Das Begehren der Kontrolle –

BIG BROTHER im Internet

CHRISTIAN PAPILLOUD

Die Sendung *Big Brother* lässt uns nicht allein, nicht vor unserem Fernseher und auch nicht vor dem Bildschirm unseres Rechners. Die ›spielende Familie‹ des großen Bruders wurde im Internet installiert, um uns überall dort antreffen zu können, wo ein Computer im Netz ist.[1] Im Büro, in Cyber-Cafés und auch nach der Fernsehsendung selbst können wir kontinuierlich anschauen, was die technischen ›Augen‹ des großen Bruders sehen.

Das Internet entwickelt die Formel *Big Brother* weit über die Grenzen der Television hinaus. Es stellt nicht nur die Möglichkeit bereit, das Leben der Container-Bewohner Tag und Nacht mittels *webcams* zu verfolgen. Entsprechend seiner Aufmerksamkeit und Treue zum Sender kann der Internet-Zuschauer auch an Wettbewerben des Fernsehsenders teilnehmen. Wer die Geschichte oder die Regeln der Sendung nicht kennt, findet nach Anklicken von Schaltflächen alles, was er braucht, um sein Wissen über die Sendung zu vervollständigen. Zwischen der Produktwerbung des Senders erscheint der Tageszähler, der den Zuschauern die noch verbleibenden Tage bis zur letzten Nominierung anzeigt.

Der Internet-Zuschauer erlebt die *Big Brother*-Sendung also nicht nur als eine Fernsehsendung oder als ein Schauspiel, son-

dern er steht auch in Interaktion mit den Interaktionen der Bewohner. Er kann sie kontrollieren, und man gibt ihm alle Mittel für diese spielerische Manipulation an die Hand. Im Endeffekt kann er seinen Strategien und seinem Geschmack entsprechend, oder nach Lust, Laune und Langeweile wählen, wer aus der Sendung ausgeschlossen werden oder in ihr bleiben soll. Er soll also entscheiden, welches Mitglied der ›Familie‹ über Beziehungskompetenzen verfügt, die zur Unterhaltsamkeit der Sendung beitragen können.

Big Brother im Internet sprengt den Interpretationsrahmen technisch-interaktiver Phänomene, den das Modell des Panoptikums bereitstellt: Die Sendung steht jenseits *technophober* Äußerungen. Die Teilnehmer, d.h. die Container-Bewohner, machen freiwillig mit. Die technische Struktur der Interaktivität erlaubt ihnen, in Beziehung zu ihren Richtern, den Internet-Zuschauern, zu treten. Die *webcam* ist das exklusive Medium der Internet-Zuschauer, das ihnen alles, was sie von den Bewohnern wissen oder erkennen können, vermittelt. Dem Internet-Zuschauer ist es erlaubt, mit den Bewohnern zu diskutieren. Dies passiert im *Chat Room* und allerdings erst *nach* dem Verdikt der Zuschauer, d.h. nach dem Ausschluss einer Kandidatin oder eines Kandidaten. Dann kommt für Letzteren eine seltsame Befreiung, die er nicht brauchte und vielleicht auch nicht wollte, in der er unterstützende und tröstende Worte hören kann, um das Ende seines Auftritts mehr oder weniger »happy« zu wenden. Trotzdem lässt sich die Sendung aber auch nicht vom *technophilen* Standpunkt aus analysieren. Die Strategie des Senders ist es nicht, eine Gemeinschaft der Gemeinschaft zu präsentieren, sondern einfach zu zeigen, wie Leute, die sich nicht kennen, zusammen leben. Es wird kein Mythos geliefert. Vielmehr entwickelt *Big Brother* im Internet eine originäre Art der Kontrolle, die sich als Kontrolle der sozialen Beziehungen zwischen den Bewohnern und den Internet-Zuschauern durch die sozio-technischen Beziehungen konzeptualisieren lässt.

Zunächst zeigen wir den Unterschied zwischen dem Panoptikum-Modell und *Big Brother*, und dann versuchen wir, die spezifischen Formen der Kontrolle zu bestimmen, die die Sendung entwickelt. Auf diese Weise wird es möglich, *Big Brother* als Topos einer zunehmend artifiziellen Gesellschaft[2] zu verstehen.

Big Brother is not watching you
Wenn das Panoptikum kommuniziert

Big Brother lädt ganz offen dazu ein, Voyeur zu sein. Die kleinsten Dinge des Lebens im Container können überwacht werden. Man wird ausschließlich Auge. Dieses Argument des Panoptikums wird explizit oder implizit auf allen Anti-*Big-Brother*-Internet-Seiten[3] vertreten. Um es genau zu verstehen, ist an Michel Foucault zu erinnern, der uns in seinem Buch *Surveiller et punir* (1974) das Panoptikum vorstellt.

Foucault zeigt anhand von Beispielen, dessen berühmtestes vielleicht das Gefängnis ist, dass das Panoptikum die Idee einer einseitigen und generellen sozialen Überwachung enthält. Als Indiz eines neuen Typus der Machthandlung unterscheidet sich die Überwachung von der Strafe. Sie

> »[...] trifft den genauen Kern der Individuen, erreicht ihren Körper, gliedert sich in ihre Gesten, in ihre Haltungen, in ihre Worte, in ihre Ausbildung, in ihr Alltagsleben ein« (Foucault [1975] 1994: 741)[4].

Kann aber *Big Brother* nach dem Muster der Beaufsichtigung analysiert werden? Drei Argumente scheinen gegen eine Übertragung des Panoptikum-Modells auf *Big Brother* zu sprechen.

Das erste und evidente Argument ist ein *rechtlich-institutionelles*. Die *Big Brother*-Sendung wird im Internet zur freien Nutzung veröffentlicht. Niemand ist verpflichtet, die Internet-Seiten der Sendung in sein Adressfenster zu tippen. Das gleiche Prinzip gilt für die Bewohner des Containers. Sie können wählen, ob sie an dem Projekt teilnehmen. Die Überwachung im Panoptikum dage-

gen steht unter dem Zwang einer Gefängnissituation. Sie findet somit, wie Foucault feststellt, in Gefängnissen, der Psychiatrie und sogar in der Schule Anwendung.

Das zweite Argument ist ein *technisch-strategisches*. Das Panoptikum ist eine Art, Macht auszuüben, welche die Einseitigkeit der Beobachtungsordnungen voraussetzt. *Big Brother* dient nicht einer solchen Machtausübung, wie die Produzenten und Akteure der Sendung im Internet selbst es zeigen. Dort findet der Internet-Besucher zwar Werbungen, Schaltflächen wie Interaktivitätsmöglichkeiten und gerät in die Marketingstrategien des Senders. Aber dieser ist seinerseits von den Internet-Zuschauern abhängig, und zwar zumindest aus zwei Gründen. Erstens erhöhen viele Internet-Zuschauer die Einschaltquote des Senders, was im Konkurrenzkampf um Marktanteile hilfreich ist. Zweitens sind die Internet-Zuschauer potenzielle Kunden für andere Sendungen oder Produkte des Unternehmens.

Das dritte Argument scheint uns das wichtigste zu sein. Es ist gleichzeitig ein *chronologisches* und *logisches*. Das Panoptikum war ein Ausdruck der Macht in westlichen Gesellschaften gegen Ende des 18. Jahrhunderts. Die dort »eingeschlossenen Milieus« (vgl. Deleuze 1993) wurden im Modus der Disziplin regiert. Dieser Modus wurde aber im 19. Jahrhundert rasch ungültig, wie Foucault konstatiert. Besonders das von ihm zitierte Beispiel des Gefängnisses zeigt, dass die Reform der Gefängnisse, statt die Kriminalität zu senken, mehr Delinquenz produzierte.[5] Das Gefängnis sollte die ökonomische und soziale Praxis reformieren – und dies war auch das Ziel der frühen öffentlichen Formen des Internets (vgl. Moréno 1971; Nora/Minc 1978). Als Produkt der Informationsgesellschaft sollte das Internet nicht einfach die Welt umspannen und Informationen direkt verfügbar machen; es sollte zugleich – jedenfalls nach einer bestimmten Ideologie des Internets – eine neue, saubere Gesellschaft erzeugen. Unter seiner oberflächlichen Erscheinung als saubere Neuheit transformiert das Internet kaum merkbar die elementar-anthropologischen Ei-

genschaften der zwischenmenschlichen Beziehungen. Per Internet kann von der Gesellschaft gesagt werden: *non olet!* Aber wonach soll es nicht stinken? Vielleicht nach Menschen? Diese Vermutung scheint sich zu erhärten, da im Internet die Beziehungen zwischen Menschen *erstens* entsinnlicht werden, und zwar in dem Sinne, dass alle sinnlichen Wahrnehmungen durch Kabel vermittelt werden. Der Andere ist ohne *webcam* nicht mehr sichtbar, er ist nicht mehr fühlbar, seine Bewegungen bzw. Raum- und Zeitverhältnisse, seine Stimme sind transformiert. Er hat sein Gesicht verloren, wird eine Spur. Von ihm bleibt uns höchstens eine mehr oder weniger genaue logische Rekonstruktion, die auf binäre Codes aufgebaut ist. Die Beziehungen werden *zweitens* abstrakter in dem Sinne, dass sie sich kaum mehr auf das traditionelle Verständnis von Ort und Zeit beziehen. Sie entsprechen auch nicht mehr irgendwelchen Zeichen geschlechts-stratifizierter Kommunikation. Im Internet kann man mit einem Individuum verbunden sein, ohne genau zu wissen, wer es ist. Die Produktionslogik der Kommunikation, die auf konkreten Austauschbeziehungen zwischen Menschen beruht, gilt immer weniger. Durch das Internet befreit sich die »Chiffre-Beziehung«[6] von der Gesellschaft und entwickelt durch Technik die Fähigkeit, die Beziehungen minimal zu generieren. Damit ist es möglich geworden, eine Interaktion herzustellen, ohne eine real-körperliche Beziehung zu unterhalten: *Deus ex machina*.

Big Brother entspricht darum – und trotz seines Namens – weder reinem Voyeur-Verhalten noch der Form eines sozialen Panoptikums und ist folglich kein Instrument der Überwachung. An *Big Brother* lässt sich eher eine Logik der generalisiert-sozialen Kontrolle ausmachen. Wir können versuchen, uns dieser Logik im Rahmen der Theorie der »eingeschlossenen Gesellschaften« zu nähern. Dieser Weg wird von Gilles Deleuze beschritten, der sich mit Kontrollgesellschaften beschäftigt (Deleuze 1990). Nach Deleuze sind unsere alltäglichen Gesellschaften zu Kontrollgesellschaften geworden, die unseren Austausch durch elektronische

Unterschrift, Passwort und forciertes Selbstmarketing neu formieren. Sein Aufsatz wird uns erlauben, den Internet-Kosmos der *Big Brother*-Sendung genauer auszuleuchten.

Big Brother als Zeichen der »Contrôlématique«

Um den im Folgenden näher ausgeführten Unterschied zweier gesellschaftlicher Regime zu zeigen, stellt Deleuze diese einander systematisch gegenüber: Die *eingeschlossenen Gesellschaften* sind Gesellschaften, in denen

> »[...] man nicht aufhört, wieder anzufangen, identische Typen von unterschiedlichen Sachen und Menschen zu reproduzieren, (von der Schule zur Kaserne, von der Kaserne zur Fabrik) [...]« (ebd.: 113).

Die Fabrik mit ihren Fließbändern illustriert eindrücklich, was Deleuze mit dem unaufhörlichen Anfang der alltäglichen Aufgaben ausdrückt. Das Modell-Prinzip (z. B. das Modell *des* Autos oder *des* Arbeiters) gibt der Gesellschaft des ausgehenden 19. Jahrhunderts bis Anfang des 20. Jahrhunderts ihre Bedeutung. Darum kann Deleuze diese Gesellschaften als »[...] Einschließungen, [die] unterschiedliche Formen, Gussformen [sind] [...]« (ebd.: 112) bezeichnen oder sie als »Gesellschaften des Papiers« und der organisierten Bürokratie vorstellen, die die »[...] Unterschrift, die das Individuum [als Existierendes] zeigt [...]« sowie die »[...] Zahl oder Matrikelnummer [...]« (ebd.: 113) brauchen.

Nach Deleuze erleiden die eingeschlossenen Gesellschaften Mitte des 20. Jahrhunderts eine Krise. In ihrer Nachfolge entwickeln sich die *Kontrollgesellschaften*. Eine solche ist die des

> »[...] sich selbst-verformenden Abgusses, der sich kontinuierlich, plötzlich ändert, oder wie ein Sieb, dessen Maschen sich [...] ändern« (ebd.: 112).

Diese Gesellschaft ist eine der Vielfalt, der unterschiedlichen und

unerschöpflichen Differenzierungen, in der man das Modell und die Quantität nutzt, um Kriterien zu finden und herzustellen. Hier

»[…] ist das Wesentliche weder eine Unterschrift noch eine Zahl, sondern eine Chiffre: Die Chiffre ist ein Geheimwort, während die disziplinären Gesellschaften vom Befehlswort geregelt werden […]. [In den Kontrollgesellschaften] endet man nie; das Unternehmen, die Ausbildung, der Dienst, die meta-stabilen und koexistierenden Zustände entstammen ein und demselben Guss wie von einem universellen Verformten« (ebd.: 113).

Das Modell modelliert sich selbst, indem es die Modulation zu seinem Prinzip macht. Die Härte der Strafe, der Regulationsmodus der Einschließungsgesellschaften, hat der Flüssigkeit der Autorisierung Platz gemacht. Diese *members-only*-Gesellschaft reguliert sich nach dem Pattern der Kontrolle. Deleuzes Aufsatz gibt uns einige Charakterzüge für die Interpretation der *Big Brother*-Sendung als Beispiel einer solchen Kontrollgesellschaft an.

Big Brother braucht Chiffren durch die Internet-Zuschauer, um das *turnover* der Bewohner zu bestimmen. Diese Chiffren bewirken gleichzeitig eine entsprechende Verformung der Interaktionsspiele, die im Container stattfinden. Seine Bewohner wissen, dass ihre Kommunikationskompetenz bewertet wird. Wie Deleuze sagt:

»[…] die Kontrolle bezieht sich auf schwimmende Relationen, auf Abgüsse, die sich als Chiffre eines Prozentsatzes verwenden lassen […]« (ebd.: 113).

Big Brother ermöglicht dies durch die verschiedenen Kommunikationsmittel, die von den Produzenten der Sendung für die Interaktivität der Internet-Zuschauer mit dem Leben der Bewohner im Container zur Verfügung gestellt werden. Jeder Bewohner weiß nur wenig von den Zuschauern. Während seiner Zeit im Container sind ihm Beziehungen zur Außenwelt verboten. Aber wegen der *webcam* kennt er die Hauptsache: Er wird kontinuierlich beobach-

tet und bewertet. Darum bleibt ihm nur die Suche nach einer Selbstrepräsentation gegenüber den Zuschauern, die sein Schicksal in der Sendung bestimmen. Er lebt auf sozialem Kredit. Er muss sich entsprechend verhalten, um die wieder auf ihn wartende Anonymität hinauszuschieben. Dabei hilft ihm insbesondere die Konkurrenz mit den Mitbewohnern. Neben den beobachtenden Zuschauern sind die anderen Mitglieder des Containers die zweite Gewissheit jedes Bewohners, und sie ist ein Mittel mehr, um seine Bewertung durch die Internet-Zuschauer zu prüfen. Wer im Container bleiben will, um am Ende zu gewinnen, muss die Fähigkeit haben, seine Beziehungen zu den Zuschauern und den konkurrierenden Mitbewohner rasch und flexibel zu modifizieren. Konstruktion und Dekonstruktion sind die zwei Topoi der interaktionellen Strategien der Container-Bewohner, die die rasche Verformung der Persönlichkeit durch die Forderung und Förderung des das Spiel entscheidenden Prozentsatzes verlangen.

Durch die Interaktion mit den Interaktionen der Bewohner zeigt der Internet-Zuschauer den Produzenten von *Big Brother* sein eigenes interaktionelles Profil. Er lässt sich synchron analysieren, er gibt seine Vorzüge offensichtlich nicht nur für irgendwelche Produkte des Fernsehsenders, sondern auch für eine bestimmte Art und Weise der Interaktivität preis. Er hat nicht nur die Möglichkeit, die Sendung mitzugestalten. Er regt den Sender an, eine direkt von den Zuschauern bestimmte Fernsehsendung herstellen zu lassen. Er lässt sich vom Fernsehprogramm kontrollieren, um Gelegenheiten für ähnliche zukünftige Formen der Interaktivität zu erhalten, um mit den interaktiven Optionen zu spielen und dem Fernsehsender seine relationelle Kompetenz zu demonstrieren. Von diesem Standpunkt aus skizziert *Big Brother* die Grundlinien eines neuen Regimes: die der »Contrôlématique« (vgl. Haesler 1995: 264), d.h. einer Gesellschaft der generalisierten Kontrolle.

Was kann die »Contrôlématique« für *Big Brother* bedeuten? Die folgenden Überlegungen beschränken sich auf zwei bestimm-

te Formen der Kontrolle, die wir als »*scoring*-Kontrolle« und »mediale Kontrolle« bezeichnen und darstellen möchten.

Die Kontrollformen der »Contrôlématique« bei *Big Brother*

Nach Aldo Jean Haesler leben wir in der Epoche der Generalisierung der ökonomischen Eigenschaften, die unsere sozio-kulturellen Verhältnisse beherrschen. Die sozialen Beziehungen wirken mehr und mehr durch ihre pragmatisch verwirklichte Reduktion auf das Pattern des modernen *do ut des* (vgl. Haesler 1988), das die Form einer singulativen Transaktion annimmt (vgl. Haesler 1995: 286). Eine Sendung wie *Big Brother* könnte in dem Maße, in dem sie in das Internet übertragen wurde, eine entscheidende Etappe dieses Prozesses sein. Es ist tatsächlich das erste Mal, dass der Austausch beinahe zum Selbstzweck wird, dass er fast ›rein‹ geworden ist, also nicht mehr unbedingt der Individuen als Träger bedarf. Es ist das erste Mal, dass der Austausch für die Container-Bewohner, die Internet-Zuschauer und den Fernsehsender fast nur Information bedeutet. Haesler folgend (ebd.: 288–289), kann man diese Bemerkungen genauer bestimmen:

a. *Big Brother* im Internet stellt einen Austauschmodus zwischen Internet-Zuschauern, Container-Bewohnern und Produzenten der Sendung fest, dessen Eigentümlichkeit es ist, soziale Verhältnisse zuzulassen, die das Muster der raschen Konstruktion-Dekonstruktion des sozialen Austauschs produzieren, und darin diesem Abguss entsprechende Persönlichkeiten entwickelt. Die Beziehungen sollen Profile von leicht veränderbaren Relationen hervorbringen, denen Chiffren, Geld und Informationen entsprechen.

b. Diese Beziehungsprofile erlauben dem Fernsehsender, das Beziehungsmuster der *Big Brother*-Interaktivität im Internet permanent zu kontrollieren. Damit besitzt er die Informationen, um die ihm nützlichen Interaktionskompetenzen bzw. Bezie-

hungsprofile künftig immer genauer auszuwählen. Er installiert einen präzisen, selbstlaufenden Regulationsprozess, in dem die Bewohner sich gegenüber den Internet-Zuschauern positionieren können; dadurch binden sie sich aneinander oder schließen einander aus, d.h., dadurch sozialisieren und differenzieren sie sich.

c. Die Internet-Sendung ändert die Verhältnisse zwischen Austauschprozessen, Räumen und Zeiten; die Beziehungen sind Inter-Reaktionen, d.h. Beziehungen von flüchtiger abstrakter Nähe und Unmittelbarkeit; Rubriken im Internet, wie »Archiv« und »News«, sollen eine technische Synthese des Austauschs gemäß der Geschwindigkeit der *in time*-Informationen erlauben; sie sollen die unmögliche konkrete Gegenseitigkeit simulieren.

d. Die Internet-Sendung entleert die praktischen Kriterien der Vergesellschaftungsprozesse (*face-to-face*-Beziehungen, Tabus, Unterscheidungen) und relativiert sie auf einer formellen Basis, die die entscheidenden Kriterien der Reproduktion des Rahmens von *Big Brother* gemäß den Marktanteilen des Fernsehprogramms stimuliert.

Auf der Basis der Contrôlématique, die am Beispiel *Big Brother* erhellt wird, kann man verschiedene Hypothesen über die Formen der Kontrolle formulieren. Im Fall *Big Brother* lassen sich zumindest zwei Formen der Kontrolle erkennen:

a. Die »*scoring*-Kontrolle«: Sie ist eine Kontrolle durch den Prozentsatz, durch die Punkte oder die Evaluierung, die alle Bewohner des Containers erwarten, ja, begehren. Sie erlaubt dem Sender, die Bewohner und die Internet-Zuschauer gemäß ihrer interaktiven Kompetenz zu klassifizieren und die Strategien des Fernsehprogramms für *Big Brother* wie auch für andere Sendungen zu verfeinern.

b. Die »mediale Kontrolle«: Sie ist eine direkte Kontrolle der Internet-Zuschauer über die Container-Bewohner und eine indirekt-reaktive Kontrolle der Bewohner über die Internet-Zuschauer (z.B. dadurch, dass sie sich als Projektionsfläche verschiedener Begehrensmodalitäten zur Verfügung stellen). Diese Kontrolle wird durch die vom Sender bereitgestellten Mittel, wie *webcams*

und Statistiken, ermöglicht. Sie zeigt eine originäre Art sich zu vergesellschaften, und zwar auf der Basis eines Konkurrenzkampfes zwischen Internet-Zuschauern und Bewohnern des Containers.

Big Brother lässt uns die ersten Schritte einer Contrôlématique erkennen, deren Formen der Kontrolle sich in einer spielerischen und damit nur indirekt gewaltsamen Atmosphäre entwickeln. So dient *Big Brother* als Fenster für die künftigen artifiziellen Gesellschaften, deren Contrôlématique sich bereits heute manifestiert.

Die artifiziellen Gesellschaften

Was eine artifizielle Gesellschaft sein könnte, haben wir schon kurz angesprochen.[7] Diese Perspektive soll jedoch mit Haesler noch näher erörtert werden, der uns folgende Definition dieses Begriffs vorschlägt: Die artifizielle Gesellschaft bedeutet weder die Gesellschaft

> »des Bedürfnisses oder der Armut, noch der Unbestimmtheit und der Abführung (Evakuierung) der essenziellen Gewalt, weder der Realisierung des Begehrens oder des Nominalen, noch auch die Simulation einer Hyperrealität, um den einzigen Ruhm ihrer Inszenierung zu bekommen, nein, die Aufnahme der Zugehörigkeit, von der Agamben spricht, die Inklusion des Dividuums, von der Deleuze spricht, […] ist nichts anderes als eine ungeheuere und unwiderruflich ästhetische Reduktion auf das Pattern der singulativen Transaktion, eine Reduktion aller Kategorien, die uns erlauben, die Welt zu denken und auf sie Einfluss zu nehmen« (ebd.: 292).

Diese Gesellschaft lebt ohne den Geruch des Menschlichen. Als artifizielle Gesellschaft beruht sie auf der Verwebung durch die reaktive Anerkennung der singulativen Transaktion, d.h., sie beruht auf der Logik des *in-put/out-put*, die personalisiert ist, aber keine Irrtümer verzeiht. In der artifiziellen Gesellschaft versucht man alles, um ›drin‹ zu bleiben, auch auf die Gefahr hin, auf die elementaren Reflexe des Überlebens reduziert zu werden.

Haeslers Perspektive der artifiziellen Gesellschaft könnte im Fall *Big Brother* als übertrieben erscheinen. Man mag einwenden, dass es die Möglichkeit gibt, sich dem Internet zu verweigern oder dass man zumindest nicht gezwungen ist, die Internet-Seiten von *Big Brother* zu besuchen. Die Langeweile oder die Ironie gegenüber der Sendung sind Verhaltensweisen, die zeigen, dass es demgegenüber noch eine soziale, und zwar traditionell interaktionelle Regulation gibt. Kann diese aber als Grund gelten, die hier vorgeschlagene Argumentation für eine bloße Übertreibung zu halten? Ein Vorwurf, der immer erhoben wird, wenn man sich mit technischen Phänomenen beschäftigt. Wir haben versucht zu zeigen, dass die Internet-*Big Brother*-Formel nicht nur als eine bloß interaktive Sendung gelten kann, sondern eine neue Logik der Vergesellschaftung illustriert. Der Sinn dieser Logik liegt darin, die Beziehungen zwischen Menschen durch Technik zu codieren, um sie auf eine rein singulativ-transaktionelle Ebene zu reduzieren. Dadurch könnte sich eine neue Gesellschaft profilieren, in der eine reaktive Konkurrenzfähigkeit das Soziale bestimmt und somit zuvorderst rentable Beziehungsformen produziert, innerhalb derer wir allein das Recht beanspruchen können, ›drinnen‹, d.h. *in* der Gesellschaft, zu bleiben. *Big Brother* im Internet gibt einen aufschlussreichen Eindruck davon.

Anmerkungen

1 Die Web-Seiten der *Big Brother*-Sendung können unter www.bigbrother-haus.de gefunden werden.

2 Dabei ist die »artifizielle Gesellschaft« eine Gesellschaft, in der sich der soziale Austausch von einer wechselseitigen, persönlichen Reziprozität in eine zunehmend reaktive, funktional zerstreute Interaktion verschiebt. Diesen Übergang von einer »Relationsgesellschaft« in eine »Reaktionsgesellschaft« werden wir im Folgenden noch näher erläutern.

3 Eine davon ist www.hitkarussell.de/big/.

4 Alle Übersetzungen aus dem Französischen stammen von mir (C. P.).

5 »[…] weit entfernt, die Kriminellen in ehrbare Leute zu transformieren, nutzt das Gefängnis nur dazu, neue Kriminelle zu produzieren oder die Kriminellen noch mehr in die Kriminalität hineinzutreiben« (Foucault [1975] 1994: 742).

6 Der Ausdruck »Chiffre-Beziehung« referiert auf Deleuzes Artikel »Les sociétés de contrôle« von 1990 (für die deutsche Übersetzung, vgl. Deleuze 1993), in den wir unten einführen werden. »Chiffre-Beziehung« bedeutet, dass eine Chiffre eine soziale Beziehung vertritt. Das lässt sich häufig in Unternehmen wie z. B. dem Fernsehen oder den Banken finden. Die Chiffre-Beziehung wird mit Hilfe von Marketingstrategien, Umfragen, Informatikprogrammen, Statistik usw. hergestellt, und sie wird generell genutzt, um eine soziale Stratifikation der Kunden/des Publikums herzustellen (vgl. Courpasson 1995).

7 Vgl. Anmerkung 2.

Literatur

Bolz, Norbert (1994): »Neue Medien«. *Information Philosophie* 1, S. 48–55.

Courpasson, David (1995): *La modernisation bancaire*, Paris: L'Harmattan.

Deleuze, Gilles (1990): »Les sociétés de contrôle«. *L'autre journal* 1, S. 111–114.

Deleuze, Gilles (1993): »Postskriptum über die Kontrollgesellschaften«. In: Ders., *Unterhandlungen 1972–1990*, Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 254–262.

Foucault, Michel (1974): *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Paris: Gallimard.

Foucault, Michel (1994/1975): »Entretien sur la prison: le livre et sa méthode«. In: Ders., *Dits et écrits* 2, Paris: Gallimard, S. 740–753.

Goux, Jean-Joseph (1978): *Les iconoclastes*, Paris: Seuil, S. 145–190.

Haesler, Aldo Jean (1988): »Passages de l'économique. De l'échange symbolique à la transaction ›singulative‹«. *Société* 3, S. 27–62.

Haesler, Aldo Jean (1989): »L'électron affolé. Immatériaux, monnaie mondaine et réalité post-moderne«. *Société* 5, S. 153–176.

Haesler, Aldo Jean (1995): *Sociologie de l'argent et postmodernité*, Genève, Paris: Droz.

Moréno, Roland (1971): *Théorie du bordel ambiant. Souvenir de l'Irréversible*, Paris: Belfond.

Nora, Serge/Minc, Alain (1978): *L'informatisation de la société*, Paris: La Documentation française.

Sonstige Quellen

www-Seiten der Big Brother-Sendung: www.bigbrother-haus.de

Anti-Big-Brother-www-Seiten: www.hitkarussell.de/big/