

## Hörfunk und Fernsehen

*Big Brother: Medienwissenschaftliche und medienrechtliche Analysen (Sammelrezension)*

**Lothar Mikos, Patricia Feise, Katja Herzog, Elizabeth Prommer, Verena Veihl: Im Auge der Kamera. Das Fernsehereignis Big Brother**

Berlin: Vistas Verlag GmbH 2000, 223 S., ISBN 3-89158-277-3, DM 34,-

**Frank Weber (Red.): Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time**  
Münster: Lit 2000 (Wissenschaftliche Paperbacks, Kommunikationswissenschaft, Bd. 11), 383 S., ISBN 3-8258-5096-X, DM 39,80

**Dieter Dörr: Big Brother und die Menschenwürde. Die Menschenwürde und die Programmfreiheit am Beispiel eines neuen Sendeformats**

Frankfurt am Main u. a.: Peter Lang 2000 (Studien zum deutschen und europäischen Medienrecht, Bd. 4), 98 S., ISBN 3-631-36737-6, DM 32,-

**Werner Frotscher: „Big Brother“ und das deutsche Rundfunkrecht. Eine verfassungsrechtliche Untersuchung zu der Frage, ob das Format „Big Brother“ gegen die in § 41 Abs. 1 des Rundfunksstaatsvertrages (RStV), § 13 Abs. 1 des Hessischen Privatrundfunkgesetzes (HPRG) niedergelegten Programmgrundsätze verstößt**

München: KoPäd 2000 (Schriftenreihe der LPR Hessen, Bd. 12), 74 S., ISBN 3-934079-32-6, DM 24,-

Das Fernsehformat *Big Brother* des Privatsenders RTL 2, bei dem zehn Menschen freiwillig 100 Tage lang – eingeschlossen in einer eigens dafür erbauten Wohnanlage in Köln-Hürth – von Kameras rund um die Uhr beobachtet werden, hat bereits im Vorfeld der Ausstrahlung zu kontroversen Diskussionen in der breiten Öffentlichkeit geführt. So haben beispielsweise Kirchenvertreter, Politiker und Jugendschützer warnend ihre Stimmen erhoben und auf die Verletzung der Menschenwürde durch die totale Kameraüberwachung hingewiesen. Trotz der Kritik – oder vielleicht sogar wegen ihr – war die erste Staffel von *Big Brother* (ausgestrahlt vom 1. März bis 9. Juni 2000) ein großer Erfolg. In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen konnte die Sendung einen Marktanteil von ca. 20 % erzielen, in der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen sogar einen Marktanteil von 30 % bis 40 %. Schon vor der Ausstrahlung wurde in drei juristische Gutachten untersucht, ob der Vorwurf, *Big Brother* verletze die Menschenwürde, zutrifft. Kurz nach dem Ende der ersten Staffel wurden sogleich verschiedene medienwissenschaftliche Untersuchungen veröffentlicht, die

die Faszination des Fernsehformats zu erklären versuchten. (Siehe auch Balke/Schwering/Stäheli [Hg.]: *Big Brother. Beobachtungen*. Bielefeld 2000. Die umfassendsten wissenschaftlichen und populärkulturellen Online-Informationen bietet: [http://www.learn-line.nrw.de/angebote/medienbildung/Foyer/bb\\_lilit.html](http://www.learn-line.nrw.de/angebote/medienbildung/Foyer/bb_lilit.html))

Die erste medienwissenschaftliche Publikation zur Sendung stammt von Lothar Mikos und seinen Mitarbeiterinnen an der HFF Potsdam-Babelsberg. In einem kurzen Einleitungskapitel wird das Fernsehereignis *Big Brother* und das Forschungsinteresse skizziert. Im zweiten Kapitel wird die Fernsehsendung nicht nur einfach nach film- und fernsehtechnischen Methoden analysiert, sondern innerhalb der Entwicklung von Unterhaltungsformaten im deutschen Fernsehen sowie im Kontext gesellschaftlicher Modernisierungsprozesse eingeordnet. Erst wenn *Big Brother* als Medienprodukt eines privat-kommerziellen Fernsehsenders im dualen Rundfunk und als Format, das dem „performativen Realitätsfernsehen“ (Angela Keppler) angehört, verstanden wird, lassen sich instruktive medienwissenschaftliche Erkenntnisse für die Entstehung, den Erfolg und die Faszination von *Big Brother* deutlich machen. Beim „performativen Realitätsfernsehen“ treten „echte“ Menschen als Akteure auf, die in einem vom Fernsehen arrangierten Setting handeln. Dabei können die Fernseherlebnisse in den Alltag der handelnden Menschen eingreifen und diesen verändern. Das dritte Kapitel analysiert die Fernsehsendung als Text und stellt die verschiedenen Inszenierungsstrategien des Senders dar. Die am Abend ausgestrahlte Sendung ist lediglich eine Zusammenfassung des Tagesgeschehens im Haus. Demnach ist diese Tageszusammenfassung bereits das Produkt einer dramaturgischen Bearbeitung des aufgenommenen Materials. Die verschiedenen Inszenierungsstrategien (also die Dramaturgie der Sendung, die Inszenierung durch Montage, die Inszenierung von Personen als Figuren) stellen das Geschehen als Soap dar. Mit Hilfe von Cliffhangern und Teasern werden folgenübergreifende Handlungsbögen aufgebaut, die das dargestellte Leben in der Wohngemeinschaft strukturieren sollen. Im vierten Kapitel wird das Mischverhältnis von sozialer und medialer Wirklichkeit, von Authentizität und Inszenierung bei *Big Brother* erörtert. Mikos und seine Mitarbeiterinnen beschreiben die Fernsehsendung als Spiel, als Show, als Real-Life-Soap und als soziale Wirklichkeit. Obwohl die Tageszusammenfassung nach dramaturgischen Prinzipien von Soaps dargestellt ist, sich die Sendung an Konventionen der Musik- und Videoclip-Ästhetik orientiert und die Bewohner des *Big Brother*-Hauses als Figuren einer Fernsehrolle vorgestellt werden, gibt es doch immer wieder Momente des Authentischen. Solche authentischen Darstellungen sind die alltäglichen Handlungen des Lebens (z. B. Körperpflege, Kochen, Essen), aber auch die zwischenmenschlichen Konflikte und Emotionen. Anhand der Auswertung einer Internet-Befragung bei regelmäßigen *Big Brother*-Rezipienten wird gezeigt, dass die Seher das TV-Format sowohl im Sinne einer Soap als auch im Sinne einer Dokumentation authentischer Menschen rezipieren. Ein Exkurs über den Akteur Zlatko, der durch das Format zum „Medienstar“ geworden ist, ergänzt

die Darstellung. Im fünften Kapitel werden die Ergebnisse einer Rezipienten-Untersuchung vorgestellt, die aus einer repräsentativen Befragung und Gruppendiskussion mit 15-jährigen Schülerinnen und Studierenden besteht. Diese Ergebnisse machen deutlich, warum *Big Brother* vor allem auf junge Rezipienten eine so große Faszination ausübt. Das sechste Kapitel stellt die öffentliche Diskussion über das umstrittene Fernsehformat in den Mittelpunkt. Hier werden die zentralen Themen und Positionen des medienkritischen Diskurses in Deutschland herausgearbeitet.

Das Buch von Mikos und seinen Mitarbeiterinnen muss als sorgfältige medienwissenschaftliche Studie gewürdigt werden. Es hat einen deskriptiven Zugang und bewertet das Format nicht anhand normativer Kriterien. Die normative Bewertung würde eher in den Bereich der Medienethik und des Medienrechts fallen. Nicht nur allein die mit zahlreichen Beispielen (aus den *Big Brother*-Folgen) untermauerte Analyse macht die Lektüre so spannend, sondern auch die soziologische Einordnung des Formats innerhalb der deutschen Fernsehlandschaft. Die Studie zeigt zugleich, dass MedienwissenschaftlerInnen Medienphänomene schnell aufgreifen und sich in diesem Sinne an aktuellen Diskursen beteiligen. Mikos selbst hat seine Untersuchung am Ende der ersten Staffel von *Big Brother* (am 9. Juni 2000) bei RTL 2 kurz vorgestellt und hierbei auf die Inszenierungsstrategien verwiesen. Bemerkenswert war die Reaktion von Josef Andorfer, RTL 2 Geschäftsführer. Er bestritt eine Inszenierungsabsicht und verkündete, dass es bei *Big Brother* keine Inszenierungen gegeben hätte. Aufgrund dieser Haltung ist es dem Buch zu wünschen, dass es gelesen wird – vor allem von Vertretern jener Fernsehanstalten, die sich dem „performativen Realitätsfernsehen“ widmen.

Der von Frank Weber zusammengestellte Sammelband *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time* möchte die medienwissenschaftliche, medienpolitische und medienethische Diskussion zusammenfassen und eine erste Bilanz ziehen. Dabei kommen insgesamt 29 Autoren und Autorinnen aus unterschiedlichen Gesellschaftsbereichen und Wissenschaftsgebieten zu Wort und beschreiben entweder das Fernsehformat aus medienwissenschaftlicher oder medienrechtlicher Perspektive oder formulieren kritische Anfragen. Gerade diese Verbindung von deskriptiven und normativen Analysen macht die Lektüre so interessant.

Der Sammelband gliedert sich in fünf große Themenblöcke: Im Einleitungskapitel wird *Big Brother* zunächst aus der Perspektive der Medienwissenschaft vorgestellt. So beschreibt beispielsweise Herbert Willems das Format als Spiel, bei dem nicht nur ein finanzieller Gewinn zu erzielen ist, sondern auch symbolisches Kapital gewonnen werden kann. Das Spiel zeichnet sich also dadurch aus, dass es um die Gewinnung von Sympathien und um die Vermeidung von Antipathien geht. In dem Beitrag von Kurt Johnen wird *Big Brother* als sozialpsychologisches Experiment gedeutet, bei dem Menschen auf engem Raum nach Spielregeln miteinander leben und sich diesen Regeln freiwillig fügen. Dabei ist für ihn

entscheidend, dass mit *Big Brother* die Darstellung des Alltags und des Privaten im Fernsehen salonfähig geworden ist, zudem vermittele das Format die Botschaft, dass jeder gewöhnliche Mensch zum Star werden kann. Im zweiten Kapitel wird die medienwissenschaftliche Annäherung an das Phänomen *Big Brother* mit Hilfe verschiedener theoretischer Konzepte und Modelle weitergeführt. Hier kommen dann auch die (medien)soziologischen Begleitumstände, wie etwa das Kult-Marketing, zur Sprache. Christian Schieha macht z. B. in seinem Beitrag deutlich, dass das Motto „Leb, so wie Du Dich fühlst“, der Titelsong der ersten Staffel, gesungen von der HipHop Band *Die 3. Generation*, für die Kandidaten selbst nicht galt. Aufgrund der *Big Brother*-Regeln der Regie wurde der Alltag im Container hochgradig gesteuert und vorstrukturiert. Authentizität wurde demnach erschwert. Jörg-Uwe Nieland beschreibt die Sendung sowohl im Zusammenhang mit den Prozessen des gesellschaftlichen Wandels als auch innerhalb der Veränderungen des Mediensystems. Wolfgang Wunden macht dann in seinem explizit medienethischen Beitrag auf grundsätzliche Probleme der Darstellung persönlicher Intimität im medialen Raum aufmerksam. Im dritten Teil wird *Big Brother* im Kontext der deutschen Fernsehlandschaft eingeordnet. Dass *Big Brother* kein Fernsehformat ist, das urplötzlich in der Medienwelt auftaucht, verdeutlicht der Aufsatz von Lothar Mikos. *Big Brother* ist konsequenter Ausdruck einer Entwicklung der Fernsehunterhaltung, die verstärkt auf ‚echte‘ und ‚wahre‘ Menschen setzt und eine zunehmende lebensweltliche Orientierung in allen Programmbereichen forciert. Auf eine stärkere Dramatisierung des ‚normalen‘ Alltags in der Fernsehunterhaltung macht auch Joan Kristin Bleicher aufmerksam. Erfolgreiche Fernsehformate werden kopiert und finden Nachfolgeformate. Im Falle von *Big Brother* konnten solche Formate (z. B. *Inselduell* oder *Expedition Robinson*) aber nicht den gewünschten Erfolg für sich verbuchen, da hier im Unterschied zu *Big Brother* die tägliche Begegnung mit den Kandidaten fehlte und so keine Vertrautheit zu den Akteuren aufgebaut werden konnte. Im vierten Teil werden verschiedene empirische Ergebnisse der *Big Brother*-Forschung vorgestellt. So beschreibt zum Beispiel Maja Götz die Funktion dieses Formats für Kinder und Pre-Teens, denen *Big Brother* symbolisches Material für das eigene Alltagshandeln bietet. Im fünften und letzten Kapitel dieser Aufsatzsammlung werden medienpolitische Standpunkte referiert (z. B. von Kurt Beck, Johanna Haberer, Roland Koch, Wolf-Dieter Ring), die zumeist auf die Schattenseiten des neuartigen Sendekonzepts aufmerksam machen wollen. Hier steht dann der Diskurs über die Verletzung der Menschenwürde im Mittelpunkt.

Der Sammelband macht deutlich, dass es für die Bewertung von *Big Brother* zwei verschiedene Lesarten gibt: Eine deskriptive und eine normative. Während die deskriptive Lesart das Format sozialwissenschaftlich erklären und medienwissenschaftlich einordnen will, möchte der normative Zugang eine ethische Beurteilung abgeben. Beide Standpunkte sind für den gesellschaftlichen Diskurs und für die wissenschaftliche Auseinandersetzung wichtig. Für die Medienethik –

als einer normativen Wissenschaft – gilt beispielsweise, dass sie die Ergebnisse der Medienwissenschaft kennt und berücksichtigt. Gleichzeitig muss sich aber auch die Medienwissenschaft kritischen Fragen im Hinblick auf (innovative) mediale Produkte stellen.

Das medienrechtliche Gutachten von Dieter Dörr, Inhaber des Lehrstuhls für Öffentliches Recht einschließlich Völker- und Europarecht an der Universität Mainz, wurde im Auftrag des Fernsehsenders RTL 2 erstellt. Dem Gutachten liegt die Frage zugrunde, ob das Fernsehformat *Big Brother* mit dem geltenden Rundfunkrecht vereinbar ist. Im Zentrum steht also die Frage nach einer möglichen Verletzung der Menschenwürde durch das Programmvorhaben. Als Basis für die juristische Bewertung dienen zum einen Sendebispiele der niederländischen Version von *Big Brother*, die im Dezember 1999 beendet wurde, und zum anderen das von RTL 2 bzw. Endemol Entertainment zur Verfügung gestellte Sendekonzept. Zunächst beschreibt Dörr kurz in einem ersten Schritt den Sachverhalt. Er stellt aufgrund der Produktionsinformationen das Sendeformat und die Lebensbedingungen der Kandidaten im *Big Brother*-Haus dar. Im zweiten Kapitel werden die Rechtsvorgaben des Rundfunkstaatsvertrags zum Schutz der Menschenwürde (§ 2 a RStV, § 3 RStV, § 41 Abs. 1 RStV) dargestellt. Der Rundfunkstaatsvertrag hat dabei seine normative Verankerung in der Verfassung, die in Art. 1 Abs. 1 GG die Achtung der Menschenwürde festschreibt. Im dritten Kapitel widmet sich Dörr ausführlich der Analyse des Menschenwürdeschutzes im Grundgesetz, wobei er auch auf die bisherige Rechtsprechung kritisch eingeht. Anschließend wird im vierten Kapitel die Beeinträchtigung der Menschenwürde durch Fernsehsendungen erörtert. Dörr bewertet das Programmvorhaben *Big Brother* aufgrund des zuvor entfaltenen und diskutierten Begriffs der Menschenwürde auf drei Ebenen (Teilnehmerschutz, Rezipientenschutz und Schutz der allgemeinen Wertordnung) mit dem Ergebnis, dass bei *Big Brother* keine Verletzung der Menschenwürde vorliege. Für die medienrechtliche Zulässigkeit des Fernsehformats sprechen besonders die Gründe, dass die Kandidaten an der Spielshow freiwillig mitmachen, sie also nicht gezwungen und eingesperrt werden, sie das Haus und somit die Spielshow jederzeit wieder verlassen können, sie über das Projekt umfassend mündlich und schriftlich informiert worden sind und sie während ihres Aufenthaltes im *Big Brother*-Haus ständig die Gelegenheit haben, mit einem Psychologen ungestört zu reden. Zudem wird auf das auch in Art. 1 Abs. 1 GG verankerte freie Selbstbestimmungsrecht hingewiesen. „Wenn beim Teilnehmer ein Akt freier Selbstbestimmung auch unter Berücksichtigung der Tragweite der Entscheidung vorliegt, kommt eine Beeinträchtigung der Menschenwürde bezogen auf den Teilnehmerschutz nicht in Betracht.“ (S.90)

Das Rechtsgutachten von Werner Frotscher, Professor am Institut für Öffentliches Recht der Philipps-Universität Marburg, wurde im Auftrag der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen) erstellt. Die LPR Hessen ist die für RTL 2 zuständige Zulassungs- und Aufsichtsbehörde. Das Gutachten ist

ähnlich aufgebaut wie die Studie von Dörr und kommt ebenfalls zu dem Ergebnis, dass das Sendeformat *Big Brother* mit den geltenden Rechtsbestimmungen zu vereinbaren ist. Zunächst werden Konzept und Inhalt der Sendung kurz skizziert. Anschließend folgen Darstellung und Analyse der rechtlichen Grundlagen der Medienaufsicht. Schließlich wird die Frage beantwortet, ob das Fernsehformat *Big Brother* gegen die in § 41 Abs. 1 Rundfunkstaatsvertrag und § 13 Abs. 1 des Hessischen Privatfunkgesetzes niedergelegten Programmgrundsätze verstößt, wobei hier – wie auch bei dem Gutachten von Dörr – die konkrete Fernsehsendung an der im Grundgesetz verankerten Menschenwürde gemessen wird. Folgende Gründe sind für Frotschers Beurteilung, dass die Sendung *Big Brother* nicht gegen den Programmgrundsatz der Achtung der Menschenwürde verstößt, u. a. ausschlaggebend: Die Abschließung der Bewohner im *Big Brother*-Haus von der Außenwelt darf nicht als eine freiheitseinschränkende Gefangenschaft gewertet werden; bei der Bewertung ist auch das gewandelte Verständnis von Privatheit und Öffentlichkeit zu betonen; die Mitspieler werden weder entpersonifiziert noch zum willenlosen Objekt des Geschehens herabgewürdigt; bei *Big Brother* handelt es sich nicht um einen unzulässigen Menschenversuch. Frotscher macht aber auch darauf aufmerksam, dass eine extreme Verschärfung der Spielregeln oder eine Steigerung der psychischen Belastung der Kandidaten zum Psychoterror, die sich aus einer besonderen Zusammensetzung der Gruppe ergeben könnte, zu einer anderen medienrechtlichen Bewertung führen würde.

Die juristische Stellungnahme von Dörr wurde vor der Ausstrahlung von *Big Brother* verfasst, und auch das Gutachten von Frotscher wurde in seinen wesentlichen Teilen vor dem Sendestart geschrieben. Aufgrund der Entwicklungen im Haus bei der ersten Staffel sowie neuer Spielelemente bei der dritten Staffel (vom 27. Januar bis 12. Mai 2001) sind einige kritische Anfragen an die Ergebnisse geboten: Dörr führt in seiner Studie aus, dass die Spielteilnahme für jene Menschen reizvoll sein könnte, die sich in einer finanziellen Notlage befinden. Aufgrund des Auswahlverfahrens sei dies aber bei *Big Brother* ausgeschlossen (S.73f.). Im Falle der Kandidatin Sabrina, die mit einer großen Schuldensumme in den Wohncontainer einzog, hat dieses Auswahlverfahren aber scheinbar versagt. Zudem haben in der ersten Staffel zwei Kandidaten teilgenommen, die arbeitslos waren. Ab der zweiten Staffel (vom 16. September bis 30. Dezember 2000) wurden dann keine arbeitslosen Kandidaten mehr aufgenommen. Ein weiterer kritischer Punkt betrifft die Kandidatenaufklärung. Besonders Dörr betont in seinem Gutachten, dass die Kandidaten eingehend und umfassend über die Spielbedingungen aufgeklärt worden sind. Es stellt sich aber die Frage, welche Reichweite diese Aufklärung tatsächlich hatte. Die FAZ hat am 10. Juni 2000 das geheime Regelbuch für die Mitwirkenden in Auszügen veröffentlicht. Gemäß diesen internen, nicht für die Öffentlichkeit bestimmten Regeln haben die *Big Brother*-Produzenten die Möglichkeit, direkt in das Spiel einzugreifen: „*Big Brother* hat das Recht, die Regeln jederzeit zu ändern, um redaktionellen und technischen Erfordernissen

Rechnung tragen zu können.“ Mit einer solchen Bestimmung erhält das gesamte Spiel aber ein großes Stück Ungewissheit und Beliebigkeit. Es besteht die Gefahr, dass die Kandidaten zum Spielball der Produzenten werden. Ob dieses Regelbuch den juristischen Gutachtern auch vorlag, kann den Untersuchungen selbst nicht entnommen werden. Hier soll kritisch gefragt werden, ob RTL 2 den Gutachtern wirklich alle Informationen (geheimes Regelbuch, Verträge der Kandidaten) gegeben hat, die für die Bewertung dieses neuen Fernsehformats nötig gewesen wären. Eine umfassende Aufklärung über alle Spielzusammenhänge scheint auch bei der dritten Staffel von *Big Brother* fragwürdig zu sein. Der Moderator (Oliver Geiß) verkündete am 27. Januar 2001 den Zuschauern, dass sich ein so genannter Maulwurf unter den Kandidaten befindet: „Alles, was der Maulwurf tut, egal ob positiv oder negativ, wird er auf Zuruf von *Big Brother* tun.“ Von der Existenz dieses Maulwurfs wissen die anderen Kandidaten aber nichts, so dass ihnen ein wesentliches Element des Spiels fehlt. In diesem Sinne werden die Kandidaten über die Natur eines Mitspielers bewusst getäuscht. Hier schließt sich die Frage an, ob auch nach dieser modifizierten Sendekonzeption die juristischen Gutachten zu den selben Ergebnissen wie zu Beginn des Jahres 2000 kommen würden. Im Kontext der medienrechtlichen Diskussion um *Big Brother* sollte nicht unerwähnt bleiben, dass mittlerweile auch andere Stimmen zu hören sind, die auf juristische Probleme beim *Big Brother*-Spiel aufmerksam machen (vgl. z. B. Henning Hartwig: „Big Brother“ und die Folgen. in: *Juristen Zeitung* 55/2000, S.957ff.).

Thomas Bohrmann (München)