

stärker darauf ausgerichtet sein, die Verbindungen im Netzwerk, auf welchen Daten befördert werden, im Auge zu haben: Es geht nicht darum, Räume zu schaffen, in die die Außenwelt nicht eindringt, sondern Verantwortlichkeit und Zurechnungsfähigkeit herzustellen, wann immer Daten erhoben werden. Oder anders ausgedrückt: Die informationelle Selbstbestimmung sollte sich nicht so sehr auf das Ausmaß von Daten richten, das anderen überlassen wird, sondern auf das Ausmaß an Kontrolle über den Austausch und den Gebrauch der Daten. Auch wenn etwa die Nutzer Sozialer Netzwerke im Internet Daten preisgeben, so haben sie doch gewisse Vorstellungen und Erwartungen, wie sodann mit diesen Daten umgegangen wird: Wer soll in welcher Art und Weise Zugang zu den offenbarten Informationen erhalten? Solange die Nutzungsbedingungen Sozialer Netzwerkplattformen nach Belieben geändert werden können, liegt es völlig in der Hand des Diensteanbieters, den Schwerpunkt entweder in Richtung eines offenen Informationsaustauschs oder in Richtung der Wahrung der Privatsphäre der Nutzer zu verschieben.

Privatheit muss als ständig neues Aushandeln von Grenzen verstanden werden: Je nach Situation und unseren eigenen Erwartungen und Erfahrungen sowie denen unserer Interaktionspartner wird Privatheit definiert. Es geht dabei um Autonomie und Integrität: Menschen müssen zu jedem Zeitpunkt wissen, wer welche Daten sammelt und wie diese verwendet werden. Datenschutz wird bedeuten, Machtkonzentrationen zu verhindern, die immer dann entstehen, wenn Überwachung und Manipulation als Folge des Datensammelns im Verborgenen stattfindet. In unserer vernetzten Welt kann Privatheit nicht mehr als Recht oder Status einer Einzelperson aufgefasst werden, sondern muss als strukturelle Angelegenheit, als kollektive Praxis des Umgangs mit Informationen gelten. Ob wir auch in Zukunft eine geschützte Privatsphäre haben werden, wird daher ganz entscheidend davon abhängen, wie das Gut Privatsphäre von unserer Gesellschaft gegenüber Bequemlichkeit, Effizienz und Sicherheit bewertet wird.

4.2 Leben in der vorsortierten Welt

Ein halbes Jahrhundert nachdem George Orwells Dystopie »1984« erschien, wurde ein Spielfilm produziert, der das Schicksal seines berühmten Vorgängers teilen sollte: Zur Zeit seines Erscheinens wurde der Film als übertriebene Karikatur angesehen, rückblickend kann er aber wohl als bittere Prophezeiung der heutigen Wirklichkeit gelten. »The Truman Show« zeigt das Leben eines Mannes, der zunächst nichts davon ahnt, dass er Hauptfigur einer Reality-TV-

Show ist, die sein Leben 24 Stunden am Tag einem weltweiten Fernsehpublikum zur Schau stellt. Von ihren Wohnzimmern aus ist die restliche Menschheit Zeuge, wie Truman Burbank in einer fingierten Stadt aufwächst und dort tagein, tagaus sein vorgegaukeltes Leben führt. Denn alleinig Truman hat nicht die leiseste Ahnung davon, dass er sich in einem gigantischen TV-Studio befindet, umgeben von Schauspielern, die ihm, bis hin zu seiner Ehefrau, persönliche Beziehungen nur vorspielen – ohne dabei auf das stete Einstreuen von Werbebotschaften zu verzichten. Nicht zuletzt die Technik spielt eine immense Rolle, um die unter einer Riesenkuppel platzierte Stadt derart lebensecht wirken zu lassen: Spezialeffekte sorgen für Himmel und Sonne, Regen und Wind. Erst nach über 29 Jahren schöpft der Protagonist Truman Burbank Verdacht, nachdem der Filmcrew ein Fehler unterläuft, der Kratzer an der perfekten Illusion hinterlässt: Truman beginnt zu erkennen, dass seine Umwelt lediglich aus inszenierten Szenen und Ereignissen besteht. Von da an misstraut er seiner wahrgenommenen Realität und macht sich auf die Suche nach der objektiven Wirklichkeit hinter seinem Leben, also den Studiomauern.

Der Spielfilm kann als Metapher unseres Lebens in der digitalen Welt gelesen werden: Denn die Menge an Daten, die heute als Begleitprodukt der verschiedensten Aktionen unseres alltäglichen Lebens – bewusst und unbewusst – generiert wird, zusammen mit den Daten, die Menschen freiwillig, wissentlich und immer großzügiger in die Weiten des World Wide Web schleudern, geben solch tiefe Einblicke in unser Privatleben, dass die Befürchtung naheliegt: Jeder ist Truman – beobachtet von Milliarden von Menschen. »Ich kenne dich besser als du selbst«, lässt im Film Christof, der Produzent der TV-Show, Truman wissen und meint damit: Ich habe dich in der Hand, du wirst ewig Teil meiner Kunstwelt sein, nach meinen Regeln leben und für hohe Einschaltquoten sorgen. Weil Christof meint, verstanden zu haben, wie Truman tickt, und Herr über die äußeren Umstände ist, glaubt er dessen Handeln quasi durch Abarbeitung eines Algorithmus vorherbestimmen zu können. Die totale Transparenz öffnet also Tür und Tor für jedwede Manipulation? Ist dies nicht eine Vorwegnahme von *Googles* Plänen, seinen Nutzern künftig auf ihre Anfragen personalisierte Informationen zur Verfügung stellen zu wollen und stets schon im Vorfeld einer Frage die Antwort zu kennen? Das hieße ja: Abhängig davon, wie Technologiekonzerne wie *Google* unser Datenprofil bestimmen und deuten, werden wir in eine spezifische Medienwelt eintauchen. Jene Informationen und Unterhaltungsangebote werden uns dann zugespielt, von denen das Unternehmen meint, dass sie unseren Wünschen, Plänen, Interessen und Einstellungen entsprechen. Damit ist *Google* auf dem

Weg, unsere Sicht auf die Welt zu definieren – ebenso wie Truman sein idyllisches Leben in der Kleinstadt am Meer vorgesetzt bekommt, ohne eine Wahl zu haben. Er führt ein Leben, wie viele es sich wünschen – nette Frau, netter Job, nette Nachbarn und ein Freund, der bei Bedarf stets zur Stelle ist inklusive –, und dennoch: Es ist ein Leben nach Drehbuch, man kann ihn kaum beneiden um seine verlogene, kalkulierte Scheinwelt. Truman Burbank wirkt wie ferngesteuert, die beschränkte Sicht auf die Welt lässt kaum freie, selbstbestimmte Handlungen zu. Wie frei ist der Mensch der modernen Medienwelt, wenn er nur noch ganz bestimmte Ausschnitte der Welt serviert bekommt, abhängig von dem Bild, das sich andere von ihm machen? Werden wir ebenso wie Truman unter einer Kuppel leben, die nur bestimmte Informationen zulässt, von anderen jedoch abschirmt und jedem Einzelnen nur noch seinen höchst eigenen Ausblick auf die Wirklichkeit gewährt?

Wie Truman Burbank ist jeder Mensch heute gewissermaßen auf der Suche nach »seiner« Realität. Dem Hauptdarsteller der TV-Show gelingt es schließlich, die »echte« Welt hinter der Bühne zu finden, durch eine Tür mit der Aufschrift »Exit«, die er am Horizont findet, verlässt er die von anderen für ihn erdachte Welt. Die TV-Zuschauer bejubeln ihn, und anstatt sich zu fragen, wie man selbst durch Medien manipuliert wird, wechseln sie einfach zum nächsten Programm. Sollten wir nicht in einer Welt, in der das Internet mit seiner unglaublichen Kraft, Scheinwelten zu schaffen, eine immer größere Bedeutung im Leben der meisten Menschen erlangt, zum eigenständigen Lebensraum wird, virtuell und real sich immer stärker verbinden, neu darüber nachdenken, was Realität exakt meint? Denn der enormen Fülle an Informationen und deren freiem Fluss steht gegenüber, dass sich im Internet heute auch eine erhebliche Beschränkung dieser Informationen zu organisieren beginnt. Die Anfangstage des Internets waren durch eine immense Informationsoffenheit gekennzeichnet, ein bislang ungewohnter Zugang zu allen nur erdenklichen Informationen wurde eröffnet; heute allerdings setzt eine Gegenbewegung ein: Zwar ist theoretisch die Informationsvielfalt nach wie vor vorhanden, doch werden die Blicke der Internetnutzer gelenkt – und diese haben zumeist keine Ahnung davon.

Engstirnigkeit in den Weiten des Internets

Diese Entmündigung im Internet nennt der Netzaktivist Eli Pariser (2011) »Filter Bubble« (»Filterblase«). Alle möglichen Unternehmen arbeiten im Internet heute mit dem Werkzeug der Personalisierung und offerieren so nicht mehr nur ein Informationsangebot für die breite Masse, sondern jedem

Einzelnen das Seine: Algorithmen filtern Informationen und setzen dann eben die Werbung vor, die am besten zu uns passt, und präsentieren jene Informationen, die uns am ehesten interessieren dürften. So sind etwa keine zwei *Google*-Trefferlisten identisch, weil die Suchmaschine die Ergebnisse einer Suche jeweils individuell maßschneidert: Anhand verschiedener Signale, die der vermeintlich anonyme Internetnutzer aussendet, wie etwa verwendeter Computer, eingestellte Sprache, Browser, Suchhistorie oder Aufenthaltsort, meint *Google* zu wissen, wonach jemand exakt sucht. Und dabei bedient sich die Suchmaschine auch unseres persönlichen Netzwerks und nutzt zur Personalisierung der Suchergebnisse auch Begriffe, die »Freunde« im sozialen Netzwerk *Google Plus* erwähnt haben. Pariser berichtet von zwei Freunden, die er auf *Google* nach »BP« suchen ließ: Einmal wurden Informationen zu Investitionsmöglichkeiten von British Petroleum angezeigt, das andere Mal lieferte *Google* Nachrichten zur Ölkatastrophe im Golf von Mexiko. Diese komplett unterschiedlichen Suchergebnisse sind Ergebnis des sich für *Google* verschiedenartig präsentierenden Datenprofils der beiden Suchenden. Auch das soziale Netzwerk *Facebook* trifft eine Vorauswahl dessen, in welche Informationswelt wir eintauchen: Der Feed des sozialen Netzwerks zeigt nur Nachrichten jener Personen, mit denen wir regelmäßig interagieren; der Rest wird automatisch aussortiert. So beobachtet etwa Eli Pariser selbst, dass er Meldungen seiner politisch eher konservativ eingestellten Freunde nicht mehr zu Gesicht bekommt, da er selbst eher liberale Anschauungen vertritt und *Facebook* unter anderem auch nach der Passung der Interessen sortiert. Auch Yahoo! News und andere Nachrichtenportale filtern Nachrichten je nach der vermeintlichen Interessenslage des Nutzers vor.

Und je stärker sich durch Anwendungen der Augmented Reality On- und Offline-Welten miteinander verbinden, dringt die Filterung von Informationen auch in das »echte« Leben vor: In der erweiterten Realität, in der die gesamte Wirklichkeit mit einer Schicht computergenerierter Daten überlagert wird, um Menschen dabei zu helfen, sich in ihrer Umgebung zurechtzufinden, läuft dann buchstäblich jeder durch eine andere Wirklichkeit. Smartphones ermitteln heute schon Standort und Blickrichtung des Nutzers, woraufhin Software wie Wikitude oder Layar passende Informationen aus dem Internet suchen und sie in das durch die Kamera des Smartphones angezeigte Bild der Umgebung einbauen. Auf dem Display des Smartphones verschmelzen Ort und Daten. *Google* hat mit seinem Project Glass bereits eine Datenbrille zur Marktreife geführt, die sogar permanent Informationen in unser Gesichtsfeld projiziert und dadurch die Wahrnehmung personalisiert. Informationen wer-

den in das reale Leben transportiert und dort angezeigt, wo sie relevant sind – und zwar jedem nach seinen individuellen Bedürfnissen und Wünschen. Das Internet wird zum Outernet: Nicht nur legt sich das Internet wie eine zusätzliche Schicht über unsere Umwelt, auch übertragen sich sämtliche aus dem Internet bekannte Funktionalitäten – Verlinkung, Suchfunktion, Interaktion und eben auch Personalisierung – auf physische Objekte. So könnte dann – wie dies heute im virtuellen Raum gang und gäbe ist – personalisierte Werbung auch auf Plakatflächen aufgespielt werden. Eine von IBM entwickelte Smartphone-App dient als Suchmaschine für Produkte während des Supermarkteinkaufs: Schwenkt der Nutzer mit dem Smartphone über die Regale, werden nicht nur personalisierte Produkthinweise, Empfehlungen und Sonderangebote auf dem Display angezeigt, auch trifft die App je nach Einkaufsprofil des Nutzers eine passende Vorauswahl der Produkte und liefert relevante Informationen gleich mit. Wird künftig ein Supermarkt für zwei Personen noch identisch aussehen? Aber auch die Homogenisierung von sozialen Kontakten droht: Ortsbasierte Social-Networking-Apps wie Highlight, Glancee und Sonar versprechen Leute ausfindig zu machen, die die »gleiche Sprache sprechen«. Über GPS behält die App die Position des Nutzers im Auge und sobald sich Nutzer mit Gemeinsamkeiten wie etwa Hobbys, berufliche Tätigkeit, besuchte Schule oder Universität in der Umgebung aufhalten, schlägt die App Alarm.

Mit ihren Filtern schaffen *Google, Facebook & Co.* für jeden Einzelnen ein individuelles Universum an Informationen und bestimmen damit auf fundamentale Weise, mit welchen Informationen und Ideen Menschen konfrontiert werden. Was man vorgesetzt bekommt, hängt davon ab, wer man ist, was man tut, welche Interessen man hat, wen man kennt und noch viele weitere persönliche Details. Abweichenden Standpunkten ist man dann kaum noch ausgesetzt, Filterblasen fungieren als Scheuklappen, die einem nur das vor Augen führen, was mit der eigenen Meinung übereinstimmt. Hat man noch die Chance, durch Zufall Neues und Unbekanntes zu entdecken? Natürlich war es immer schon so, dass man sich vorrangig im Umkreis seiner eigenen Präferenzen bewegte: Die meisten bevorzugten Tageszeitungen, deren Leitartikel mit der eigenen Meinung im Großen und Ganzen gut verträglich sind, man trifft sich mit Menschen, die ähnliche Interessen haben, und kauft Produkte, die sich auch in der Vergangenheit schon gut bewährten. Der Mensch ist ein Gewohnheitstier – und wird dies auch im digitalen Zeitalter bleiben. Der große Unterschied ist jedoch, dass im personalisierten Netz die Filterung im Dunkeln vonstatten geht und kein Nutzer weiß, wie sie funktioniert.

Niemand entscheidet für sich selbst, was in sein persönliches Informationsuniversum aufgenommen wird, und noch wichtiger: Niemand weiß, welche Informationen nicht aufgenommen werden. Das Unbekannte gerät völlig außer Reichweite: Am Zeitungskiosk liegen all die Tageszeitungen, die wir nicht wählen, offen zutage; *Google* jedoch verrät nicht, was die Suchmaschine vorenthält. Was zunächst nach Nutzerfreundlichkeit klingt, ist eine folgenreiche Beschränkung des Sichtfelds.

Personalisierung ist heute ein überaus notwendiges Werkzeug, um der Informationsflut Herr zu werden. Seitdem das Internet zum Mitmach-Web wurde, beschränkende Zwischeninstanzen wegfielen und jeder Nutzer immer auch Produzent ist, wurde es immer schwieriger und zeitaufwendiger, aus der Überfülle an Informationen das Nützliche herauszuziehen. Es führt gar kein Weg daran vorbei: Auf die eine oder andere Art muss gefiltert werden. Anders ist die immer größer werdende Welle an Neuigkeiten, die täglich über uns hereinbricht, kaum noch zu bewältigen. Aber es stellt sich die Frage, ob wir das Werkzeug der Personalisierung benutzen oder das Werkzeug uns. Nur wer die Hintergründe gut genug versteht, kann aus der Filterblase ausreißen und sich einen ganzheitlichen Blick auf die Dinge bewahren. Und oft genug ist es ja tatsächlich bequem und zeitsparend, personalisierte Suchergebnisse zu erhalten. Ein Golfspieler, der auf der Suche nach dem nächstgelegenen Golfplatz ist, möchte beim Suchbegriff »Golf« keine Informationen zu Autos angezeigt bekommen. Wer wird bestreiten, dass es zunächst zwar unglaublich bequem ist, sich mit Altbekanntem zu umgeben? Aber verpasst man dadurch nicht auch einiges? Das Neue ist stets anstrengender als das Gewohnte. Sich den eigenen Ansichten auszusetzen bereitet weniger Mühe als sich mit konträren Meinungen auseinanderzusetzen. Ist es nicht fast zwangsläufig, dass sich dann ein Großteil der Menschen in ihre Filterblase zurückzieht und die Wirklichkeit nur noch vorsortiert zur Kenntnis nimmt? Werden wir die wohlige Gemütlichkeit unserer Filterblase der variantenreichen, widersprüchlichen Wirklichkeit vorziehen? Auch Truman Burbank würde seine »vollkommene«, vorhersehbare, abgeriegelte Welt der rauen Wirklichkeit vorziehen, ist sich Produzent Christof sicher: »Er könnte jederzeit gehen. Wenn seine Absichten nicht so halbherzig wären, wenn er wirklich im Innersten entschlossen wäre, die Wahrheit herauszufinden, könnten wir das unmöglich verhindern.«

Zunächst aber ist die Frage: Ist es überhaupt möglich, den Datensammellern ausreichend in die Karten zu schauen, um zur Gänze zu verstehen, wie unsere Wahrnehmung strukturiert wird und wann Personalisierung die

Grenze zur Manipulation überschreitet? Eben dazu ist eine kritische Distanz nötig, um die Wahrnehmung zu schärfen statt durch sie in die Irre geführt zu werden. Und diese Distanz kann es nur geben, wenn die Filtermethoden transparent sind. Es muss offenliegen, wie sie funktionieren, welche Parameter einfließen und welche Kontrolle der Einzelne über sie hat. Und immer muss ein Filter gewährleisten, ihn auf Wunsch auch ausschalten zu können, sodass die Nutzer die Welt auch ungefiltert wahrnehmen können. Dies gilt umso mehr, als sich für immer mehr Menschen gerade *Google* und *Facebook* als Zugangsportale zu allen erdenklichen Arten von Information herausstellen. Daher kommen auch immer mehr gesellschaftlich relevante Entscheidungen auf Basis der von diesen »Informationsbrokern« zur Verfügung gestellten Informationen zustande. Die Algorithmen zu durchschauen wird also unerlässlich, will man Entscheidungen treffen, die die ganze Wirklichkeit im Blickwinkel haben und im Interesse der gesamten Gesellschaft sind.

Die »Filter Bubble« stellt somit gewissermaßen die Informationsfreiheit im Netz infrage. Die Hoheit über die dort versammelten Informationen reißen einige wenige Unternehmen an sich, indem sie für sich in Anspruch nehmen, mit ihren Algorithmen den öffentlichen Raum vorzusortieren, der dadurch zerstückelt und für den Einzelnen in seiner Gänze intransparent wird. Der für ein funktionierendes Gemeinwesen so wichtige Austausch wird erschwert, wenn sich nur noch insulare Individuen gegenüberstehen und Informationen nicht mehr frei fließen. Ein gemeinsames Verständnis von Sachverhalten ist kaum noch möglich, wenn jeder nur Zugang zu einem Ausschnitt der Wirklichkeit erhält. Ist jeder Einzelne in einer selbstreferenziellen Echokammer gefangen, in einer Umgebung der Zustimmung, in der Meinungen sich nicht polarisieren, entsteht ein trügerisches Bild des gesellschaftlichen Konsenses. Aber ist nicht ein gesellschaftlich konstruktiver Diskurs und überhaupt jeder schöpferische Prozess erst dann möglich, wenn Individuen eine Beziehung zueinander aufnehmen können, wenn zufällige Begegnungen stattfinden, wenn wir unterschiedliche Standpunkte sehen und verstehen lernen, wenn Ideen und Meinungen aufeinanderprallen und auch einmal in Konflikt miteinander geraten? Droht nicht die totale Lähmung des politischen Prozesses, wenn stattdessen unser Blick nur noch von unserer höchst individuellen Informationsumgebung gebannt wird und ein umfassendes Bild der Welt und der Wirklichkeit verlorengeht?