

# Back to the Roots: Cyberspace als öffentlicher Raum

Von Evgeny Morozov

Das Internet hat viele Väter. Es handelt sich um eine extrem komplexe Technologie, und jedes einzelne Modul – von den Verbindungsprotokollen bis zu den Browsern – besitzt eine vielschichtige Geschichte. Die Wurzeln des Internet reichen bis zum Aufkommen der Kybernetik in den 1950er Jahren zurück. Spätere Durchbrüche erfolgten durch die Erfindung der Datenpaketvermittlung in den 60er Jahren, ein neuartiges Verfahren der Datenübermittlung durch deren Aufteilung in einzelne Bestandteile. Anfang der 70er Jahre tauchten die ersten universitären und staatlichen Netzwerke auf, die dann in den 80er Jahren zunehmend untereinander verlinkt wurden. Und vor fast genau 20 Jahren gingen die ersten Browser online.

Zahlreiche scheinbar getrennte Entwicklungen in der Computerbranche spielten eine wichtige Rolle. Unternehmen wie Apple und Microsoft propagierten in den 1970er Jahren die Idee von individuell verfügbaren, spielerisch nutzbaren Rechnern. Die Vorstellungen von IBM liefen im Gegensatz dazu auf kostspielige, zentralisierte und institutionell genutzte Rechenanlagen hinaus. Hätten sich Letztere durchgesetzt, wäre die Nutzung des Internet möglicherweise nie über die E-Mail-Kommunikation hinaus gekommen und wahrscheinlich auf einen Kreis von Wissenschaftlern und Investmentbankern beschränkt geblieben. Dass unsere Handys heute nebenher auch noch als Computer dienen, ist somit nicht die Folge unausweichlicher technologischer Trends, sondern vielmehr das Ergebnis eines zutiefst ideologischen, mittlerweile jedoch weitgehend vergessenen Ringens zwischen zwei vollkommen unterschiedlichen Visionen der Computernutzung.

Ein Großteil des Ruhms für die technischen Fortschritte des Internet gebührt Entwicklern wie Vint Cerf – dem Schöpfer des ersten Inter-Netzwerk-Protokolls, das die Zusammenführung der zahlreichen Prä-Internet-Netzwerke ermöglichte. Oder etwa David D. Clark, der das *End-to-end*-Prinzip entwickeln half, ein Vorläufer des modernen Konzepts der „Netz-Neutralität“, und Tim Berners-Lee, der das „www“ erfand, das *world wide web*.

Man kann die Geschichte des Internet jedoch nur verstehen, wenn man sich mit den Ideen und Hoffnungen seiner frühen Verfechter vertraut macht. Zu dieser von den Ingenieuren klar zu unterscheidenden Gruppe zählen Stewart Brand, Kevin Kelly, John Perry Barlow und weitere Pioniere, die sich um das 1993 gegründete US-Magazin „Wired“ scharten. Sie alle waren männlich,

arbeiteten in Kalifornien und erinnerten sich gern an den turbulenten Hedonismus der 1960er Jahre zurück.

Die Wegbereiter des Internet stellten den Wert der Gemeinschaft und geteilter Erfahrungen heraus. Sie hielten den Menschen grundsätzlich für gut, durch rationale Überlegung beeinflussbar und kooperationsgeneigt. Als leidenschaftliche Anti-Hobbesianer sahen sie zugleich im Staat und seinen Institutionen Hindernisse, die es zu bezwingen galt – und wie konnte man sie besser überwinden als mit Hilfe des Cyberspace? Diese Wertvorstellungen beeinflussten die weitere Entwicklung des Internet nachhaltig – allerdings nicht nur positiv. So konnte die Verbreitung von Spam und Cyber-Kriminalität auch deswegen so rasant erfolgen, weil die Pioniere nicht vorhergesehen hatten, wozu eine offene Internetinfrastruktur auch genutzt werden konnte. Die erste Spam-E-Mail lässt sich auf das Jahr 1978 datieren; inzwischen besteht der weltweite E-Mail-Verkehr zu 85 Prozent aus unerwünschten Werbenachrichten.

Die wohl größte Errungenschaft dieser Gruppe von Internet-Begeisterten besteht indes darin, den Ingenieuren der Gründerjahre, deren Mentalität vor allem der Kalte Krieg geprägt hatte, die Vorherrschaft über das Internet entzogen zu haben. Die Forscher der ersten Stunde waren in hohem Maße abhängig von der Generosität des US-Verteidigungsministeriums und dessen nervöser Antizipation eines möglichen Atomkriegs mit der Sowjetunion. Es war hingegen der amerikanischer Sozialwissenschaftler und Publizist Howard Rheingold der die Vorstellung der „virtuellen Gemeinschaft“ – geradezu als Antithese zur Paranoia des Kalten Krieges – populär gemacht hat. Die Idee geht auf seine Erfahrungen mit der Online-Community Well.com zurück, einem frühen Vorläufer von Facebook.

### Die Verflachung der Welt

Bei aller Begeisterung für die Cyberwelt hatte die Sache darüber hinaus auch eine ernsthafte Seite. Menschen wie etwa Nicholas Negroponte, Mitbegründer des MIT-Medienlabors und geistiger Vater der *One-Laptop-per-Child*-Bewegung, Bill Gates oder auch die journalistisch tätige Unternehmerin Esther Dyson konnten die Öffentlichkeit davon überzeugen, dass es sich beim Internet nicht bloß um einen Tummelplatz für Hippies aus der kalifornischen Bay Area handelte – schließlich konnte man dort auch gute Geschäfte machen. Zugleich verkündeten die Cyber-Koryphäen unermüdlich die Aussicht auf „Empowerment“ mit Hilfe des Internet – und mit eben dieser Einstellung fügte sich das Projekt überaus gut in die neoliberale Agenda der 1990er Jahre ein.

Dieses „Empowerment“ sollte durch die Beseitigung intermediärer Instanzen erzielt werden. An die Stelle der Verlautbarungen von Mainstream-Medien würden Cyber-Pinnwände, elektronische Magazine (E-Zines) und später dann Webforen und Blogs treten. Gewählte Abgeordnete sollten durch „elektronische Rathäuser“ und Abstimmungen direkt im Netz ersetzt werden.

Diese politische Vision verfügt sogar über ihre eigene Gründungsurkunde: Schon 1996 hatte John Perry Barlow, der früher Songtexte für die Rockband *Grateful Dead* geschrieben hatte und zu den Begründern der US-amerikanischen Bürgerrechtsorganisation *Electronic Frontier Foundation* zählt, die berühmte „Unabhängigkeitserklärung des Cyberspace“ verfasst.<sup>1</sup> Barlow hoffte, der Staat werde den Cyberspace in Ruhe lassen. (Dass Frankreichs Staatspräsident, Nicolas Sarkozy, kürzlich zur „Zivilisierung des Internet“ aufrief, lässt allerdings vermuten, dass Barlows Memorandum manche Staaten offenbar noch nicht erreicht hat.)

Entscheidend ist, dass die Vision einer Welt ohne intermediäre Instanzen den kommunitaristisch geprägten Späthippies ebenso gefiel wie den libertär gestimmten Cyber-Experten. Beide wollten gleichermaßen, dass das Internet die Welt „flacher“ mache, worunter sie vor allem gerechtere Verhältnisse verstanden. (Zehn Jahre später verfiel Thomas Friedman auf die gleiche Metapher und betitelte sein Buch über die Konsequenzen der Globalisierung sinngemäß „Die Welt ist flach“.)<sup>2</sup> Dass ehemalige Hippies jetzt mit Risikokapitalisten beim Dinner zusammensaßen, schien das gewaltige Potential des Internet nur zu bestätigen, unterschiedliche Interessen an einen gemeinsamen Tisch zu bringen. Die Ex-Hippies schienen tatsächlich davon auszugehen, all ihre utopischen Entwürfe mit Hilfe privater Kapitalgeber verwirklichen zu können.

Warum das Internet schon früh ausgerechnet die Risikokapitalisten anzog, stellt allerdings ein Rätsel dar: Der Markt für Online-Werbung war seinerzeit noch winzig und die Zahl der Internetnutzer gering. Noch 1995 gab es den „Internet World Stats“ zufolge gerade einmal fünfzehn Millionen Nutzer. Zwar wurden allenthalben junge Internetfirmen gegründet, aber die meisten davon handelten vor allem mit Verheißungen und weniger mit realen Dienstleistungen. Dass die Investoren sich über die herkömmlichen Verfahren zur Bewertung finanzieller Leistungen und Risiken einfach hinwegsetzten – was schließlich die *Dotcom*-Blase und die Krise der New Economy herbeiführte –, lässt eine schwere Bewusstseinsstrübung vermuten, ausgelöst durch die toxische Kombination der New-Age-Rhetorik der Internet-Pioniere und den neoliberalen Versprechungen gänzlich neuer Gewinnmöglichkeiten. Ein Bilderbuchbeispiel über die Auswirkungen dieser fatalen Mischungen lieferte das Unternehmen *Pets.com*, das Produkte für Haustierhalter direkt an Endabnehmer verkaufte. Bei Umsatzerlösen von 619000 US-Dollar gab sie beispielsweise zugleich fast zwölf Mio. Dollar allein für Werbung aus. Wenig überraschend brach *Pets.com* dann auch im Jahr 2000 unter der Last seiner Schulden zusammen.

Wenn es hingegen eine Website gibt, die das Ethos der Netzpioniere zu bestätigen schien – nämlich dass die Menschen gut sind und unter den richtigen Bedingungen im Namen gemeinsamer Ziele zusammenarbeiten –, so war und ist dies Wikipedia. Dieses Projekt ist zugleich eines der wenigen, das bis

1 Vgl. <http://homes.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>.

2 Vgl. Thomas L. Friedman, *Die Welt ist flach. Eine kurze Geschichte des 21. Jahrhunderts*, Frankfurt a. M. 2006.

heute strikt das Profitmodell ablehnt, das für Firmengründungen im Internet charakteristisch ist. So weigert sich Wikipedia, Werbung zu schalten wie auch Autoren für ihre Beiträge zu honorieren. Die Website verlässt sich stattdessen allein auf Spenden der Nutzer und Stiftungsgelder. Auf schmerzliche Weise erinnert Wikipedia daran, was aus dem Web hätte werden können, wäre die anfängliche Vision vom Internet als einem gemeinsam genutzten, gemeinschaftlichem Raum nicht vom Big Business aufgesogen worden.

### Die Personalisierung des Internet

Die meisten Internet-Firmen mussten ihr Geschäft rund um das Anzeigen-geschäft organisieren und waren damit den Trends dieser Branche unterworfen, zu denen – als wichtigster – die Personalisierung gehört, also der möglichst genaue Zuschnitt von Online-Werbung auf die Interessen der Nutzer. Dabei ist die Werbewirkung umso effektiver, je mehr eine Website über ihre Anwender weiß. Zugleich können Seiten, die über eine klare Vorstellung von den Interessen ihrer Nutzer verfügen, Inhalte entsprechend zuschneiden. Von Google News ermittelte Daten belegen, dass Nutzer mehr Angebote wählen, wenn sie eine Seite sehen, die auf der Grundlage ihrer früheren Aktivitäten im Netz erstellt wurde.

Diese immer weiter zunehmende Personalisierung läuft darauf hinaus, dass jede Nutzerin und jeder Nutzer über eine eigene Online-Erfahrungswelt verfügt. Das heutige Internet hat sich damit weit entfernt von der anfänglichen Vision eines gemeinschaftlichen Raums. Statt von *dem* Internet könnten wir daher ebensogut von einer Milliarde „Internet“ sprechen – ein individuelles Netz für jeden Nutzer. Selbst der Browser, die letzte Bastion geteilter Internet-praxis, befindet sich auf dem Rückzug. An seine Stelle tritt zunehmend eine Heerschar von Apps für Mobiltelefone und Tablet-Computer, wie dem iPad, – Anwendungen, die allesamt maßgeschneiderte Erlebnisse bereitstellen und nur noch wenig mit dem ursprünglichen Vorhaben eines gemeinsam geteilten Cyberspace zu tun haben.

Aber das ist durchaus nicht die einzige Abweichung. Für viele Internetnutzer hat sich die Empowerment-Verheißung als Illusion erwiesen. Vielleicht glauben sie, freien Zugang zu coolen Service-Angeboten zu besitzen, tatsächlich aber bezahlen sie diesen Zugang mit der Aufgabe ihrer Privatsphäre. Vieles von dem, was wir an Informationen über uns mit anderen teilen, mag trivial erscheinen. Es könnte uns daher gleichgültig sein, dass irgendeine Firma weiß, welche Musik wir mögen. Sobald diese Informationen allerdings mit Daten aus anderen, ähnlichen Diensten zusammengeführt und analysiert werden, können sie Einblicke in das Leben von Einzelpersonen und Gruppen eröffnen, die für die meisten kommerziellen Anbieter wie auch für Geheimdienste höchst interessant sind. Durch ausgiebiges Datenschürfen kam beispielsweise RapLeaf, ein Start-up aus San Francisco, zu der bemerkenswerten Schlussfolgerung, dass die Techniker von Google dazu neigen, mehr Junkfood zu essen als die von Microsoft.

## Reputation und Privatsphäre

Wenn man jedoch herausfinden kann, was wir gerne essen, kann man ebenso gut erschließen, was wir lesen; und wenn man erst einmal so weit ist, fällt es nicht allzu schwer, unsere politischen Präferenzen zu prognostizieren – und uns zu manipulieren. Wir taumeln also einer Zukunft entgegen, in der die Privatsphäre zu einem höchst kostspieligen Gut wird. Schon gibt es die ersten Start-ups, die anbieten, unsere Privatsphäre zu gewährleisten – gegen „eine geringe Gebühr“, versteht sich. Ironischerweise lieben Risikokapitalisten derartige Unternehmen und finanzieren somit eifrig Lösungen für genau jene Probleme, die sie zuvor mitgeschaffen haben.

Ein weiteres aufstrebendes Gewerbe beschäftigt sich gar mit der vollständigen Entfernung von Informationen. Für Preise zwischen 3000 und 15000 US-Dollar garantieren Start-ups wie Reputation.com, dass delikate Auskünfte auf den letzten Seiten der Google-Suchergebnisse vergraben werden oder gar ganz aus dem Internet verschwinden. Besagtes Unternehmen gelangte zu einigem Ruhm, als sie hunderte Fotos eines bei einem Autounfall verunglückten, kalifornischen Teenagers auf Anforderung seiner Familie aus dem Internet entfernte. Auch hierdurch entstehen neuartige Formen der Ungleichheit: Ob man seine Online-Reputation wahren kann, hängt am Ende von der Zahlungsfähigkeit ab. An diesem Punkt kann jedoch der Gesetzgeber intervenieren, wie etwa in Finnland, wo es Arbeitgebern untersagt ist, die Namen angehender Arbeitnehmer zu „googeln“. Auch in Deutschland dürfen Unternehmen die Internetadressen und -kontakte potenzieller Beschäftigter nicht in sozialen Netzwerken ausforschen. In Ländern mit schwächer ausgeprägten Schutzrechten der Arbeitnehmer wird es allerdings kaum zu solchen Regelungen kommen.

Unser „Empowerment“ – also die Stärkung unserer Rechte – als Konsumenten geht mit einer Schwächung unserer Position als (Staats-)Bürger einher, eine Entwicklung, die die cyber-libertären Digitalpropheten nicht vorhersahen. Auch aus den „elektronischen Rathäusern“ ist nie etwas geworden. Als Barack Obama kurz nach seiner Wahl einen Versuch in diese Richtung unternahm, betraf die beliebteste unter den Fragen an den frischgebackenen Präsidenten die Legalisierung von Marihuana. Das Internet ersetzt die Politik nicht und könnte dies auch gar nicht leisten, es wirkt stattdessen vielmehr als Multiplikator und Verstärker. Die US-amerikanische Tea Party etwa beschränkt ihre Aktivitäten nicht auf die sozialen Medien, sondern nutzt diese im Rahmen breit angelegter politischer Kampagnen. Politik steht immer also auch weiterhin an erster Stelle, die Technologie hingegen ist sekundär.

Allerdings befindet sich eine Kategorie intermediärer Institutionen wohl tatsächlich im Niedergang: die Druckmedien, welche die jüngeren Generationen schnell über Bord geworfen haben. Suchmaschinen und soziale Netzwerke sind heute ebenso mächtig, wie es Zeitungen und Radiosender noch vor drei Jahrzehnten waren. Dass sie ihre Redaktionspraktiken gern hinter vorgeblich objektiven Algorithmen verbergen, tut ihrer politischen Wirkung und ihrem Einfluss dabei nicht den geringsten Abbruch.

## Die Rettung der Öffentlichkeit

Das Missverhältnis zwischen den Idealen und Realitäten der digitalen Welt mag man der Naivität der Technikexperten zuschreiben. Doch das eigentliche Problem bestand und besteht darin, dass die frühen Visionäre des Internet ihre Erwartungen an einen gemeinschaftlich genutzten Cyberspace niemals in einen Katalog konkreter Prinzipien zur Netzregulierung übersetzt haben. Vielmehr scheint es, als hätten die Pioniere eine Mustergemeinschaft, die *city on the hill*, errichten wollen, ohne sich darum zu kümmern, wie dieses Projekt seinen idealen Charakter beibehalten könnte.

Kurzum: Um einige Grundfragen hinsichtlich der Gemeinschaftsaspekte des Internet hat man sich einfach gedrückt. Wer würde den Müll entsorgen und Betrugsfällen nachgehen – sich also um *spamming and scamming* kümmern? Wer wäre für die Erhaltung von historisch Erinnerungswertem verantwortlich, also für die kurzlebigen Tweets und Blog-Beiträge, die im digitalen Loch zu verschwinden drohen? Wer würde sich mit Umweltverschmutzung im Cyberspace befassen – also mit heimtückischen Praktiken wie der „Suchmaschinen-Optimierung“ oder *content farms*, die banale Inhalte produzieren, um Werbeeinnahmen zu erzielen? Wer könnte die Würde der Online-Bürger schützen? Wer würde ihre Intimsphäre gewährleisten und sie vor übler Nachrede, vor Verunglimpfung bewahren?

Vielleicht waren diese Probleme in einem Jahrzehnt, als Suchmaschinen erst am Anfang standen und Tweets wie Blogs noch nicht existierten, noch nicht klar erkennbar. Ob John Perry Barlow indes gut beraten war, die Regierungen aufzurufen, sich aus dem Cyberspace herauszuhalten, ist überaus zweifelhaft. Da es keine starken öffentlichen Aufsichtsgremien gab, stand es Privatunternehmen frei, zu tun was sie wollten. Und in den meisten Fällen konnten sie daher auch die genannten Probleme schlichtweg ignorieren.

In den Anfängen des Web 2.0 – also der Interneteiten der zweiten Generation, die über dynamische, gemeinschaftlich nutzbare Inhalte verfügten oder soziale Netzwerke bildeten – erschienen viele dieser Probleme als imaginär: Warum sollte man sich die Mühe machen, Tweets und Blog-Beiträge zu erhalten, wo sie doch ohne weiteres online wiederzufinden sind? Heute jedoch, wo bekannte Dienste wie Digg, Flickr oder Delicious schwere Zeiten durchmachen, können wir uns ganz und gar nicht darauf verlassen, dass unsere Daten dort gut aufgehoben sind – denn möglicherweise stehen sie bald vor dem Untergang. Zwar gibt es immer noch Google – das von nahezu allem eine digitale Kopie besitzt –, aber auch Google könnte eines Tages seinem Ende entgegen sehen.

Was das Internet während der ersten zwei Jahrzehnte seiner Entwicklung dringend gebraucht hätte und was ihm immer noch fehlt, ist ein Buch wie „The Death and Life of Great American Cities“.<sup>3</sup> Die Autorin Jane Jacobs kritisierte darin 1961 die Praktiken und Einstellungen der US-amerikanischen Stadtplaner der 1950er Jahre, und diese Kritik erwies sich als überaus wir-

3 Vgl. Jane Jacobs, Tod und Leben großer amerikanischer Städte, Gütersloh 1963.

kungsmächtig. Die Struktur des digitalen Raumes bedürfte einer vergleichbar unverblühten Analyse.

Die Gründerväter des Internet ließen sich von durchaus löblichen Intuitionen leiten: Die utopische Vision vom Internet als einem gemeinschaftlich genutzten Raum zur Maximierung des gemeinsamen Wohls bietet eine gute Ausgangslage. Doch diese Pioniere ließen sich von kommerziellen Interessen vereinnahmen und gingen in die Falle der *Self-Empowerment*-Diskurse – die kaum mehr darstellten als eine ideologische List, die die Unternehmensinteressen verschleiern und die staatlichen Regulierungsmöglichkeiten einschränken sollten.

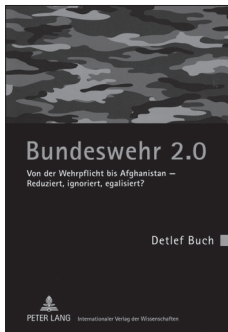
Der gegenwärtige Zustand ist nicht unumkehrbar. Noch ist die Privatsphäre nicht gänzlich abgeschafft. Und auch die Unternehmen können durch kluge Regulierungsmaßnahmen immer noch unter Kontrolle gebracht werden. Dafür müssen wir allerdings aufhören, das Internet primär als Marktplatz zu sehen und nur an zweiter Stelle als öffentliches Forum. Vielmehr ist eine grundlegende Neubewertung überfällig: eine Prüfung des Primats der (staats-)bürgerliche und ästhetischen Dimensionen im Internet. Mit anderen Worten: Es ist an der Zeit, sich zu entscheiden, ob das Internet wie ein Einkaufszentrum aussehen soll – oder ob es ein Ort wird, wo demokratische Öffentlichkeit vorherrscht.

Anzeige

PETER LANG



## DIE ZUKUNFT DER BUNDESWEHR



Detlef Buch

**Bundeswehr 2.0**Von der Wehrpflicht bis Afghanistan –  
Reduziert, ignoriert, egalisiert?

2011. 115 S., zahlr. Tab. und Graf.

ISBN 978-3-631-61555-3 · br.

€-D 19,80 / €-A 20,40 / sFr 29,-

Ohne Wehrpflicht aber mit zunehmender medialer Begleitung stehen die Deutschen nach wie vor hinter ihren Streitkräften.

Die in diesem Buch vorgenommene schonungslose Analyse der Bundeswehr lässt sich am besten mit den Attributen

*reduziert, ignoriert und egalisiert* beschreiben. Der Autor versucht dabei das Spannungsverhältnis zwischen einer reduzierten und zunehmend ignorierten Bundeswehr und der nach wie vor vorhandenen generellen Unterstützung durch die Bevölkerung aufzulösen. Hierzu bedient er sich eines internationalen Vergleiches wichtiger Verbündeter Deutschlands. Er kommt zu dem Schluss, dass die Bundeswehr einen Weg geht, den in unserer Gesellschaft viele Institutionen vor ihr gegangen sind – nämlich den der Egalisierung.

**PETER LANG GmbH · Postfach 940225 · D-60460 Frankfurt am Main**Am schnellsten bestellen Sie über unseren Internetbookshop: <http://www.peterlang.de>

€-D inkl. MwSt. – gültig für Deutschland, €-A inkl. MwSt. – gültig für Österreich