

**Erste Allgemeine Sichtbarmachung.  
Elektronische Öffentlichkeit und das Ende der Privatheit –  
am Beispiel der Web Cams (incl. *Big Brother*)**

**Klaus Neumann-Braun**

**(September 2000)**

*paper 32* des Forschungsschwerpunkts  
„Familien-, Jugend- und Kommunikationssoziologie“

**Anschrift:**

**Johann Wolfgang Goethe-Universität, Frankfurt am Main  
Prof. Dr. K. Neumann-Braun  
Fachbereich 03/Gesellschaftswissenschaften/Institut III  
Robert-Mayer-Str. 5  
60054 Frankfurt/Main  
Tel.: 069-798-22064/Fax: -22881**

## **Erste Allgemeine Sichtbarmachung. Elektronische Öffentlichkeit und das Ende der Privatheit – am Beispiel der Web Cams (incl. *Big Brother*)**

**Klaus Neumann-Braun**

(Vortrag, Veranstaltung der DGS-Sektion „Medien- und Kommunikationssoziologie“ auf dem Soziologietag 2000, Köln, 27.9.00, Titel: „Mediengesellschaft und Individualität – Formen und Folgen der Totalisierung medialer Inszenierungspraxen“)

- Anrede -

Der Titel dieses Vortrags spielt auf den Namen der Pop-Gruppe ‚Erste Allgemeine Verunsicherung‘ an. Mir kam dieser Name in den Sinn, als ich vor ca. einem Jahr diesen Vortrag bei der Jury eingereicht habe. Er traf damals die Stimmungslage unserer Medien-Gesellschaft recht gut: Die Big Brother-Sendungen liefen in Europa gerade an und auch die Internetkameras (Web Cams) selbst waren in aller Munde. Zum ersten Male in der Geschichte der Informations- und Kommunikationsmedien wurde eine allgemeine Sichtbarmachung allen Handelns in welchen öffentlichen und privaten Räumen auch immer möglich.

Während in den einschlägigen Computer- und Internetfachzeitschriften die technischen Feinheiten dieser, wie sie genannt wurde, „Linsenware“ diskutiert wurden, ging es im Feuilleton und den ersten wissenschaftlichen Kommentaren um die Reflexion der kulturellen Folgen dieser Technik. Besprochen wurde vor allem die These vom Zerfall der Öffentlichkeit und der damit entstehenden Tyrannei der Intimität. Diesen aufgeregten Debatten der ersten Stunden war ohne Zweifel eine große Verunsicherung anzumerken: Wie ist dieser Strukturwandel der Öffentlichkeit zu begreifen, welche Folgen für Individuum und Gesellschaft ergeben sich? Die erste allgemeine Sichtbarmachung war mit einer tiefgreifenden allgemeinen Verunsicherung verknüpft.

Inzwischen, ein Jahr später, hat, wie so oft, eine Veralltäglichsung stattgefunden: Die Big Brother-Sendungen sind bei ihrer zweiten und dritten Staffel angelangt, und auch die Berichterstattung über andere Web Cam-Angebote entbehrt inzwischen jeglicher besonderer Sensationsmacherei. Eine erste Gelassenheit ist eingekehrt, die uns die Chance gibt, die frühen publizistischen „Schnellschüsse“ zu überdenken. Die weiteren Ausführungen stellen

sich dieser Aufgabe und ich werde im folgenden drei größere Fragekomplexe ansprechen, nämlich

- erstens die Frage nach dem Wandel des Verhältnisses von Öffentlichkeit und Privatheit angesichts der heute in TV und Internet verfügbaren Web Cam-Technik - eine zentrale Antwort wird, vorausschauend, die sein, daß es zu einer weiteren Differenzierung des Verschränkungsverhältnisses dieser beiden Sphären kommt und daß der Umgang mit diesen neuen Grenzen die Individuen vor neue Aufgaben stellt, die sie zu meistern beginnen;
- zweitens die rezeptionstheoretische Frage, was Rezipienten an solchen Angeboten wie Big Brother oder privaten Web Cam-Bildern im Internet fasziniert – auch hier vorausgreifend: die zentrale Antwort liegt in dem Hinweis, daß die Authentizität des echten Lebens gesucht wird;
- sowie drittens die gesellschaftstheoretische Frage, was sich anhand dieser Entwicklungen und Phänomene über das Verhältnis von Individuum und Gesellschaft aussagen läßt - als Antwort wird hier insbesondere auf das Zusammenwirken von Visualisierungs- und reflexiven Biographisierungsprozessen eingegangen werden.

Ich beginne mit der ersten Frage nach dem Wandel des Verhältnisses von Öffentlichkeit und Privatheit angesichts der heute verfügbaren Web Cam-Technik. Ich gehe zunächst auf das populäre Big Brother-Format ein. Hier ist als erstes zu klären, was Orwells 1984-Utopie mit dem Endemolschen Big Brother-TV-Format zu tun hat – oder auch nicht. Meine erste These lautet prosaisch: **2000 ist nicht 1984!** und ich plädiere dafür, Orwells Big Brother in seiner eigentlichen Bedeutung zu rehabilitieren: Die Idee der Endemolschen Big Brother-Show ist vergleichsweise schlicht: Das normale Leben mehrerer Personen wird rund um die Uhr mit Hilfe von zahlreichen Internetkameras überwacht, aufgezeichnet und gesendet. Die Wahl des Showtitels Big Brother spielt mit der Angst-Lust über das Schreckgespenst Big Brother, das uns seit George Orwells visionärem Werk „1984“ begleitet. Vor Verwechslungen gilt es jedoch zu warnen! War es Anfang der 80er Jahre der Staat, der im Zuge der Volkszählung deutsche Haushalte, so die Kritiker, in Orwellscher Big Brother-Manier ausspionieren wollte und sich in der Folge massivem Protest von Bevölkerung und sozialer Bewegung ausgesetzt sah, stellt sich die Situation für die unterhaltenden großen Brüder anders dar: Hier geht es *nicht* um die flächendeckende zwangsweise Ausspähung der Menschen durch Staatsorgane, sondern um eine weitere Radikalisierung der medialen Unterhaltungspraxis. Schon Peter

Frankenfeld mutete in den ersten Nachkriegsjahren seinen Spielkandidaten einiges zu, um dem Publikum Spaß über das Miterleben echter Gefühle bei den Showmitspielern zu ermöglichen. Heute werden die Studiotüren einerseits hermetisch geschlossen (Kasernierung der Teilnehmer), auf der anderen Seite aber durch die totale Observation ganz weit geöffnet. Die Showkandidaten stehen unter lückenloser Kamerakontrolle. Im Gegensatz zu früher werden heute ausgeklügelte Sozialexperimente durchgeführt, die auch vor Methoden der Gehirnwäsche (z.B. totale Isolation, Schikanen im Alltag, Psychospiele usw.) nicht halt machen, um für die nötige Rezipientenattraktion zu sorgen.

Im Schatten dieses spektakulär unterhaltenden Big Brothers steht nun ein anderer großer Bruder, der nicht vergessen werden darf, nämlich der, den seinerzeit Orwell *tatsächlich* im Auge hatte. Er stellt gleichsam die andere, unspektakuläre Seite des Big Brother dar. Er ist ein Datensammler, der lautlos, verdeckt und emsig ans Werk geht. Er sammelt viele Daten, die in der Hauptsache beim Konsumieren kulturindustrieller Güter produziert und gespeichert werden, und die Dank der heute zur Verfügung stehenden leistungsstarken Computertechnologie zu einem umfassenden Gesamtbild der Konsumenten und Nutzer zusammengefügt werden können. Arbeiten Handel und Banken, Datenhändler und Behörden Hand in Hand, ist der durch und durch gläserne Mensch, gläserne Bürger und gläserne Konsument geschaffen. In gesellschafts- und demokratietheoretischer Hinsicht ist damit Entscheidendes passiert: Nicht der Staat begehrt Einlaß in das Leben der Menschen sondern die Medien- und Konsumunternehmen, also die Wirtschaft. Die alles registrierenden Kassen und Kameras gelten unter diesen Umständen nicht länger als Instrumente feindlicher (staatlicher) Spionage, sondern werden von den Betroffenen als willkommene Kommunikationsmedien sogar gut geheißen. Der freundlichen (nicht feindlichen!) Übernahme der Privatheit durch die Massenmedien und Konsumgüterindustrie werden freiwillig und oft begeistert alle Türen und Tore geöffnet. Der Feind ist zum Verführer geworden.

Es dürfte, meine Damen und Herren, deutlich geworden sein, daß die These „2000 ist nicht 1984!“ nun also auch umgedreht werden muß: **2000 ist doch 1984!**, wie ein Blick in die **schöne neue Multimediawelt** zeigt: Recht beunruhigende Hiobsbotschaften kommen hierzu aus Großbritannien und Amerika. Kleine leistungsstarke Internetkameras werden im öffentlichen bzw. halböffentlichen Raum aufgestellt und dienen der wenig harmlosen Ausspähung von Menschen. Dazu zählen auch die vielen Überwachungskameras, die

heutzutage in Firmen, Geschäften und Fußgängerzonen zu finden sind und der Verkehrsüberwachung, Kontrolle des Kundenbetriebs in Banken, Geschäften und Bahnhöfen usw. dienen. In nordamerikanischen Firmen gehört es aktuellen Berichten zufolge zum Alltag, daß die Telefone der Mitarbeiter abgehört werden, versteckte Kameras Fabrikhallen und Bürozimmer überwachen und Manager die E-Mails ihrer Untergebenen lesen. Als das am besten im öffentlichen Raum beobachtete Volk können die Briten gelten: Kein Land der Welt besitzt eine höhere Kameradichte pro Kopf, in keinem anderen Land nutzen Verbrechensbekämpfer Videoaufnahmen so regelmäßig und so erfolgreich.

In der Hoffnung, daß mir mit dem bisher Gesagten die Rehabilitation des Orwellschen Big Brother geglückt ist, fahre ich in der Argumentation fort und komme zur nächsten Frage, **um welches TV-Format es sich bei Endemols Big Brother handelt, und welche spezifischen Attraktionsstrategien hierin zum Einsatz kommen.** Auch in diesen Sendungen geht es ja um die Beobachtung ganz normaler Leute mit Hilfe von Web Cams, die nun aber von den Rezipienten nicht aus den o.g. Kontrollgründen sondern zur Unterhaltung angeschaut werden.

Big Brother ist das Kind der holländischen TV-Produktionsfirma „Endemol“, die u.a. Sendungen wie „Traumhochzeit“, „Verzeih mir“ und „Nur die Liebe zählt“ für das deutsche Fernsehen entwickelte. Die Strategie ist bei allen Sendungen gleich: Privates – vor allem starke Gefühle – werden einem Millionenpublikum hautnah ins Wohnzimmer geliefert. Echte Menschen breiten vor der Kamera intime Gefühle aus, erliegen Wutanfällen oder brechen in Tränen aus – Privates, Peinliches, Bloßstellendes wird systematisch gesucht und vermarktet. Solche Berichte aus dem richtigen Leben sind im übrigen das, was Fernsehleute neuerdings das **Real-People-Format** nennen. Alle bislang präsentierten Endemol-Formate sind darauf angelegt, Szenen dieser Art zu Geld zu machen. Die Big Brother-Väter folgen dem bereits in Fernsehen und Radio eingeschlagenen Weg der **Hybridisierung** von Unterhaltungsformaten: In dem Rahmen von Reality-/ Doku-Soap werden zentrale Elemente von Gameshow und Talkshow mit Elementen, wie wir sie aus Sozialexperimenten kennen, kombiniert, ich sprach diesen Punkt eingangs bereits an. Weiterhin wird ein **offenes Format** in der Hinsicht konzipiert, daß die Beteiligung des Publikums systematisch in den Verlauf der Sendung eingebaut ist.

**Die Attraktivität der Big Brother-Sendungen beruht, so meine These, auf paradoxen Attraktionsstrategien in der Spannung von Alltagsinszenierung und**

**Alltagsdokumentation.** Basis der BIG BROTHER-Konzeption ist das Leben von ‚Leuten wie du und ich‘, nämlich normale Kandidaten oder Bewohner, die zwangsläufig für einen bestimmten Zeitraum miteinander auskommen und leben müssen. Referenzrahmen dieses Zusammenlebens ist auf der einen Seite ein *arbeitsvertragliches* Verhältnis, d.h. die Kandidaten befinden sich mit dem Sender in einem vertraglich geregelten Austauschverhältnis: Sie verpflichten sich für eine bestimmte Zeit, gegen Entgelt den Regeln des Senders zu folgen bzw. die ihnen gemachten Auflagen zu befolgen. Die Kandidaten wissen in dieser Hinsicht also, um was es in der Sendung geht und was von ihnen erwartet wird. Sie handeln hier als Angestellte, als Laien-Schauspieler, als Spielkandidaten im Rahmen einer Gameshow bzw. Doku-Soap.

Auf der anderen Seite *entgrenzt sich die Arbeitnehmerrolle* dadurch, daß die Zeiträumung der 100 Tage mit jeweils 24 Stunden Dauerkontakt und Dauerobservation ein gleichsam *authentisches Geschehen* dergestalt entstehen läßt, daß die Kandidaten auf kurz oder lang als ganze Personen in das Gruppengeschehen involviert werden. Die Kommunikationen unter den Teilnehmern entfalten eine nicht kontrollierbare Eigendynamik. Sind Medienauftritte in der Regel durch eindeutige Regeln und Grenzen definiert, ist dies bei BIG BROTHER gerade anders: Das Spiel bzw. der Medienauftritt wird gewissermaßen dadurch zum Alltag, daß Nischen und Hinterbühnen, d.h. Rückzugsmöglichkeiten, systematisch verunmöglicht werden. Die mit einer solchen (Ausnahme-)Situation konfrontierten Personen werden trotz aller Distanzierungsbemühungen eher schnell als langsam ganz, also mit Leib und Seele, in das Handlungsgeschehen hineingezogen. Auf diese Weise entsteht eine zweite Handlungsebene: Neben vertraglichen Regelungen, die als Rahmenbedingungen fungieren, begeben sich die Kandidaten in ein durch den Sender kontrolliertes sozialpsychologisches Experiment. Und der Sender verfügt über genügend Manipulationsmöglichkeiten (gleichsam ‚Schrauben‘, die angezogen werden können), die – je nach Sendung – in verschiedener Art miteinander kombiniert werden können.

Vor diesem Hintergrund wird der in einem Interview geäußerte Satz des BIG BROTHER-Produzenten de Mol verständlich, BIG BROTHER zeige **wahre Menschen in einer unwahren Umgebung**. Das Verhalten der Kandidaten ist als jeweils authentischer Versuch zu werten, mit einer extremen Situation zurechtzukommen. Es folgt keinem Drehbuch, die BIG BROTHER-Teilnehmer sind demzufolge in dieser Hinsicht keine Schauspieler. Das Leben in einem kameraüberwachten Container ist für sie zum Alltag geworden, und die

Zuschauer können beobachten, wie die einzelnen Personen mit dieser Konstellation fertig werden, und welche Strategien der Bewältigung sie einsetzen.

Real-People-Formate, wie eben auch Big Brother, leben insbesondere von konsequent in Szene gesetzter **Authentizitätsrhetorik und -symbolik**, die an der Präsentation des Alltags orientiert sind. Für wenig Furore sorgen dagegen künstlerisch-alternative Versuche, den Alltag von Menschen mit wackeliger Kamera originalgetreu im Fernsehen zu dokumentieren: Der *unbearbeitete* Blick in das normale Leben fällt meist trivial aus, beim Zuschauen macht sich in der Regel nur Langeweile breit. Real People-Formate entgehen dieser Falle, indem sie den gefilmten Alltag *dramaturgisch aufbereiten*. Hierfür werden die Gestaltungsmittel der erfolgreichen Soaps übernommen: Man stellt emotional aufgeladene Szenen zusammen, suggeriert dramatische Handlungsstränge, operiert mit Cliffhangern usf. Ergebnis ist ein für die Rezipienten unterhaltsamer Blick auf ein Geschehen, das das Flair des richtigen Alltags nicht verloren zu haben scheint und deshalb nicht zu Unrecht den Namen Doku-Soap/ Reality-Soap erhalten hat. BIG BROTHER ist demnach so gut wie das, was die Regie daraus macht.

Die **Inszenierung der Alltagsauthentizität** verläuft facettenreich, ich unterscheide folgende Aspekte:

- (i) *Alltag als kulturelles Deutungsmuster*: Gezeigt und hervorgehoben werden typische gemeinhin mit der Privatsphäre verbundene Tätigkeiten und Handlungen wie Zähne putzen, An- und Ausziehen, Waschen, Kochen usf. sowie emotional aufgeladene zwischenmenschliche Interaktionen wie Plausch, Freundschaftsbekundungen, Lästern, Klatsch, Streit, Zärtlichkeiten, Beziehungsstreit etc.
- (ii) *Alltagshandeln und Emergenz*: Das Geschehen in der BIG BROTHER-Wohngemeinschaft ist in dem Sinne ‚echt‘, daß es nicht wie bei anderen Soap-Formaten vorgegeben, d.h. nicht Skript-gebunden ist. Innerhalb des großen BIG BROTHER-Rahmens handeln die Teilnehmer in konkreten Situationen wie im normalen Alltag kontingent.
- (iii) *Spontaneität als ideologisches Element des Alltagshandelns*: Ein Aspekt, der mit der Idee der Authentizität verknüpft ist, ist die Vorstellung, im Alltag handle man vor allem spontan und nicht strategisch. Nur derjenige ist echt, der so handelt, wie er selbst denkt, ohne sich entscheidend um die Urteile der anderen zu kümmern. Diese

normative Vorstellung zwingt im Handlungsvollzug zur Tarnung von Face Work-Strategien und hat den paradoxen Effekt, daß derjenige, der seine Strategien am geschicktesten zu verstecken weiß, als der *wirklich* Authentische gilt.

Im BIG BROTHER-Rahmen wurden diese mit der Aura des Authentischen verbundenen Aspekte verschränkt: Der Sender setzte die ersten beiden Elemente (Alltagsszenario, Emergenz) ein, um überhaupt den Rahmen Alltag zu schaffen (erste Authentizitätsebene). Mit den spezifischen Arbeitsaufgaben wie Nominierungen, dem Beichten im Sprechzimmer usw. wurde erreicht, eine spezifische moralische Atmosphäre zu schaffen, in der Fragen nach Echtheit versus Aufgesetztheit eine zentrale Rolle spielten. Die Kandidaten reproduzierten die vom Sender induzierte Authentizitätsrhetorik („Leb‘, wie Du Dich fühlst!“), machten sie sich sogar zu eigen, so daß viele Emotionen der Protagonisten in diesem Sinne wirklich als echt bezeichnet werden können. Der mit den Spielaufgaben erzeugte soziale Streß (zweite Authentizitätsebene) diente dem Sender wiederum als Attraktionsstrategie auf der ersten Authentizitätsebene. Letztlich spiegelt sich in dieser Konstruktion ein der Populärkultur inhärentes Motiv, Alltagsmythen und Alltagsparadoxien (hier: Authentizität) innerhalb medialer Handlungsräume (hier: Real People-Format) aufzugreifen und zu reproduzieren. Sie erfahren auf diese Weise eine besondere öffentliche Markierung und Verifikation: Nichts kann authentischer sein als der Kampf um Authentizität – so ließe sich resümieren.

Ich komme nun zu dem dritten Teil meines Vortrags: Web Cams. Auch wenn Real People-Formate im Fernsehen derzeit national wie international für Furore sorgen, gibt es seit längerem im Internet eine Alternative: Der Blick in den trivialen Alltag ist dort längst zur Gewohnheit geworden: Die ‚Web Cam‘-Technik macht dies allen möglich. **Web Cams können, so meine These, als das echte interaktive Privatfernsehen bezeichnet werden.** Das Kunstwort Web Cam ist die englische Kurzform für Internet-Kamera und bezeichnet eine relativ kleine digitale Kamera, die über einen Computer mit dem Internet verbunden ist und dort Bilder einzuspeisen vermag. Die Bildübertragung ins Internet erfolgt - je nach gewähltem Aufwand - in bestimmten Zeitabständen (üblich sind Abstände zwischen einer Minute und einer Stunde). Meist eingebunden in die Gestaltung einer Homepage bietet die Web Cam einen zusätzlichen Service: Besucher von Internetseiten können sich authentische Einblicke in den Alltag Anderer verschaffen, und umgekehrt sind User mit einer solchen Web Cam-Ausstattung in der Lage, diese Einblicke dem Besucher ihrer Seite anzubieten. Der dazu notwendige technische Aufwand hält sich in Grenzen.



Das Angebot an Web Cams im Netz ist mittlerweile unüberschaubar geworden. Neben privaten Usern sowie Firmen und Institutionen, die Web Cams als Werbegags in ihre Seiten integrieren, sind es v.a. kommerzielle Anbieter von Pornographie (Internet-Sexmarkt), die die neue Technik vorantreiben (jüngster Schritt: Pornographie mobil auf dem Internet-fähigen Wap-Handy).

Ein kleinerer Teil der Home Cam-Angebote wird *nicht* in dieser Art kommerziell betrieben: Hier findet man Homepages von normalen Computernutzern und -nutzerinnen, die eine Web Cam in ihre mediale Selbstpräsentation integriert haben: Man sieht Bilder, auf denen z.B. der Akteur am Schreibtisch sitzt und am Computer arbeitet oder eine Akteurin beim Frühstück sitzt und die Zeitung liest oder eine Familie samt Hund auf ihrem Sofa sitzt und glücklich in die Kamera lächelt - das ist alles, was man offeriert bekommt. Pionierin dieser Art von Selbstpräsentation ist die Amerikanerin Jennifer Rigley, die ihr Leben seit Anfang 1997 im Internet veröffentlicht (JenniCAM). Fast kostenlos gibt es hier alle 20 Minuten ein aktuelles Bild aus ihrer Wohnung zu sehen. Das Konzept lautet, alles zu zeigen, was natürlicherweise in ihrer Wohnung geschieht: Man sieht sie schlafen, aufstehen, essen, saubermachen, lesen, und man sieht eine leere Wohnung, dann nämlich, wenn sie ausgegangen ist, oder eine dunkle, wenn Nacht ist. Nichts wird inszeniert, alles soll glaubwürdig authentisch sein. Die Bilder aus Wohnung und Leben von Jenni werden ergänzt durch andere professionell aufgemachte Selbstdarstellungsmaterialien: Lebenslauf, Gedichte, (Traum-)Tagebuchauszüge, eine Auflistung der Lieblingsbücher und Filme usf., insgesamt mehrere Tausend Seiten Text und Standbildaufnahmen. Inzwischen gibt es eine fast schon unüberschaubare Zahl von Nachahmerinnen, so auch Jennis deutsches Pendant: Tina mit ihrer TinaCam, die Ende 1998 ihr Netzangebot präsentierte.

Welche Akzeptanz finden solche Angebote bei den InteressentInnen? Was fasziniert beide Seiten daran, sich im WWW zu plazieren resp. sich im Web mit dem normalen Leben und Alltag von ‚Leuten wie du und ich‘ zu beschäftigen? Vergleichsweise einfach lassen sich immerhin Antworten für special interest-User finden: Wer zum Beispiel Erotik-Angebote anonym konsumieren möchte, ist naheliegenderweise im Netz bestens aufgehoben. Wie steht es jedoch um die Bedürfnisse und Motive der Anbieter und Konsumenten von Home Cam-Angeboten, in denen es *ohne* die Verfolgung von kommerziellen Interessen und ohne Suche

nach Sex, dem ewigen Lockmittel, allein um Bilder aus dem normalen Alltag eines jeden, Männer wie Frauen, Frauen wie Männern, geht?

Meine Antwort lautet, daß die selbstbestimmte Alltagspräsentation via Internet im Zentrum des Interesses der User steht. Entgegen dem oft gehegten Verdacht, daß im Netz alles einer Anonymisierung sowie einer Enttabuisierung anheim falle, zeigt sich in Äußerungen von Web-Interessierten Gegenteiliges: Viele haben

- *erstens* eine klare, selbstverständliche Vorstellung der Grenze zwischen Öffentlichkeit und Privatheit. Sie sind sich sicher, was zu ihrer schützenswerten Intimsphäre zählt und orientieren sich dabei an den Maßstäben, die traditionell mit den bürgerlichen Werten in Verbindung gebracht werden.
- *Zweitens* kennen sie sich in der Regel sehr gut mit den technischen Potentialen und Gefahren der Netztechnik aus: Sie wissen, welche Bilder bei den Zuschauern wann zu sehen sind, und können damit bestimmen, was sie nicht sehen und hören lassen wollen. Ein US-Amerikaner hat für sich selbst zum Beispiel die Grenze damit gezogen, daß er nur Bilder ins Netz stellt, *nicht* aber den dazugehörigen Ton und kommentiert, daß für ihn seine Intimsphäre mit dem Ton resp. der mangelnden Möglichkeit des Zuhörens beginnen würde. Eine andere Rezipientin von Web Cam-Angeboten berichtet, sie wolle nichts hören, sondern nur Bilder sehen, denn mit Bildern *und* Ton würde man viel zu viel in das Geschehen der Anderen einbezogen.
- *Drittens* wird immer wieder hervorgehoben, daß es bei der Web Cam-Kommunikation um die Neugier am Leben des Anderen gehe sowie darum, daß der Andere „echt sei“. Ein Web Cam-Interessierter, der selbst Bilder von sich am Schreibtisch sitzend ins Netz stellt, gibt exemplarisch Auskunft über diese Faszination an solchen medialen Selbstenthüllungen. Im Interview berichtet er, im Netz sei als Dauerstandbild zu sehen, wie er (Zitat:) „total fertig vor dem PC sitze (,) so (,) ,oh ist mir schlecht“ „, und er bewertet, daß das aber okay sei, also „das gehe noch“. *Was* geht noch bzw. was geht hier *noch*? Welchen Sinn macht es für diesen jungen Mann, sich im WWW in dieser Art und Weise zu präsentieren? Worin besteht der Vorteil, anderen vorzuführen, daß man zumindest manchmal „total fertig“ ist? Sinnvoll wird diese Form von Face Work nur unter der Annahme, daß offensichtlich ein spezifischer Umbewertungsprozeß stattgefunden hat: Er hat nicht nur nichts dagegen, sich so zu

präsentieren, vielmehr kann man ihn in diesem Zustand sogar für längere Zeit im Netz betrachten. Das Dargebotene entzieht sich offensichtlich der normativen Kategorisierung entsprechend den traditionellen Anstandsregeln gutes vs. schlechtes Benehmen. Neues Beurteilungskriterium ist statt dessen der Wert der Authentizität: Das normale, echte (!) Leben kann und soll gezeigt werden – ohne jegliche schönende, verzerrende, irreführende Inszenierung jedweder Art. Es macht nicht nur nichts, total fertig zu sein, sondern es ist sogar gut so, dies zu sein und es auch öffentlich zu zeigen. Die Emphase liegt auf der Präsentation des *dramatisch Normalen*. Jeder kann sehen, wer ich bin, jeder soll sehen, wie authentisch ich *lebe*: Watch me as I am happening – könnte man im Englischen sagen, eine Formulierung, die im Deutschen kaum eine Entsprechung hat. Warum braucht es dazu des WWWs? Warum reicht es dem jungen Mann nicht, sich im Kontext seiner face-to-face-Kontakte identitätsrelevant zu verorten, d.h. im Gespräch mit seiner Freundin und seinen Bekannten? Welcher kommunikationsstrukturelle Gewinn liegt im Face Work via Web Cam?

Meine Antwort: **Web Cam und Internet dienen als symbolischer Zusatzraum, in dem es zu einer Verschränkung von realer und virtueller Kommunikation kommt.** An den von uns untersuchten Fällen läßt sich ein instruktiver Einblick in die Prozesse der Indienstnahme, der Übernahme von neuen Informations- und Kommunikationstechniken (hier: Multimedia) durch ihre Nutzer gewinnen. Die an den Home Cam-Angeboten Interessierten kultivieren gleichsam eine Gegenwelt zu der von Techniksoziologen und Medientheoretikern gerne beschworenen Welt des Cyberspace, die bekanntlich tragend von Virtualität und Anonymität geprägt ist. Mit den konkreten Bildern aus den Wohnungen der Leute wird im WWW ein belebter, sozialer Ort eingerichtet, der Raum gibt für die Präsentation der physischen Körper der identifizierbaren Persönlichkeiten der Akteure. Im Fokus stehen nicht die Momente der Virtualität, des Imaginären und des Spiels mit Identitäten, welches eine große Rolle beim Chatten spielt, wo ja mit Identitätsmaskierungen und Identitätsfragmentierungen operiert wird. Im Zentrum steht vielmehr die *realitätsbezogene* Selbstbehauptung: Das ungeschönte Leben wird in Echtzeit dokumentiert und mit ausufernden Darlegungen in Form von Tagebüchern und dergleichen kommentiert. Das virtuelle Leben der Home Cam-Akteure wird auf diese Weise identisch mit dem realen Leben *vor* dem Bildschirm, das sich eben durch Linearität, Kontinuität und Kohärenz auszeichnet. Das Bild des *ausgepowerten* jungen Erwachsenen vor seinem PC steigert nun inszenatorisch diese Art von Identitätspräsentation und –zelebration: Ein ausgepowert Körper verdeutlicht eindeutig und durch unmittelbaren

Augenschein das zentrale Motto der Home Cams: Wohne ‚echten‘ Leuten in ihrem wirklichen Alltag bei.

Warum muß jemand sein Leben in der beschriebenen Art der Doppelung nun gerade im Cyberspace präsentieren (Fokus: Produzentenseite)? Und worin ist der Gewinn zu sehen, sich ‚nur‘ das normale Leben Anderer anzuschauen (Fokus: Rezipientenseite)? Die Antwort muß wohl darin gesucht werden, daß die Rezipienten die bekannten Vorteile der durch ihre Einseitigkeit geprägten Medienkommunikation zu nutzen wissen: Während die soziale Gemeinschaft vor Ort sehr real ist in dem Sinne, daß sie im Rahmen von face-to-face-Interaktionen immer zu Stellungnahmen zwingt bzw. diese einem Akteur gegenüber auch äußert, liegt der Fall für die virtuelle Gemeinschaft anders: Sie eröffnet besondere Freiräume für Interpretation und Probehandeln. Auf der Grundlage nämlich, daß Ego sich keinen Erwartungen eines konkreten Gegenübers ausgesetzt sehen muß, erfährt dieser eine Handlungsentlastung, die ihm eine entspannte Beobachtung Anderer – und seiner selbst – ermöglicht: Er muß keine Rücksichtnahmen auf Höflichkeitsregeln etc. nehmen, er kann das Gesehene spontan kommentieren usf. Wer wie in unserem Beispiel nicht chattet sondern nur zuschaut, kann nicht wissen, was das andere virtuelle Mediengegenüber von einem hält. Ein symbolischer Zusatzraum eröffnet sich, der ein Projektionsfeld für die Phantasien aller Nutzerseiten darstellt.

Damit ist eine spezifische Kommunikationskonstellation entstanden: Der Home Cam-Interessierte behauptet sich nicht nur erfolgreich gegen die Virtualisierung und Fragmentierung des Lebens durch die neuen Informations- und Kommunikationstechniken (Stichwort: das ‚alte‘ Leben in das ‚neue‘ Medium tragen, um ‚Neues‘ (Potentialitäten) durch ‚Altes‘ (Realitäten) quasi zu domestizieren), sondern er nutzt es gleichermaßen für seine Zwecke, nämlich als spezifische Folie für den Aufbau und Erhalt seiner Identität. Sozialwelt und symbolischer virtueller Zusatzraum (WWW) werden in ein *kompatibles* Verhältnis zueinander gebracht. In unserem Fallbeispiel: Die Selbstpräsentation als ausgepowert, „völlig fertig“ gewinnt ihre Identitätsrelevanz zum einen dadurch, daß überhaupt eigenes Leben in das WWW gestellt wird resp. daß überhaupt fremdes Leben zu sehen ist (Aspekte: Entäußerung, Veröffentlichung), und zum anderen dadurch, daß einem jeden im WWW alle Freiheiten der Präsentation, Interpretation und Bewertung gewährt werden (Aspekt: Spielraum für Phantasien). Die Entlastung vom Zwang zur Stellungnahme macht es möglich, daß alle Wünsche und Ideen denkbar sind.

Was hier noch als eine identitätsstiftende Selbstenthüllung gelten kann, die darauf zielt, den Gezeigten als in intensiver Auseinandersetzung mit seinem Leben stehend zu charakterisieren, trifft auf andere Formen der Intimitätspräsentation via Web Cam nicht mehr zu: Hier reagiert das Prinzip der (zumindest) semi-professionellen Selbstinszenierung und -vermarktung. Bei den vielen Live-Übertragungen aus den Wohnungen junger Frauen steht doch auch Erotik und Nacktheit als unausgesprochene Potentialität im Raum. Und nicht selten passiert genau das, was in der deutschen Big Brother-Show zu sehen war, daß nämlich bei der Morgentoilette weibliche Reize deutlich zu sehen sind – sehr zur Freude des männlichen Publikums, wie Äußerungen im angeschlossenen Chat durchaus belegen. **Hier mischen sich: das wahre Leben und die Ware Leben.** Andere Cam-Girls inszenieren ihr Leben als Kunst: In der entsprechenden Fotogalerie sind künstlerisch gestaltete Bilder zu sehen, teilweise mit anspruchsvollen Texten und Kommentaren versehen. Auch im Internet ist also ein latent ausgetragener Wettbewerb um die gelungenste Selbstinszenierung feststellbar. Das Ausmaß ihres Erfolgs können die Web Cam-Akteure täglich an dem Zählwerk ihrer Homepage ablesen bzw. ihrem Tabellenplatz auf den entsprechenden Web Cam-Link-Übersichten. Von diesem Punkt aus ist es nicht mehr weit, bis die Web Cam zum Cam-Kult wird: Das ganze Leben als *Performance*, dargeboten von professionellen Lebenskünstlern, wie sie schon seit längerem – im übrigen *vor* den Zeiten von Big Brother - in sog. Online-Soaps zu sehen sind.

Wo das klassische Fernsehen die Aufmerksamkeit der Zuschauermassen bündelt, eröffnet die weltumspannende Internet-Technik dem tendenziell passiven TV-Zuschauer die Möglichkeit, sein eigenes Programm aktiv zu gestalten. Die Massenkommunikation der alten Medien wird durch die multimediale Individualkommunikation ergänzt. Mit ihren Web Cams ziehen sich die Menschen von den Bildschirmen der Fernsehindustrie zurück und werden selbst die TV-Akteure ihres eigenen Wahrnehmungsfeldes. Nun sind sie es, die am Hebel der Medien-Macht sitzen. Die technischen Möglichkeiten lassen Partizipationschancen entstehen, die sich auch in der Freude am Surfen im Netz zeigt: Für viele ist es vergnüglich, durch die Weiten der WWW-Welt, deren Bilder und Wissensbestände zu reisen und der eigenen Neugier folgend Neues zu entdecken. Herkömmliche TV-Formate wie Big Brother stehen in dieser Hinsicht nicht abseits – im Gegenteil: Das umfassende Live-Erlebnis der Geschehnisse im Container erschloß sich nur im WWW, wo rund um die Uhr alle Kameras und damit alle Aktivitäten der Protagonisten zu sehen waren. Auf diese Weise erfahren Massen- und Individualkommunikation zwar eine Verschränkung, das Bildmaterial, aus dem der gesendete

Alltag sich zusammensetzt, steht jedoch weiterhin unter der Regie des Senders: Der Rezipient agiert einem Kaufhauskunden gleich.

Die meisten nicht kommerziellen Web Cam-Angebote erinnern an alte Super 8-Zeiten, in denen Amateure ihren Alltag mit subjektiver Kamera aufgenommen haben. Das Wackeln der Bilder war Beweis für ihre Originalität. Heute werden solche Szenen mit Hightech-Kamera und PC eingefangen, dort erstarren sie und werden stumm, um dann oft genug in der alt bekannten Ästhetik einer Dia-Projektion veröffentlicht zu werden. In ihrer avancierten Form können Web Cams hingegen als eine Art von Internet-TV bezeichnet werden.

Die Angebote zeigen – wie schon mehrfach betont – das ungeschönte Leben der Menschen ohne jegliche Maskerade (Stichwort: Chatten). In der Web-Cam-Welt sind es kleine Überraschungen (Veränderungen der Wohnungseinrichtung, plötzlicher Besuch u.ä.), die für Rezipienten eine faszinierende Wirkung haben. Oft ist eine starke Lust am Detail zu verzeichnen: Aktuelle Web Cam-Bilder werden um archivierte ergänzt, Tagebücher und andere biographische Medien vervollständigen den Zugang zum Leben der Akteure. In Zeiten der forcierten gesellschaftlichen Unübersichtlichkeit besteht offensichtlich ein ernst zu nehmendes Bedürfnis nach Orientierung. Befriedigt wird dies im Falle der Web Cams dadurch, daß auf die **Selbstevidenz der unmanipulierten bildlichen Alltagsdokumentation** einerseits sowie der **biographischen Kommunikation im Medium der Schriftlichkeit (Tagebücher)** andererseits gesetzt wird: Insofern läßt sich in den Web Cam-Angeboten ein modernes visuell dominiertes biographisches Medium sehen, das Verbindungen zu jenen Zeitgenossen zu haben scheint, die sich nicht für Bilder sondern für Bücher interessieren und ebenfalls im WWW auf den Homepages der Internetbuchhandlungen ihre Stellungnahmen und Rezensionen zu Romanen veröffentlichen.

**Welche Grenzen der Selbstvergewisserung werden jedoch im Medium Web Cam gesetzt?** Anders als beim Orwellschen Big Brother sind alle diese Selbstenthüllungen selbst gewählt und entbehren jeglicher Geheimniskrämerei, die Voyeure klassischer Art in den Bann zieht. Jeder hat die Möglichkeit, sich und sein Leben anderen offen zu präsentieren. Die Suche nach dem Echten, Wahren stellt den großen Reiz dar. Inwieweit führt diese gerade durch die Produktion und Rezeption von Web Cam-Angeboten zum Erfolg? Die Zuschauer scheinen großen Worten wichtiger Zeitgenossen und Glamourinszenierungen der TV-Unterhalter nicht länger Glauben schenken zu wollen und wenden sich in Zeiten der

Globalisierung dem überschaubaren Nahbereich zu: Der eigene Körper, das eigene Leben in den eigenen vier Wänden scheint das letzte, sichere Pfund zu sein, mit dem es sich wuchern läßt. Es soll hinter die Fassade des normalen Lebens geschaut werden. Gesucht wird das Authentische: Wie funktionieren die Alltagsroutinen, woraus besteht das Leben? Die Wir-zeigen-alles- resp. Wir-können-alles-sehen-Haltung wirkt gemeinschaftsbildend. Die Community der ‚Internauten‘ ist eine Szene mit offenen Grenzen: Web Cam-Angebote kommen und gehen.

In einem Interview äußert ein Web Cam-Zuschauer, daß er sich manchmal nicht des Eindrucks erwehren könne, nicht er schaue auf sein Internet-Gegenüber, sondern dieses schaue ihn an. Und in der Tat ist dieser Umkehrschluß keinesfalls abwegig: Der begehrte Blick der Zuschauer in die Wohnzimmer Anderer offenbart auch einen Blick in die Innenausstattung der eigenen Selbsterfahrungsphantasien. Die Neugier auf das Ikea-Sofa in der Wohnung eines anderen, ausgelebt auf dem eben solchen eigenen, ist Indiz für die Sehnsucht nach kleinen Fluchten aus bürgerlich geordneten Verhältnissen. Die Langeweile und Selbstverlorenheit im heimischen Wohnzimmer, in denen Fernseher und PC-Monitor flimmern, scheint groß zu sein – so groß, daß die Sehnsucht nach Selbstverortung und Selbstvertrauen größer ist als alle Fremdheit und alles eventuelle Mißtrauen in das Medium Web Cam, so groß aber auch, daß der Charakter der Doppelung der bestehenden Lebensverhältnisse nicht mehr ins Rampenlicht der Aufmerksamkeit gerät. Ist das im übrigen eine historisch neue Entwicklung, die sich nur als Verfallsgeschichte des für die bürgerliche Gesellschaft konstitutiven Verhältnisses von Öffentlichkeit und Privatheit begreifen läßt?

Zwar hat sich spätestens seit der Französischen Revolution die strikte Abschirmung der Privat- von der öffentlichen Sphäre entwickelt, sie sah sich jedoch immer schon mit kulturellen Gegenströmungen konfrontiert. Bereits im 19. Jahrhundert stand das Modell der bürgerlichen Familie unter Ideologieverdacht: Bezahlen ihre Mitglieder die Familienidylle nicht mit einer einschneidenden kulturellen Verarmung? Was zunächst nur in literarischen Salons debattiert wurde, bahnte sich nach und nach seinen Weg in die Öffentlichkeit: Die Beschäftigung mit der eigenen privaten Lebenswelt rückte in den Mittelpunkt bürgerlicher Selbstdarstellung und hat sich auch anfänglich bereits an der Trivialität des Alltags orientiert. Der Bezug auf das Private ist nicht länger unweigerlich mit dem Appell an die Diskretion verknüpft. Mit der Kulturrevolution von 1968 hat die Veröffentlichung des Privaten eine entscheidende Steigerung erfahren: Nun steht die Suche nach der eigenen Individualität, nach der persönlichen Authentizität im Mittelpunkt *öffentlicher* Selbstvergewisserungs-

bemühungen. Heute leben wir in einer Welt der Entgrenzung. Zwar gibt es nach wie vor den Bereich der Intimität, der dem Einzelnen bei Bedarf Schutz gewährt - man rufe sich nur den Web Cam-Akteur in Erinnerung, der in der *Stummheit* der Bilder *seinen* Persönlichkeitsschutz zu erkennen vermag. Aber die Grenzziehung zwischen Privatheit und Öffentlichkeit ist flexibel geworden: Je nach Situation und Augenblick wird sie neu ausgehandelt und bestimmt. Dies ist ein schwieriges und aufwendiges Unterfangen und die Ergebnisse sind oft nur von kurzer Dauer. Um so attraktiver scheint es zu sein, unter diesen Bedingungen dem unmittelbaren Augenschein zu vertrauen und sich an die im WWW präsentierten Lebenspraxen zu halten, die allen Unkenrufen zum Trotz den Alltag als authentisch gelebt bzw. authentisch lebbar präsentieren. Auch wenn ich mich zu guter Letzt nun wiederhole: Nichts kann authentischer sein als die Suche nach Authentizität!



# **Erste Allgemeine Sichtbarmachung. Elektronische Öffentlichkeit und das Ende der Privatheit – am Beispiel der Web Cams**

**Klaus Neumann-Braun, Frankfurt/M**

## **Gliederung:**

### **I**

#### **1. Einleitung: Erste Allgemeine**

**Sichtbarmachung –**

*Erste Allgemeine Verunsicherung*

#### **2. 2000 ist nicht 1984! –**

**Orwells Big Brother rehabilitiert**

#### **3. 2000 ist doch 1984 –**

**schöne neue Multimediawelt!**

### **II**

#### **4. Endemols *Real People-Format* Big Brother**

#### **5. Big Brother: Paradoxe Attraktionsstrategien**

**in der Spannung von Alltagsinszenierung und**

**Alltagsdokumentation**

### III

**6. Web Cam-Angebote – das echte (interaktive)  
Privatfernsehen**

**7. Web Cam-Angebote – selbstbestimmte  
Alltagspräsentation im Internet**

**8. Web Cam-Angebote und Internet als  
symbolischer Zusatzraum – zur  
Verschränkung von realer und virtueller  
Kommunikation**

**9. Web Cams als *Suchmaschine Leben* in der  
Spannung von wahren Leben und der Ware  
Leben**

**Grenzen der Selbstvergewisserung im Medium  
Web Cam**

## Bisher erschienen in der *paper-* Reihe:

- (1) Klaus Neumann-Braun: *Präsentationsformen von Gewalt in den Massenmedien - am Beispiel des Films „Angel Heart“* (Abschlußbericht zum Teilprojekt B 11 im Sonderforschungsbereich 321 „Mündlichkeit - Schriftlichkeit“) (1996).
- (2) Klaus Neumann-Braun und Michael Charlton: *Ontogenese der Fähigkeit zum Mediengebrauch. Entwicklungsstufen und Strukturmerkmale von Rezeptionssituationen* (Abschlußbericht zum Teilprojekt B 7 im Sonderforschungsbereich 321 „Mündlichkeit - Schriftlichkeit“/Kurzfassung) (1996).
- (3) Michael Charlton und Klaus Neumann-Braun: *Medien, Kommunikation und Identität. Mediale Gewaltsymbole im Handeln und Sprechen von Jugendlichen* (Abschlußbericht zum Teilprojekt B 11 im Sonderforschungsbereich 321 „Mündlichkeit - Schriftlichkeit“/Kurzfassung) (1996).
- (4) Arnulf Deppermann: *Berufung auf geteiltes Wissen als Persuasionsstrategie im interaktiven Handeln* (1996).
- (5) Luca Guilianì und Klaus Neumann-Braun: *Zyklop und Satan im Medium der Bilder. Ein kleiner vergleichender Beitrag zum Wandel der Bilderzählung in archaischer und (post)moderner Zeit* (1996).
- (6) Klaus Neumann-Braun und Ulrich Wenzel: *Mediendifferenzierung und kulturelle Entgrenzung. Eine bilanzierende Reflexion der Normierungsdiskurse in der Kommunikationsforschung* (1996).
- (7) Michael Barth, Klaus Neumann-Braun und Axel Schmidt: *Materialien zur Literatursichtung „Kunsthalle und Supermarkt - Videoclips und Musikfernsehen“* (1996).
- (8) Klaus Neumann-Braun: *Medienkommunikation und Formen der Partizipation* (1996).
- (9) Arnulf Deppermann: *Gesprächsanalyse als explikative Konstruktion - Ein Plädoyer für eine reflexive Ethnomethodologie* (1997).
- (10) Klaus Neumann-Braun - unter Mitarbeit von Benoit Gindele: *Zappenduster. Eine Literatursichtung zum Thema selektive Fernsichtnutzung* (1997).
- (11) Klaus Neumann-Braun: *Kind und Markt. Ergebnisbilanzierung des Forschungsschwerpunkts „Empirische Markt- und Kommunikationsforschung“ an der Universität Trier (1992 - 1994)* (1997).
- (12) Klaus Neumann-Braun: *Diskussionspapier zur Neustrukturierung des Lehrangebots für die Lehramtsstudenten/innen in dem grundwissenschaftlichen Fach Soziologie an der JWGU-Universität Frankfurt am Main (Stand: 1.8.1995)* (1997).

- (13) Klaus Neumann-Braun: *Evaluation der Lehrveranstaltungen „Institutionelle Lernfelder: Strukturen und Dynamiken“* (Grundkurs / Lehramtsstudiengänge / WS 94, SS 96) (1997).
- (14) Klaus Neumann-Braun und Wolfgang Arend: *Satanismus - audiovisuell. Zur Inszenierung des Bösen im aktuellen Kinofilm*. Abschlußbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt (1997).
- (15) Klaus Neumann-Braun: *Grenzenlose Bilder - ein Beitrag zum Wandel der Bildästhetik im Kinder- und Jugendbuch* (1997).
- (16) Klaus Neumann-Braun: *Evaluation der Lehrveranstaltungen im SoSe 1997: „Institutionelle Lernfelder: Strukturen und Dynamiken“ sowie „Kulturinszenierungen und Rezeptionshandeln“* (1997).
- (17) Klaus Neumann-Braun und Arnulf Deppermann: *Jugend, Kommunikation, Kultur. Eine ethnographische Untersuchung von jugendlichen Peer Groups* (1998).
- (18) Arnulf Deppermann: *Semantic shifts in argumentative processes: A step beyond the „fallacy of equivocation“* (1998).
- (19) Axel Schmidt: *Die Geschichte von MTV bis heute* (ausführliche Version) (1998).
- (20) Lutz Hachmeister und Jan Lingemann: *Das Gefühl VIVA. Deutsches Musikfernsehen und die neue Sozialdemokratie* (ausführliche Version) (1998).
- (21) Klaus Neumann-Braun: *Sozialer Wandel und die Kommerzialisierung der Kindheit* (1998).
- (22) Klaus Neumann-Braun: *Hexenmythos - audiovisuell. Die Inszenierung des Hexenmythos in populären Massenmedien und seine Transformation: eine vergleichende Untersuchung* (Zwischenbericht) (1998).
- (23) Klaus Neumann-Braun: *Seduction through the Language of Images: the Advertising Campaigns of German Music Television throughout the Nineties* (1999).
- (24) Arnulf Deppermann: *Perspektiven zur Weiterentwicklung der konversationsanalytischen Methodologie* (1999).
- (25) Arnulf Deppermann: *Überlegungen zur konversationsanalytischen Untersuchung von Wortsemantik* (1999).
- (26) Klaus Neumann-Braun: *Überbelichtetes Leben - entgrenzte Öffentlichkeit? Über den Umgang mit Web Cam-Angeboten* (1999).
- (27) Klaus Neumann-Braun und Wolfgang Arend: *Hexenmythos - audiovisuell. Die Inszenierung des Hexenmythos in populären Massenmedien und seine Transformation: eine vergleichende Untersuchung* (Abschlußbericht) (1999).

- (28) Klaus Neumann-Braun: *Kinder- und Jugendmedienschutz auf dem Weg zur Donquichotterie? Ein betretener Zwischenruf* (Januar 2000).
- (29) Axel Schmidt: *Aus schwarz mach' grün! Ein Ball wird Konzept oder die Domestizierung von Jugendkultur durch Erwachsene und Polizei* (Januar 2000)
- (30) Klaus Neumann-Braun: *Medienkompetenz und Informationsgesellschaft* (Mai 2000)
- (31) Klaus Neumann-Braun: *Die Wünsche der Kinder – ein Blick auf die „Dauerbrenner“* (Mai 2000)
- (32) Klaus Neumann-Braun: *Erste Allgemeine Sichtbarmachung. Elektronische Öffentlichkeit und das Ende der Privatheit – am Beispiel der Web Cams (incl. Big Brother)* (September 2000)