

**Überbelichtetes Leben – entgrenzte Öffentlichkeit?
Über den Umgang mit Web Cam-Angeboten**

Klaus Neumann-Braun

(Dezember 1999)

paper 26 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**

Überbelichtetes Leben – entgrenzte Öffentlichkeit? Über den Umgang mit Web Cam-Angeboten¹

Gliederung:

- 1. Web Cams: Fenster zur Welt in Zeiten von Multimedia**
- 2. Der „nackte“ Untertan, die nackte „Untertanin“**
- 3. Cam-Girls: die Präsentation von Privatheit im öffentlichen Medien-Raum**
- 4. Grenzkontrolle im „Peeping Web“ – ein Fallbeispiel**
- 5. Ein Zusatzraum für mich und uns – zur Verschränkung von realer und virtueller Kommunikation**

1. Web Cams: Fenster zur Welt in Zeiten von Multimedia

Wie häufig wurde schon festgestellt, das Ende des Privaten sei gekommen, doch nun scheint tatsächlich seine letzte Stunde geschlagen zu haben. Schuld daran sind recht unscheinbare technische Geräte: die Web Cams: Es handelt sich dabei um kleine bis kleinste digitale Kameras, die über einen Computer mit dem Internet verbunden sind. In frei festlegbaren Zeitabständen produzieren die Kameras Bilder, die einem Computer übermittelt und auf einem Webserver abgespeichert werden. Über das Internet lassen sich die Bilder abrufen und betrachten. Findet eine häufige Bildaktualisierung statt, spricht man von Live-Cams. Sollen die Bilder auch vom Originalton begleitet werden, ist eine zusätzliche technische Voraussetzung notwendig, die Streaming Video-Technik. Lassen sich die Kameras interaktiv über das Netz steuern, spricht man von Action-Cams oder Robot-Cams.

Werden Web Cams im öffentlichen bzw. halböffentlichen Raum aufgestellt, dienen sie als Outdoor-Cams bspw. der harmlosen Wetterbeobachtung (z.B. Wetterkameras auf Bergen in Feriengebieten), aber auch der weniger harmlosen Ausspähung von Vorgärten und Feindesland (Satelliten- und Flugzeug-Web

¹ Vortrag auf dem Mediensymposium Luzern 1999: „Zerfall der Öffentlichkeit?“ (2.-4.12.1999), Roundtable 3: „Tyrannie der Intimität?“

Cams). Diesen Kontrollfunktionen kommen aber auch die vielen Überwachungskameras (Indoor-Cams) nach, die heutzutage in Firmen, Geschäften und Fußgängerzonen u.ä. zu finden sind (z.B. Verkehrsüberwachung, aber auch Kontrolle des Kundenbetriebs in Banken, Geschäften und Bahnhöfen). Als das am besten 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.

2. Der „nackte“ Untertan, die nackte „Untertanin“

Was die einen als Befreiung von Verbrechen und Bedrohung feiern, empfinden andere als äußerst prekär und – in anderem Sinne – bedrohlich. Dabei denken sie gar nicht an solche „kleinen“ Eklats im Paparazzi-Format wie die Veröffentlichung heimlich aufgenommener Videofilme von Prominenten in intimen Situationen (bspw. Lady Di im Fitness-Studio, Stars in der Sauna der Schweizer Schönheitsfarm „Graziella“). Für sie steht vielmehr viel Existentielleres auf dem Spiel, schließlich sei Orwells „1984“-Szenario nun übertroffen worden. Nicht ein großer Bruder wache über die Menschen, sondern viele kleine Brüder wachten mit Kamera-Augen über die vielen Mitbrüder. Eine Überwachungsgesellschaft sei entstanden, in dem jeder jeden observiert (selbst die Beobachter an den Kontrollmonitoren werden ihrerseits wieder von Firmenkameras überwacht). Der Fluchtpunkt dieser Entwicklung sei der „gläserne Mensch“: Sowohl Videobilder als auch Konsumdaten würden gespeichert und derart vernetzt werden, daß Interessierte jederzeit per Mausclick Persönliches über ein Gegenüber in Erfahrung bringen könnten, angefangen von seinem Aussehen bis zu seinen Konsumdaten usf. Damit sei der „nackte“ Untertan geschaffen: Jeder erfahre via Internet *alles*, aber die Richtung kehre sich eben auch um: über *jeden* lasse sich alles erfahren.

Auf andere, konventionelle Weise präsentieren sich noch andere im ganz körperlichen Sinne nackt im Netz: Neben der Beobachtung des alltäglichen Geschäfts- und Arbeitslebens (Work-Cams) gibt es Kameras, die in privaten Räumen aufgestellt werden, die Home-Cams (oder auch: Domestic Web Cams). Sie gewähren Zugang und Einblick in die intimen Details des Lebens von Privatpersonen. Das einschlägige Angebot ist recht groß: Derzeit lassen sich weltweit – so aktuelle Schätzungen - rund 2.500 Adressen aufsuchen. Der größte Teil dieser Angebote wird von kommerziellen Anbieterinnen bestritten, die ihre körperlichen Dienste über das Internet feilbieten (Internet-Sexmarkt).

Ein kleinerer Teil der Home Cam-Angebote wird jedoch *nicht* in dieser Art kommerziell betrieben: Hier findet man Homepages von normalen ComputernutzerInnen, 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. Das ist auch schon alles, was man offeriert bekommt. Auch die Web Cam in der Gemeinschaftsküche eines Aachener Studentenwohnheims bietet nur diesen recht belanglosen Blick ins „echte“ heutige StudentInnenleben: Man wohnt einer Handvoll Studierender visuell beim Kochen und Essen bei - mehr passiert auch hier nicht. Die größte Anzahl von Web Cams in einer privaten Wohnung findet sich wie zu erwarten im Land der unbegrenzten Möglichkeiten: In den USA hat ein Mann, der sich bezeichnenderweise „Nerdman“ nennt, 14 Kameras in seiner Wohnung installiert (selbst Hamsterkäfig und Katzenklo haben eine eigene Kamera) und inszeniert sich als eine Imitation von Truman Burbanks, dem Helden des erfolgreichen Kinofilms „The Truman Show“.

Wer aber sind die Cam-Girls, die heute auch im Rampenlicht der Öffentlichkeit stehen?

3. Cam-Girls: die Präsentation von Privatheit im öffentlichen Medien-Raum

Pionierin der Cam-Girls ist die Amerikanerin Jennifer Rigley, die ihr Leben seit Anfang 1997 im Internet veröffentlicht (JenniCAM²). 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. Die Bilder aus ihrer Wohnung werden ebenfalls ergänzt durch Materialien wie Lebenslauf, Tagebuch, Homepage sowie ein Chat Modul.

Welche Akzeptanz finden solche Angebote bei den InteressentInnen? Verfügbare objektive Daten gibt es nicht, nur Angaben von den Cam-Girls selbst sind erhältlich. Die Seiten von JenniCam sollen angeblich 20 Millionen Mal am *Tag* abgerufen werden, TinaCam wird 130.000mal im *Monat* besucht, eine andere deutsche Internet-Dame, MeliCam, wird von 30.000 Gästen pro *Monat* angeklickt. Die Kundschaft besteht hüben wie drüben größtenteils aus Männern. Die Einladung zum Chatten wird nur sehr begrenzt angenommen: Ein

² Alle Hinweise auf Internetadressen entsprechen dem Stand zum Jahresbeginn 1999.

Amerikaner names Timo (TimoCam) bekommt pro *Monat* 60.000 elektronische Besuche, davon aber eben nur 300 E-Mails, also 0.5 Prozent, und kommentiert, die Leute wollten keinen Gesprächsaustausch. Im deutschen Angebot sieht das nicht anders aus: Beim deutschen Cam-Girl Stefanie (StefCam) ist die E-Mail-Ausbeute ähnlich gering. Was also wollen die Web Cam-Produzenten und – Rezipienten – ausschließlich sich präsentieren/ senden und empfangen/ zuschauen, aber nicht in einen direkteren E-Mail-/ Chat-Austausch eintreten? 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 aber steht es um die Bedürfnisse und Motive der Anbieter und Konsumenten von Home Cam-Angeboten, in denen es *ohne* die Verfolgung von kommerziellen Interessen allein um Bilder aus dem normalen Alltag eines jeden, Männer wie Frauen, Frauen wie Männern, geht?

4. Grenzkontrolle im „Peeping Web“ – ein Fallbeispiel³

Um eine erste empirische Antwort auf diese Frage zu erlangen, soll im weiteren exemplarisch auf einen jungen Erwachsenen eingegangen werden, der Web Cam-Angebote nutzt und sich auch selbst mit eigenen Bildern ins WWW setzt: Immer, wenn er zu Hause am PC arbeitet, stellt er eine auf seinen Arbeitsplatz gerichtete Kamera ein, so daß die Welt ihn beim Arbeiten (und nur dort) beobachten kann. In einem Interview über seine Web Cam-Interessen wird das Thema der Grenze zwischen Öffentlichkeit und Privatheit angesprochen. Im Mittelpunkt steht die Frage, was in seinen Augen im WWW präsentierbar und

³ Im Sommer 1999 wurden an der JWG-Universität Frankfurt/M im Rahmen eines Forschungsprojekts zur Rezeption von Internetangeboten – hier: Web Cam-Angeboten – durch junge Erwachsene Einzelinterviews und Gruppendiskussionen durchgeführt. Die vorliegende Textpassage entstammt einem dieser Einzelinterviews.

was nicht präsentierbar sei. Auf die Frage des Interviewers: „Was würdest Du von Deiner Freundin (im Netz, Ergänzung d. Verfassers) nicht gerne sehen wollen?“ äußert er: „Ich denke (,) das ist auch ziemlich eindeutig (,) ich weiß aber auch genau (,) daß sie das nicht machen würde (,) das ist ein hypothetischer Fall (,) ich denk mal (,) alles was in die Intimsphäre geht (,) ist nicht okay (,) fände ich auch nicht okay von mir (,) ja (,) nehmen wir mal das Beispiel (,) ich filme mich nicht (,) wie ich auf dem Klo sitze oder so etwas (,) fände ich deplaziert (,) oder ich stell mich mal kurz nackt vor die Kamera (,) ja (,) ich mein (,) ich weiß genau in diesem Augenblick hat es wohl keiner gesehen (,) weil da (,) normalerweise sage ich dann ‚hey Jungs (,) ich habe meine Web Cam an (,) jetzt könnt ihr wieder gucken‘ (,) hmm (,) trotzdem (,) es ist halt (,) das letzte Bild zum Beispiel (,) das die Kamera aufgenommen hat (,) bleibt auf dem Server so lange (,) bis ein neues Bild kommt (,) da ist von mir momentan ein Bild drauf von vor vier Wochen (,) wo ich Sonntag nachmittag total fertig vor dem PC sitze (,) so ‚oh ist mir schlecht‘ (,) und das ist immer noch drauf (,) das ist aber okay (,) also das geht noch“ (alle Satzzeichen durch den Verfasser hinzugefügt).

Die Interpretation seiner Äußerungen zeigt, worum es ihm bei den Web Cams zu gehen scheint. Entgegen dem oft gehegten Verdacht, daß im Netz alles einer Anonymisierung und einer Enttabuisierung anheim falle, zeigt sich in der Äußerung des Web-Interessierten Gegenteiliges. Er hat erstens eine klare, selbstverständliche Vorstellung der Grenze zwischen Öffentlichkeit und Privatheit. Er ist sich sicher, was zu seiner schützenswerten Intimsphäre zählt, nämlich *die* körperlichen Verrichtungen, die im bürgerlichen Leben *traditionellerweise* „hinter die Kulissen“ des gesellschaftlichen Verkehrs verlagert worden sind (Norbert Elias), also hinter den verschlossenen Türen von Toilette und Schlafzimmer stattfinden. Hier weiß er sich einig mit seiner Freundin: Beide Partner kennen die diesbezüglichen Ansichten des jeweils

anderen und akzeptieren sie auf der wichtigen Grundlage dessen, daß ein zentraler Wert wie der der Wahrung von Intimität von beiden geteilt wird – was ja bedeutsam ist, da die in der Wohnung installierte Kamera tendenziell den Handlungsspielraum *beider* tangiert.

Zweitens wacht er genau über die Einhaltung der Grenze: Er regelt seine Selbstpräsentation im Netz bewußt (d.h., er ist sein eigener Regisseur („... wenn ich mich filme...“) oder wenn er nicht will, daß etwas Bestimmtes von ihm gezeigt wird, schaltet er die Kamera gezielt aus) und ihm sind auch die Besonderheiten der PC-Technik geläufig, die für das Zeigen von Web Cam-Bildern von Relevanz sind (d.h., das letzte, dann dauerhaft gezeigte Bild wird von ihm stets kontrolliert).

Drittens spricht er interessanterweise noch etwas „Grenzwertiges“ an: Im Netz ist zu sehen, wie er „ (...) 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*? Im Rahmen seiner bereits oben angesprochenen traditionellen Vorstellungen über den Schutz der Privatheit würde man vermuten, daß der Bereich Arbeit und Beschäftigung mit Computern als solcher zwar öffentlich präsentierbar ist, nicht jedoch die Art der körperlichen Verfassung, in der sich der junge Erwachsene am Sonntag nachmittag vor dem PC befunden hat, nämlich „total fertig“ in der Art: „oh ist mir schlecht“, übel. Es muß also verwundern, daß dieser junge Mann sich in dieser wenig ansehnlichen körperlichen Verfassung im Netz präsentiert: Für bürgerliche Augen wäre ein solches, man müßte wohl sagen: Sich-Gehen-Lassen in der (Medien-)Öffentlichkeit peinlich und „deplaziert“ (ein Wort, das der Befragte selbst auch verwendet). Welchen Sinn macht es dann aber 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 (Erving Goffman) 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 Benehmen 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 aber des WWWs? Warum reicht es dem jungen Mann nicht, sich im Kontext seiner face-to-face-Kontakte identitätsrelevant zu verorten, also im Gespräch mit seiner Freundin und seinen Bekannten? Welcher kommunikationsstrukturelle Gewinn liegt in der Face Work via Web Cam?

5. Ein Zusatzraum für mich und uns – zur Verschränkung von realer und virtueller Kommunikation

Am vorliegenden Fall 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, das 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 ausgepowertes Körper verdeutlicht eindeutig und per unmittelbarem Augenschein das zentrale Motto der Home Cams: Wohne echten Leuten in ihrem wirklichen Alltag bei!

Warum muß jedoch 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)? Und was könnte der Grund dafür sein, daß es hier wie bereits erwähnt in der Regel zu keinem interaktiven (Chat-)Austausch, zu keinem Dialog zwischen Produzent und Rezipient kommt? 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 also nicht chattet sondern nur zuschaut, kann auch nicht wissen, was das andere virtuelle Mediengegenüber von einem hält. Ein *symbolischer Zusatzraum* eröffnet sich also, 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 auch 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 Phantasien und Wünsche denkbar sind.

Die Bedeutung der Home Cams liegt also nicht zuletzt darin, ein Zeichen für den Wandel von Identitätsbildungs- und Identitätserhaltungsprozessen in der fortgeschrittenen Kommunikationsgesellschaft zu sein: Wir suchen kommunikativen Austausch und Nähe, wir tun dies, historisch gesehen, mehr denn je medial vermittelt, hier: via Web Cam, und wir wissen zweitens die Spezifitäten und Vorteile von Kommunikationsmodi und Medientechniken zu kombinieren. Dabei wird aber nach wie vor dem Sozialen, dem Realen – und sei es auch nur dessen *Inszenierung* (!) - der Vorrang vor dem Virtuellen eingeräumt.

Literaturhinweise:

- Manfred Faßler (1999): cyber-moderne. Medienevolution, globale Netzwerke und die Künste der Kommunikation. Wien: Springer.
- Karl H. Hörning (1997): Kultur und soziale Praxis. Wege zu einer „realistischen“ Kulturanalyse. In: Andreas Hepp & Rainer Winter (Hg.): Kultur – Medien – Macht. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 32-45.
- Andreas Kitzmann (1999): Watching the Web Watch Me. Explorations of the Domestic Web Cam. University of Karlstad/ Schweden: im Manuskript.
- Carsten Langmann u.a. (1999): Produktanalyse der Werbekampagne „MTV@your home.de“ – Arbeitsbericht. Frankfurt: im Manuskript (weitere Informationen: <http://www.rz.uni-frankfurt.de/+langmann/webcam>).

(1.12.99)

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 Guiliiani 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 Fernsehnutzung* (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)