

Wem gehört die Zukunft? [Jaron Lanier]

Autor(en): **Holländer, Stephan**

Objektyp: **BookReview**

Zeitschrift: **Arbido**

Band (Jahr): - **(2014)**

Heft 2: **Zur Erschliessung von AV-Medien = Le catalogage des médias audiovisuels = La catalogazione dei media audiovisivi**

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die Ersetzung des Autoren durch Algorithmen und Content-Farmen

Stephan Holländer

Jaron Lanier, Wem gehört die Zukunft?, Hamburg 2014, 2. Auflage, 24.99 Euros/ SFr.39.90

Der einst begeisterte Internetpionier und -visionär Jaron Lanier spricht in seinem jüngsten Buch «Wem gehört die Zukunft?» das asymmetrische Geschäft der Netzanbieter mit den Nutzern auf der Basis von Big Data und die gesellschaftlichen Folgen dieses Geschäftes kritisch an.

Die digitale Revolution hat den Mittelstand unter den Industrieländern wie ein sozioökonomischer Wirbelsturm aufgewühlt. Lanier führt nicht das sattem bekannte Beispiel der Musikindustrie an, sondern schildert das Beispiel des untergegangenen gelben Riesen. Kodak beschäftigte am Höhepunkt seines Erfolges über 140 000 Mitarbeiter weltweit und hatte einen Wert von 28 Milliarden Dollar. Kodak erfand aber auch die digitale Fotografie. Mit den Patenten dazu ist Instagram heute erfolgreich. Das Unternehmen wurde 2012 für eine Milliarde Dollar an Facebook verkauft und beschäftigte zum Zeitpunkt des Verkaufs lediglich 13 Mitarbeiter.

Lanier denkt die aktuellen technologischen Entwicklungen weiter: Er sieht die künstliche Intelligenz, das selbstfahrende Auto und den 3-D-Drucker als künftige Meilensteine der digitalen Revolution. Diese bringen den gesamten selbstständigen Mittelstand in Gefahr. So können in Zukunft Beinprothesen mit Hilfe der im Internet zirkulierenden Bauanleitungen aus 3-D-Druckern gedruckt werden, was die Prothesenmacher zum Verschwinden bringen wird. Rechtsanwälte, Ärzte und Lehrer werden auf weiteren Entwicklungsstufen zu Opfern.

Jaron Lanier, dem der Begriff «virtuelle Realität» zugeschrieben wird, ist unter den Netzintellektuellen einer der unabhängigen Köpfe. Er wandelte sich vor Jahren zum Kritiker von Praktiken der Selbstaussbeutung in Netz, Überzeugungs- und Determinierungsprozessen im Internet, bei denen die Urheber anonym bleiben, sowie der Macht grosser Computer, die menschliche Entscheidungen durch Algorithmen für Finanztransaktionen ersetzen. Den Glauben an eine technische Lösbarkeit der aufgezeigten Herausforderungen gab er freilich nicht auf. In seinem neuen Buch schreibt er diesen Ansatz fort und legt trotz einiger Längen und einem ausschweifendem Stil eine gekonnte Analyse der Netzwerkökonomie vor.

Ohne in europäischen Kulturpessimismus zu verfallen, kontrastieren sich seine Aussagen auf das Schärfste mit den Aussagen eines Interviews mit Jim Hagemann, Chef von SAP Europa, in der Neuen Zürcher Zeitung vom 2. März 2014. Dieser sieht in der Digitalisierung fast nur Chancen. Seine Ausführungen gipfeln in der Aussage: «Jede Firma wird zum Softwareunternehmen.» Gott sei Dank muss der Mensch noch essen. Es gibt also noch eine Chance für die Landwirtschaft.

Als eigentliches Übel des Internets sieht Lanier die fest verankerte Gewohnheit der Nutzer, alles gratis haben zu wollen. Die Mitglieder von Facebook sind nicht nur Kunden, sondern auch Mitarbeiter, ohne deren Datenlieferungen das Geschäftsmodell des Netzwerks hinfällig würde. Mit dem Wettbewerbsvorteil nicht entlohnter Zuarbeit und dominanter Servermacht bauen die grossen Monopolisten ein System auf, das die intermediären Schichten als wirtschaftliche, politi-

sche und zivilisatorische Säulen der Wohlstandsgesellschaft zerstört.

Mit überlegenen Netzwerk- und Serverkapazitäten brechen die digitalen Monopolisten die Preisvorteile lokaler Händler und treten, wo immer sie dies für opportun halten, in einen preislichen Unterbietungswettbewerb ein. Souverän ist, wer über die grössten Serverfarmen verfügt. Die Folge ist eine Machtkonzentration bei wenigen grossen Netzwerken, die Lanier in Anlehnung an die griechische Mythenwelt «Sirensen-server» nennt.

Dies ist einer der wichtigsten Lösungsvorschläge von Lanier: Die User im Netz werden nur dann wieder Herr ihrer Daten, wenn sie diese nicht mehr kostenlos zur Verfügung stellen. Dass User heute ihre persönlichen Daten und ihre Arbeitsergebnisse kostenfrei zur Verfügung stellen, sieht Jaron Lanier als (Selbst-)Entrechtung. Indem sie diese Dienste nutzen, werden sie zur Datenmasse und verlieren die Kontrolle über ihre eigenen Daten. Die grossen Unternehmen verdienen damit Milliarden, der Einzelne gehe aber leer aus. Lanier schlägt in seinem Buch ein Zahlungssystem vor. Die Sirensen-server sollen ihre Nutzer mit kleinen Zahlungen für die von ihnen genutzten Daten entschädigen. Über ein solches Entschädigungssystem könnten künftig ganze Gesellschaftsschichten oberhalb der Armutsgrenze leben.

Die Abhörpraktiken der National Security Agency (NSA), die vergangenen Sommer an die Öffentlichkeit gelangten, haben Lanier zum Teil überrascht. Der technologische Fortschritt hat es nach 9/11 ermöglicht, mit sehr grossen Datenmengen zu arbeiten. Allerdings glaubte die NSA, ein darauf basierendes Überwachungssystem garantiere

automatisch mehr Sicherheit. Das sei illusorisch.

Lanier sieht die Menschheit heute in einer Situation wie in der Pionierzeit des Autos. Es dauerte eine Weile, bis die Fahrer realisierten, dass sie einen Sicherheitsgurt als Standardausrüstung brauchten. Heute müssten wir aufpassen, dass unsere Selbstausslieferung an die Internetkonzerne nicht in eine weltweite Katastrophe mündet.

Seinen brilliantesten Einfall hat der Autor, als er gegen Ende seiner Ausführungen auf die Zukunft des Buches zu sprechen kommt. Er skizziert Glanz und Elend der Autoren und Leser im E-Book-Zeitalter. Zwar könnten Autoren ihre Werke unproblematisch im Selbstverlag produzieren. Aber sie würden damit nur einen Bruchteil dessen verdienen, was sie vor Einführung der digitalen Netzwerke erhalten haben würden. Ähnlich sei es bereits den Musikern ergangen. Auch würden die Konsumenten von Büchern nur mehr das lesen, was ihnen intransparente Crowdsource-Algorithmen auf den Plattformen von Amazon und Barnes&Noble zur Auswahl vorsetzten. Lanier sieht in naher Zukunft Bücher auf uns zukommen, die von Algorithmen und Ghostwriter-Fabriken geschrieben wurden. Hier hat ihn die Realität schon überholt. So berichtet die Neue Zürcher Zeitung am 6. März 2014, dass zwei international renommierte Wissenschaftsverlage 120 maschinell erzeugte computerwissenschaftliche Aufsätze in ihren Protokollen entdeckten. Leser werden viel Zeit damit verschwenden, sich mit vergessenen Passwörtern, Knebelverträgen für das eigene Lesegerät sowie inkompatiblen E-Book-Formaten herumzuzergern. E-Books können nicht mehr verliehen, verkauft oder miteinander geteilt werden.



Die Lektüre des Buches lohnt sich also trotz seiner stellenweise epischen Breiten. Müsste man die Kernaussage des Buches von Lanier in einem einzigen

Satz zusammenfassen, so könnte man den Untertitel seines Buches zitieren: «Du bist nicht der Kunde der Internetkonzerne, du bist ihr Produkt.»