

Big Brother in Duistsland.
Discussies over dwergwerpen.

In: *Reality Soap!*
Big Brother en de opkomst van het multimediaconcept.
Ed. by Irene Costera Meijer & Maarten Reesink.
Amsterdam: Boom. p. 176-185.

Big Brother in Duitsland

Discussies over dwergwerpen

Eggo Müller

Met verwondering heeft men in het buitenland kennissen van de heftige juridische en culturele strijd die het programma *Big Brother* in Duitsland heeft doen ontbranden. Al in oktober 1999, toen net na de start van het nieuwe televisieformaat in Nederland het voornemen van RTL 2 bekend werd om *Big Brother* ook op de Duitse televisie te brengen, werden in het publieke debat stemmen hoorbaar die een verbod op dit succesvolle programma van het productiehuis Endemol eisten. In de dag- en weekbladers werden al snel pakkende trefwoorden gevonden: 'kooi-tv', 'sleutelgat-tv', 'bespied-tv', 'folter-tv' of 'aangaapshow'. In de berichtgeving over de aanstaande televisiegebeurtenis werden doorlopend het grenzeloze 'voyeurisme' van het publiek, het 'exhibitionisme' van de kandidaten en hun 'totale bewaking' en 'totale commercialisering' besproken, om daarmee de vermoedelijke aantrekkingskracht van het formaat te brandmerken (vergelijk Mikos e.a., 2000, p. 183).

Leidende politici van alle partijen en vertegenwoordigers van kerken, vakbonden en vrouwenbewegingen zagen de kandidaten tot 'niets meer dan een object gedegradeerd'. De voorzitter van de ARD, Peter Voß, sprak van een 'mensendierentuin', de Duitse minister van binnenlandse zaken Otto Schily duidde de show onder verwijzing naar de grondwettelijk gegarandeerde bescherming van de menselijke waardigheid aan als 'inconstitutioneel' en riep kort voor het begin van uitzenden op tot een boycot van het programma. Kurt Beck, de minister-president van de deelstaat Rheinland-Pfalz en tevens voorzitter van de omroepcommissie van alle deelstaten, gaf openlijk te

kennen: 'Als mensen voor een televisieprogramma in zo'n kleine ruimte aan de druk van voortdurende observatie worden blootgesteld, dan vind ik dat een inbreuk op de menselijke waardigheid. Naar mijn mening is het een experiment dat, als het bij ratten zou worden uitgevoerd, de dierenbescherming in beweging zou brengen.' (*TV Spielfilm*, nr. 5, 2000, p. 14).

Zulke uitingen over een televisieformaat, waarvoor tien mondig Duitsers zich contractueel hadden verplicht om tot honderd dagen in een 'wooncontainer' in de openbaarheid te leven, laten zien dat het in de publieke debatten om meer ging dan *Big Brother* alleen.

Sinds de invoering van commerciële televisie reageren politici en cultuurbewakers in Duitsland zeer gevoelig op nieuwe programma's. Dat geldt met name voor programma's die kijkers overwegend als te onderhouden consumenten aanspreken en niet meer, zoals bij de oude en achteraf nogal geïdealiseerde publieke televisie, als staatsburger (vergelijk Morley & Robbins, 1995, p. 11). Vooral formats van de zogenaamde 'realiteitstelevisie' – datingshows, reality-tv, dagelijkse talkshows, docu-soaps en als laatste *Big Brother* – hebben daarbij voor aanzienlijke opwindingsgezorgd (Keppler, 1994, p. 8). De reden daarvoor is dat deze programma's, zo wil de teneur van de kritiek, in de privé-sfeer van de niet-professionele gasten respectievelijk kandidaten zouden binnendringen. Tegen deze achtergrond bood *Big Brother*, vooral toen ten opzichte van het Nederlandse origineel vanwege de gebleken saaiheid enige verscherpingen van het concept waren aangekondigd, een aanleiding om in het publieke debat zeer fundamenteel de waarden en normen van de (media-)maatschappij te bediscussieren.

Weliswaar stonden er ook commentatoren op die de opwindingsgezorg over *Big Brother* betielden als een rituele 'verontwaardigings-ping-pong' (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 28-01-2000). Een in opdracht van RTL 2 geschreven mediawetenschappelijk rapport karakteriseerde de kritische reacties als 'morele paniek' (Mikos, 2000, p. 31): een fenomeen dat de ontwikkeling van de populaire cultuur historisch gezien al vaker en zeker niet alleen in Duitsland heeft teweeggebracht (Lull & Hinermann, 1997). Ook de debatten over de opkomende romanlec-

tuur in de achttiende eeuw, amusementsjijdschriften in de negentiende eeuw en de vroege film in het begin van de twintigste eeuw zijn conflicten over culturele hegemonie. En ook in de Duitse strijd over *Big Brother* werd door de critici het voortbestaan van de West-Europese cultuur ter discussie gesteld.

Menselijke waardigheid

Als we even de kwestie buiten beschouwing laten of zulke angsten met betrekking tot *Big Brother* al dan niet gerechtvaardigd waren, dan is de kern van het debat over het programma het probleem van het zogenaamde 'dwergerwen'. Een oordeel van de administratieve rechtbank van Neustadt uit 1993 kan voor de discussie over *Big Brother* als voorbeeld dienen. Een artiest, klein van gestalte, werd verboden om zich in een commercieel spektakel door sterke mannen uit het publiek zover mogelijk te laten weggoeien. De artiest verzette zich tegen de uitspraak van de rechter, omdat hij zich in zijn recht op vrije beroepsuitoefening aangertast voelde. Zijn motieven werden echter afgewezen. In de motivatie van het oordeel werd onder andere gesteld: 'Voor het verenigbare of onverenigbare met de goede smaak van het dwergerwen ligt het er niet aan of de eiser zich vrijwillig laat werpen en de voorstelling zelf niet als onwaardig ervaart. De menselijke waardigheid is een onbeschikbare waarde, waaraan een individu zich niet kan onttrekken.' (uitspraak Neustadt, NVwZ, 1993, p. 98; naar Di Fabio, 1999, p. 46).

Precies volgens deze logica argumenteerden de tegenstanders van *Big Brother*. Zij beschouwden de in opdracht van RTL 2 geschreven juridische en mediawetenschappelijke rapporten waarbinnen de contractuele toestemming van de kandidaten als toereikend wordt gezien om een inbreuk op de menselijke waardigheid uit te sluiten als ongeldig. Tegenstanders van deze argumentatie werden op hun beurt gesteund door een juridisch rapport ter 'bescherming van de menselijke waardigheid door algemene programmavoorschriften'. Dit rapport was in 1999 in opdracht van de Beierse mediacentrale opgesteld door de vroegere constitutionele rechter Udo Di Fabio. Centraal in dit juridische dispuut stond de onderlinge afweging van twee grondrecht-

ten. Tegen de achtergrond van het nationaal-socialisme zijn beide grondrechten: menselijke waardigheid en vrijheid van meningsuiting en van omroep met een goede reden in de Duitse grondwet verankerd. De zogenaamde 'vaders' van de grondwet hadden bij de fundamentele bescherming van de menselijke waardigheid en vrijheid van omroep vooral protectie tegen inmenging van de staat in gedachten. Maar aan het einde van de jaren negentig, vijftien jaar na de toelating van commerciële televisie in Duitsland, speelden heel andere conflicten. In het rapport van Di Fabio wordt gesteld: 'De staat moet de menselijke waardigheid (...) ook tegen nieuwe bedreigingsvormen beschermen, die gedeeltelijk ver verwijderd zijn van de historisch bekende bedreigingssituaties. Een van die nieuwe gevaren is de rücksichtsloze *commercialisering* van mensen.' (Di Fabio, 1999, p. 50). Di Fabio voegt daaraan de definitie toe: 'Onder commercialisering moet worden verstaan het ondergeschikt maken van ideële, in het bijzonder culturele waarden aan economische belangen. Een ontoelaatbare commercialisering is dan aan de orde, wanneer mensen door een subpreiere actor om reden van streven naar economisch gewin in een voor hen onontkoombare situatie worden gebracht, die zij noch volledig kunnen overzien, noch als vrije actor machtig kunnen zijn en waaraan ze dethalve zijn *overgeleverd*.' (Di Fabio, 1999, p. 51).

Deze formulering doet in het bijzonder op niet-professionele kandidaten van spel- of talkshows. Inderdaad waren in de nieuwe omroepgeving, die een maand na de start van *Big Brother* in Duitsland in werking zou treden, opzettelijk de bepalingen over de bescherming van de menselijke waardigheid aangescherpt. Nieuw opgenomen was de uitdrukkelijke formulering dat voor het vaststellen van inbreuk op de menselijke waardigheid de subjectieve toestemming voor de deelname aan het programma en de subjectieve beleving van kandidaten irrelevant is.

Hoewel in de rapporten in opdracht van RTL 2 was geconcludeerd dat het oordeel met betrekking tot het dwergerwen niet op *Big Brother* van toepassing kon zijn, een opvatting die intussen ook door een juridisch rapport in opdracht van het media-instituut van de deelstaat Hessen is bevestigd (Frotscher, 2000), dreigde het voor het toezicht op RTL 2 verantwoordelijke media-instituut het televisie-experiment

te verbieden of op zijn minst aan te sturen op een wijziging van het format voor de Duitse televisie. De redenering was dat de kandidaten van *Big Brother* door de voortdurende observatie tot object gedegradeerd, van hun privé-sfeer beroofd en door de organisatoren van het programma commercieel uitgebuut zouden worden. Deze argumentatie houdt echter een eigenaardige wending in: om de menselijke waardigheid van de kandidaten te kunnen beschermen, moet allereerst hun subjectieve verantwoordelijkheid worden betwist. Zo wordt verondersteld dat zij als leken de consequenties van hun handelen niet kunnen inschatten, om hen dan weer tegen het *objectieve* verlies van hun subjectieve verantwoordelijkheid te kunnen beschermen. De kandidaten van *Big Brother* werden daarmee zogezegd uit voorzorg tot dwergen verklaard, waarvoor de toezichtscommissies dan moesten opkomen.

Maar omdat, wederom vanwege goede historische redenen, een preventieve censuur in het Duitse omroeprecht is uitgesloten, kwamen de directeurs van de media-instituten van alle vijftien deelstraten bijeen (ook dit is een novum in de geschiedenis van de Duitse televisie) op 2 maart, de ochtend na de eerste uitzending van *Big Brother* in Duitsland. Hun belangrijkste agendapunt was een beslissing te nemen over het juridische optreden tegen het format. Weliswaar werd na deze samenkomst aangekondigd 'vooralnog geen gerechtelijke stappen tegen *Big Brother* te ondernemen, maar voor verder beraad was de datum van 14 maart al vastgelegd.

Opstand van de bewoners

Dit moet bovenal strategisch worden begrepen, want doelgerichter dan het ondernemen van juridische stappen, die in Duitsland tot jarenlange processen leiden, was het om een langdurig publiek debat over de moraliteit van een commercieel programma in scène te zetten, om op die manier een uitzending of zelfs het hele programma van een negatief imago te voorzien. Daarop zou de reclame-industrie namelijk uiterst gevoelig reageren, omdat in die branche geldt dat een al te controversieel programmatisch Umfeld geen positieve reclamaboodschap kan overbrengen. Zo kunnen morele debatten stevige eco-

nomische verliezen voor een zender tot gevolg hebben. Langs deze weg is het politici en toezichtscommissies voor de commerciële omroep in Duitsland al een paar keer gelukt op de vorm van programma's van een commerciële zender invloed uit te oefenen, zonder dat een eenduidige overtreding van de programmaregels aan de orde was.

Inderdaad toonde RTL 2 zich al op de dag na de eerste uitzending bereid om toe te geven aan de politieke druk. Het is opmerkelijk met welke verandering van het format RTL 2 het protest van de media-instituten kon sussen: voortaan zouden één uur per dag in de beide slaapkamers van het *Big Brother*-huis de camera's worden uitgezet, om de kandidaten ruimte voor hun privé-leven te geven en daarmee hun menselijke waardigheid te beschermen.

Zoals te verwachten was, reageerden de 'dwergen' in het *Big Brother*-huis met een opstand toen hen de nieuwe regel op de zestiende dag van de show werd meegedeeld. De verontwaardiging van de kandidaten over deze als paternalistisch ervaren maatregel luidde in de kern dat zij zelf beter dan de toezichtscommissies en de critici de eigen menselijke waardigheid konden bepalen. Uiteindelijk wisten ze zelf het beste wat ze deden. De kandidaten hamerden op het punt dat ze onder geen omstandigheden *niet* zichtbaar wilden zijn omdat, zo luidde hun argumentatie, hun verblijf in een niet-openbare kamer van het huis aanleiding voor speculatie zou geven. Daarmee zouden ze pas echt de controle over hun eigen representatie verliezen.

Welk spel de kandidaten met hun niet-zichtbaarheid wisten te spelen, demonstreerde het Duitse *Big Brother*-paar Kerstin en Alex onder het dekbed in de 'meisjesslaapkamer'. Nadat Kerstin een tijdje onder het dekbed was verdwenen en de televisiesamenvatting minutenlang alleen het rirmisch bewegende dekbed had getoond, was de volgende ochtend in de roddelpers minutieus na te lezen wat er zich *werkelijk* onder het dekbed had afgespeeld, namelijk de orale bevrediging van Alex door Kerstin. Dat kon zo zijn, maar evenmin was uit te sluiten dat de beide deelnemers de gebeurtenis strategisch in scène hadden gezet met het oog op het doel van het spel in het huis. Wie roances of schandalen probeert, kan zich voor het publiek interessant maken en heeft in het geval van een nominatie betere kansen. De kandidaten waren zeker niet naïef het huis in gegaan, ze kenden het

Nederlandse origineel goed, en wellicht hebben Kerstin en Alex de rol van paartje nuttig geacht.

De berichtgeving van de roddelpers over deze 'gebeurtenis' maakt te ook nog iets anders duidelijk. Vrijwel meteen werd geschreven over de voorpret van Kerstin en Alex op een later samenzijn zonder cameraobservatie, waarin ze eindelijk *echt* privé en intiem zouden kunnen zijn. De roddelpers wierp daarmee, weliswaar niet met voorbedachten rade, een dubbele blik op het gebeure. Enerzijds werd het authentiek en eenduidig gemaakt: een 'werkelijk' schandaal en een 'echte' romance. Anderzijds tekende zich daarmee af dat *Big Brother* in feite een openbare encenering is, die een werkelijke privé-sfeer uitsluit. De private ruimte bestaat voor het paar op zijn vroegst pas na het verlaten van de show.

Daarmee drong de roddelpers dichtert tot de kern van het format door dan alle kritische inschattingen van politici of vertegenwoordigers van media-instituten. Zij moesten, wanneer ze over het verlies van de privé-sfeer en de menselijke waardigheid spraken, logischerwijze veronderstellen dat de kandidaten in het *Big Brother*-huis zich inderdaad in een private ruimte wanen en zich dienovereenkomstig gedragen. En dat terwijl ze zich in feite in een geheel kunstmatige omgeving bevinden: voortdurend zijn de motortjes van de camera's te horen en hun bewegingen te zien en onophoudelijk kijken de bewoners in verspiegelde ruiten waarvan ze weten dat die vanaf de andere kant doorzichtig zijn. Bovendien worden ze door de spelregels van het programma ertoe aangezet een strategisch doel na te streven door zich zowel voor hun medespelers als voor het televisiepubliek in een zo gunstig mogelijk daglicht te stellen. Men hoeft slechts eenmaal precies naar *Big Brother* te kijken om te kunnen zien hoe de kandidaten in het huis steeds in bewustzijn van de camera's en de openbaarheid handelen.

Gemixte werkelijkheid

Wanneer men in deze zin overdenkt dat het bij *Big Brother* om een spel met de media gaat, dan wordt een arrangement herkenbaar dat voor vele formats van realiteitstelevisie typerend is. Na nieuwe regulering met betrekking tot de Europese televisiemarkt in de jaren tacht-

tig, was dit het eerst te zien aan datingshows als *Blind Date*. De setting van deze formats produceert een 'gemixte werkelijkheid' voor de kandidaten en voor de televisiekijkers, omdat verschillende handelingskaders tegelijkertijd worden gerealiseerd (vergelijk Müller, 1999, p. 225).

Waar de kandidaten van *Big Brother* in hun reactie op de ingestelde camerapauze in volhardden, was dat ze niets meer dan deelnemers in een *spel* zijn. Ze moeten *zichzelf neerzetten*, waarbij ze de regels van het spel niet uit het oog mogen verliezen: voor hen gaat het er immers om in het huis te blijven. En naast het kwart miljoen hebben ze mogelijkkerwijs lucratieve televisie-, platen- en reclamecontracten in het vooruitzicht. Daarbij schenen de kandidaten in de fictie te geloven dat ze het beeld dat de toeschouwers van hen krijgen volledig onder controle hebben, met uitzondering misschien van de na vijf dagen vrijwillig gestropte Despina. Zij motiveerde haar stap om het programma te verlaten met de woorden dat het haar in het huis niet was gelukt zichzelf neer te zetten zoals ze zichzelf zag.

De redactie produceert daarentegen een professionele encenering en een representatie van de kandidaten in het kader van de verhaaldramaturgie. De casting van de kandidaten, de conflictgeladen situatie in het huis door de krappe voorraad levensmiddelen en de weekopdrachten, de selectie van scènes voor de dagelijkse samenvatting en ten slotte het gesprek op zondag, waarin bijvoorbeeld astrologen en psychologen met hun goedvinden worden ingezet om de verhoudingen en de conflicten van de kandidaten bepaalde betekenissen te geven, zijn alle instrumenten waarover de redactie beschikt om van het gebeure een vertelling en van de kandidaten figuren respectievelijk typen te maken. De mogelijkheden voor invloed op de productie zijn natuurlijk wel beperkter dan bij drama-enceneringen. Het toeval van het gebeure speelt voor dit format een grotere rol, aangezien het 'materiaal' minder precies beheersbaar is.

Daaruit blijkt echter ook een meerwaarde van *Big Brother* tegenover conventionele enceneringen. Want ondanks alle kunstmatigheid van de setting komt steeds weer de schijn van authenticiteit van het gedrag van de kandidaten naar voren, wat bovenal aan hun beperkte beheersing van professionele conventies van representatie ligt.

In het bijzonder bij de conflicten in de groep, die voor de kandidaten voor de periode in het huis een *social bindende werkelijkheid* neerzet, raken de niet-professionele kandidaten aan de grenzen van hun representatievaardigheden. Zulkke momenten roepen, karakteristiek voor reality-formats, de indruk op dat de kandidaten niet in de positie zijn om hun gedrag voor een openbare vertoning gepast in te vullen. Zulke momenten van *onwillekeurige voorstellingen* werken voor de kijkers erg 'authentiek' uit, een gewenste fictie, die niet in de laatste plaats door de kritische tegenwerpingen tegen *Big Brother* is gevoed.

Strategische zelfvoorstelling, redactionele ensceneringen onwillekeurig, schijnbaar authentiek gedrag, vormen dus verschillende werkelijkheidsdimensies van *Big Brother*, die enerzijds voor de acteurs als handelingskaders fungeren en anderzijds voor de receptie van het programma doorslaggevend zijn: aangezien ze elkaar overlappen, kunnen ze de eigenaardige indruk van een veranderende werkelijkheid uitlokken – een bijzondere charme van het format.

Het opwindende en tegelijk moeilijke aan de debatten over *Big Brother* is dat de tegenstanders met betrekking tot ooit verschillende werkelijkheden argumenteerden, waarbij ze in de regel één dimensie absoluut maakten. Op grond van zijn veranderende karakter bood *Big Brother* gelegenheid voor de projectie van een debat over de definitie van menselijke waardigheid, moraliteit en de privé-sfeer – alle ideeën en waarden die in wezen altijd cultureel geproduceerd zijn en dus bij maatschappelijke kenteringen steeds weer opnieuw uitonderhandeld en gedefinieerd moeten worden. Wat in de strijd over *Big Brother* werd gethematiseerd, is een verschuiving van de maatschappelijke modernisering en commercialisering, die door de ingrijpende nieuwe regulering in de jaren tachtig in het bijzonder in de communicatiesector werd teweeggebracht.

Uit het feit dat het debat over menselijke waardigheid en vrijheid van omroep, over private ruimte, intimiteit en commercialisering in Duitsland werd aangejaagd door een in verhouding tot de draagwijdte van deze begrippen misschien dwergachtig object, volgt echter niet dat de debatten betekenisloos waren. Hun scherpste is een uitdrukking van een wel buitengewoon smaakpaternalisme van maatschappelijke

instituten, wier politieke en culturele hegemonie door de nieuwste moderniseringsontwikkeling nogmaals in twijfel is getrokken. Er is in burgerlijke samenlevingen een lange traditie om kritiek op de maatschappij te vervangen door kritiek op de media en zo liever de dwergen het zich laten werpen te verbieden dan de kapitalisten de uitbuiting.

Big Brother dreef de zichtbaarheid van levensvormen die zich niet alleen commercialiseren laten, maar hun eigen commercialisering bovendien actief bewerkstelligen, op de spits. De kandidaten in het Duitse *Big Brother*-spel hebben het televisie-experiment liefdevol hun 'project' genoemd, als waren ze krakers uit de jaren tachtig. Het opwindendste van *Big Brother* was misschien hoe normaal, niet alleen in het doorsneegehalte van het aangeboden huiselijke leven maar ook in de zin van een identiteitsvormende norm, dit alleen qua vorm uitzonderlijke televisieprogramma was.

(Vertaling: Joost de Bruin)

Inhoud

1	Inleiding <i>Irene Costera Meijer en Maarten Reesink</i>	9
Privé en openbaar		
2	Het intellectuele niets <i>Margreth Hoek</i>	24
3	Verlangen en verzet <i>Liesbet van Zoonen</i>	27
4	<i>Big Brother</i> : hyperrealiteit of teken van de tijd? <i>Maarten Reesink</i>	40
Vrouwen en mannen		
5	Een goed gevoel is belangrijker dan winnen. <i>Femke van den Berg</i>	52
6	Het glazen plafond van het <i>Big Brother</i> -huis <i>Rosemarie Buikema</i>	54
7	<i>Big Sister</i> – Waar ben je? <i>Pia Rauhala</i>	63
8	Vriendschap, vaderschap en zwangerschap <i>Irene Costera Meijer</i>	65
9	Het 'maatsgevoel' van <i>Big Brother</i> <i>Joost de Bruin</i>	74

© 2000, Uitgeverij Boom, Amsterdam

Niets in deze uitgave mag worden vervoelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever; *no part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.*

Verzorging omslag
Karin van der Meer

Verzorging binnenwerk
Steven Boland

ISBN 90 5352 609 9
NUGI 636

Fictie en werkelijkheid

- 10 *Big Brother*: soap opera of telenovela?
Anke van Haastrecht en Moira Cram 78
- 11 *Big Brother*: reality-tv of documentaire?
Wim Staat 89
- 12 De troost van *Big Brother*
Wim Koole 102

Kijkers en bewoners

- 13 Reality-soap en de publieke opinie
Jaap van Ginneken 106
- 14 *Big Brother* in de geschreven pers: van verguisd naar bejubeld?
Dokus Dagelet en Suzan van der Veen 117
- 15 Bekijk het maar!
Jeroen de Kloet en Yuufai Chow 120

Fans en sterren

- 16 De betrokkenheid van de kijker
John van Stoktum 130
- 17 Bedekt met sterrenstof: dromen zijn geen bedrog
Patricia Pisters 132
- 18 *Big Brother VIPS*: sterrenbeelden
André Waardenburg 144

Oude en nieuwe media

- 19 Technologie en representatie: *Big Brother* en internet
Hans van Driel 148
- 20 *Big Brother* als 'pure televisie'
ReindeR Rustema 162

Buitenland

- 21 *Big Brother* in Duitsland
Eggo Müller 176
- 22 *Big Brother* in de Verenigde Staten
Martijn de Waal 186
- 23 *Gran Hermano* in Spanje (I)
Maialen Garmendia 195
- 24 *Gran Hermano* in Spanje (II)
Samanta Villar 198

Over de auteurs

Dossier

- 1 *Big Brother* ziet mij niet
Merel van Leeuwen 208
- 2 Schaamteloze exploitatie van grootste intimiteiten
Henk van der Molen 210
- 3 *Big Brother*
Emma Brunt 213
- 4 *Big Brother* is adembenemend
Marja Roscam Abbing 215
- 5 Cartoon
Jaap Vègter 218
- 6 De echtheid van *Big Brother*
Caroline van Dullemen en Meindert Fennema 219
- 7 Bang voor *Big Brother*
Joost Niemöller 224
- 8 *Big Brother* en de Veronica-ethiek
Huib Evers 230
- 9 Freud
Jaap van Ginneken 233
- 10 *Big Brother*. Surrogaat voor het leven
Anna Woltz 234

Literatuur

237