

Ein Experiment wie mit Ratten?

Big Brother und die “Moraldebatte”

Aus: Martin K.W. Schweer / Christian Schicha / Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.) (2002): Das Private in der öffentlichen Kommunikation. „Big Brother“ und die Folgen. Köln, S. 105-132

Zusammenfassung

Kaum eine Sendung hat in den letzten Jahren eine derartig kontroverse öffentliche Debatte und “moralische Panik” (MIKOS 2000) ausgelöst, wie die von RTL II ausgestrahlte Sendung Big Brother, die für die Einen als “Voyeurismus” und “Spanner-TV” abqualifiziert worden ist und für die Anderen als das innovative TV-Ereignis des Jahres 2000 bewertet wurde.

Es erfolgt eine Auseinandersetzung mit der Moraldebatte um das Sendeformat Big Brother u.a. unter dem Aspekt der Menschenwürde, die nach Auffassung prominenter Politiker und Kirchenvertreter durch die Ausstrahlung der Sendung verletzt worden sei. Es wird untersucht,

- ob die Bewohner zu Objekten herabgewürdigt worden sind,
- ob die Freiwilligkeit der Kandidaten bei der Beteiligung am Big Brother-Experiment gewährleistet ist und
- ob die konkreten Inhalte der Sendung ggf. Anstoß zu einer moralischen Beanstandung geben.

In Anlehnung an mehrere Rechtsgutachten, die von RTL II und den Landesmedienanstalten in Auftrag gegeben worden sind, wird die Auffassung vertreten, dass eine Verletzung der Menschenwürde durch die Ausstrahlung der ersten beiden Staffeln von Big Brother bislang nicht nachgewiesen werden konnte.

Kritische Anmerkungen zum Sendeformat beziehen sich hingegen auf den Aspekt der Authentizitätsillusion und das Eingreifen der RTL II-Regie in den Handlungsablauf des Programms. Abschließend werden Fragen von moralisch bedenklichen Entwicklungen und Grenzen im Rahmen einer kommerziell ausgerichteten Medienberichterstattung angesprochen

und die unter Datenschutzgesichtspunkten tatsächlich vorherrschenden gesellschaftlichen Probleme in der "realen" Welt problematisiert.

Einleitung

Big Brother ist ein Sendeformat, in dem Alltagskandidaten in einer nach fernsehtauglichen Kriterien kreierten künstlich inszenierten Situation auftreten, in der (zumindest vordergründig) nicht ein Drehbuch die Regeln vorgibt, sondern eine Kommunikation zwischen den Teilnehmern in lebensweltlichen Alltagssituationen spontan stattfindet. Das Konzept ist auf dramatische Effekte hin ausgerichtet, das durch die "Spielregeln" in Form der Nominierung, der "Wochenaufgabe", durch Einschränkungen der Lebensqualität u.a. durch ein geringes Haushaltsbudget und die Belegung auf engstem Raum Auseinandersetzungen zwischen den teilnehmenden Kandidaten erzeugen will, die nach dem Prinzip der "maximalen Kontrastierung" ausgewählt worden sind. Dabei sind möglichst unterschiedliche Typen zusammen gestellt worden, um das Konfliktpotenzial im Container zu erhöhen.

Big Brother ist zweifellos das größte Fernsehereignis des Jahres 2000 gewesen, das es geschafft hat, für den deutschen Fernsehpreis nominiert zu werden und in nahezu allen Boulevard- und Qualitätsmedien ein enormes Echo erreichte. Der ökonomische Erfolg der Produktionsfirma Endemol und RTL II ist beeindruckend. Im Juni 2000 wurde eine Gewinn-Bilanz präsentiert, aus der hervorging, dass Endemol von RTL mehr als 18 Millionen Mark erhalten hat. Von RTL 2 wurde ein Gewinn von rund 23 Millionen Mark erwirtschaftet. Einschaltquoten von drei bis vier Millionen Zuschauern während der ersten Staffel waren die Regel. Allein die Merchandisingeinnahmen werden auf 15 Millionen Mark geschätzt und die Einkünfte des Ex-Kandidaten Slatko werden auf rund 2,5 Millionen Mark veranschlagt (vgl. NAUMANN-BRAUN/SCHMIDT 2000, S. 67f.). Der Erfolg wurde jedoch langfristig strategisch vorbereitet. Bereits im Vorfeld wurde massiv für die Sendung geworben: „Befeuert wurde dieser unglaubliche Medienhype durch ein geschicktes und in dieser Perfektion bis dato noch nicht dagewesenes Marketing, das den Kult um „Big Brother“ kräftig mitinszenierte.“ (WENGER 2000, S. 81)

Die Zahl der Bewerber, die als Kandidat oder Kandidatin bei Big-Brother mitwirken wollten, stieg von 20.000 Personen vor der ersten Staffel auf bis zu 70.000 Bewerber bei der zweiten

Staffel an.¹ Das Format ist inzwischen – mit unterschiedlichem Erfolg – auch in Spanien, Großbritannien, Dänemark, Norwegen und den USA ausgestrahlt worden (vgl. MIKOS 2000).

Bislang wurden in Deutschland drei Staffeln ausgestrahlt, wobei mittlerweile eine Reihe von Anschlussformaten konzipiert worden sind, die parallel ausgestrahlt werden bzw. bereits gesendet worden sind.²

Bevor auf die emotional aufgeheizte “Moraldebatte” eingegangen wird, sollen zunächst stichwortartig einige Vermutungen skizziert werden, warum die Sendung (zunächst) eine derartig breite öffentliche Resonanz erzielte:

- Das Big-Brother-Konzept lässt sich nicht als eine homogene Fernsehgattung beschreiben, sondern kann als “Hybridgenre” klassifiziert werden. Neben Elementen einer Spielshow und einer Serie finden sich auch Teile einer Talkshow und einer Dokumentation wieder (vgl. BOHRMANN 2000, S. 5). Durch diese Elemente gewinnt das Konzept an Abwechslungsreichtum und Spannung.
- Bereits im Vorfeld zur ersten Staffel fanden heftige kontroverse Debatten statt, die die Aufmerksamkeit an der Sendung weckten.
- Es wurde von Senderseite eine offensive Werbekampagne gestartet, die Tabubrüche und Grenzverletzungen ankündigte. Die Neugierde auf der Rezipientenseite war geweckt.
- Der Start und Verlauf der Staffel wurde von allen Medien von der BILD-Zeitung bis hin zum SPIEGEL intensiv und kontinuierlich kommentiert. Es fanden selbstreferenzielle Prozesse und Synergieeffekte im Rahmen der Berichterstattung statt, die während der gesamten “Spieldauer” und darüber hinaus angehalten haben.³ Ausgeschiedene

¹ Es fand ein für Schauspieler übliches Casting statt, wo die “Fernsehtauglichkeit” und Belastbarkeit der potenziellen Kandidaten getestet wurde. Darüber hinaus standen vor und während der Ausstrahlung der Staffel Psychologen und Mediziner zur Verfügung, um im Notfall eingreifen zu können.

² Inzwischen zeichnet sich jedoch aufgrund des Übersättigungseffektes von Big Brother und den verwandten Formaten eine abnehmende Zuschauerresonanz ab, wodurch die Werbepreise im Umfeld der Sendung erheblich gesunken sind und die Programme zum Teil abgesetzt oder auf unattraktivere Sendeplätze verlegt worden sind. Weitere “Psychoformate” sind bereits ausgestrahlt worden. Dazu gehören *Geld für Dein Leben* (TM3), *Das Inselduell*, *GirlsCamp* (SAT 1), *Expedition Robinson*, *To Club* (RTL 2), *Der Maulwurf* (PRO 7) und *House of Love* (RTL). Weiterhin angekündigt sind *Taxi orange* (SAT 1) und *Diät Duell* (RTL 2). Da das Angebot der Big Brother-Nachfolgeformate die Nachfrage deutlich übersteigt, lässt sich konstatieren: “Inflation ist das Ende des Quotenbringers.” (Feldmeier 2000, S. 152)

³ Während die Boulevardmedien - wie gewohnt - in erster Linie plakativ und polarisierend über die vermeintlichen Skandale und Hintergründe im Big-Brother-Haus und über das Umfeld der Bewohner berichteten, haben die Qualitätsmedien eine eher kritische, bisweilen ironische Berichterstattung betrieben. Auch die Wissenschaft hat erstaunlich schnell reagiert. Als erste haben Lothar Mikos u.a. die Monographie “Im Auge

Kandidaten besuchten zahlreiche Talkshows in anderen Fernsehsendern. Über das soziale Umfeld der Bewohner (Freunde, Familie) wurde in Anschlussdiskursen permanent berichtet.

- Die Zuschauer konnten sich mit der Lebenswelt von Alltagsakteuren identifizieren, die im Gegensatz zu Schauspielern keine Rolle nach Drehbuch spielen, sondern ihr (vermeintlich) reales Leben zeigen. Zudem wird der Eindruck suggeriert, dass jeder Mensch durch die Präsenz im Fernsehen zum Star werden kann (vgl. BRUNST 2000).
- Das professionelle Kult-Marketing von Merchandising-Artikeln, Werbekampagnen bis hin zur Internetkommunikation hat dazu beigetragen, dass eine Zuschauerbindung in Form einer "Pseudopartizipation" erreicht wurde (vgl. SIEGERT 2000, NIELAND 1999).⁴

Zusammenfassend verfügte Big Brother über einen hohen Unterhaltungswert und ermöglichte den Zuschauern neben der Befriedigung der eigenen Neugierde auch Orientierung sowie Lust am Spiel.⁵

Moraldebatte

"Für mich ist das (Big Brother, C.S.) ein Experiment, das bei Ratten den Tierschutz auf den Plan rief." (Kurt Beck, SPD)⁶

der Kamera" vorgelegt, wo die Hälfte der ersten Staffel unter dem Aspekt der Inszenierungsstrategien, zum Mischverhältnis zwischen sozialer und medialer Wirklichkeit, der Rezeption und zum kontroversen Diskurs ausgewertet worden ist. Der LIT-Verlag Münster hat den Sammelband "Big Brother – Inszenierte Banalität zur Prime-Time" auf den Markt gebracht, wo sich neben Kommunikationswissenschaftlern und Journalisten auch Politiker und Vertreter der Landesmedienanstalten zu Wort gemeldet haben. Dort geht es um allgemeine Medientheorien, Vorläufer- und Nachfolgeformate, empirische Forschung und politische Standpunkte. Das Buch "Big-Brother. Beobachtungen" (Friedrich Balke / Gregor Schwering / Urs Stäheli (Hrsg.)) richtet seinen Fokus auf die "Versuchsanordnungen" des Big Brother Experimentes, widmet sich dem Phänomen des visuell ausgerichteten Voyeurismus und skizziert den Diskurs zum Themenkomplex "Privatheit versus Öffentlichkeit".

⁴ Neben dem puren Voyeurismus wird den passiven Zuschauern durch das "Big-Brother"-Konzept der Eindruck vermittelt, dass sie das Programm via TV und Internet nicht nur rezeptiv konsumieren, sondern durch ihre selektive Wahlentscheidung gegen bestimmte Kandidaten aktiv in das "Spielgeschehen" eingreifen können. Während sich die Kandidaten durch ihr Verhalten unter millionenfacher Beobachtung blamieren können, gehen die Zuschauer kein Risiko ein. Sie entscheiden anonym und sind nicht in das Geschehen involviert. Sie dürfen entscheiden, wer das Haus verlassen soll. Zugleich müssen sie ihre Wahl weder rechtfertigen, noch begründen. Sie können sich bequem im Fernsehsessel zurücklehnen und ihren "Triumph" auskosten, wenn der Kandidat oder die Kandidatin das Haus verlassen muss, den sie nicht mehr sehen wollen.

⁵ Dies waren die zentralen Punkte, die Jürgen Grimm aus einer Untersuchung auf der Jahrestagung des Netzwerk Medienethik am 8.2.2001 mit dem Titel "Big Brother macht Bilder – Ethische Fragen zur Bildkonstruktion des Realitätsfernsehens im multimedialen Raum" in München vorstellte.

⁶ Dieser völlig überzogene Vergleich übersieht, dass Menschen stets im Rahmen bestimmter Regeln agieren und eine Mischung auf Fremd- und Eigensteuerung völlig normal ist. Es kann sicherlich über die moralischen

Die moralisch aufgeladene öffentliche Debatte sorgte dafür, dass das Interesse an der Sendung bereits im Vorfeld der bundesdeutschen Ausstrahlung gewachsen ist.

Kaum ein prominenter Politiker oder Vertreter gesellschaftlich relevanter Gruppen hat auf ein Statement zu Big Brother verzichtet. Neben zumeist negativen Äußerungen des Bundespräsidenten, des Bundesaußenministers, zahlreicher Ministerpräsidenten und einer Reihe von Bundestagsabgeordneten zum Phänomen Big Brother gab es positive Voten aus den Reihen der FDP. Jürgen W. Möllenmann hat sich eine Woche vor der nordrhein-westfälischen Landtagswahl 2000 in der Sendung "Big Brother: Der Talk" für die Ausstrahlung der ersten Staffel ausgesprochen. Der unmittelbare "face to face"-Kontakt mit den Bewohnern des Containers wurde während der zweiten Staffel von FDP-Generalsekretär Guido Westerwelle gesucht, der den Big Brother-Container unter dem Vorwand betreten hat, mit den Jugendlichen über Politik diskutieren zu wollen.⁷

Primär bestimmten jedoch die negativen Reaktionen auf das Fernsehformat Big Brother, vor allem die Äußerungen der Politiker, sowie Vertreter gesellschaftlich relevanter Gruppen – insbesondere aus dem Kreis der Kirchenverbände und der Landesmedienanstalten – die öffentliche Debatte:

- Der Vorsitzende der Rundfunkkommission, Ministerpräsident Kurt Beck (SPD) aus Rheinland-Pfalz, sah die Menschenwürde durch Big Brother gefährdet und plädierte in einem Schreiben an die LPR Hessen dafür, die Ausstrahlung der Sendung zu verbieten (vgl. Frankfurter Rundschau vom 24.1.2000, S. 14).
- Der hessische Ministerpräsident Roland Koch (CDU) vertrat die Auffassung, dass bei Big Brother "Menschen wie Labormäuse behandelt werden".
- Bundesinnenminister Otto Schilly (SPD) hielt die Sendung für den "schlimmsten Verstoß gegen die Menschenwürde seit 1945" (zit. nach WILLEMSSEN 2000, S. 47).

Grenzen der artiger Formate diskutiert werden, aber die Handlungsautonomie der Kandidaten war bei Big Brother bislang nicht gefährdet (vgl. KATZ 2001, S. 205).

⁷ Nach 35 Minuten hat er die Wohngemeinschaft dann wieder verlassen. Die Kandidaten freuten sich weniger über seine Ausführungen zum Thema rechte Gewalt, sondern richteten ihren Blick primär auf den mitgebrachten Geschenkekorb, in dem sich neben dem neuesten Harry Potter-Band zahlreiche alkoholische Getränke befanden, die dann beim Erscheinen des FDP-Politikers auch unverzüglich geleert wurden. Vgl. zu den Politikerauftritten bei Big Brother weiterführend den Beitrag von Brosda in diesem Band.

- Staatssekretär Siegmund Mosdorf (SPD) bezeichnete die TV-Show als “skandalös” und niveaulos.
- Die stellvertretende Vorsitzende der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, Maria Böhmer, befürchtete einen Angriff auf die Menschenwürde und forderte auf der ersten Seite der BILD am Sonntag: “Schluss mit Big Brother!” Ihr Plädoyer für ein Verbot der Show begründete sie damit, dass Kandidaten wie Zuschauer vor sich selbst geschützt werden müssten, um zu vermeiden, dass sie - überspitzt formuliert - einem diabolischen Cocktail aus Medienpräsenz und Mammon verfallen.
- Der Ministerpräsident von Nordrhein-Westfalen, Wolfgang Clement (SPD), gelangte in einer von den Grünen beantragten Landtagsdebatte zu dem Ergebnis, dass Fernsehsendungen zwar prinzipiell nicht präventiv verboten werden dürften, zugleich betonte er, dass die Politik “[...] nicht tatenlos zusehen (dürfe), wenn in dieser Sendung Menschen in menschenunwürdiger Weise dargestellt werden”.
- Der grüne Abgeordnete Roland Appelt aus Nordrhein-Westfalen rief gar zu einem Boykott von Artikeln auf, für die im Umfeld der Sendung geworben wird.
- Der ARD-Vorsitzende Peter Voß bezeichnete Big Brother als “Menschenzoo”.
- Der Generalsekretär des Zentralkomitees der deutschen Katholiken, Stefan Vesper, klassifizierte Big Brother als “Menschenexperiment”.
- Der inzwischen zum Kardinal beförderte Bischof Lehmann sprach in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vom 13.3.2000 von einem “schamlosen Enthüllungsjournalismus”.

Die Medienberichterstattung war bei der Bewertung des Sendeformates ebenfalls nicht zimperlich. So war von “Schlüsselloch-TV”, “Spanner-TV”, “Gaffer-Show”, “Voyeurismus” und “totaler Überwachung” die Rede. Vergleiche mit Konzentrationslagern im Zusammenhang mit Big Brother waren - wie Frotscher (2000) zutreffend bemerkt - nicht nur geschmacklos, sondern in Hinblick auf die Geschichte der Konzentrationslager eine “geradezu skandalöse Fehlbezeichnung”. Auch die Bezeichnungen “Käfighaltung” oder “Tierexperiment” im Zusammenhang mit Big Brother sind unangemessen in Hinblick auf das Gezeigte. Keiner wird gezwungen, sich beim Big Brother zu beteiligen oder gegen seinen Willen einsperren zu lassen.

Jede negative Äusserung von prominenter Seite wurde im Verständnis eines “Skandalmarketing” (MEIER 2000, S. 2) von RTL II dankbar aufgegriffen: “Die chaotisch erzählte Nicht-Story wird für den Sender zum Imageträger, indem sie ihm einen rebellischen Appeal verleiht. RTL II hat gut davon gelebt, Tabus zu verletzen und erregte Dispute zu provozieren, und der Sender hat sich geschickt in eine Robin-Hood-Rolle manövriert, um aus der Aufregung den größtmöglichen Profit zu schlagen.” So wurden die Kritiker zu unfreiwilligen Helfern der Big Brother-Macher, die aus der Ablehnung des Sendekonzepts eine erfolgreiche Marketingstrategie entwickelten (MIKOS 2000).

*Verstößt Big Brother gegen die Menschenwürde?*⁸

“Die Würde des Menschen ist unantastbar.” (Art. 1 GG)

Sofern eine Fernsehsendung unter Berücksichtigung aller Umstände die Menschenwürde verletzt, muss die Staatsgewalt eingreifen. Eine Vorabkontrolle von Programmformaten oder ein präventives Verbot von Programmen ist in der Regel nicht durchsetzbar, es sei denn, es wird z.B. zur Gewalt gegen Menschen aufgerufen oder eine Verletzung des Jugendschutzes ist zu erwarten (vgl. DÖRR 2000, S. 89). Derartige Befürchtungen haben sich jedoch als unbegründet erwiesen. Da kein deutsches Gesetz durch die Ausstrahlung von Big Brother verletzt wurde, gab es keinen Handlungsspielraum für eine Absetzung der Sendung. Auch die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat nichts gegen das Programmformat unternehmen können, da erst nach Sendebeginn potenzielle Rechtsverstöße hätten geahndet werden können, die faktisch jedoch nicht eingetreten sind.⁹

Die in Art. 1 des Grundgesetzes verankerte Menschenwürde stellt den obersten Wert unserer Verfassung dar. Das Grundgesetz stellt den Schutz der Würde des Menschen über den des Lebens, das in Fällen der Notwehr oder zur Verteidigung des Staatsgebietes in bestimmten Fällen zur Disposition stehen kann. Die Preisgabe der Menschenwürde darf der Staat

⁸ Der Begriff der Würde ist in der Medienberichterstattung über Big Brother und Reality-Formate im allgemeinen der „am meisten strapazierteste Begriff“, wie RTL II-Geschäftsführer Josef Andorfer (2001) betont. In etwa 60.000 Berichten wurde er eigenen Recherchen zufolge etwa 50.000-mal benutzt.

⁹ Bei der Gemeinsamen Stelle Jugendschutz und Programm der Landesmedienanstalten fand am 14.3.2000 bei der LPR Hessen eine Abstimmung statt, in der beschlossen wurde, nicht rechtsaufsichtlich gegen Big Brother tätig zu werden. Als Maßstab zur juristischen Beurteilung wurde die bereits ausgestrahlte niederländische

hingegen nicht einfordern. “Mithin handelt es sich um einen unbestimmten, aber gerichtlich voll nachprüfbaren Rechtsbegriff ohne Beurteilungsspielraum, der nicht absolut, sondern immer nur in Ansehung des konkreten Falles bestimmt werden kann.” (FROTSCHER 2000, S. 37)

Jeder Eingriff in die Menschenwürde ist verfassungswidrig. [...] Aus dem Prinzip der Menschenwürde wird zunächst abgeleitet, “[...] dass der Staat den individuellen, selbstbestimmten und bestimmbaren Lebensentwurf zu respektieren hat, weil jeder Mensch ein Recht darauf hat, nach seiner facon selig zu werden” (DÖRR 2000, S. 31).

Es geht also um das Recht zur freien Selbstbestimmung. Und wenn sich ein Teilnehmer in der Hoffnung auf Ruhm und Geld selbstbestimmt und ohne Zwang auf eine Kandidatur bei Big Brother einlässt, hat er sein Recht auf Selbstbestimmung wahrgenommen. Es wäre vielmehr nicht zu tolerieren, ihm das ohne gute Gründe zu verbieten.

Mobbing

Grundsätzlich bemängelt wurde von der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten, dass Big Brother auf den Voyeurismus der Zuschauer hin ausgerichtet sei, die Teilnehmer auf “Objekte in einem scharf eingegrenzten Schaukasten” (ALM 2000, S. 11) reduziert worden seien und "mobbing" propagiert worden sei. Dazu Schultz (2000): “Solidarität unter den Teilnehmern wird weitgehend blockiert, Kooperation zwar gefordert, doch unter Bedingungen scharfer Konkurrenz ließen sich Intrigen, gegenseitige Verdächtigungen, Heuchelei und strategische Freundschaften geradezu heraufbeschwören.” Insofern befinden sich die Kandidaten in einer permanenten Stresssituation, die über die Dauerbeobachtung noch hinausgeht.

Die ehemalige Rundfunkbeauftragte der evangelischen Kirche Johanna Haberer (2000) hält die Grenze der moralisch zu akzeptierenden Fernsehunterhaltung durch Big Brother für überschritten. Ihr Dambruchargument besagt, dass Überwachung und Rauswurf im Big Brother Haus als harmlos erscheinen und damit die Schwelle für die Wahrnehmung des Problems gesenkt wird. Wenn Mobbing als Gesellschaftsspiel durch das Fernsehen hoffähig wird, dann – so ihre Kritik – steht nicht Integration sondern Selektion als Maßstab für das

Handeln beim zwischenmenschlichen Umgang bereits bei Kindern und Jugendlichen im Vordergrund.

Kandidaten als Objekte?

Bei dem Versuch der Operationalisierung der Menschenwürde hat sich die durch das Bundesverfassungsgericht definierte "Objektformel" inzwischen durchgesetzt (vgl. BVerfG 87, S. 209/228): "Mit der Menschenwürde ist der soziale Wert- und Achtungsanspruch des Menschen verbunden, der es verbietet, den Menschen zum bloßen Objekt des Staates zu machen oder ihn einer Behandlung auszusetzen, die seine Subjektqualität prinzipiell in Frage stellt. Menschenwürde in diesem Sinne ist nicht nur die individuelle Würde der jeweiligen Person, sondern die Würde des Menschen als Gattungswesen. Jeder besitzt sie, ohne Rücksicht auf seine Eigenschaften, seine Leistungen oder seinen sozialen Status. Sie ist auch dem eigen, der aufgrund seines körperlichen oder geistigen Zustands nicht sinnhaft handeln kann. Selbst durch unwürdiges Verhalten geht sie nicht verloren."

Es ist also zu klären, ob die Kandidaten im Big Brother Container als Objekte missbraucht worden sind. Trotz der restriktiven Spielregeln scheint die Selbstbestimmung und Handlungsautonomie der Teilnehmer insbesondere hinsichtlich des eigenen Verhaltens während der "Spielzeit" und durch die Möglichkeit des freiwilligen Ausscheidens gewährleistet zu sein. Sie werden zu keinerlei Handlungen gezwungen und verlieren nicht ihren Subjektcharakter.

Zur Vermischung zwischen Öffentlichem und Privatem

Weiterhin - so die Kritik - würden die Grenzen zwischen Privatem und Öffentlichem Raum bei Big Brother verwischt. Die Distanz und der Respekt vor der Intimität gehe so verloren. Das Schamgefühl werde verletzt (vgl. BASTIAN 2000).

In einem Rechtsgutachten, das die Bayrische Landeszentrale für neue Medien (BLM) in Auftrag gegeben hat, hält der Gutachter Udo di Fabio Sendungen, die dem Big Brother Konzept folgen, für problematisch. Der Grund liegt darin, dass Menschen zu Beobachtungszwecken instrumentalisiert werden und dadurch die Grenzen zwischen Öffentlichkeit und Privatheit durch das Muster der Sendung systematisch überschritten wird. Aufgrund dieser Ausrichtung könne der Eindruck verfestigt werden, dass die Intimität von

Menschen eine "handelbare Ware sei". Die Motivation, sich für die Aussicht eines finanziellen Gewinnes bis in den Intimbereich hinein einer öffentlichen Beobachtung auszusetzen, sei fragwürdig.

Das Moment mangelnder Rückzugsmöglichkeiten für die Kandidaten im Big Brother Container wurde u.a. von der Juristin Ulrike Hinrichs (2000) kritisiert.¹⁰ Die Aufzeichnung der Nachtruhe mit Infrarotkameras erinnerte die Autorin an Tierversuche. Bereits die Dauerbeobachtung als solche widerspreche dem Menschenbild des Grundgesetzes. Das Gesamtkonzept, den einzelnen Kandidaten als Mittel zum Zweck zu benutzen, als "Marionette eines Gewinnspiels" hält sie ebenfalls für unzulässig. Die Autonomie des Einzelnen sei überschritten worden. Selbst die Einwilligung der Kandidaten ermögliche noch keine menschenunwürdige Behandlung der Bewohner.

Die Risiken der freiwilligen Isolation und der Beobachtung

Neben mehreren weiteren Rechtsgutachten kam jedoch auch Di Fabio zu dem Schluss, dass die Menschenwürde durch die konkrete Umsetzung des Big Brother Konzeptes in Deutschland bislang nicht beeinträchtigt worden ist. Der Jurist Mark D. Cole (2001) hat auf einer Tagung zum Thema "Mediale Selbst-Darstellung und Datenschutz" die Ergebnisse einer eigenen Studie unter dem Aspekt "Privatheit und Recht am Beispiel von Big Brother" skizziert, die in der Publikation von Dörr (2000) zusammengefasst worden sind. Er wies zunächst darauf hin, dass die Kandidaten über die Regeln und den Ablauf der Sendung umfassend informiert worden sind. Sie haben einen entsprechenden Vertrag bei einem Notar abgeschlossen und konnten das Haus jederzeit ohne Angabe von Gründen freiwillig verlassen, ohne dadurch finanzielle Verluste in Kauf nehmen zu müssen und diese Möglichkeit haben viele Kandidaten sowohl der ersten, als auch der zweiten Staffel bereits genutzt. Insofern wurde das Selbstbestimmungsrecht der Kandidaten angemessen berücksichtigt.¹¹ Da die Bewohner juristisch eingewilligt haben, dass ihr Verhalten während der Staffel gesendet wird, mussten sie auch mit den Konsequenzen leben, denn: "Das allgemeine Persönlichkeitsrecht

¹⁰ Auf Initiative der Landesmedienanstalten wurden die Kameras in den beiden Schlafräumen des Containers schließlich in der Zeit zwischen 9 – 21 Uhr für eine Stunde am Tag abgeschaltet, um den Kandidaten eine beobachtungsfreie Phase zu ermöglichen.

¹¹ Die Produktionsfirma Endemol zeigte ab dem 13.2.2000 im Privatsender SBSG die Reihe "Der Bus", wo elf Kandidaten 100 Tag lang in einem Spezialbus durch die Niederlande reisten und ebenfalls unter permanenter Kamerabewachung standen. Als Motivation, sich der Fahrt anzuschließen, winkte ein Preisgeld von umgerechnet 880.000 DM, das der Kandidat erhielt, der als letzter den Bus verließ. Die Teilnehmer mussten sich allerdings mit 6000 Gulden in das Spiel einkaufen. Diese Investition ist bei einem vorzeitigen Ausscheiden aus dem Bus verloren gegangen. Insofern war hierbei auch ein finanzielles Risiko vorhanden. In der deutschen Fassung von

schützt allerdings im allgemeinen auch nicht gegen unbesonnenes Verhalten: Die einmal erteilte Freigabe solcher Informationen kann nicht ohne weiteres zurückgenommen werden. Wer sein Privatleben als Mittel des Marketing und der Imagepflege einsetzt, kann sich nicht dagegen wehren, daß die von ihm preisgegebenen Informationen auch gegen ihn verwendet werden können.” (BRANAHL 1998, S. 188) Ob es jedoch zulässig war, die Emotionen der Kandidaten während des Verlaufs der ersten Staffel ohne ihr Wissen und ihre Einwilligung für Werbezwecke zu nutzen, darf jedoch bezweifelt werden.¹²

Selbstverständlich sind die volljährigen und mündigen Kandidaten beim Big Brother-Experiment auch Risiken eingegangen. Sie avancierten innerhalb kürzester Zeit zu Personen des öffentlichen Interesses und erhielten einen Prominentenstatus, der dazu führte, dass sich die Öffentlichkeit – insbesondere in Form der Boulevardmedien – für das Leben der Bewohner interessierte und auch unangenehme Details, z.B. bei der verschuldeten Sabrina, bekannt wurden. Dieser Grad an Bekanntheit stellt zweifellos die Schattenseite des gewünschten Ruhms dar.¹³

Die Isolation in einem abgeschotteten Haus ohne Zugang zum eigenen sozialen Umfeld und der Verzicht auf Medien wurde von den Bewohnern des Containers wissentlich und willentlich in Kauf genommen. Insofern kann von einer Gefangenschaft keine Rede sein: “Die Mitspieler bei dieser Sendung wurden nicht überrascht, quasi ‘hinterrücks’ in eine für sie emotional nicht zu bewältigende Situation gebracht; sie waren sich vielmehr immer bewusst, dass alle ihre Handlungen und Worte aufgezeichnet wurden. Sie wurden in der Steuerungsfähigkeit ihres Tuns nicht erkennbar beeinträchtigt, und die tägliche Ausstrahlung

Big Brother wurde die verschuldete Kandidatin Sabrina als Nachrückerin nominiert. Sie stand insofern ganz erheblich unter Druck, Kapital aus ihrer Medienpräsenz zu schlagen.

¹² So unterlegte ein Werbepartner von RTL 2 die Sequenzen der weinenden Kandidatin Manuela im Sprechzimmer in einem Spot für das eigene Produkt mit der Bemerkung “Einschalten statt losheulen”. Weiterhin wurde zumindest in der ersten Staffel nicht gewährleistet, dass die Kandidaten so abgeschottet wurden, wie es das Programmkonzept eigentlich vorsah. Die Rufe: “Manu raus”, die in unmittelbarer Nähe des Big Brothers Containers die Kandidaten akustisch erreichten, führten schließlich zu einer erheblichen Verunsicherung und zum Auszug einiger Bewohner.

¹³ Es gehören selbstgewählte Risiken zum notwendigen Kernbestandteil individualisierter Gesellschaften. Niemand würde auf die Idee kommen, riskante Sportarten oder eine ungesunde Lebensweise zu verbieten. Sowohl die Eheschließung als auch eigene Kinder erhöhen unter bestimmten Bedingungen das Armutsrisiko. Das Abschließen einer Versicherung, der Haus- oder Autokauf sind ebenfalls mit erheblichen Risiken verknüpft. Freiheitsentscheidungen ziehen demzufolge immer auch Freiheitseinschränkungen und Fehlentscheidungen nach sich (vgl. GREIS 2001). Das Selbstbestimmungsrecht und die Konsumentensouveränität stellen ein hohes Gut dar, das zu Recht nicht ernsthaft in Frage gestellt werden sollte. Gleichwohl fungieren prominente Künstler als Vorbilder, die aus kommerziellen Gründen ihre Person vermarkten und sich damit dem Risiko aussetzen, sich der Verfolgung durch die Presse auszusetzen, die sie ab einem gewissen Punkt nicht mehr steuern können. Diesem Risiko setzen sich auch die Big Brother Kandidaten aus.

ihres Lebens in dem Wohncontainer diene auch nicht der Herabwürdigung ihrer Person.”
(FROTSCHER 2000, S. 339)

Die Menschenwürde wäre vielmehr dann gefährdet gewesen, wenn das Recht auf persönliche Freiheit bzw. das Recht auf freie Meinungsäußerung dadurch behindert worden wäre, indem die Kandidaten daran gehindert worden wären, an der Big Brother Staffel teilzunehmen. Grundsätzlich hat natürlich jeder das Recht auf informationelle Selbstbestimmung und das Recht “in Ruhe gelassen zu werden”. Wenn sich eine volljährige und mündige Person hingegen entschließt, in die Öffentlichkeit zu treten und bis zu 100 Tagen Theater zu spielen, ist das ihr gutes Recht. Insofern, so der Jurist, liegt eine informierte Einwilligung vor. Zu ähnlichen Ergebnissen gelangt der Jurist Hubertus Gernsdorf (2000) in einem von RTL II in Auftrag gegebenem Gutachten zu Big Brother. Die Wahrung der Jugendschutzbestimmungen sei gewährleistet, die Kandidaten wurden nicht zu Objekten degradiert, da der freiwillige Verzicht auf die Privat- und Intimsphäre kein Verzicht auf Grundrechte darstelle.¹⁴ Die prinzipielle Subjektqualität bleibe durch die Aufrechterhaltung des Selbstbestimmungsrechtes der Bewohner grundsätzlich unberührt. Parallelen zu Peepshows seien ebenfalls nicht zu erkennen, bei denen das Bundesverwaltungsgericht einen Verstoß gegen die Menschenwürde der dort arbeitenden Frauen konstatiert hat: „Denn der die Peepshows kennzeichnende Automaten effekt, der die sich präsentierende Frau in der Tat zu einer Ware zu machen scheint, fehlt bei der Realityshow Big Brother. Es mangelt an einer vergleichbaren Austauschbeziehung, welche die Teilnehmer dieser Show als Gegenstände einer entpersonalisierten Vermarktung erscheinen lassen können. Die Teilnehmer verhalten sich wie Menschen, die sich in der Öffentlichkeit aufhalten.“(GERNSDORF 2000, S. 45) Die Kandidaten werden von den Zuschauern als vollwertige Subjekte wahrgenommen und sind namentlich bekannt. Sie verfügen über spezifische individuelle Eigenschaften und werden zu keinem Zeitpunkt entpersonalisiert (vgl. FROTSCHER 2000, S. 53). Aus den genannten Gründen ist Big Brother medienrechtlich nicht zu beanstanden.

Die Kandidaten als Ware ?

„Die KandidatInnen waren keine bedauernswerten Versuchsobjekte, sondern die für viele beneideten Medien-GewinnerInnen auf dem Weg zu jungen MillionärInnen.“ (Ronald Uden)

¹⁴ Auch Katz (2001) gelangt zu dem Ergebnis, dass die freiwillige Abschottung vor der Außenwelt daher keinesfalls einer „Freiheitsberaubung“ entspricht.

Der Direktor der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, Norbert Schneider, konstatiert, dass die Kandidaten bei Big Brother ausschließlich zum Zweck der Unterhaltung beobachtet werden und insofern instrumentalisiert werden. Dieser Kritik schließt sich auch Bohrmann (2000) an. Seiner Auffassung zufolge werden die Kandidaten aus kommerziellen Motiven heraus für Zwecke des Senders instrumentalisiert. Eine derartige Vermarktung wird den Kandidaten m.E. jedoch nicht aufgezwungen. Niemand zwingt sie, in den Container einzuziehen, als Werbeträger zu posieren oder eine CD aufzunehmen. Im Gegenteil ist es vielmehr so, dass dieser Effekt ja geradezu gewollt und durch spezifische Strategien angestrebt worden ist.¹⁵ Und gilt dieses Argument nicht für jeden Künstler?¹⁶ Die Kommerzialisierung des Menschen verstößt nur dann gegen die Menschenwürde, “[...] wenn die Menschen systematisch ihrer Subjektqualität beraubt sind und zum bloßen Objekt erniedrigt werden” (DÖRR 2000, S. 89). Und dies ist ggf. bei einem Peepshowauftritt der Fall, nicht jedoch bei Big Brother.

Sexualität

Ein weiteres Argument für eine Verletzung der Menschenwürde lag in dem Argument, dass ggf. zu erwarten sei, dass die Kandidaten sich zügelloser sexueller Ausschweifungen im Container hingeben würden, die dann abgefilmt werden und somit die Grenzen einer Tabuverletzung unter dem Aspekt des Jugendschutzes überschritten hätten. Obwohl es im Container offenkundig zum “Äußersten” gekommen ist, sind keinerlei Bilder zu sehen gewesen, die auch nur in Ansätzen den Jugendschutz tangiert hätten. Die entscheidenden Handlungen blieben - im wahrsten Sinne des Wortes - unter der Decke.¹⁷

Es wurden zwar Duschszenen gezeigt, um den Voyeurismus der Zuschauer zu befriedigen. Es blieb jedoch den Bewohnern selber überlassen, ob sie sich nackt zeigten oder nicht. Gleichwohl wurde versucht, körperbetonte Szenen zu initiieren. Eine Reihe von

¹⁵ Nicht ohne Grund hat Harry in der zweiten Staffel seine Gitarre in der Hoffnung auf eine musikalischen Karriere mit in den Container genommen. Und das Jürgen in der ersten Staffel für verschiedene Produkte Werbung gemacht hat, indem er ihre Logos in die Kamera gehalten hat, wird auch kein Zufall sein.

¹⁶ Ob die bislang veröffentlichten “Werke” der Big Brother-Kandidaten als Kunst klassifiziert werden können, soll an dieser Stelle nicht weiter diskutiert werden.

¹⁷ Bei den Zuschauern stand nicht die Sexualität im Mittelpunkt des Interesses, sondern die Gespräche im Container (vgl. Willemsen 2000). Bei den Anschlussformaten ‘GirlsCamp’ und ‘House of Love’ wird hingegen stärker auf nackte Haut gesetzt, um Einschaltquoten zu erzielen. Diese Entwicklung wird von dem Chef der nordrhein-westfälischen Landesanstalt für Rundfunk (LfR), Norbert Schneider (2001) heftig kritisiert: “Im Interesse des ökonomischen Kalküls wird hier das Moment der Sexualität als Reizfänger um ein paar Spiralwindungen höher gedreht. Dabei äußert sich ein plumper Sexismus, den ich eigentlich schon längst für überwunden gehalten habe.” Insgesamt wurden aber auch in diesen Sendungen die Bestimmungen des Jugendschutzes streng eingehalten.

durchtrainierten Kandidaten haben ihren Körper an den zu Verfügung stehenden Geräten beim Bodybuilding „gestählt.“ Auch die bereits im Casting vorgenommene Auswahl von mehreren Kandidaten mit großflächigen Körpertätowierungen diene der Zurschaustellung körperlicher Attribute. Dennoch diene die sexuelle Komponente sicherlich nicht als zentrale Motivation, Big Brother zu rezipieren, sondern die Gespräche im Container (vgl. WILLEMSSEN 2000).

Bei den Anschlussformaten ‘GirlsCamp’ und ‘House of love’ wurde hingegen stärker auf nackte Haut gesetzt, um Einschaltquoten zu erzielen.¹⁸ Insgesamt wurden aber auch in diesen Sendungen die Bestimmungen des Jugendschutzes streng eingehalten.

Zusammenfassend halte ich das Argument einer Missachtung der Menschenwürde bei der konkreten Ausgestaltung der ersten beiden Big Brother-Staffeln für nicht tragfähig. Gleichwohl sind zahlreiche andere Aspekte des Konzepts und der konkreten Umsetzung zu kritisieren, auf die im folgenden eingegangen wird.

Authentizitätsillusion

“Die Fernsehzuschauer haben ein Interesse an realitätsnahen Unterhaltungssendungen, die ihnen die Möglichkeiten bieten, sich mit der Lebenswelt anderer Menschen zu identifizieren.” (RTL II-Geschäftsführer Josef Andorfer)

Bei Big Brother liegt der Reiz in dem Konzept, einer Gruppe von Menschen dabei zuzusehen, wie sie eine Zeitlang ihr eigenes Leben in der Öffentlichkeit führen. Das Versprechen an die Zuschauer liegt in der Hoffnung, ein Stück unverfälschtes echtes Leben zu sehen zu bekommen. Es geht darum zu beweisen, “daß normale Menschen interessant sein können.” (John de Mol, zit. nach KAMMANN 2000, S. 6) Eigentlich sollte es klar sein, dass es sich im Rahmen einer Sendung wie Big Brother um eine künstlich geschaffene Situation handelt, die zeitlich beschränkt das Zusammenleben mehrerer Personen in einer vom Alltag unabhängigen

¹⁸ Diese Entwicklung wird von dem Chef der nordrhein-westfälischen Landesanstalt für Rundfunk (LfR), Norbert Schneider (2001) heftig kritisiert: “Im Interesse des ökonomischen Kalküls wird hier das Moment der Sexualität als Reizfänger um ein paar Spiralwindungen höher gedreht. Dabei äußert sich ein plumper Sexismus, den ich eigentlich schon längst für überwunden gehalten habe.”

Art und Weise dokumentiert. Dennoch wurde durch zahlreiche Mechanismen versucht, eine „Authentizitätsillusion“ aufrecht zu erhalten.

„Leb so, wie Du Dich fühlst“ war der Titel der Band „Die 3. Generation“, der als Erkennungsmelodie der Serie gewählt worden ist und den Aspekt der individuellen Entscheidungsfreiheit sowohl für die Zuschauer als auch für die Big Brother-Kandidaten suggerierte.¹⁹ Es lässt sich konstatieren, dass die Protagonisten im Container einer Vielzahl von Restriktionen ausgesetzt waren, die den Verhältnissen in der „realen“ Lebenswelt widersprechen. Faktisch wurde der „Alltag“ im Haus jedoch hochgradig gesteuert und reglementiert: „Würde das Zusammenleben normal verlaufen, wäre die Sendung binnen kürzester Zeit langweilig, da mit dem Alltag der Zuschauer identisch.“ (FROTSCHER 2000, S. 57)

Bereits die Auswahl der Bewohner durch das Casting der Produktionsfirma wurde so gestaltet, dass möglichst viele unterschiedliche - aber medientaugliche - Typen eingesetzt waren, um ein harmonisches - also langweiliges - Miteinander zu vermeiden. Es wurde eine heterogene Gruppe zusammengestellt, die sich in realen sozialen Kontexten in der Form freiwillig vermutlich nicht gebildet hätte, weil die Typen einfach zu unterschiedlich waren, um eine angemessene Menge von Gemeinsamkeiten zugrunde zulegen, auf der sich dann die Basis einer Freundschaft hätte herausbilden können. Durch diese Vorgaben waren potenzielle Konflikte zwischen den Bewohnern von vornherein strukturell angelegt, die dann durch die auch ausgebrochen sind. Einige Kandidaten haben Auseinandersetzungen gezielt provoziert, um die Aufmerksamkeit der Zuschauer zu erreichen.²⁰

Die skizzierten Rahmenbedingungen beim Zusammenleben im Container entsprachen nicht gerade den „realen“ Verhältnissen im Alltag. Die Protagonisten im Big Brother-Haus befanden sich bis zu 100 Tagen auf einer öffentlichen Bühne, auf der sie die Mitbewohner und die Fernseh- bzw. Internetzuschauer durch ihr Agieren davon überzeugen wollten, sie

¹⁹ Derartige Authentizitätsversprechen wurden auch in den Titelsongs der beiden folgenden Staffeln gemacht. Die „Authentizitätshymne“ der zweiten Staffel von Berger begann mit den Zeilen: „Zeig mir dein Gesicht, zeig mir, wer du wirklich bist. Bleib mir treu, verstell dich nicht für mich. Halt an allem fest, was dir wichtig ist. Zeig mit dein Gesicht und keine Maske, die verdeckt, was dahinter wirklich steckt.“ Eine authentische Glaubwürdigkeitsillusion suggerierte auch der Titel der dritten Staffel von Ayman & Naima. Dort war zu hören: „Nur die Wahrheit zählt. Deine Ehrlichkeit ist das, was mir gefällt.“

²⁰ Dazu gehörte der Bewohner Christian, der aufgrund seines provokativen Verhaltens zu einem verhältnismäßig frühen Zeitpunkt das Haus verlassen hat. Dennoch blieben seine Wutausbrüche im Gedächtnis der Zuschauer haften. Seine CD mit dem Titel: „Es ist geil, ein Arschloch“ zu sein, untermauerte sein selbst gewähltes Negativ-Image und avancierte zu einem Bestseller. Er ist einer der wenigen Kandidaten, die regelmäßig Fernsehauftritte über einen längeren Zeitraum erfolgreich absolviert haben. Inzwischen hat er bereits eine eigene Fernsehshow erhalten.

nicht für die Abwahl aus dem Container zu nominieren. Insofern verfolgte jeder Bewohner eine spezifische Strategie, um einen möglichst hohen Zustimmungswert zu erreichen: „Gewinnen konnten jene, die mit authentischer Selbstdarstellung in Konkurrenz zu anderen Aufmerksamkeit und Sympathie zu binden vermochten.“ (LORENTAN 2001, S. 43)

Die Sendung suggerierte also eine Form der Authentizität, die jedoch nur vorgetäuscht war. Die Kandidaten von Big Brother standen unter einem enormen Konkurrenz- und Leistungsdruck, um die Gunst der Zuschauer und Mitbewohner zu erzielen. Der Wettstreit erinnert an politische Wahlkämpfe, in denen es darum geht, den Gegenkandidaten zu übertrumpfen, um den Wahlerfolg durch die Zustimmung der Öffentlichkeit zu erzielen. Faktisch wird eine Rolle gespielt, bei der es weniger um Glaubwürdigkeit als vielmehr um Erfolg durch inszenierte Imagebildung geht. Durch die Sendungskonzeption sollte der Eindruck vermittelt werden, dass die Überwachungskameras innerhalb der „Wohngemeinschaft“ authentische Ereignisse aufnehmen. Faktisch orientierte sich das Verhalten der Bewohner im Container bis zu einem gewissen Punkt an den Spielregeln der Sendung, ohne dass dabei jedoch die Handlungsautonomie und das Selbstbestimmungsrecht der Bewohner eingeschränkt worden wäre.

Eingreifen des "Großen Bruders"

Das permanente Eingreifen der Big Brother-Regie in den „Alltag“ der Kandidaten ermöglichte eine - zumindest partielle Steuerung - ihrer Handlungen. Die obligatorische Wochenaufgabe, in der die Bewohner im Team eine spezifische geistige oder körperliche Tätigkeit durchführen mussten, um eine Aufstockung des geringen Haushaltsbudgets zu erreichen, wurde ihnen aufoktroziert. Sogar die Themenvorschläge für Diskussionsrunden zwischen den Bewohnern im Container wurden vom „Großen Bruder“ vorgegeben. Bei sich abzeichnender Langeweile wurden Prominente ins Haus eingeschleust, um für Stimmung zu sorgen. Ein Bruch der Spielregeln wurde in Kauf genommen, um z.B. eine bereits abgewählte Kandidatin, die den Container verlassen hatte wieder ins Haus zurückzuholen. In der aktuellen dritten Staffel ist ohne Wissen der Bewohner ein „Maulwurf“ in die Sendung eingeschleust worden, der das Konfliktpotenzial zwischen den Kandidaten zusätzlich anheizen soll.

Auch die Auswahl der Szenen, die von der 24-Stunden Beobachtung eines Tages für die allabendliche Sendung getroffen wurden, sind in der Form vorgenommen worden, dass ein bestimmter positiver oder negativer Eindruck über spezifische Eigenschaften der Kandidaten beim Zuschauer erzeugt wurde. Dabei orientierte sich die Big Brother Regie an aufmerksamkeitssteigernden Szenen mit einem entsprechenden Dramatisierungsgehalt (Auseinandersetzungen, Konflikte, Intrigen, Sexualität, außergewöhnliche Gesprächssequenzen).

Der zumeist langweilige „Alltag“ der Kandidaten wurde im Zusammenschnitt der Sendung nach Möglichkeit nicht gezeigt. Insofern kann RTL II durch die Auswahl und die Zusammenschnitte der gezeigten Bilder die Wahrnehmung der Rezipienten steuern (vgl. WINSCH 2000).

Fazit

„Ethik kann sich mit Empörung freilich nicht begnügen; Empörung über bestimmte Sendungen und über zynische Bemerkungen der Personen, die sie zu verantworten haben – so begreiflich sie, etwa aus dem Gefühl pädagogischer Verantwortung heraus, sein mag – ist kein definitiver sittlicher Maßstab. Empörung ist nicht das Ende, sondern der Anfang der Ethik, sie setzt [...] die ethische Reflexion erst in Gang“ (Wolfgang Wunden).

Big-Brother ist ein Experiment für Kandidaten und Zuschauer. Es befriedigt die Selbstdarstellungsambitionen und Geldgier der Kandidaten und den Voyeurismus der Zuschauer, wobei sich insgesamt ein Wandel gesellschaftlicher Konventionen abzeichnet, da die eigene Intimsphäre in zahlreichen Kontexten (z.B. Daily-Talks) innerhalb der medialen Präsentation offensichtlich an Bedeutung verliert.²¹

Das Konzept Big Brother sollte die konventionellen Grenzen der Fernsehunterhaltung überschreiten und dadurch einen Anreiz bieten, dieses Programm zu konsumieren. Das am ökonomischen Imperativ ausgerichtete Gut der Aufmerksamkeit von Werbekunden ist durch zusätzliche Spannungseffekte geweckt worden. Aufmerksamkeit avanciert zur relevanten

²¹ Dennoch sind auch bei den bislang ausgestrahlten Folgen von Big Brother gültige Scham- und Tabugrenzen eingehalten worden. Es wurden z.B. keine Toilettenbesuche der Kandidaten gezeigt. Es sollte auch nicht übersehen werden, dass sich gesellschaftliche Konventionen gewandelt haben und vielen Menschen kaum Hemmungen besitzen, „ihr Inneres in die Öffentlichkeit zu tragen.“ (KATZ 2001, S. 205)

Größe von wirtschaftlichem Einkommen durch Einschaltquoten und Auflagenhöhen, die den ökonomischen Wert von Informationen bestimmt (vgl. FRANCK 2000, S. 90).

Grundsätzlich sollte darauf hingewiesen werden, dass es sich bei Big Brother um eine fiktive Spielsituation handelt, die in der Bewertung strikt von der realen Alltagswelt abzugrenzen ist.

Im Vergleich zu aggressiven, gewaltverherrlichenden und sexuell entwürdigenden Sendeformaten kommerzieller Fernsehanbieter halte ich Big Brother für relativ unproblematisch. Szenen aus den nachmittäglichen Talkshows, in denen Menschen unvorbereitet an den Pranger gestellt werden oder Spielshows, in denen mit dem Ekelfaktor der Kandidaten gearbeitet wird sowie Reality-Fernsehen, das sich an dem Leid anderer Menschen ergötzt, halte ich aus einer medienethischen Perspektive für wesentlich problematischer als Big Brother.²²

Insgesamt kann es nicht darum gehen, durch Zensureingriffe die Ausstrahlung von derartigen Sendungen zu verhindern. Die Landesmedienanstalten als Aufsichtsorgane für die kommerziellen Anbieter haben ohnehin kaum eine Möglichkeit, Programme präventiv zu verbieten, sofern nicht gegen konkrete Gesetze (z.B. in Form des Jugendschutzes) verstoßen wird. Bußgelder wegen moralisch anstößiger Programme oder gar ein Verbot entsprechender Sendungen hat es bislang faktisch nicht gegeben.

Grundsätzlich ist eine Reflexion über eine Gesellschaft erforderlich, in der sich Fernsehzuschauer in einem hohen Maße mit Akteuren im Fernsehen identifizieren. Statt dessen findet eine - wenig konstruktive - öffentliche Debatte über den Sinn oder Unsinn des verhältnismäßig harmlosen Sendekonzeptes von Big-Brother statt.

Die Macher der Sendung können zumindest frohlocken. Jeder negative Artikel, jeder kritische Fernsehbeitrag im Vorfeld und während der Ausstrahlung forderte die Neugierde, und wurde von den RTL II-Programmlechern u.a. in den Trailern und Berichten zu Big-Brother dankbar aufgegriffen. Dadurch wurde ein Mythos aufgebaut, der sich bei der Rezeption schnell relativiert hat, da sich über weite Strecken der Dauerbeobachtung der Staffeln gähnende Langeweile bei der Beobachtung der Kandidaten breit gemacht hat. Da aber an jedem Abend auf RTL II nur eine dreiviertelstündige Zusammenfassung (mit Werbeunterbrechungen) der

²² In der dritten Staffel sind die Kandidaten hingegen im Rahmen der Wochenaufgabe aufgefordert worden, Würmer zu essen. Diese geschmacklose Mutprobe orientiert sich an Sendungen wie Glücksspirale, wo Kandidaten in der Hoffnung auf einen Gewinn versuchen, ihren Ekel zu überwinden, um den begehrten Preis zu erhalten.

“Tagesereignisse” im Container gezeigt wurde, ist es den Programmachern gelungen, den Spannungsbogen der Serie zumindest bei den ersten beiden Staffeln über den gesamten Zeitraum von 100 bzw. 106 Tagen aufrecht zu erhalten, zudem durch das bereits skizzierte Eingreifen der RTL II-Regie in den “Alltag” der Kandidaten dafür gesorgt wurde, zusätzliche Impulse zu liefern, um die Aufmerksamkeit der Zuschauer aufrecht zu erhalten.

Es bleibt festzuhalten, dass in den ersten beiden Staffeln von Big-Brother die Grenzen der Femsehunterhaltung nicht überschritten worden sind. Der von den Programmachern angekündigte Tabubruch fand nicht statt. Um das Erfolgsrezept von Big Brother aufrecht zu erhalten, sind “härtere” Formen erforderlich, um eine langfristige Zuschauerbindung an das Format zu erreichen. Kammann (2000, S. 6) hat diese Entwicklung pointiert auf den Punkt gebracht: “Nutzt sich der ‘Big Brother’-Effekt ab, muss das Schlüsselloch größer werden. Oder das kitzelnde Pigment schärfer. Wie nachzuwürzen und nachzulegen ist, zeigen die Nachfolgeformate (z.B. mit einer Fesselversion: Intimität an die Kette gelegt). Reines Nachahmen wäre fad, wäre nur ein Abklatsch der durch Abwenden bestraft wird. Wo Quote und Auflage im medialen Geschäft zwei Seiten derselben Leitwährung sind, also Ausdruck der bezahlten Aufmerksamkeit, da bedeutet die leere Kasse den Kältetod.”

Insofern ist zu befürchten, dass der Dambruchargumentation zufolge, Big Brother einen Einstieg in wesentlich härtere Programmformate darstellt.²³ Sofern sich Konzepte durchsetzen, in denen Kandidaten aneinandergekettet werden oder Mutproben absolvieren, die Leib und Leben der beteiligten Protagonisten gefährden oder ggf. jugendliche Fernsehzuschauer dazu motivieren, derartige Experimente nachzuspielen, sind die ethische Grenzen der Akzeptabilität überschritten.

Derzeit gibt es jedoch keinen Handlungsspielraum, die Ausstrahlung von Big Brother zu untersagen. Ein derartiges Verbot wäre nicht nur kontraproduktiv – weil das Verbotene besonders reizvoll ist – sondern auch verfassungsfeindlich. Frotscher (2000, S. 67) faßt die relevanten Argumente zusammen: “Der freiheitliche Verfassungsstaat muss aber die selbst getroffene Entscheidung des einzelnen Bürgers über die Grenzen seiner Privatsphäre soweit wie möglich achten. Inhalt und Aufgabe der staatlichen Aufsicht und des privaten Rundfunks ist es daher nicht, die ausgestrahlten Programme nach ihrem Wert für die allgemeine Bildung zu beurteilen und im Ergebnis eine Art Volkserziehung durch Fernsehen zu betreiben. Die

²³ In der dritten Big Brother Staffel wurden die Bedingungen im Vergleich zu den ersten beiden Staffeln für die Kandidaten zumindest verschärft. Es gibt kein fließendes warmes Wasser mehr; das Tagesbudget ist abgesenkt

medienrechtliche Programmaufsicht erlaubt keine Qualitätskontrolle. Der Gefahr einer kulturellen Verflachung müssen andere vorbeugen: Erzieher, Journalisten, wohl auch Politiker.“²⁴

An diesem Punkt wäre es wichtig, eine durch dramatisierende Schlagworte und emotional aufgeheizte Debatte auf eine sachliche Ebene zurückzuführen, um die Mechanismen einer kommerziell ausgerichteten Medienlandschaft kritisch und reflektiert zu hinterfragen. Insofern sollte das Phänomen Big Brother bei einer moralischen Beurteilung nicht isoliert betrachtet werden, sondern im Rahmen einer ethischen Bewertungsdebatte über die zulässigen Grenzen von kommerziellen Unterhaltungsprogrammen thematisiert werden (vgl. WUNDEN 2001).

Die wahren Probleme liegen woanders....

„Sicher ist aber, dass es nicht um das durch „Big Brother“ Gezeigte gehen kann – denn dies ist eher harmlos geblieben.“ (Gitte Katz)

Bei der Debatte um Big-Brother sollte zunächst im öffentlichen Diskurs die Grenze zwischen Fiktionalem und Realem gezogen werden. Im Fernsehen “[...] geht es nicht um die flächendeckende zwangsweise Ausspähung der Menschen durch Staatsorgane (wie durch den Titel Big-Brother suggeriert wird, C.S.), sondern - wenn überhaupt - um eine weitere Radikalisierung der Medienpraxis” (NEUMANN-BRAUN/SCHMIDT 2000, S. 66).

Nicht der Staat überwacht das Leben der Menschen, sondern die Medien- und Konsumunternehmen versuchen ihren Einfluss auf Einschaltquoten und Kaufgewohnheiten der Rezipienten geltend zu machen. Insofern hat die Serie Big Brother nichts mit dem wahren großen Bruder aus dem Roman von George Orwell zu tun, der sich im realen Leben faktisch durch die Überwachung von Fußgängerzonen, in Firmen und Geschäften immer weiter

worden und die Dusche hat keine Türe mehr. Zwei Matratzenlager ersetzen eigene Betten (vgl. Fernsehinformationen 2/2001, S. 13).

²⁴ Diese Aussage kann auch auf Urteile des Bundesverfassungsgerichtes zur Kommunikationspolitik übertragen werden. Dazu exemplarisch das Urteil des BverfG vom 22.6.1982, das ein Plädoyer zur freien Meinungsäußerung enthält: “Jeder soll frei sagen können, was er denkt, auch wenn er keine nachprüfbaren Gründe für sein Urteil abgibt oder abgeben kann [...] Unerheblich ist, ob seine Äußerung ‘wertvoll oder ‘wertlos’, ‘richtig’ oder ‘falsch’, emotional oder rational begründet ist [...] Auf den Wert, die Richtigkeit, die Vernünftigkeit der Äußerung kommt es nicht an. Die Qualitätskontrolle öffentlicher Meinungsbeiträge wird dem freien Spiel öffentlicher Meinungsbildung selber überlassen.”

ausbreitet.²⁵ In nordamerikanischen Unternehmen ist es inzwischen üblich, dass die Telefone der Mitarbeiter abgehört werden. Versteckte Kameras in Büros und Fabrikhallen überwachen die Produktivität der Mitarbeiter, und auch die Emails von Bürobeschäftigten werden von den Vorgesetzten gelesen. Besonders problematische Züge bei der Verletzung der Menschenwürde entwickelt die Überwachung von Strafgefangenen in den USA, wo die Gefängnisbilder aus Arizona live ins Internet übertragen werden: "Mehrere Videokameras, sogenannte Jailcams, sind eigens dafür an verschiedenen Orten des Gefängnisses installiert worden. Mit dieser Show, die Insassen an den Pranger stellt, soll, so der Sheriff, die öffentliche Moral im Lande gestärkt werden: 'Die Männer, die mit Prostituierten aufgegriffen werden, können künftig ihren Ehefrauen durch die Kameras zuwinken.' Die genannte Website bietet auch Links zu den Fotos und Personalien von Sexualverbrechern und anderen Kriminellen in verschiedenen US-Staaten."²⁶ (GÖSSNER 2000, S. 24f.)

Insgesamt steht der sensible Grad der Schutzbedürftigkeit von der Intimsphäre, der Geheimsphäre, der Privatsphäre über die Sozialsphäre bis hin zur Öffentlichkeitsphäre in zahlreichen Kontexten zur Disposition (vgl. SINGER 1999).

An diesem Punkt sollten Datenschützer, Politiker und die breite Öffentlichkeit einen Diskurs über faktische Eingriffe in den Persönlichkeitsschutz führen.

Die unangemessene Aufwertung einer verhältnismäßig harmlos anmutenden Spielshow wie Big Brother durch eine auf nahezu allen gesellschaftlichen Ebenen z.T. hysterisch geführten Debatte, in der sich Kandidaten in der Hoffnung auf Ruhm und Geld einem breitem Publikum präsentieren wollen, ohne über irgendwelche besondere Fähigkeiten zu verfügen, scheint mir die tatsächlich relevanten Probleme unserer Gesellschaft im Kontext des Daten- und Persönlichkeitsschutzes hingegen nicht zu erfassen.

Dennoch sollte eine offene Debatte über die Qualität und die ethischen Grenzen der Fernsehunterhaltung in einer kommerziell ausgerichteten Medienlandschaft geführt werden. Präventive Verbotsforderungen von Fernsehformaten und eine emotional aufgeheizte Moraldebatte, die weniger sachlich begründet als vielmehr populistisch agiert, ist kontraproduktiv.

²⁵ In dem 1948 geschriebenen Roman von George Orwell wird die Horrorvision eines totalitären Überwachungsstaates mit verwerflicher Zielsetzung und verbrecherischen Methoden skizziert. Dort wird eine offizielle Ideologie beschrieben, die den Charakter einer Heilslehre und Ersatzreligion besitzt. Eine Einheitspartei kontrolliert das Leben der Bürger mit Hilfe einer terroristischen Polizei, die Gedanken und Handlungen verfolgt und über eine Nachrichtenmonopol verfügt (vgl. Gransow 1985, S.61ff.).

Literatur

- ANDORFER, JOSEF: Menschenwürde – Medienbürde. In: BÖHME-DÜRR, KARIN, SUDHOLT, THOMAS (Hrsg.): *Hundert Tage Aufmerksamkeit. Das Zusammenspiel von Medien, Menschen und Märkten bei „Big Brother“*. Konstanz 2001, S. 235-242
- BALKE, FRIEDRICH; SCHWERING, GREGOR; STÄHLI, URS (Hrsg.): *Big Brother. Beobachtungen*. Bielefeld 2000
- BASTIAN, TILL: Scham. In: *Die Woche*, 2000, S. 35
- BOHRMANN, THOMAS: Big Brother. Medienethische Überlegungen zu den Grenzen der Unterhaltung. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, B41-42, 2000, S 3-10
- BRANAHL, UDO: Der Schutz des Privaten im öffentlichen Diskurs. In: IMHOFF, KURT; SCHULZ, PETER (Hrsg.): *Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen*. Opladen, S. 180-190
- BROSIUS, HANS-BERND (Hrsg.): *Kommunikation über Grenzen und Kulturen*. Konstanz 2000
- BRUNST, KLAUDIA: Lauter kleine Brüder. In: *CUT*, 12/2000, 1/2001, S. 38-41
- BUSE, UWE: Der wahre Big Brother. In: *Spiegelreporter*, 2, 2001, S. 48-55
- COLE, MARK D.: Privatheit und Recht am Beispiel von „Big Brother“. In: SOKOL, BETTINA (Hrsg.): *Mediale (Selbst-) Darstellung und Datenschutz*, Düsseldorf 2001, S. 40-63
- DI FABIO, UDO: *Der Schutz der Menschenwürde durch Allgemeine Programmgrundsätze (Rechtsgutachten)*, BLM-Schriftenreihe Band 60. München 1999
- DÖRR, DIETER: *Big Brother und die Menschenwürde. Die Menschenwürde und die Programmfreiheit am Beispiel eines neuen Sendeformates*. Frankfurt a.M. 2000
- FELDMEIER, SONJA: Quotenhits aus dem Container. In: *Werben & Verkaufen*, 46, 2000, S. 150-152
- FRANCK, GEORG: Jenseits von Geld und Information. Zur Ökonomie der Aufmerksamkeit. In: *Kunstforum*, B148, 12/1999-1/2000, S. 84-94
- FROTSCHER, WEMER: Real Life Soaps und die im Grundgesetz verbürgte Menschenwürde? In: WEBER, FRANK (REDAKTION): *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time*. Münster 2000, S. 333-344
- GERSDORF, HUBERTUS: *Medienrechtliche Zulässigkeit des TV-Formates "Big Brother" Rechtsgutachten im Auftrag der RTL II Fernsehen GmbH & Co. KG (Ms)*. 2000
- GÖSSNER, ROLF: *"Big Brother" & Co. Der moderne Überwachungsstaat in der Informationsgesellschaft*. Hamburg 2000

- GRANSOW, VOLKER: *Der autistische Walkman: Elektronik, Öffentlichkeit und Privatheit*. Berlin 1985
- GREIS, ANDREAS: Big Brother – Personalisierung und Demokratisierung von Wertediskursen? In: *Forum Medienethik*, 1/2001, S. 80-83
- HABERER, JOHANNA: Big Brother und das Selbstbild der Gesellschaft Haben wir das Fernsehen, das wir verdienen? In: WEBER, FRANK (REDAKTION): *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time*. Münster, S. 327-332
- HINRICHS, ULRIKE: Big Brother und die Menschenwürde. In: *NjW*, 30, 2000, S. 2173-2176
- HOFF, HANS: Schlagzeilen-Schlacht. In: *Die Woche*, 6, 2000, S. 41
- IMHOF, KURT: Die Verankerung der Utopie herrschaftsemanzipierten Raisonnements im Dualismus Öffentlichkeit und Privat. Einführung. In: IMHOF, KURT; SCHULZ, PETER (Hrsg.): *Die Veröffentlichung des Privaten - Die Privatisierung des Öffentlichen*. Opladen 1998, S. 25-24
- IMHOF, KURT; SCHULZ, PETER (Hrsg.): *Die Veröffentlichung des Privaten - Die Privatisierung des Öffentlichen*. Opladen 1998
- JESSEN, JENS: Warten auf das Böse. Aber bei Big Brother wollte es sich noch nicht zeigen. In: *DIE ZEIT*, 24, 2000, S. 41
- JUNG, THOMAS; MÜLLER-DOHM, STEFAN: Das Tabu, das Geheimnis und das Private - Vom Verlust der Diskretion. In: IMHOF, KURT; SCHULZ, PETER (Hrsg.): *Die Veröffentlichung des Privaten - Die Privatisierung des Öffentlichen*. Opladen 1998, S. 136-146
- KAMMANN, UWE: Wir kaspern uns zum Leben durch. In: *Tendenz*, 3, 2000, S. 4-9
- KATZ, GITTE: Medienethik am Beispiel „Big Brother“ – Ansprüche und Wirklichkeiten. In: BÖHME-DÜRR, KARIN, SUDHOLT, THOMAS (Hrsg.): *Hundert Tage Aufmerksamkeit. Das Zusammenspiel von Medien, Menschen und Märkten bei „Big Brother“*. Konstanz 2001, S. 203-218
- KEPPLER, ANGELA: Das Private ist politisch. Die Veröffentlichung des Privaten - eine ambivalente Medienstrategie. In: IMHOF, KURT; SCHULZ, PETER (Hrsg.): *Die Veröffentlichung des Privaten - Die Privatisierung des Öffentlichen*. Opladen 1999, S. 157-164
- KOCH, ROLAND: Big Brother - Zeitgeist versus Menschenwürde? In: WEBER, FRANK (REDAKTION): *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time*. Münster 2000, S. 345-352
- LORENTAN, MATTHIAS: Wer bin ich, wenn ich „Big Brother“ spiele? Eine theologisch-ethische Kritik an der Medieninstallation spätmoderner Identitätsdiskurse. In: *Texte Nr. 4*, Sonderheft der Zeitschrift *medien praktisch*, September 2001, S. 43-51
- LÜKE, REINHARD: Plumper Sexismus. DLM-Chef Schneider über Reality Shows im Fernsehen. In: *Frankfurter Rundschau*, 2001, S. 22

- MAURASCHAT, ANJA: Die Person ist die Kontrolle. In: *taz*, 1999, S. 22
- MEIER, URS: Das Fernsehen kommt zu sich selbst. Kommunikationskultur im Zeichen von "Big Brother". In: *Medienheft*, 2000, S. 1-3
- MEYER, THOMAS; ONTRUP, RÜDIGER; SCHICHA, CHRISTIAN: Die Inszenierung des politischen Welt-Bildes. Politikinszenierungen zwischen medialem und politischem Eigenwert. In: FISCHER-LICHTE, ERIKA; PFLUG, ISABELL (Hrsg.): *Inszenierung von Authentizität*. Tübingen 2000, S. 163-188
- MIKOS, LOTHAR: Aufregung in Medialand oder: Wie Big Brother Politik, Medienaufsicht und Öffentlichkeit in Panik versetzte. In: *tv diskurs*, 13, 2000, S. 36-41
- MIKOS, LOTHAR; FEISE, PATRICIA; HERZOG, KATJA; PROMMER, ELISABETH; VEIHL, VERENA: *Im Auge der Kamera. Das Fernsehereignis Big Brother*. Berlin 2000
- NEUMANN-BRAUN, KLAUS; SCHMIDT, AXEL: Nichts ist authentischer als die Suche nach Authentizität. Real-People-Formate in Fernsehen und Internet. In: *Psychosozial*, 4, 2000, S. 65-80
- NIELAND, JÖRG-UWE: Kult- und Markeninszenierungen: Reaktionen auf den Fernsehewandel. In: SCHICHA, CHRISTIAN; ONTRUP, RÜDIGER (Hrsg.): *Medieninszenierungen im Wandel. Interdisziplinäre Zugänge*. Münster 1999, S. 74-102
- NIELAND, JÖRG-UWE; LUKASZEWSKI, FRANK; SCHICHA, CHRISTIAN: *Materialsammlung I zur Analyse der gesellschaftlichen Diskussion über das Fernsehformat "Big Brother"*, Arbeitsmaterialien 1/2000 des Rhein-Ruhr-Institutes für Sozialforschung und Politikberatung e.V. (RISP). Duisburg 2000
- NIELAND, JÖRG-UWE; LUKASZEWSKI, FRANK; SCHICHA, CHRISTIAN: *Materialsammlung II zur Analyse der gesellschaftlichen Diskussion über das Fernsehformat "Big Brother"*, Arbeitsmaterialien 1/2000 des Rhein-Ruhr-Institutes für Sozialforschung und Politikberatung e.V. (RISP). Duisburg 2000
- NIELAND, JÖRG-UWE; SCHICHA, CHRISTIAN (Hrsg.): *Infotainment und Aspekte medialer Wahrnehmung, Ergebnisbericht und Stellungnahmen zum Workshop an der FU Berlin vom 2.6.2000 im Rahmen des DFG-Schwerpunktprogramms: "Theatralität"*, RISP-Arbeitspapier 1/2000, Duisburg 2000
- ORWELL, GEORGE: *1984*. Frankfurt am Main. Berlin 1992, (9. Auflage).
- PROBST, LOTHAR: Politisierung des Privaten, Privatisierung des Politischen. In: *Blätter für deutsche und internationale Politik*, 10, 1998, S. 1181-1190
- RÖTZER, FLORIAN: Inszenierung von Aufmerksamkeitsfallen. Ästhetik in der Informationsgesellschaft. In: *Kunstforum*, B148, 12 1999-1 2000, S. 52-77
- SCHICHA, CHRISTIAN: "Big brother is watching you..." Zur Diskrepanz zwischen Öffentlichem und Privatem im kommerziellen Rundfunk. In: *Zeitschrift für Kommunikationsökologie*, 1, 2000, S. 47-50

- SCHICHA, CHRISTIAN: "Leb so, wie Du Dich fühlst?" Zur Authentizitätsfiktion beim Sendeformat "Big Brother". In: WEBER, FRANK (REDAKTION): *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time*. Münster 2000, S. 77-94
- SCHICHA, CHRISTIAN; ONTRUP, RÜDIGER (Hrsg.): *Medieninszenierungen im Wandel. Interdisziplinäre Zugänge*. Münster 2000
- SCHULTZ, TANJEY: Big Brother ist überall. Die zweifelhafte Freiheit, sich von den Medien gefangen nehmen zu lassen. In: *Medienwissenschaft*, 2, 2000, S. 141-147
- SCHWERING, GREGOR: Über das Auge triumphiert der Blick. Perspektiven des Voyeurismus. In: BALKE, FRIEDRICH; SCHWERING, GREGOR; STÄHLELI, URS (Hrsg.): *Big Brother – Beobachtungen*. Bielefeld 2000, S. 129-150
- SENNETT, RICHARD: *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität*. Frankfurt am Main 1998
- SIEGERT, GABRIELE: Branding - Medienstrategie für globale Märkte? In: BROSIUS, HANS-BERND (Hrsg.): *Kommunikation über Grenzen und Kulturen*. Konstanz 2000, S. 75-92
- SINGER, HEIKE: Die Sichtbarkeit des Privatlebens. Zur Darstellung der Persönlichkeitsphäre von Politikern in den Massenmedien. In: HOFMANN, WILHELM (Hrsg.): *Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik*. Baden-Baden 1999, S. 249-261
- UDEN, RONALD: Medienethische Vernunft. Nach dem Ende von Big Brother. In: *Texte Nr. 4*, Sonderheft der Zeitschrift *medien praktisch*, September 2001, S. 52-56
- VIEWEG, CHRISTINE: LITe Big Brother. In: *Fernseh-Informationen*, 5, 2000, S. 20
- WENGER, CHRISTIAN: Zlatko, Jürgen und Co. Der Kult um "Big Brother" und seine Alltagsstars. In: *Psychosozial*, 4, 2000, S. 81-98
- WESTERBARKEY, JOACHIM: Wir Voyeure: Zur Attraktivität publizistischer Privatheit. In: IMHOF, KURT; SCHULZ, PETER (Hrsg.): *Die Veröffentlichung des Privaten. Die Privatisierung des Öffentlichen*. Opladen 1998, S. 312-317
- WILLEMSEN, ROGER: Was "Big Brother" bedeutet. In: *DIE ZEIT*, 9, 2000, S. 47
- WINTSCH, DANI: Zur Wirklichkeit eines Container-Lebens. Eine Beobachtung der Beobachter. In: *Medienheft*, 11, 2000
- WUNDEN, WOLFGANG: Grenzen öffentlichen Zeigens. Privatheit als Element einer Kultur der Öffentlichkeit. In: WUNDEN, WOLFGANG (Hrsg.): *Öffentlichkeit und Kommunikationskultur*. Hamburg, Stuttgart 1994, S. 165-179
- WUNDEN, WOLFGANG: „Big Brother“ – Eine Herausforderung für die Medienethik? In: BÖHME-DÜRR, KARIN, SUDHOLT, THOMAS (Hrsg.): *Hundert Tage Aufmerksamkeit. Das Zusammenspiel von Medien, Menschen und Märkten bei „Big Brother“*. Konstanz 2001, S. 219-234

