* zu und bestimmen die Performance der Kandidaten. Wir haben es (1) mit Formen des „So-tun-als-ob“ zu tun, nämlich mit einem Spiel und einem zumindest rudimentären „Drehbuch“. So kommen MIKOS u.a. (2000, S. 205) zu dem Ergebnis: „Das Format *Big Brother* stellt so eine nach den Darstellungsweisen und der Dramaturgie von Soap Operas inszenierte verhaltens- und persönlichkeitsorientierte Spielshow dar, die auf der Echtzeit-Inszenierung des Spiels *Big Brother* beruht.“ Innerhalb dieses Spiels finden dann weitere Spiele statt, die durch die Art der Aufgaben und ihre zeitliche Dauer eingegrenzt werden. (2) *Big Brother* stellt einen Wettkampf dar. Alle 14 Tage scheidet ein Kandidat aus. Nur einer wird den Container als Sieger verlassen und die Prämie von 250.000 Mark kassieren. (3) Das Format ist im Sinne GOFFMANS eine „Sonderausführung“ (1977, S. 71ff.), d.h. eine Art Probelauf oder Experiment. In dem künstlichen Rahmen *Big Brother* – die Kandidatin Kerstin sprach immer von Laborbedingungen – wird WG-Verhalten geübt bzw. inszeniert. Es werden Koalitionen gebildet, Personen werden ausgeschlossen. Der Ausscheidungskampf darf offen nicht als solcher bezeichnet werden. So schreibt die Etikette Kooperation, Freundlichkeit und Anteilnahme am Schicksal anderer vor. Sieger wird, wer sich durchsetzen kann, ohne die anderen „offen“ schlecht zu machen. Im *Big Brother*-Rahmen entstehen auch Gefühle, ähnlich wie in einer psychoanalytischen Sitzung Übertragungsgefühle durch das künstliche Arrangement provoziert und vom Analytiker dann gedeutet werden. So möchte Kerstin ihre Liebesbeziehung mit Alex auch nach dem Ende von *Big Brother* fortsetzen. Der nüchternere Alex dagegen distanziert sich schnell von ihr und beendet

die Beziehung, die ihr Entstehen der „Sonderausführung“ *Big Brother* verdankte (vgl. *Spiegel Online*, 31.5.2000). Alex selbst bezeichnet nach seinem Auszug *Big Brother* als „extreme Selbsterfahrung“ (*Big Brother – Der Talk*, 7.5.2000), was den Charakter des Experiments unterstreicht und auch von anderen Kandidaten bestätigt wird.⁹

Bei *Big Brother* liegen also mehrere Modulationen primärer Rahmen vor, denen sich die Kandidaten im unterschiedlichen Maße bewusst sind. Alle bauen aber auf der Alltagserfahrung von Zuschauern und Kandidaten auf. Für die Zuschauer ist es zunächst schwieriger als für die Kandidaten, die wie die FAZ berichtete, neben den expliziten Regeln auch noch ein geheimes Regelwerk¹⁰ befolgen mussten, die Rahmenschichtung zu verstehen und zu durchschauen, dass es sich um eine Täuschung handelt, auf die sich die Kandidaten und auch die Zuschauer einlassen (müssen). Zu dieser Täuschung gehören die Zuschauererwartungen, es ließe sich authentisches Verhalten beobachten oder die Sendung wäre eine Mischung aus Inszenierung und authentischer Sozialität. Der Zuschauererlebnisbruch, nachdem die „Dachdeckerin“ Sabrina ins Haus einzog, hängt sicherlich damit zusammen, dass spätestens dann die Illusion einer Rest-Authentizität aufgegeben werden musste. Die Produzenten von *Big Brother* machten, ohne dies wahrscheinlich beabsichtigt zu haben, überaus deutlich, dass wir es mit einer durchdachten Inszenierung bzw. modulierten Wirklichkeit zu tun haben. Der von vielen Fans artikulierte Verdacht (vgl. *Spiegel Online*, 12.6.2000), dass auch das endgültige Ergebnis nicht auf Zuschauerentscheid, sondern auf Schiebung beruhte, zeigt, dass die Täuschung nun auch von vielen Zuschauern endgültig als solche durchschaut wird.

Wie sehr es den Machern aber darum geht, die Zuschauererwartung aufrechtzuerhalten, dass das Format keine Inszenierung darstellte, machte der Abschluss-Talk (9.6.2000) deutlich, bei dem der als Gast geladene LOTHAR MIKOS darauf hinwies, dass bereits die Auswahl der jeweiligen Szenen für die tägliche Ausstrahlung auf Inszenierung beruhen müsse.¹¹ Der Programmchef bestritt dies und behauptete zusammen mit dem Moderator, dass es überhaupt keine (!) Inszenierung in *Big Brother* gäbe. Fast hätte man es sich gedacht! Im FREUDSchen Sinne könnten wir es hier mit einer „Verneinung“ zu tun haben, die allerdings nicht un-

bewusst, sondern aus strategischen Gründen erfolgt. Sie könnte ein Hinweis dafür sein, dass alles inszeniert ist, was durch die Veröffentlichung des geheimen Dokuments in der FAZ, in dem die Produktionsfirma die Kandidaten an ein im Voraus festgelegtes Verhalten band, untermauert wird.

Im Anschluss an GOFFMAN kann man davon ausgehen, dass ein Großteil der Faszination auf Rahmungsirrtümer infolge der inszenierten Mehrdeutigkeit des *Big Brother*-Rahmens zurückzuführen ist. Es kommt zu Fehlrahmungen, weil sich die Zuschauer bzgl. des Moduls irren (GOFFMAN 1977, S.341). Die eingangs erwähnten Erwartungen, es könnte zu pornografischen Szenen kommen, beruhen auf der Fehlrahmung, d.h. auf der Anwendung des Rahmens, die Akteure würden wie in ihrem Alltag handeln. Während Sexualakte im Fernsehen nur in bestimmten Inszenierungsweisen gezeigt werden, lud *Big Brother* zur Rahmenillusion ein, es könnte hier anders sein. Zu den Rahmenphantasien¹² gehört meiner Ansicht nach auch jeder erhoffte Einblick in ein authentisches Selbst der Kandidaten. Das von den Kandidaten geforderte Engagement verpflichtet sie im Sinne GOFFMANS (1969, dt. 1971) zu einem Gefangenengenommen-Sein von der Situation, welches als wechselseitige Verpflichtung organisiert ist und bei Unterlassungen zu Störungen in der Interaktion führt. Abweichungen von den Rollenerwartungen können zudem damit bestraft werden, dass man den Container verlassen muss. Eine persönliche Identität auszudrücken, die umfassender und länger dauernder als die augenblickliche Rollenausübung ist, wird so bereits durch die Struktur des Rahmens verhindert.

Natürlich sind Erzählungen über das eigene Leben, die auf das Selbst außerhalb des Containers verweisen, von den Produzenten erwünscht, können aber im Widerspruch zu dem Selbst stehen, das diese den Kandidaten mittels Dramaturgie, Montage oder sekundäre Texte in der *Big Brother*-Fanzeitschrift und in anderen Presseartikeln zuweisen. Diese Rahmungen bestimmen die Wahrnehmung und Interpretation der Kandidaten entscheidend mit. Sicherlich gibt es auch bei *Big Brother* eine Beziehung zwischen der (wirklichen) Person und der Rolle, die sie spielen muss. GOFFMAN (1977, S.617) schreibt: „Das Ich ist also keine halb hinter den Ereignissen verborgene Entität, sondern eine veränderliche Formel, mit der man sich auf die Ereignisse einlässt.



Sabrina

⁹ In der Sozialpsychologie sind übrigens solche Experimente seit MILGRAM nicht mehr erlaubt.

¹⁰ Die Kandidaten mussten dieses Regelwerk, in dem genaue Verhaltensvorschriften niedergelegt sind, studieren und nach Verlassen des Containers einem Mitglied der Redaktion aushändigen (*Spiegel Online*, 11.6.2000).

¹¹ Für eine ausführliche Analyse diverser Inszenierungsstrategien vgl. MIKOS u.a. 2000, S.61–90. Das Buch von MIKOS' Forschungsteam, das rechtzeitig zur letzten Sendung fertig wurde, wurde von den RTL2-Strategen nur undeutlich während der Sendung gezeigt. Dagegen wurde den affirmativen Rezeptionsergebnissen der Rheingold-Forschungsgruppe mehrmals im Talk ausführlich Platz eingeräumt. Sie sind überaus positiv und zeigen viele „Vorteile“ (!) auf, die die Zuschauer aus der Rezeption ziehen können.

¹² GOFFMAN (1977) geht davon aus, dass zu jedem Rahmen auch Phantasien und Illusionen gehören.

Genau wie die augenblickliche Situation den offiziellen Schleier vorschreibt, hinter dem wir uns verbergen, so sorgt sie auch dafür, dass wir an bestimmten Stellen in bestimmter Weise durchscheinen.“ Im *Big Brother*-Rahmen können die Rollen der Bewohner wie in jedem Rahmen auf unterschiedliche Weise moduliert werden. Dies als authentischen Ausdruck eines Selbst zu verstehen, ist jedoch eine Rahmenillusion. Wie bei Soaps können allerdings die inszenierten medialen Selbst, die sich im WG-Alltag behaupten und durchsetzen, die Zuschauer auch zum Nachdenken über die eigenen Alltagspraktiken und Lebenserfahrung anregen. Die Rezeption kann so zu Wiedererkennungseffekten und zum Reflektieren über die eigenen Beziehungen und das eigene Selbst führen.

Sicherlich wird es Zuschauer geben, die, nachdem sie nun den Rahmen des neuen Fernsehformats kennen, von ihm Abstand nehmen. Andere wiederum werden die zukünftigen Staffeln und Variationen als neuartige Daily Soaps rezipieren, die (vielleicht) spannender als die herkömmlichen sind, da die Drehbücher von den Kandidaten nicht einfach umgesetzt, sondern auch mitgestaltet werden können. Vielleicht wird aber die Zukunft zeigen, dass auch dies nur eine Rahmenphantasie ist ...

Schluss

Das neue Fernsehformat *Big Brother* erweist sich als differenzierte Rahmung verschiedener Wirklichkeitsschichten. Es beruht auf der Modulation primärer Rahmen. Ein großer Teil seiner Faszination beruht auf dem Rahmenirrtum, in *Big Brother* ginke es auch um Authentizität. Wie andere mediale Texte (vgl. DENZIN 1991; WINTER 1998) trägt *Big Brother* zur Inszenierung eines postmodernen Selbst bei, das zum einen in medialen Repräsentationen, zum anderen im Alltagsleben verankert ist. Dabei wird unser Selbstverständnis und unser alltägliches Handeln immer mehr von medialen Inszenierungen geprägt, die zur Folie unserer eigenen Inszenierungen werden. Das Reale wird auf der Basis seines medial aufgeführten Gegenparts interpretiert. GOFFMAN sprach von einer dramaturgischen Gesellschaft nur metaphorisch, im Medienzeitalter ist sie zu unserer beherrschenden Wirklichkeit geworden.

Eine von ERVING GOFFMAN angeleitete Medienforschung sollte im Fernsehen inszenierte Authentizität als eine „freiwillig

unterstützte Täuschung“ begreifen, auf die man sich als Zuschauer auch lustvoll einlassen kann, nachdem man sie als solche durchschaut hat.

Literatur

- BATESON, G. (1981): *Ökologie des Geistes*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- DENZIN, N. K. (1991): *Images of Postmodern Society*. Social Theory and Contemporary Cinema. London/Newbury Park/New Delhi: Sage
- FISKE, J. (1999): *Populäre Texte, Sprache und Alltagskultur*. In: A. HEPP / R. WINTER (Hrsg.): *Kultur-Medien-Macht*. Cultural Studies und Medienanalyse. 2., erweiterte Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 67–86
- FISKE, J. (2000): *Lesarten des Populären*. Wien: Turia & Kant
- GIDDENS, A. (1988): *Die Konstitution der Gesellschaft*. Frankfurt a.M./New York: Campus
- GIDDENS, A. (1993): *Wandel der Intimität*. Frankfurt a.M.: Fischer
- GÖTTLICH, U. / R. WINTER (2000): *Die Politik des Vergnügens*. Aspekte der Populärkulturanalyse in den Cultural Studies. In: U. GÖTTLICH / R. WINTER (Hrsg.): *Politik des Vergnügens*. Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 7–19
- GOFFMAN, E. (1969): *Wir alle spielen Theater*. Die Selbstdarstellung im Alltag. München: Piper
- GOFFMAN, E. (1971): *Interaktionsrituale*. Über Verhalten in direkter Kommunikation. Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- GOFFMAN, E. (1977): *Rahmen-Analyse*. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- GROSSBERG, L. (1999): *Was sind Cultural Studies?*. In: K. H. HÖRNING / R. WINTER (Hrsg.): *Widerspenstige Kulturen*. Cultural Studies als Herausforderung. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 43–83
- HICKETHIER, K. (1999): *Genre oder Format?* Veränderungen in den Fernsehprogrammformen der Unterhaltung und Fiktion. In: J. VON GOTTBERG / L. MIKOS / D. WIEDEMANN (Hrsg.): *Mattscheibe oder Bildschirm*. Ästhetik des Fernsehens. Berlin: Vistas, S. 204–215
- KEPPLER, A. (1994): *Wirklicher als die Wirklichkeit?* Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung. Frankfurt a.M.: Fischer
- MIKOS, L. / P. FEISE / K. HERZOG / E. PROMMER / V. VEIHL (2000): *Im Auge der Kamera*. Das Fernsehereignis „Big Brother“. Berlin: Vistas
- MÜLLER, E. (1999): *Paarungsspiele*. Beziehungssows in der Wirklichkeit des neuen Fernsehens. Berlin: Sigma
- WINTER, R. (1986): *Rahmen-Analyse der Therapeut/Klient-Interaktion*. Erving Goffmans Beitrag zur Analyse der therapeutischen Beziehung. Trier: Fachbereich I (unveröffentl. Diplomarbeit im Fach Psychologie)
- WINTER, R. (1992): *Filmsoziologie*. Eine Einführung in das Verhältnis von Film, Kultur und Gesellschaft. München: Quintessenz
- WINTER, R. (1995): *Der produktive Zuschauer*. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess. München: Quintessenz
- WINTER, R. (1998): *Dekonstruktion von „Trainspotting“*. Filmanalyse als Kulturanalyse. In: Texte Nr. 1, medien praktisch Sonderheft, S. 38–49
- WINTER, R. (1999): *Spielräume des Vergnügens und der Interpretation*. Cultural Studies und die kritische Analyse des Populären. In: J. ENGELMANN (Hrsg.): *Die kleinen Unterschiede*. Der Cultural Studies-Reader. Frankfurt a.M./New York: Campus, S. 35–48