

Masken des Authentischen oder: Die Rückkehr des öffentlichen Menschen?

Reichertz, Jo

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Reichertz, J. (2001). Masken des Authentischen oder: Die Rückkehr des öffentlichen Menschen? *Medien praktisch : medienpädagogische Zeitschrift für die Praxis*, 4, 16-25. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-30673>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Big Brother

Masken des Authentischen

oder: Die Rückkehr des öffentlichen Menschen?

Jo Reichertz

„Das Gebot, nichts vor dem anderen zu verbergen, führt zu einem Gemisch aus Beruhigung und tiefer Angst.“

ANTHONY GIDDENS,
Konsequenzen der Moderne

1. Von Nomaden und dem Zwang der vorgeblichen Selbststeuerung

„Moderne ist die Unmöglichkeit, an Ort und Stelle auszuharren. Modern sein bedeutet in Bewegung sein“ (BAUMAN 1994, S. 241). Zu diesem Befund kam ZYGMUNT BAUMAN bereits 1994 – also ein halbes Jahrzehnt vor der ersten Ausstrahlung von *Big Brother* in Holland; dann folgten die Sendung in Deutschland und mittlerweile in über 20 Ländern (STERN 1/2001, S. 152). BAUMAN vertrat damals die Ansicht, der Mensch der Moderne habe seine Heimstatt verloren, stattdessen sei er gezwungen, wie ein Nomade ständig auf der Wanderschaft zu sein. Da ihn deshalb niemand „wirklich“ kenne, müsse er an jedem neuen Ort sein Gesicht zeigen – sagen, wer er ist. Allerdings könne der moderne Nomade sein Tun nicht selbst bestimmen, sondern Weg und Ziel seien ihm von außen auferlegt. Dennoch oder besser: deshalb würden die Nomaden mit aller Macht dazu aufgefordert, gegenüber anderen ihr Tun als selbstgeleitet und selbstgesteuert glaubhaft auszugeben. Deshalb sei der moderne Mensch gezwungen, Schauspieler zu werden (ebd., S. 240).

Die Fernsehshow *Big Brother* hat die Menschen der Moderne aufgerufen, sich an einem fast völlig neuartigem Experiment (vgl. STÄHELI 2000) zu beteiligen, nämlich sich über 100 Tage permanent von Kameras filmen und von Mikrofonen abhören zu lassen. Zu jeder Tageszeit, an jedem Ort und bei jeder Tätigkeit, mit Ausnahme einer kamerafreien Stunde täglich. Diesem Aufruf, der für eine Reihe von Bewerbern eine Herausforderung darstellte, sind sehr viele Kinder der Moderne gefolgt: So be-

warben sich bei der ersten Staffel ca. 16.000 Menschen aller Alters- und Bildungsschichten darum, an diesem Experiment teilnehmen zu dürfen. Bei der zweiten Staffel waren es bereits ca. 70.000. Das waren so viele, dass man für die dritte Staffel auf Bewerber der zweiten zurückgriff.

Das, was später von dem im Wohncontainer aufgezeichneten gesendet wurde, hat die Gemüter von Politikern, Lehrern, Medienwächtern und Kulturkritikern enorm aufgewühlt und zu einer heftigen Debatte über die scham- und kulturzersetzende Kraft des Fernsehens geführt. Dabei wurde vor allem kritisiert, dass die Ausstrahlung von *Big Brother* in extremem Maße zu der Auflösung der Grenzen zwischen dem Öffentlichen und Privaten führe.

Was den Kritikern als das besondere Übel erschien, galt in den Augen der Befürworter jedoch als die besondere Qualität. Endlich könne man im Fernsehen „authentisches Handeln“ sehen und nicht nur Gestelltes und Gekünsteltes. Und getreu diesem Anspruch spielte „Authentizität“ in *Big Brother* eine zentrale Rolle: Wer sich „authentisch“ vor der Kamera verhielt, der durfte bleiben, wer jedoch in dieser Situation als sich verstellend entlarvt wurde, gar in der Absicht, das ausgesetzte Preisgeld zu gewinnen, der wurde von Zuschauern wie Bewohnern unbarmherzig abgewählt.

Im Folgenden möchte ich keine weitere Studie darüber vorlegen, was die Kandidaten dazu bewog, sich dem vermeintlichen Voyeurismus der Zuschauer auszusetzen. Auch interessiert hier nicht die Frage nach den Absichten der Menschen und Institutionen, die mit *Big Brother* viel Geld verdient haben und noch verdienen. Ein wenig abseits des Schlachtgetümmels zwischen Gegnern und Befürwortern geht es hier stattdessen um eine Rück-Besinnung auf die historische Entwicklung der Grenzen von Privatheit und Öffentlichkeit und um

Prof. Dr. Jo Reichertz, geb. 1949, ist Hochschullehrer für Kommunikationswissenschaft an der Universität Gesamthochschule Essen.

die gesellschaftliche Bedeutung der „Authentizität“. Zur Erörterung dieser Themen werde ich nicht zum Mittel der Produktanalyse greifen (das haben schon viele andere mit guten Gründen und guten Ergebnissen getan – so MIKOS 2000; WEBER 2000), sondern ich werde die vorliegende medienhistorische Literatur (insbesondere SENNETT 1983) nutzen, um das vermeintlich Neue als Ausdruck einer nicht ganz so neuen Entwicklung sichtbar machen zu können. Eine solche Vorgehensweise bedeutet nicht den Verzicht auf das Tagesgeschäft der Medienanalyse, sie ist lediglich ein Versuch, sich das Aktuelle vor dem Hintergrund des historisch Gewachsenen verständlich zu machen.

2. Zeig mir Dein Gesicht und keine Maske

„Aufrichtigkeit“ ist der Schlüsselbegriff von *Big Brother*. Alle reden davon. So werden z.B. die Macher des Formats nicht müde zu behaupten, endlich käme einmal das wahre, ungeschminkte Leben im Fernsehen vor. Auch die Zuschauer – so versichern uns die bislang vorliegenden Rezeptionsstudien (RHEINGOLD 2000ab; GÖTZ 2000) – suchen das Unverstellte im medial Überbrachten. Nur weil die Akteure vor der Kamera aufrichtig agieren, so hören wir, seien ZLATKO und JÜRGEN, aber auch ALIDA und EBRU für das Leben und das Reden der jugendlichen Zuschauer von Bedeutung. Gerade wenn und weil die Bewohner des Containers die Selbstkontrolle verlieren, glaubt man die wahre Persönlichkeit dahinter erkennen zu können. Darstellungskontrolle erscheint dagegen als möglicherweise gefährvolle Maskierung.

Von besonderem Interesse sind in diesem Zusammenhang auch die musikalischen Selbstdeutungen der beiden bisher ausgestrahlten Staffeln von *Big Brother*, denn in den Titelsongs wird die zentrale Botschaft des Formats leitmotivisch immer wieder vorgestellt. Mit diesen Musiktiteln, die nicht nur zu Beginn einer jeden Sendung, sondern auch immer wieder in den Zwischenschnitten eingespielt werden – was recht ungewöhnlich ist –, wird stets aufs Neue die zentrale Norm in Erinnerung gerufen und auch eingeklagt. Die Refrains der Musiktitel formulieren also nicht nur die Moral des jeweiligen Musikstücks, sondern weil die Refrains auch in die Sendungen rhythmisch hineingeschnitten werden, werden sie zum Refrain der Sendung. Die

einzelnen Sendungen erhalten auf diese Weise die Form von Pop-Songs: Refrain – Strophe – Refrain – Strophe etc. Die immer wiederkehrende Botschaft ist eindeutig: Sei nur so, wie du wirklich bist, zeig es auch den anderen – und du wirst geliebt! Es geht also um das „eigentliche“ Leben hinter den Masken. Oder genauer: das eigentliche Leben ist das Leben ohne Masken! Und für diesen Mut wird man von den anderen mit Zuneigung belohnt.

In Langform und im Original hörte sich das in der ersten Staffel so an: *„Leb' (Leb') so wie du dich fühlst! Leb' dein Leben so, wie du selber nur willst. Lieb' (Leb') und du wirst geliebt. Das Wunder geschieht, weil es dich gibt“* (3. GENERATION). Der Titelsong für die zweite Staffel stellte die Authentizität noch erheblich mehr in den Vordergrund. Dort hieß es nämlich: *„Zeig mir Dein Gesicht, zeig mir, wer Du wirklich bist. Bleib Dir treu, verstell Dich nicht für mich. Halt an allem fest, was Dir wichtig ist. Zeig mir Dein Gesicht und keine Maske, die verdeckt, was dahinter wirklich steckt. Bleib in der Haut, die Dir am besten sitzt. Zeig mir Dein Gesicht, Dein wahres Gesicht“* (BERGER).

Auch die Teilnehmer von *Big Brother* scheinen das Aufrichtigkeitsgebot für sich als Bewertungsmaßstab zu akzeptieren. Immer wieder reklamieren sie für das eigene Handeln „Authentizität“, entschuldigen eigene bisweilen aggressive Gefühlsausbrüche oder die fehlende Bereitschaft, auf andere einzugehen, mit dem Pauschalhinweis, dass sie „nun mal so seien“ und dass sie sich „im Haus nicht verbiegen lassen wollten“. Den Mitbewohnern wirft man dagegen gerne vor, sie seien gegenüber den anderen unaufrichtig, sie handelten nur strategisch, um länger dabei sein zu können. Und als besonders gravierend gilt bei den Hausbewohnern, und auch bei den Zuschauern, der Vorwurf, ein Kandidat würde sich vor dem Zuschauer verstellen: Er wolle sich also nicht so zeigen, wie er wirklich ist, sondern er betreibe nur eine gezielte Darstellungskontrolle, um später als Gewinner das Haus verlassen zu können. Besonders gut sichtbar wird die Spezifik des Aufrichtigkeitsgebotes in *Big Brother* allerdings erst, wenn man den Erfolg zweier unterschiedliche Vertreter dieses Gebots betrachtet – MARION und CHRISTIAN, beide aus der zweiten Staffel.

So hatte die Kandidatin MARION, die zumindest in ihrer ersten Phase im Haus jedem direkt und ungefragt ihre eigene Be-



Cover von Christians CD *Es ist geil ein Arschloch zu sein*

findlichkeit nahe brachte („Du, das fand ich jetzt nicht gut“) – also im herkömmlichen Sinne sehr authentisch war –, mit diesem „Psycho-Talk“ keinen Erfolg. Sie ging den anderen Teilnehmern und vielen Zuschauern bald auf die Nerven und wurde als erste Kandidatin der zweiten Staffel aus dem Haus gewählt. MARION ist damit ein spätes, wenn auch nicht das einzige Opfer einer gutmenschlichen Erziehung zum offenen und zwangsfreien kommunikativen Handeln (vgl. hierzu den auf HABERMAS zurückgehenden und später mehrfach missverstandenen Begriff). Diese Pädagogik formuliert für alle, die miteinander sprechen wollen, folgende Maxime: „Wenn Du Dich in einem Gespräch ängstigst, ärgerst oder beleidigt fühlst, dann unterbrich die inhaltliche Diskussion und artikuliere sofort Deine Gefühle – bitte um ein Blitzlicht!“¹ Der Fehler von MARION war ihr Glaube, dass das Offenheitsgebot der emanzipatorischen Erziehung, mit dem die kritische Elterngeneration ihre Nachkommen jahrelang gequält hat, immer noch Geltung besitzt. Dass eben diese Nachkommen kaum etwas mehr verachten als diesen Offenheits-Talk, erfuhr Marion erst bei *Big Brother*.

Ein besonderer und für mein Argument wichtiger Fall ist der *Big-Brother*-Kandidat CHRISTIAN aus Herne, dessen CD *Es ist geil ein Arschloch zu sein* nicht nur zum Weihnachtsfest 2000, sondern auch noch Wochen später die deutschen Charts anführte. Er, der für sich die Rolle des „Nominators“ reklamierte und der im Interesse und im „selbsterteilten“ Auftrag des Publikums jeden Mitbewohner, der sich unecht gäbe, gnadenlos rauswerfen wollte,² lieferte dabei jedoch selbst offensichtlich mehr oder weniger einstudierte Showeinlagen ab. Bereits im Clip im Rahmen der offiziellen Inszenierung war CHRISTIAN als Batman verkleidet und spielte in einer Szene eine einstudierte Rolle. Dennoch war CHRISTIAN mit diesen ganz eindeutig nicht-authentischen Verhaltensweisen sehr erfolgreich und avancierte zeitweilig sogar zum Publikumsliebbling, der in der Rolle des gnadenlosen und aufrichtigen „Nominators“ aus dem Ruhrgebiet Teile der dritten Staffel von *Big Brother* kommentieren durfte.

3. Historiographie – Kleine Sozialgeschichte des Privaten und Öffentlichen

Alle Menschen neigen dazu, in allen ihren Interaktionen mit anderen das zu überprü-

fen und zu kontrollieren, was sie wie sagen oder tun – meist ohne klares Bewusstsein und oft auch, wenn sie nicht mit anderen interagieren, also alleine sind. Das kann durchaus als anthropologische Konstante betrachtet werden (vgl. PLESSNER 1982). Aber meist führen sie auch noch, fast wie selbstverständlich, eine Überprüfung und Kontrolle von Gesichtsausdruck, Körperhaltung und Körperspannung durch. Kontrolliert wird dabei, ob das Gesagte, die Handlung und der Körperausdruck zu der jeweiligen Situation passen, immer gemäß den herrschenden gesellschaftlichen Wert- und Normvorstellungen zur Darstellung von persönlicher Identität. Zentrales Beurteilungskriterium für die Angemessenheit von Ausdruck ist dabei die Differenz zwischen privaten und öffentlichen Bereichen. Die konkrete Ausdifferenzierung dieser beiden Bereiche ist jedoch nicht anthropologisch vorgegeben, sondern muss als Ergebnis eines historischen Aushandlungs-Prozesses angesehen werden, der keineswegs abgeschlossen ist, sondern sich in permanenter Bewegung befindet, und dessen immer vorläufiges (Zwischen-)Ergebnis ganz wesentlich das Zusammenleben der jeweiligen Gesellschaftsmitglieder strukturiert und beeinflusst.

„Öffentlichkeit“ und „Privatheit“ sind bzw. waren, darin sind sich fast alle Sozialwissenschaftler einig, zumindest in Westeuropa schon seit Jahrhunderten zwei verschiedene, meist räumlich abgegrenzte Bereiche mit unterschiedlichen Handlungsnormen. Als das „Öffentliche“ (*res publica*) wurde auch im Feudalzeitalter, anknüpfend an die Rechtsvorstellungen des klassischen Roms, das bezeichnet, was das Volk betrifft, was jedem zugänglich und verfügbar ist, was also nicht unter privater Vorherrschaft steht. Im Gegensatz dazu war das „Private“ (*res privata*) all jenes, was dem öffentlichen und gemeinsamen Gebrauch entzogen war (vgl. DUBY 1993, S. 19f.).

Zur Blüte kam die Exklusivität der Privatheit aber erst mit dem Aufkommen des europäischen Bürgertums. Die Abschottung des „privaten Gehäuses“ vor dem aufdringlichen Blick von außen galt erst den Bürgern des 19. Jahrhunderts als große Tugend. Sie war Ergebnis eines erbittert geführten historischen Emanzipationskampfes des aufsteigenden Bürgertums um politische Freiheit und persönliche Selbstbestimmung. Die Grenzziehung zwischen dem Privaten und dem Öffentlichen ist in

¹ Das Blitzlicht ist eine beliebte Sozialtechnik innerhalb des vornehmlich um Verständigung bemühten aufgeklärten Diskurses. Jeder Gesprächsteilnehmer kann zu jedem Zeitpunkt das Gespräch unterbrechen und um ein Blitzlicht bitten, was heißt, dass jeder sagt (bzw. sagen sollte oder sagen muss), wie er sich fühlt. Eine solche Form der Gesprächsintervention kann in Ausnahmefällen sogar recht hilfreich sein, meist gebiert sie jedoch neue und ausgefeilte Formen des Täuschens, Versteckens und strategischen Interagierens.

² Dabei stilisierte sich CHRISTIAN (mit dunkler Sonnenbrille) gern als der große Durchblicker, der in der Lage ist, schnell und unbarmherzig hinter die Fassaden der anderen zu schauen. Wie weit Anspruch und Realität allerdings bei ihm auseinander lagen, ist auch daran zu erkennen, dass der selbsternannte Echtheitsprüfer der einzige war, der Tage brauchte, um zu erkennen, dass ein Homosexueller mit im Haus lebte. Alle anderen hatten dies nach wenigen Minuten erkannt.

der heute immer wieder beschworenen Linienführung auch deshalb wohl ein so wertvolles (wenn auch historisches) Gut und dessen Verteidigung frag- und diskussionslos wichtig.

Vieles von dem, was in dem privatem, bürgerlichen Refugium erlaubt war, war in dem anderen verpönt. In der privaten Welt durfte man „intim“³ sein, und dort hatten z.B. die Gefühle, deren Offenbarung und Ausleben, einen legitimen Platz. Dieser Platz musste aber erst erkämpft werden. „Dem Menschen boten sich in seiner Geschichte viele Möglichkeiten, Intimität zu haben. Aber nur unsere Zeit ist dadurch gekennzeichnet, dass es für Intimität einen gesellschaftlich so deutlich ausgesparten Raum, die Privatsphäre, gibt“ (LUCKMANN 1976, S. 53). In der öffentlichen Welt war das Intime jedoch nahezu unsichtbar – oder genauer: Intimität und die Darstellung der Gefühle gab es zwar stets auch in der Öffentlichkeit, allerdings hatten sie eine andere Form, wenn sie an eine potenzielle und anonyme Öffentlichkeit gerichtet waren. Es war und ist also nicht so, dass bestimmte Gefühle nur an bestimmten Orten und nur vor bestimmten Menschen gezeigt werden durften, sondern allein die Ausdrucksweise wechselt(e) mit Ort und Gegenüber – also mit der Adressierung.

Allerdings neigt die Sozialwissenschaft dazu, das Private und Öffentliche zu sehr topologisch zu begreifen, also die Bereiche als Orte aufzufassen (vgl. hierzu IVANYI 2000). So gelten vielen das Schlafzimmer und die Toilette als die privatesten Orte⁴ – an denen sich dann auch Intimes ereignet –, der Marktplatz und das Fernsehen dagegen als die öffentlichsten, an denen sich das vollzieht, was alle sehen dürfen. Aber es gibt auch viel Privates außerhalb des schützenden Heims, z.B. Privatgespräche auf dem Marktplatz, Küsse im Regen oder Sex am Strand, und es gibt Öffentliches im Privaten, z.B. Sonntagessen, Besuch, Steuern. Deshalb sind es nicht die Orte, die Privatheit oder Öffentlichkeit herstellen, sondern es sind die Akteure, die durch ihre Adressierung nur Vertraute ansprechen oder auch Freunde und Zuschauer (vgl. ebd.). Privat ist man, wenn man sich in seinem Handeln nur auf die Seinen bezieht, und öffentlich ist man, wenn man sich an weitere Anwesende oder gar an Zuschauer wendet. Es gibt also nicht „das Private“ und „das Öffentliche“ an sich, auch nicht genuin „private Orte“ oder „öffentliche Or-

te“, sondern private und öffentliche Adressierungen und natürlich Gesellschaften, die für sich aushandeln, was „private“ und was „öffentliche“ Dinge sind, welche Orte „privat“ und welche „öffentlich“ sind und was man wo auf welche Weise darstellt.

Bei dem Aushandlungsprozess darüber, was der „Privatsphäre“ und was der „Öffentlichkeit“ angehört, haben Speicher- und Übertragungs-Medien (Tagebuch, Brief, Buch, Foto, Film, Fernsehen) stets eine wesentliche Rolle gespielt. Strukturell schaffen sie nämlich eine wesentliche Voraussetzung dafür, dass Informationen über Vorkommnisse aus dem einen Bereich, in die nur bestimmte Menschen involviert sind, prinzipiell alle Menschen erreichen können; sei es ein privater oder ein öffentlicher Bereich. Das gilt insbesondere für den privaten Brief, der vor dem Buch und dem veröffentlichten Tagebuch die Grenzen zwischen dem Privaten und dem Öffentlichen porös werden ließ. Das gilt natürlich auch für Film, Rundfunk und Fernsehen, die als öffentliche Medien stets das Private thematisiert haben. Und das gilt ganz besonders für Medieninhalte und Medienformate, die das Private und das Intime ganz explizit zum Gegenstand der Darstellung machen.

Deshalb sind viele Inhalte der Medien als verstreute Beiträge zu dem gesellschaftlichen Diskurs über die Grenzen des Privaten zu begreifen. Auch aus diesem Grund waren die von den jeweiligen Medien verbreiteten Botschaften zu allen Zeiten und immer wieder Gegenstand oft heftiger Debatten, insbesondere die über das Intime und Private.

4. The Fall of Public Man – Revisited

Es ist schon fast ein Vierteljahrhundert her, dass der amerikanische Kulturkritiker SENNETT 1983 seine viel gelesene Ballade über den *Fall of Public Man* (dt.: *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität*) schrieb.⁵

Glaubt man der Beschreibung SENNETTS, dann war das städtische Leben im London und Paris des 18. Jahrhunderts durchaus in Ordnung oder genauer: wieder in Ordnung. Die Städte erlebten damals ein enormes Wachstum. Zehntausende zogen vom Land, ihrer Heimat, in der sie bekannt waren und in der sie jeden kannten, in die fremde Stadt, in der sie jedem fremd waren und für jeden fremd. Sie waren also keine Nomaden, wie BAUMAN (1994) dies den heutigen

³ Als Attribut wird „intim“ seit dem 18. Jahrhundert in der Bedeutung von „innig, vertraut, eng befreundet“ verwendet. Die Substantivierung „Intimität“ ist erst zwei Jahrhunderte alt. Seit ähnlich langer Zeit konnotiert das Adjektiv „intim“ zunehmend mit Sexualität und unterschiedlich tabuisierten Körperregionen. „Intim“ sind in der Regel auch die Zonen, die den Zugang zum Inneren des Menschen ermöglichen: Genitalbereich, Anus, auch Mund, Ohr und Nase. Allerdings unterliegt die Stärke der Tabuisierung historischem Wandel.

⁴ Für die Macher von *Big Brother* ist offensichtlich die Toilette der intimere Ort bzw. das, was sich dort ereignet, intimer: denn Bilder aus den Schlafzimmer werden gern und oft ausgestrahlt, insbesondere wenn es dort zu sexuellen Handlungen kommt. Bilder aus der Toilette werden dagegen sehr selten gesendet und Aufnahmen von Ausscheidungsvorgängen nie.

⁵ Auch SENNETT (1983) sah das durchaus so: „Die Vorstellung, der natürliche Mensch sei ein expressives Geschöpf, der gesellschaftliche hingegen ein Wesen, dessen Gedanken und Empfindungen schwach, in sich gebrochen oder ambivalent, weil ‚unecht‘ sind, gehörte nach der Französischen Revolution zum romantischen Gemeinverstand und verbreitete sich dann bei den Intellektuellen und in der Volkskultur. Aus ihr spricht Schäferromantik“ (S. 102f.).

Menschen attestiert, aber sie hatten als Entwurzelte, als Zugereiste, als Menschen ohne Familie und Geschichte ein ähnliches Problem: Sie besaßen nämlich für die anderen kein vertrautes Gesicht, kein Gesicht, dem man trauen konnte. Das aufsteigende Bürgertum der Stadt hatte noch keine einheitlichen Verhaltens- und Darstellungsstandards. Die Menschen waren einander fremd – und das in zweifacher Weise: Zum einen waren sie einander fremd, weil sie sich nicht kannten (unknown), also keine gemeinsame Interaktionsgeschichte hatten. Zum anderen waren sie einander fremd, weil sie verschieden (alien) waren, sich also an anderen Verhaltensstandards orientierten (vgl. ebd., S. 73f.).

Die rapide sich vergrößernden Städte verloren ihre Zentren und damit ihre Übersichtlichkeit und „die soziale Frage, die sich angesichts der neuen Bevölkerung von London und Paris stellte, lautete: Wie kann man als Fremder mit Fremden leben?“ (ebd., S. 82). Wie kann eine derartige Menge von Menschen, die alle im Hinblick auf die Identität ihres Gegenüber und auch im Hinblick auf geltende Verhaltensstandards tief verunsichert gewesen sein müssen, wie kann eine solche Menge miteinander umgehen oder gar miteinander ein geselliges Spiel spielen? Wie ist dort Gesellschaft möglich?

Die Antwort von SENNETT ist so einfach wie einleuchtend: indem sie sich der Glaubwürdigkeitscodes des damaligen Leitmediums, des Theaters, bedienten. Die Fremden bezogen sich allesamt auf die Codes, die allen in der Stadt vertraut waren: die Masken und Zeichen des Theaters. Im Theater waren Hoch und Niedrig, Edelmann und Bürger, Glaubhaft und Verlogen aufgrund der klaren Sprache des Theaters für jeden gut erkennbar. Die Kleidung und das Verhalten auf der Straße ähnelten deshalb mit der Zeit immer mehr der Kleidung und dem Verhalten auf der Theaterbühne. „Ging man auf die Straße, so hüllte man sich in eine Kleidung, die es anderen ermöglichen sollte, sich so zu verhalten, als wäre man ihnen bekannt. Man wurde zur Figur in einer Kunstlandschaft. Die Kleidung brauchte nicht sicher anzuzeigen, mit wem man es zu tun hatte, sie sollte aber erlauben, so zu tun, als ob man sich dessen sicher wäre“ (ebd., S. 96).

Die Welt der Stadt verwandelte sich für eine kurze Zeit in ein Theater, in dem jeder seine Rolle und somit auch seine Identität,

seine Emotionen und seine Verfasstheit so spielte, wie sie auf der Theaterbühne gespielt wurde – und weil es so getan wurde, war es für jeden glaubhaft: Der eine gab den Biedermann, ein anderer den aufrichtig Verliebten, ein Dritter den ehrbaren Rächer und ein Vierter den habgierigen Dieb. Sie spielten vom Blatt oder genauer: sie liebten und raufte vom Blatt. Der „Public Man“ war geboren. Er sollte jedoch laut SENNETT keine große Zukunft haben. Mit dem aufkommenden Industriekapitalismus begann im 19. Jahrhundert sein unaufhaltsamer Niedergang. Statt sich mit Theaterfundus an Kleidung und Gebärden zu begnügen, widmet der Public Man seine Aufmerksamkeit zunehmend nur noch sich selbst.

Der Public Man wird ungeselliger, er stirbt (so SENNETT) Jahrzehnt um Jahrzehnt immer mehr aus. Geboren wird stattdessen der „Intime Mensch“. Dieser interessiert sich nur noch für sich selbst und kennt auch nur noch sich selbst; er ist zum einen vom Zwang zur Intimität tyrannisiert, andererseits ist er derjenige, der andere mit seiner Intimität tyrannisiert. Die Menschen werden wieder einander fremd – so könnte man SENNETT fortschreiben. Die in den 80er Jahren sich beschleunigende Entgrenzung des sozialen, kulturellen und ökonomischen Raumes hat die Situation noch verschärft: Der Mensch dieser Zeit ist nicht mehr der, der seine ungeliebte Heimat verlässt, um eine neue in der Fremde aufzubauen, sondern in der Zeit der Entgrenzung ist die Bewegung auf Dauer gestellt und damit auch das Einander-fremd-Sein. Die soziale Frage, die sich angesichts dieser neuen Entwicklung stellt, ist nicht neu und lautet: Wie kann man als Fremder mit Fremden leben? Eine Antwort, die immer wieder gegeben wird, ist, dass dieses Problem mit „Authentizität“, also einer Intensivierung der Intimität, zu lösen sei. Diese Antwort überzeugt jedoch wenig. Weshalb das so ist, soll eine kurze Betrachtung der Geschichte der Authentizität zeigen.

5. Aufrichtigkeit und Authentizität als Modi der Selbstdarstellung

„Authentisch zu sein“ hat seinen Ursprung in der mit der *Conditio humana* gegebenen Möglichkeit, anderen die Unwahrheit kund zu tun, also zu lügen (vgl. EKMAN 1989), so paradox dies klingen mag. Diese Möglichkeit zur Täuschung und Lüge galt in vielen Kulturen und zu vielen Zeiten eher als Tugend denn als Laster, versetzte sie den Men-

Richard Sennett
Verfall und Ende des
öffentlichen Lebens.
Die Tyrannei
der Intimität



Fischer

schen doch strukturell in die Lage, sich neu und anders zu entwerfen und gegenüber Freund wie Feind öffentlich darzustellen. Falsch-Darstellungen eröffnen Handlungsräume, die ohne Täuschung auf immer verschlossen sind. Wohl auch deshalb galt ODYSSEUS, der Listenreiche, den Griechen – und auch prominenten Vertretern der Kritischen Theorie – nicht als simpler Betrüger und Heuchler, sondern als Urvater einer neuen, langsam aufziehenden europäischen Kultur. Einer Kultur, die mehr auf den wendigen Verstand als auf die rohe Kraft des kriegerischen Arms (ACHILL) setzte.

Die Forderung, authentisch zu sein, fand ihre wichtigste Vorläuferin keineswegs in dem christlichen Gebot, nicht zu lügen: denn darin ging es vor allem um das Verbot des falschen Zeugnisses wider andere. Wesentlich für die heutige Blüte der Authentizität ist vielmehr das Pflänzlein „Aufrichtigkeit“. Dabei deuten beide Begriffe, Aufrichtigkeit und Authentizität, auf den ersten Blick im gesellschaftlichen Diskurs etwas Ähnliches an, nämlich dass es um den wünschenswerten Ausdruck des „Innen“, d.h. des Gefühls, der Stimmung, der Meinung, am „Außen des Körpers“, in Gestik, Mimik und Sprache, geht.

Das Wort „Aufrichtigkeit“ tauchte Mitte bis Ende des 16. Jahrhunderts erstmals im europäischen Sprachraum auf, zuerst im Englischen, dann im Französischen (vgl. TRILLING 1980). Es leitete sich vom „Aufrecht-Stehen“, also einem für jeden sichtbaren Stehen ab und meinte „Gradsinnigkeit“ und „Offenherzig-Sein“, später vor allem die Abwesenheit von Verstellung, Heuchelei und Betrug. Aufrichtig zu sein war von Beginn an Teil des moralischen Diskurses, also des Diskurses, der den Menschen Soll-Werte nahe legen möchte. Aufrichtig zu sein galt als verbreitete gesellschaftliche Norm. Die allgemeine Forderung nach Aufrichtigkeit hat zum einen wegen dem ihr inhärenten Zwang zur kritischen Selbstreflexion den Prozess der Individualisierung vorangetrieben, zum anderen u.a. den Boden für die Romantik, also der grundsätzlichen Kritik an der abwägenden Rationalität, bereitet.

Aufrichtig zu sein wurde anfangs nicht nur im moralischen Diskurs, sondern auch im analytischen verhandelt. Im analytischen Diskurs zur Aufrichtigkeit wurden in den letzten Jahrhunderten u.a. folgende Fragen diskutiert: Kann ich aufrichtig sein – gegenüber wem? Wer oder was ist ge-

genüber dem Ego aufrichtig – das Unbewusste? Wer ist gegenüber dem Anderen aufrichtig – das Ego? Wer ist gegenüber dem beobachtenden Dritten aufrichtig? Auf welche Weise kann ich aufrichtig sein oder kann man nur Aufrichtigkeit darstellen? Ist Aufrichtigkeit ohne gesellschaftliche Symbolik darstellbar? Wer beurteilt, ob man aufrichtig war – das Ego, der Andere oder der Dritte? Die Bearbeitung dieser u.ä. Fragen z.B. durch die Psychoanalyse (FREUD) oder die amerikanische Interaktionstheorie (MEAD, später vor allem GOFFMAN) hat die westliche Vorstellung von „Identität“ und „Identitätsarbeit“ maßgeblich beeinflusst.

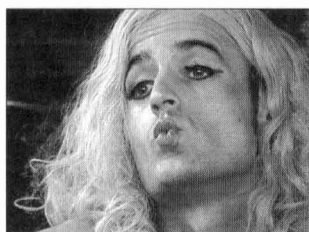
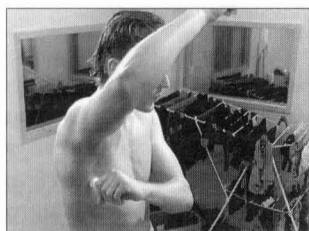
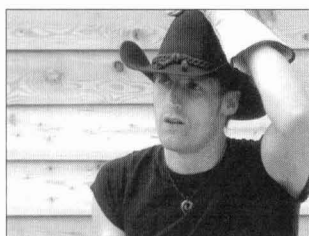
Im moralischen Diskurs dagegen wurden vor allem die Fragen bearbeitet, gegenüber wem man aufrichtig zu sein hat:

- sich selbst,
- dem persönlich Vertrauten,
- einem zuschauenden Dritten (Zuschauer),
- dem überwachenden Staat (z.B. Polizei),
- potenziellen Feinden (z.B. Fremde etc.).

Lange herrschte Konsens darüber, dass es von höchstem Wert sei, gegenüber sich selbst aufrichtig zu sein. Das hatte zur Folge, dass man (Ego) sich selbst sehr genau beobachten und prüfen musste, ob man zu sich selbst (Ego) aufrichtig war. Das führte fast automatisch erst zur Erfindung, dann zur Trennung von „Bauch und Kopf“ (Es und Ich) und zu Identitätskrisen.

Fast genau so hoch angesiedelt wie die Aufrichtigkeit gegenüber sich selbst war seit der Romantik die Aufrichtigkeit gegenüber dem geliebten Menschen und dem echten Freund. Ego schaute in sein Herz und der Körper entäußerte das Gefundene direkt und unverstellt.

Wie oben gezeigt, bestand eine große und weitreichende historische Errungenschaft des aufsteigenden Bürgertums in der Einigkeit darin, nicht aufrichtig sein zu müssen gegenüber einer zuschauenden Öffentlichkeit, gegenüber einer überwachenden Obrigkeit und natürlich gegenüber potenziellen Feinden. Gegenüber diesen Personengruppen durfte und musste man sich verstellen, wollte man die persönliche Autonomie bewahren. Unaufrichtigkeit gegenüber diesen gesellschaftlichen Gruppen galt nicht nur als akzeptabel, sondern als sinnvoll und legitim. Bei *Big Brother* hat sich dieser moralische Diskurs um die Aufrichtigkeit gedreht, und nicht zufälligerweise bedient er sich einer anderen Vokabel: nämlich dem Begriff der Authentizität. Authentisch sollen die Kandidaten sein.



„Vehementes Arbeiten an der Körperoberfläche“, z.B. Frank aus der 2. Staffel.

Der Begriff „Authentizität“ erlebte erst im 20. Jahrhundert große Popularität: Die existenzialistischen Philosophen (HEIDEGGER, SARTRE) richteten ihre Botschaft an wenige Intellektuelle: so zu sein, wie man „eigentlich“ ist. In den 70er Jahren wurde sie jedoch in unendlich vielen Psychotherapien amerikanischer Provenienz, zahllosen Selbsterfahrungsgruppen in den Räumen der Volkshochschulen sowie in dünnen wie dicken Büchern und teuren wie billigen Hochglanzmagazinen trivialisiert und bis in die hintersten Winkel des Landes verstreut.

„Authentizität“ entstammt der juristischen Fachsprache. „Authentisch“ war demnach die Abschrift eines Dokuments, wenn sie durch eine vertrauenswürdige Person verbürgt wurde. Der Bürge konnte die Urheberschaft bezeugen, mithin war die Abschrift verbürgt und somit rechtsgültig – man konnte ihr vertrauen. „Authentizität“ akzentuiert deshalb mehr die Glaubwürdigkeit der Darstellung, also der Kopie, „Aufrichtigkeit“ mehr die Korrektheit des Ausdrucks, also desjenigen, der für die Darstellung verantwortlich war.

Ist „Voyeurismus“ der Leitbegriff in dem verurteilenden Diskurs zu *Big Brother*, so ist die „Authentizität“ der positive Wert, der alle anderen bei weitem übertrifft: „*Zeig mir Dein Gesicht, Dein wahres Gesicht!*“ Aber sowohl der Inhalt von Authentizität als auch seine Adressaten haben sich geändert: Authentizität ist nicht mehr das Ergebnis einer beobachtenden Selbstzuwendung, sondern Authentizität soll buchstäblich „verkörpert“ werden. Die innere Emotion soll sich ohne den Umweg über die bewusste Reflexion am Körper des Akteurs entäußern: Scheinbar bewusstlose Verkörperung gilt also in diesem Sprachspiel als aufrichtig! Damit wird der antiintellektuelle Impetus der Romantik wieder aufgegriffen und modernisiert, wie auch in vielen anderen gesellschaftlichen Bereichen.⁶

Zum anderen, und das ist hier der wesentliche Punkt, hat sich auch der Adressat der Authentizität verändert. In der Debatte inner- und außerhalb des *Big Brother*-Containers geht es nämlich nicht mehr um die Frage, ob man zu sich selbst aufrichtig sein soll. Auch wird nicht zentral die Frage ventiliert, ob man dem persönlichen Du, also dem Mitspieler gegenüber aufrichtig ist. Völlig neu als wichtigstes Bewertungskriterium für die persönliche Integrität der Be-

wohner ist vielmehr die Authentizität gegenüber der zuschauenden Öffentlichkeit. Wer gegenüber ihr nicht authentisch ist, wird identifiziert und rausgeworfen – so die Ausdrucksweise des „Nominators“ CHRISTIAN. Die Öffentlichkeit ist der Bezugspunkt der Authentizität und zugleich ihr Richter.

Irritierend an diesem neuartigen Authentizitätsgebot ist nicht nur die Ausrichtung auf die Öffentlichkeit, sondern auch der Sachverhalt, dass fast alle Kandidaten von *Big Brother* vehement an ihrer Körperoberfläche arbeiten. So verzieren und gestalten die Darsteller ihres Selbsts die Oberfläche ihres Körpers auf vielfältige Weise: Viele tragen – wie ihre Zeitgenossen in Film und Wirklichkeit – Tattoos oder schminken sich aufwändig. Haarsträhnen sind gefärbt, der Körper ist durch Bodybuilding nach Gardemaß aufgebaut und durch Fitness-Training gestählt, Achsel- und Beinbehaarung werden regelmäßig rasiert, manche epilieren auch Augenbrauen, Stirn oder Brust. Und natürlich findet eine allgemeine Des- und Deodorierung statt. Manche tragen ganztägig große Sonnenbrillen, Mützen und Kappen – natürlich mit dem Schirm nach hinten! Im Container wird sich viel verkleidet, Kostüme kommen immer wieder zum Einsatz, man maskiert sich und andere mit den klassischen Kostümen des Karnevals oder schauspielert in knappen Hüllen die Posen von SchauspielerInnen nach. Kurz: Die Bewohner des *Big Brother*-Containers benutzen ihren Körper fast ausnahmslos als Gestaltungsfläche und als Kleiderpuppe (siehe hierzu SENNETT 1983, S.92–102). Und oft graben sie sich auch die gesellschaftlichen Masken tief in ihren Körper ein, auf dass die Masken nicht mehr als Masken erkannt werden können und ihr Gegenüber sich in ihnen umso leichter spiegeln und sich darin selbst erkennen kann (vgl. STRAUSS 1974).

6. Darsteller und Zuschauer werden öffentlich

Allerdings ist mit der geforderten Form von „Authentizität“ nicht wirklich die „authentische“, „echte“ Darstellung des „wirklich“ Inneren gemeint – sozusagen des nackten, unschuldigen, natürlichen Innen –, nicht nur, aber auch, weil es eine solche authentische Darstellung des Inneren prinzipiell nicht geben kann. Darstellungen sind notwendigerweise nie direkter Ausdruck eines privaten Innen am Außen, sondern stets typi-

⁶ Interessant ist in diesem Zusammenhang vielleicht, dass über Jahrhunderte hinweg die Öffentlichkeit von den Erwachsenen dominiert wurde. Hier traten nur Grown-ups auf, den Kinder war der Zugang verwehrt. Vielleicht ist es deshalb kein Zufall, wenn heute immer mehr Jugendliche die mediale Öffentlichkeit aufsuchen und in manchen Bereichen auch schon dominieren.

sierte Darstellungen eines Innen an der Oberfläche des Körpers bzw. mit den Mitteln von Gestik, Mimik, Sprache, Kleidung etc. (vgl. z.B. PLESSNER 1982; GOFFMAN 1969; STRAUSS 1974; SOEFFNER 2000).

Solche Typisierungen sind dabei weder plumpe noch feinsinnige Lügen zwecks Vortäuschung falscher Tatsachen und Umstände, sondern Typisierungen sind unhintergehbare, weil unverzichtbare Formen des menschlichen Ausdrucks. Typisierungen ergeben sich meist aus dem Ineinandergreifen von erlernten und habituell verfügbaren Handlungsrouninen, deren volle Bedeutung meist im Halbschatten des Bewusstseins der Handelnden verborgen ist.

Identitäten, aber auch Handlungen, Einstellungen, Absichten und auch Gefühle müssen, sollen sie von den Gesellschaftsmitgliedern als solche erkannt werden, vor dem Hintergrund und mit den Mitteln gesellschaftlicher Darstellungsformen in Szene gesetzt werden. Bedient man sich bei der Darstellung von Handlungen nicht aus dem Fundus gesellschaftlich bereitgestellter Darstellungsformen, dann können sie nicht erkannt werden, können also auch nicht wirken. Auch die Darstellung einer scheinbar ungeplant aufbrechenden Spontaneität bedarf also der Typisierung. Allerdings können Schockerlebnisse (Angst, Schrecken, Glück), aber auch große Schmerzen kurzfristig dazu führen, dass die Identitäts-Darstellung der eigenen Kontrolle entgleitet. Volltrunkenheit und schwere geistige Verwirrtheit haben dagegen zum Ergebnis, dass mittel- bis langfristige Handlungsdarstellungen „ohne Regisseur“ aufgeführt werden.

Von den Typisierungen kann man mit guten Gründen die „Theatralisierung“ unterscheiden. Diese ist, logisch betrachtet, ein sehr spezifischer Unterfall der Typisierung: Gemeint ist mit dem Ausdruck „Theatralisierung“ keineswegs der Gebrauch von theaterspezifischen Texten, Rollen und Requisiten. Theatrale Handlungen zielen nicht mehr allein darauf, ihr angestrebtes, instrumentelles Ziel zu erreichen – z.B. den andern davon in Kenntnis zu setzen, dass man ihn liebt –, sondern sie wenden sich immer auch an ein anwesendes Publikum. Die Handlungslogik der theatralen Geste orientiert sich dann nicht mehr allein an der effektiven Zielerreichung, sondern auch an der gekonnten Darstellung seiner Darstellungshandlung. „Als Wirklichkeit (Theater) wird eine Situation erfahren, in der ein Ak-

teur an einem besonders hergerichteten Ort zu einer bestimmten Zeit sich, einen andern oder etwas vor den Blicken anderer (Zuschauer) darstellt oder zur Schau stellt. Wirklichkeit erscheint in diesem Sinne prinzipiell als theatrale Wirklichkeit“ (FISCHER-LICHTE 1995, S. 3).

Theatralisierungen haben also immer zwei Adressaten: den Menschen gegenüber und das Publikum, das dem Geschehen beiwohnt. Der beobachtete Mensch typisiert sein Handeln für den, der ihn beobachtet, damit es für diesen verständlich wird. Menschen, die zu zweit allein sind, wissen, dass sie nur vom direkten Gegenüber beobachtet werden. Ihr Handeln ist ausschließlich aufeinander bezogen. Da beide dies wissen, zeigen sie sich einander nicht „ungezwungen“ oder gar „natürlich“, sondern sie zeigen sich wie immer vermittelt, sie typisieren sich für einander. Menschen, die zu zweit sind, und zugleich wissen, dass sie dabei von Zuschauern beobachtet werden, reagieren auf den beobachtenden Blick der Zuschauer mit einer weiteren Typisierung: Sie typisieren die Typisierung ihrer Handlung. Wollen sie sich auf das Publikum beziehen, muss ihre Darstellung so gestaltet sein, dass sie das Publikum und den konkreten Gegenüber erreicht.

Für die Theatralisierung sind dabei zwei Aspekte wichtig: Zum einen dürfen die Zuschauer nicht zufällig Zeugen einer Darstellungshandlung zwischen zwei Menschen sein, sondern ihre Anwesenheit ist für die dargestellte Handlung konstitutiv – noch schärfer: die Darstellung findet nur auf diese Weise statt, weil ein Publikum vorhanden ist. Das Publikum ist wesentlicher Teil der Theatralisierung. Zweitens ist wichtig, und dies wird leicht übersehen, dass die Theatralisierung nicht allein auf das Publikum gerichtet sein darf. Wenn die Theatralisierung nicht ebenfalls den Handlungspartner erreicht, dann wurde geschauspielert und das Ganze war „nur“ Theater. Es stimmt also gerade nicht, dass bei der Theatralisierung die Wahrnehmung durch die Öffentlichkeit alles und die wahrgenommene Handlung nichts ist. Die Theatralisierung ist ein bestimmter Modus der Handlungstypisierung, und zwar ein Typisierungsmodus zu Zeiten der gewollten und nicht nur akzeptierten Beteiligung einer zuschauenden Gesellschaft – die Gesellschaft wirkt an der Handlung mit, indem sie beobachtet, bewertet und notfalls auch bezeugen kann.

Bei dem Prozess der Theatralisierung spielen Medien, insbesondere audiovisuelle eine besondere Rolle. Der Camcorder oder die Fernsehkamera können dabei als registrierende und aufzeichnende Augen von unspezifischen Publica verstanden werden. Die Medien beobachten die Welt und die in ihr Lebenden; und die in dieser Welt Lebenden wissen, dass sie beobachtet werden, und sie beobachten ihrerseits teils sehr genau die Medien bei der Beobachtung. Auf diese Weise begegnen die Beobachteten in den medial aufgezeichneten Bildern auch ihren eigenen Typisierungshandlungen, ihren eigenen Typisierungen, auf dass sie darauf reagieren und weiter daran arbeiten können. So konnten z.B. die Teilnehmer der zweiten Staffel von *Big Brother* mit den Vorbildern aus der ersten Staffel „arbeiten“, d.h. sie wussten, welche Darstellungen die Zuschauer goutierten und welche nicht und konnten sich daran in Bezug auf ihre eigene Darstellungsarbeit orientieren.

Der Prozess der zunehmenden Theatralisierung hat aber nicht nur den Darsteller öffentlich gemacht, sondern auch den Zuschauer.⁷ Der Theatralisierungsprozess hat das gesamte Setting, die Trennung von Darsteller und Zuschauer wieder etwas zurückgenommen.⁸ Zum einen, weil unter den Bedingungen des performativen Fernsehens jeder Zuschauer auch leicht Darsteller, also Mitspieler werden kann (vgl. REICHERTZ 2000), zum anderen aber auch, weil er immer seltener nur der isolierte schweigende Zuschauer ist. Es sind nicht mehr nur die gut bezahlten Schauspieler, die auf der Bühne Übermenschliches für ein stilles und ergriffenes Publikum spielen. Immer häufiger wird der Zuschauer aktiv, er spricht und kann auf die Darstellung reagieren. Das Publikum ist wieder lauter, lebendiger und fordernder geworden.⁹ Gegessen und getrunken wird ja schon seit einiger Zeit (Eis, Popcorn, Softgetränke, Alkohol), oft kommt es zum Wortwechsel mit dem Couchnachbarn, aber jetzt meldet sich das Publikum auch auf der Bühne laut zu Wort. Es greift in das Geschehen ein, wählt ab oder lässt wieder einziehen, kommentiert per Fax und E-mail, bewertet im Internet und ruft über den Zaun des *Big Brother* Hauses.

Fordert das Publikum von *Big Brother* nun „Authentizität“ vom Darsteller, dann müsste nach dem bislang Gesagten (siehe Abschnitt 2) einsichtig sein, dass nicht eine in Szene gesetzte „einfache“ Authentizität nachgefragt wird – „Du, ich möchte Dir jetzt

gerne sagen, was mich innerlich so aufgeregt hat“ –, sondern Gesichter, die Schaufenster von Gefühlen sind, damit das Publikum weiß, was es damit anfangen kann. Wenn man so will: derjenige wird als authentisch beurteilt, der die gesellschaftlich geschaffene und medial verbreitete Maske der Authentizität glaubhaft vor sein Gesicht halten kann, also Authentizität glaubhaft ‚geben‘ kann. Die Akteure sind auf diese Weise mit der paradoxen Aufgabe betraut, glaubhaft darzustellen, dass sie nicht darstellen. Oder anders: „Im Leben dürfen Rollen nicht wahrhaben, Rollen zu sein und müssen Identitäten zu sein behaupten, sogar wenn Identitäten in keiner anderen Form als der von Rollen verfügbar sind“ (BAUMANN 1994, S. 240).

Aber diese Entwicklung hat noch eine andere Pointe: Die Forderung nach einer Darstellung des Nicht-Dargestellten in der Öffentlichkeit mit Hilfe der von der Gesellschaft hierfür bereit gestellten und medial vertriebenen Masken des Authentischen zeigt, dass die Darsteller die Öffentlichkeit gerade nicht mit ihrer Intimität, d.h. ihrem versteckten Innersten tyrannisieren (vgl. SENNETT 1983), sondern dass sie auf diese Weise die öffentliche Darstellung und das öffentliche Sprechen über Emotionen wieder möglich machen. Erleben wir mit *Big Brother & Co* vielleicht das Comeback des Public Man, des Menschen also, der in der Öffentlichkeit mit Hilfe der aus den Leitmedien entliehenen Gebärden, Symbolen und Zeichen eine Verständigung unter Fremden erreichen konnte, ohne sich zu entblößen? Und das wäre wirklich etwas Neues – und noch nicht einmal das Schlechteste.

Literatur

- ARIÈS, P. (1985): *Eine Geschichte der Privatheit*. In: Ästhetik und Kommunikation, 1985, Heft 57/58, S. 11–20
- ARIÈS, P. / G. DUBY (1992) (Hrsg.): *Geschichte des privaten Lebens*. 5 Bde. Frankfurt a.M.: Fischer
- BAUMAN, Z. (1994): *Privatgespräche vor Millionen*. In: Merkur, 1994, Heft 3, S. 237–248
- DUBY, G. (1993): *Private Macht, öffentliche Macht*. In: P. ARIÈS / G. DUBY (Hrsg.): *Geschichte des privaten Lebens*. Bd. 2. Frankfurt a.M.: Fischer, S. 17–45
- ELIAS, N. (1977): *Über den Prozeß der Zivilisation*. 2 Bde. Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- EKMANN, P. (1989): *Weshalb Lügen kurze Beine haben*. Berlin: de Gruyter
- FISCHER-LICHTE, E. (1995): *Theatralität. Theater als kulturelles Modell in den Kulturwissenschaften*. Antrag auf Einrichtung eines Schwerpunktprogrammes. Mainz
- FROMM, B. (1999): *Privatgespräche vor Millionen*. Fernsehauftritte aus psychologischer und soziologischer Perspektive. Konstanz: UVK Medien

⁷ Zum Prozess der Trennung von Darsteller und Zuschauer siehe SENNETT 1983, S. 252–280.

⁸ Hier sei nur daran erinnert, dass auch das Schweigen den Zuschauern erst Schritt für Schritt abgerungen werden musste. Mitte des 18. Jahrhunderts war es z.B. durchaus üblich, dass im Theater nicht nur reichlich und beherzt gegessen und getrunken, sondern auch massiv und öffentlich mitagiert wurde. „Betrachten wir die Bühne zu dieser Zeit, so finden wir da nicht nur Schauspieler, sondern auch zahlreiche Zuschauer versammelt (...), die ihren Platz auf der Bühne eingenommen haben. Und je nach Lust und Laune stolzieren die unbekümmerten Jünglinge auf der Bühne umher und winken den Freunden in den Logen zu. (...) Wenn ein Schauspieler oder eine Schauspielerin an eine solche ‚Pointe‘ gelangte, trat er oder sie an den Bühnenrand, direkt vor das Publikum, und rezitierte die nun folgenden Verse in die Menge hinein. Das Publikum reagierte entweder mit Johlen und Pfeifen oder, wenn der Schauspieler seine Sache gut gemacht hatte, mit Tränen, Gekeusch, Ohnmacht, die nach Wiederholung verlangte. Das konnte sieben- oder achtmal nacheinander geschehen: ein unverzügliches ‚Da Capo‘ außerhalb der dramatischen Handlung“ (SENNETT 1983, S. 104ff.).

- GÖTZ, M. (2000): *Die Funktionen von Big Brother für Kinder und Pre-Teens*. In: F. WEBER (Redaktion): *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time*. Münster: Lit Verlag, S. 253-269
- GOFFMAN, E. (1969): *Wir spielen alle Theater*. Die Selbstdarstellung im Alltag. München: Piper
- GOFFMAN, E. (1974): *Das Individuum im öffentlichen Austausch*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- HABERMAS, J. (1976;1990): *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- IVANYI, N. (2000): *Spuren medialer Inszenierung im Alltag*. Institutionen als Mediatoren zwischen Medien- und Alltagswelt am Beispiel der Traumhochzeit. Manuskript. Essen
- LUCKMANN, T. (1976): *Kulturkreis und Wandel der Intimsphäre*. In: J. SCHLEMMER (Hrsg.): *Der Verlust der Intimität*. Stuttgart, S. 42-53
- MIKOS, L. u.a. (2000): *Im Auge der Kamera*. Das Fernseh ereignis Big Brother. Berlin: Vistas
- PLESSNER, H. (1982): *Ausdruck und menschliche Natur*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- REICHERTZ, J. (2000): *Die frohe Botschaft des Fernsehens*. Kulturwissenschaftliche Untersuchung medialer Diesseitsreligion. Konstanz: UVK Medien
- RHEINGOLD INSTITUT FÜR QUALITATIVE MARKT- UND MEDIENANALYSEN (2000a): *Big Brother - Die Puppenstube der Erwachsenen*. Pressemitteilung
- RHEINGOLD INSTITUT FÜR QUALITATIVE MARKT- UND MEDIENANALYSEN (2000b): *Big-Brother-Phänomen Zlatko: Sumpflüte aus dem Container oder Forrest Gump der @-Generation?* Pressemitteilung
- RIESMAN, D. u.a. (1958): *Die einsame Masse*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt
- SENNETT, R. (1983): *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens*. Die Tyrannei der Intimität. Frankfurt a.M.: Fischer
- SENNETT, R. (1998): *Der flexible Mensch*. Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin: Berlin Verlag (Original 1977)
- SOEFFNER, H.-G. (2000): *Gesellschaft ohne Baldachin*. Weilerswist: Velbrück
- STÄHEL, U. (2000): *Big Brother: das Experiment „Authentizität“*. In: F. BALKE / U. STÄHLI (Hrsg.): *Big Brother*. Beobachtungen. Bielefeld: transcript, S. 55-78
- STRAUSS, A. (1974): *Spiegel und Masken*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- TRILLING, L. (1983): *Das Ende der Aufrichtigkeit*. Frankfurt a.M.: Ullstein
- WEBER, F. (2000) (Redaktion): *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time*. Münster: Lit Verlag
- ZIMMERMANN, H. (2000): *Kommunikationsmedien und Öffentlichkeit: Strukturen und Wandel*. In: K. NEUMANN-BRAUN / S. MÜLLER-DOOHM (Hrsg.): *Medien- und Kommunikationssoziologie*. Weinheim: Juventa Verlag, S. 41-54