

**Martin K.W. Schweer, Christian Schicha, Jörg-Uwe Nieland (Hg.):
Das Private in der öffentlichen Kommunikation. „Big Brother“ und die
Folgen**

Köln: Herbert von Halem Verlag 2002, 446 S., ISBN 3-931606-44-9, € 30,—

Die Fernsehserie „Big Brother“ wurde zum Symbol für eine Auflösung oder Verschiebung der Grenzen zwischen privater und öffentlicher Kommunikation. Kaum eine Sendung der letzten Jahre hat neben ihrem Publikumserfolg eine derart starke und heftige Resonanz in der politischen, publizistischen und wissenschaftlichen Öffentlichkeit erzeugt. Nachdem nun der Profit eingefahren, das Zuschauerinteresse und die Empörungsrufe der Kritiker abgeklungen sind, wirkt die brisante Real-Life-Soap fast schon wie eine verblichene Geschichte. Doch jede Geschichte hinterlässt ihre Spuren und taugt als Lehrstoff für die Gegenwart, und so kommt der neue Sammelband, in dem das Medienereignis von etlichen

Seiten empirisch und medientheoretisch umkreist und durchdrungen wird, gewiss nicht zu spät. Aus der gewonnenen Distanz überzeugen die überwiegend unaufgeregt, aber nicht unbedingt unkritisch gehaltenen Beiträge über weite Strecken als solide Analysen der „Big Brother“-Inszenierung und ihrer Implikationen für den Umgang mit Privatheit in der medialen Öffentlichkeit.

Natürlich unterscheiden sich die Perspektiven der über 20 Aufsätze mehr oder weniger deutlich und animieren den Leser zu einer vergleichenden Kritik der dargebotenen Deutungen.

Mit einer nicht völlig abwegigen, jedoch kulturpessimistisch übergeneralisierten Argumentation malt der Beitrag von Klaus Wieglerling das düsterste Bild des Buches, indem er einen totalitären Anspruch der Medien diagnostiziert. Dagegen bewertet Lothar Mikos die Reality-Formate als ein Forum für spielerische Inszenierungen von Alltag und Identität. Jo Reichertz und Bettina Fromm gehen in einer anregenden Reflexion und Besinnung auf die sonst oft verkürzt in die Debatte geworfenen Thesen von Richard Sennett noch ein Stück weiter, wenn sie – scheinbar paradox – in „Big Brother“ ein Comeback des Public Man zu sehen versuchen: „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 entlehnten 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.“ (S.101f.) Während Reichertz und Fromm sich mühen, diese provokante Schlussfolgerung durch eine ausgiebige Erörterung vorzubereiten und abzustützen, gerät man ins Staunen, wenn Joan Kristin Bleicher leichthin und offenbar ernsthaft behauptet, in den Reality-Soaps erfahre das Konzept der Diskursethik von Habermas „seine televisionäre Umsetzung“ (S.60), nur weil sich die Kandidaten mit unterschiedlichen Krite-riensystemen für die Bewertung von Menschen konfrontierten und durch die mediale Beobachtungssituation angeblich zu besonderer moralischer Klarheit genötigt würden.

Die Moraldebatte, die „Big Brother“ in Politik und Öffentlichkeit entfacht hat, wird eigens in fünf Aufsätzen aufgearbeitet, die sich gut ergänzen: Christian Schicha liefert eine hilfreiche Übersicht und abgewogene Diskussion der verschiedenen Standpunkte; Klaus Kamps und Dagmar Schütte befassen sich jeweils mit Programmaufsicht und Medienregulierung, Elke Hintz und Michael Winterberg halten ein Plädoyer gegen „Big Brother“, indem sie der Serie eine Verletzung der Menschenwürde vorwerfen und dabei pfffigerweise Bestimmungen aus dem Arbeitnehmerschutz anführen; Ronald Hitzler und Michaela Pfadenhauer diskutieren Parallelen zum Überwachungssystem eines Panoptikums

Stärker empirisch orientiert, widmen sich die übrigen Beiträge speziellen Aspekten der Selbstinszenierung, der Rezeption von Reality-Formaten und – als besonderer Mehrwert gegenüber schon vorliegenden Publikationen zum Thema –

den Erfahrungen und Bewertungen in anderen Ländern, namentlich in Österreich, Spanien, der Schweiz und Niederlande. Hervorzuheben sind die datenreichen Aufsätze von Jörg-Uwe Nieland und Udo Göttlich sowie Martin Schweer und Frank Lukaszewski zur „Big Brother“-Rezeption sowie Carsten Brosdas aufmerksame Analyse der Auftritte von Jürgen Möllemann und Guido Westerwelle in der Sendung.

Insgesamt bietet der Sammelband nicht nur einen guten Überblick über die vielschichtigen Diskussionen, die „Big Brother“ ausgelöst hat, sondern versteht es in einzelnen Aufsätzen auch, zu einer über das unmittelbare Phänomen hinausweisenden Reflexion zu gelangen. Positiv fällt darüber hinaus die Gestaltung des Buches in einem Verlag auf, dessen noch junge Aktivitäten schon jetzt einen Gewinn für die Medien- und Kommunikationswissenschaft bedeuten.

Tanjev Schultz (Bremen)

Hinweise:

Maier, Michaela: Zur Konvergenz des Fernsehens in Deutschland. Ergebnisse qualitativer und repräsentativer Zuschauerbefragungen. Konstanz 2002, 380 S., ISBN 3-89669-378-6.

Voß, Peter: Wem gehört der Rundfunk? Medien und Politik in Zeiten der Globalisierung. SWR Schriftenreihe, Bd. 2. Baden-Baden 2002, 352 S., ISBN 3-7890-7983-9.