

DIE META-NARRATIVE DES SOCIAL WEB EINE HINFÜHRUNG ZUM THEMA *SOCIALMANIA*

Petra Grimm, Michael Müller

1 MEDIEN-UTOPIEN, MEDIEN-DYSTOPIEN

Die Etablierung und Popularisierung neuer Medien löst seit jeher gesellschaftliche Diskurse aus, die sich nur zum geringen Teil auf die durch diese Medien kommunizierten Inhalte beziehen, sondern im Wesentlichen die Hoffnungen und Ängste thematisieren, die sich mit dem Gebrauch und der (erwarteten oder tatsächlichen) Dominanz dieser Medien im Prozess der Selbstverständigung der Kultur verbinden: Kurz – es ist immer vor allem ein Diskurs über positive oder negative Auswirkungen der Existenz und Nutzung dieser Medien. Historische Beispiele solcher Diskurse beginnen etwa bei Platons Kritik an der Schrift (vgl. Platon 2011), setzen sich über die Kritik am „Romanenlesen“ im 18. Jahrhundert (vgl. z. B. von Ungern-Sternberg 1980) fort und begleiten auch im 19. und 20. Jahrhundert alle neu etablierten Medienformen wie die Fotografie, den Film, das Radio, das Fernsehen und natürlich auch das Internet. Insofern scheint also, frei nach Marshal McLuhan (1995), tatsächlich die pure Existenz eines neuen Mediums als Botschaft wahrgenommen zu werden, die – je nach Perspektive – zu ablehnenden oder affirmativen Reaktionen aufzurufen scheint.

Diese Diskurse bedienen sich in verschieden starker Ausprägung zweier Typen von Zukunfts-Narrativen, die zu erwartende Auswirkungen des Mediengebrauchs in die Zukunft hinein erzählen, und zwar ein utopisches und dystopisches Narrativ. Platon zitiert im „Phaidros“ das utopische Narrativ, das er dem legendären Erfinder der Schrift, dem ägyptischen Gott Theuth in den Mund legt, nach dem die Schrift als „Arznei für Gedächtnis und Weisheit“ dienen könne. Das dystopische Narrativ, das Platon dagegen ins Feld führt, lässt jedoch durch die Schrift einen Verlust von Gedächtnisleistung und Weisheit befürchten. Bertolt Brecht hat in seinen Äußerungen über das Radio die Utopie eines demokratisch genutzten Radios, in dem Sender- und Empfängerrollen wechseln und gleichberechtigt an der Erstellung der Inhalte beteiligt sind, entwickelt und dieser Utopie die dystopische Variante des Radios als reines Verlautbarungsmedium der Mächtigen zur Seite gestellt (vgl. z. B. Helmes/Köster 2002: 148-154). Diese historischen Beispiele mögen hier genügen; festzuhalten bleibt, dass die utopischen und dystopischen Narrative, die sich an die jeweils neuen Medien knüpfen, meist gesellschaftlich-politisches Leben als Ganzes zum Thema haben: Wie gehen wir mit Wissen und Wissenserwerb um (Platon)? Wie können wir Macht und Partizipation organisieren (Brecht)? Auch die hinter der Lesekritik im 18. Jahrhundert stehende Dystopie thematisierte ja die gesellschaftli-

che Frage, inwieweit sich vor allem junge Frauen (aus dem bürgerlichen Stand) durch das exzessive Lesen von Romanen in Schweinwelten flüchten und dadurch unfähig werden, ihre gesellschaftlichen Pflichten zu erfüllen. Auch der Diskurs über einen möglichen Bildungsverlust durch exzessiven Fernsehkonsum, wie ihn Manfred Spitzer („Vorsicht Bildschirm!“, 2005), aber auch Neil Postman („Das Verschwinden der Kindheit“, 1995) populär gemacht haben, basiert auf einem dystopischen Narrativ resp. negativen Wirkungskonzept der Medien.

Wenngleich es nicht verwundert, dass auch zum Internet utopische und dystopische Narrative entstanden – z. B. überträgt Spitzer sein dystopisches Bildungsnarrativ auch auf das Internet unter dem Begriff „Digitale Demenz“ (Spitzer 2012) –, scheinen die Narrative des Internets dennoch tiefgreifender zu sein: Sie thematisieren nicht nur Auswirkungen auf das gesellschaftliche und politische Leben, sondern dessen vollständige Umgestaltung. Dies ist eine der Ausgangshypothesen, die dem an der Hochschule der Medien durchgeführten Kongress „Social-Mania – Medien, Politik und die Privatisierung der Öffentlichkeit“ (Juni 2012) zugrunde lag und dessen wichtigste Vorträge in dem vorliegenden Band versammelt sind.

2 DIE GROSSEN ERZÄHLUNGEN

Im Zusammenhang mit der Postmoderne wird ja häufig mit Jean-Francois Lyotard (2012) vom „Ende der großen Erzählungen“ gesprochen, also von auch in die Zukunft gerichteten Entwürfen, die Ziele für gesellschaftliche und kulturelle Entwicklungen mit definierten: Das *Paradies auf Erden*, die *klassenlose Gesellschaft*, der *Sieg über die Natur durch Wissenschaft und Technik*, etc. Dies führte auch zu Francis Fukuyamas (1992) Formulierung vom „Ende der Geschichte“ als eines zielgerichteten Prozesses, an dessen Ende ein Heilsversprechen gleichgültig welcher Art stand. Die ‚großen Erzählungen‘ hatten immer auch eine utopische Dimension: Sie implizierten einen zukünftigen Zustand, den man herbeisehnte oder aber fürchtete, wie die zahlreichen negativen, dystopischen Narrative, die seit dem 18. Jahrhundert entstanden sind und in Entwürfen wie denen von Orwell oder Huxley gipfelten, belegen.

Sieht man sich die Erwartungen und Hoffnungen, die in den neunziger Jahren zunächst mit dem Internet allgemein und in den letzten zehn Jahren mit dem Web 2.0 bzw. Social Web verbunden werden, an, so kann man sich des Eindrucks nicht erwehren, dass sich vielleicht so etwas wie eine neue große Erzählung im Prozess des Entstehens befindet, die sich rund um die kommunikativen Möglichkeiten des Webs dreht, ein neuer Mythos, der zu utopischen (oder dystopischen) Entwürfen führt. In der Geschichte des Internets waren seit seiner Popularisierung als World Wide Web vor allem drei Klassen solcher utopischer Narrative, immer begleitet von ihren dystopischen Facetten, in gesellschaftlichen Diskursen relevant.

2.1 Wissensnarrative

In der Frühphase des Internets, verstärkt dann ab der Etablierung des World Wide Web ab 1993/94, verbanden sich mit dem Netz Utopien bezüglich des Wissens: Endlich ist alles Wissen der Welt für alle zugänglich, es gibt keine Barrieren mehr, alles ist immer, überall und sofort verfügbar. Diese Utopie ist also die einer *Demokratisierung des Wissens*. Das fand auch seinen Ausdruck in neuen Lernkulturmodellen, wie sie zum Beispiel unter den Stichworten ‚E-Learning‘ oder ‚Blended Learning‘ konzipiert wurden und auch heute noch in Form der sogenannten MOOCs (Massive Open Online Courses) die Utopie eines Universitätsstudiums unabhängig von Ort und Zeit zu versprechen scheinen. Die Wissensutopien rund um das Internet Anfang der 1990er Jahre gingen jedoch über die Hoffnung, Wissen werde nun für alle zugänglich, hinaus und postulierten eine neue Art von Wissen, ja Wissenschaft, die durch das Internet möglich sei; beispielhaft dafür kann etwa das von der Agentur Bilwet (1993) um den Medientheoretiker Geert Lovink postulierte Konzept einer „illegitimen Wissenschaft“ stehen, die gewissermaßen ein Gegenmodell zu der in den Hochschulen gepflegten „legitimen Wissenschaft“ aufstellten und somit nicht nur eine Demokratisierung des Wissens, sondern die Entstehung neuer Formen von Wissen postulierten, das gewissermaßen nach dem Lévy-Strauss'schen Modell der „Bricolage“ (2009) durch Neukombination und Transformation aus vorhandenem Wissen entstehe. Das Internet wird – vor allem, weil sich im Internet nicht nur gesellschaftlich institutionalisierte Spieler, sondern (fast) jedermann mit Wissensgenerierung beschäftigen kann – zu einer Parallel-Institution der Weiterentwicklung von Wissen zu den etablierten Institutionen wie Hochschulen und (klassischen) Medien.

Als dystopische Ausprägung dieses Narrativs findet sich weit verbreitet der Mythos der *Informationsflut und Überforderung*, der sich ebenfalls bis in die gegenwärtigen Diskurse zieht. Demnach würden wir täglich mit unzähligen Informationen und Mitteilungen konfrontiert werden, die wir anscheinend nicht bewältigen können. Wir verlieren wegen der unüberschaubaren Menge jegliche Orientierung bezüglich der Relevanz oder Irrelevanz von Informationen und Botschaften und es bleibe kaum Raum mehr für Reflexion und Muße. Vor allem in Unternehmen wurden zahlreiche Konzepte und Seminare entwickelt, die den Mitarbeitern helfen sollten, mit dieser Flut an Informationen fertig zu werden. Zudem wurden in diesem Zusammenhang Möglichkeiten für Relevanzkriterien erdacht und auch Strategien der Nicht-Wahrnehmung von Informationen und Wissen als Lösung postuliert. Eine aktuelle, auch arbeitsrechtlich relevante Variante dieses Narrativs ist die gegenwärtige Diskussion über die ständige Erreichbarkeit oder Nicht-Erreichbarkeit von Mitarbeitern auch außerhalb ihrer Arbeitszeiten, was bei einigen Unternehmen ja auch schon zu einem Verbot der Weiterleitung dienstlicher E-Mails nach Feierabend geführt hat.

2.2 Ökonomische Narrative

Ab Ende der 90er Jahre des vergangenen Jahrhunderts beherrschte dann eine ökonomische Utopie den Diskurs: Das Internet wurde zum neuen *Wachstumsmotor für die Weltwirtschaft* ausgerufen. Einerseits entdeckte man es als Kanal zur Kundengewinnung und Distribution, andererseits und vor allem aber auch als Plattform für völlig neue Geschäftsmodelle. Man erinnert sich: Fast jeder noch so versponnenen Idee wurden die Investorengelder geradezu nachgeworfen, ganze ‚Kinderkreuzzüge‘ von spätpubertär-frühadoleszenten Gründern stürmten die Banken und die Büros potenzieller Venture Capitalists. In dieser Zeit wurde auch der Begriff der *New Economy* geprägt und damit auch auf ökonomischen Gebiet postuliert, es entstehe etwas völlig Neues, Andersartiges, das mit der herkömmlichen *Old Economy* nichts oder nur sehr wenig zu tun habe. Dieses Narrativ war auch insofern Utopie, als etwa die hohen Börsenwerte, die einige dieser Internetunternehmen erzielten, kaum durch Umsätze oder gar Gewinne gerechtfertigt waren; die Kraft des Narrativs war hier meist sehr viel größer als die der konkreten Zahlen. Viele der Jungunternehmer profitierten von dieser narrativen Kraft, indem sie ihr Unternehmen nach wenigen Jahren mit großen Gewinnen verkauften; den in den meisten Fällen darauf folgenden Niedergang mussten die Käufer abschreiben. Nur einigen wenigen in dieser Zeit gegründeten Unternehmen, wie etwa Google oder Amazon, gelang ein nachhaltiger Erfolg.

Nach der Wirtschaftskrise Anfang des neuen Jahrtausends hatte die ökonomische Utopie des Internets zunächst an Überzeugungskraft verloren, erlebte aber eine Renaissance mit dem Social Web und einer neuen Gründungswelle, die bis heute anhält und immerhin zumindest die Lehre aus der ersten Phase der *New Economy* gezogen zu haben scheint, dass nicht jedes Versprechen schon ein Geschäftsmodell sei. Doch wie etwa der mehrfach überzeichnete Börsengang von Facebook und die darauf folgende Enttäuschung über die Entwicklung der Aktie zeigt, dass das ökonomische Narrativ in seiner utopischen Ausprägung noch immer die Kraft hat, ökonomische Potenz zu erzeugen.

In ihrer dystopischen Ausprägung geht es beim ökonomischen Narrativ unter anderem um die *Kommerzialisierung und Datafizierung der Privatsphäre*, die mit dem Prozess der Digitalisierung einhergehen. Dieser Prozess impliziert Veränderungen, die tiefgreifend und unumkehrbar sind. Sie sind in ihren Auswirkungen vergleichbar mit den Umwälzungen der Industrialisierung im 19. Jahrhundert oder der Erfindung des Buchdrucks im 16. Jahrhundert. Mit dem Prozess der Digitalisierung verändern sich unser Alltag, unsere Arbeitswelt und unsere Beziehungen. Nach zehn Jahren Web 2.0 lässt sich rückblickend erkennen, dass sich die Rahmenbedingungen für die Privatsphäre verändert haben. Niemals zuvor war die potenzielle Zugänglichkeit zu persönlichen bzw. privaten Informationen größer. Dieser Transformationsprozess vollzieht sich nicht nur durch das seit 2004 etablierte sogenannte Web 2.0 bzw. Social Web, sondern auch durch die tief greifende Digitalisierung aller Gesellschaftssysteme. Einen weiteren Schub wird dieser Prozess durch das Internet der Dinge erhalten – also die Vernetzung physikalischer Objekte mit

dem Internet, so dass Gegenstände selbstständig mit dem Internet kommunizieren können.

Dabei sind die Unsichtbarkeit der Datensammler und deren Unkontrollierbarkeit wesentliche Merkmale, worauf Umberto Eco schon im Jahr 2000 in Venedig in seinem Vortrag „Verlust der Privatsphäre“ hinweist:

Doch wenn der Große Bruder in Orwells Roman eine Allegorie auf ‚Väterchen‘ Stalin war, hat der Big Brother, der uns heute beobachtet, kein Gesicht und ist nicht nur einer, sondern die Gesamtheit der Ökonomie. Wie die Macht bei Foucault ist diese Wesenheit nicht mehr erkennbar, sie ist die Gesamtheit einer Reihe von Machtzentren, die das Spiel mitmachen und sich gegenseitig stützen, dergestalt, dass einer, der für ein Machtzentrum die Leute ausspäht, die in einem Supermarkt einkaufen, seinerseits ausgespäht wird, wenn er die Hotelrechnung mit einer Kreditkarte bezahlt. Wenn die Macht kein Gesicht mehr hat, wird sie unbesiegt. Oder zumindest schwer kontrollierbar. (Eco 2007: 76)

Wenngleich systematische Diskursanalysen zu dem Narrativ des Verlusts der Privatheit im digitalen Zeitalter bislang noch kaum vorliegen, ist ersichtlich, dass nicht erst seit den Enthüllungen Edward Snowdens im Juni 2013 über die Überwachungsprogramme des US-Nachrichtendienstes National Security Agency (NSA) „Prism“ und des britischen Government Communications Headquarters (GCHQ) „Tempora“ vor allem in Technologiekreisen das Ende der Privatsphäre postuliert wird. Bereits 1999 empfahl Scott McNealy, Mitbegründer von Sun Microsystems: „Sie haben sowieso Null Privatsphäre, finden Sie sich damit ab!“ (Zit. nach Heuer/Tranberg 2013: 27) Auch die sogenannte Post-Privacy-Bewegung ist davon überzeugt, dass die Privatsphäre ein Auslaufmodell sei und setzt auf vollständige Transparenz. Datenschutz sei aufgrund der globalen Struktur des Internets, in der nationale Gesetzgebung nicht greife, und der „Kommunikationsbedürfnisse, Neugierden und Bequemlichkeiten [...] der Nutzer(innen)“ (Heller 2013: 2) nicht umsetzbar.

Ein zunehmend an Popularität gewinnendes Narrativ ist *Big Data*, das im Diskurs über Überwachungstechnologien vor allem in netzpolitischen Kontexten, wie z. B. der *re:publica* 2014, aber auch zunehmend in den Feuilletons der Massenmedien auftaucht. *Big Data* steht als Sammelbegriff für solch „massive Datenmengen, die mit herkömmlichen Speicherungs- und Analysewerkzeugen nicht mehr zu bewältigen sind und in Terabytes oder Petabytes gemessen werden“ (Heuer/Tranberg 2013: 40f.). Das war der Anlass zur Entwicklung von Werkzeugen wie Google MapReduce oder Hadoop von Yahoo, mit denen gewaltige Datenmengen verarbeitet werden können – vor allem auch dann, wenn sie nicht bereits in Datenbanken strukturiert, sondern unstrukturiert vorliegen, wie es z. B. bei allen Daten aus sozialen Medien (Texte, Bilder, Videos) der Fall ist. So verwundert es auch nicht, dass die Internetanbieter schnell zu den führenden Anwendern dieser Werkzeuge wurden, da sie über die größten Datenmengen verfügen und ein finanzielles Interesse daran haben, aus den von ihnen gesammelten Daten einen möglichst großen Nutzen zu ziehen (vgl. Mayer-Schönberger/Cukier 2013: 13). Über eine intelligente Auswertung großer Datenmengen und die Kombination von Daten verschiedener Quellen können weitgehende Schlussfolgerungen gezogen werden. Die Daten können zu beliebigen Zwecken genutzt werden – auch unabhängig davon, zu welchem

Zweck sie einmal erhoben wurden –, z. B. um statistische Trends oder Beziehungen zwischen einzelnen Merkmalen (Muster) zu erkennen.

Zu dieser dystopischen Diagnose lassen sich drei wesentliche Aspekte hinzufügen:

Die *Hybridisierung*: Im Zuge der Mediatisierung unserer Gesellschaft haben sich sozial-kommunikative Praktiken herausgebildet, die die dichotomische Konstruktion von Privatheit und Öffentlichkeit ins Wanken bringen. Die Grenze zwischen Öffentlichkeit und Privatheit existiert im Social Web nur noch dem Schein nach. Und das eigentliche Problem des Datenschutzes sind die „kollabierenden Kontexte“ (Boyd 2008: 34), so dass private Daten nicht mehr selbstbestimmt kontrollierbar sind.

Privacy paradox: Die Nutzer schätzen zwar allgemein den Schutz der Privatsphäre, sie handeln aber nicht entsprechend. In der Like-Economy geben die Kunden gegenüber den Eigentümern der Social Media ihre Privacy, auch noch durch die AGBs juristisch abgesichert, auf. So belegt auch eine aktuelle Studie zum Datenschutzverhalten in Bezug auf die Nutzung von Apps (mediaTestdigital 2013), dass das privacy paradox weiterhin besteht: „Trotz des eindeutigen Sicherheitsbewusstseins gibt es immer noch eine eindeutige Diskrepanz zum tatsächlichen Nutzerverhalten, wenn es um beliebte Social Apps wie Facebook oder WhatsApp geht. Denn mit 51% ist über die Hälfte der Befragten aufgrund von Datenschutzgründen nicht bereit, auf diese Apps zu verzichten“.

Letztendlich könnte auch ein *privacy divide* entstehen: Bestimmte Nutzer bzw. Nutzergruppen sind hinsichtlich der Schutzmöglichkeiten ihrer Privatheit und der Folgenabschätzung ihres Handelns benachteiligt, sei es, weil sie nicht über eine entsprechende *privacy literacy* verfügen oder es sich zukünftig nicht leisten können, Firmen für ihr Privacy Management zu engagieren.

Schlussendlich postulieren diese dystopischen Ausprägungen des ökonomischen Narrativs eine Übernahme von Lebensbereichen wie dem des Privatlebens, die traditionell nicht von ökonomischen Wertsystemen bestimmt waren, durch ökonomische oder zumindest strukturell ökonomie-ähnlichen Wertsystemen. Wenn soziale Relevanz einer Person tendenziell durch die pure Zahl an ‚Freunden‘ in einem sozialen Netzwerk bestimmbar ist, so ist der ökonomische Wert der Quantifizierbarkeit von Qualitäten auch in soziale, ursprünglich nicht-ökonomische Sphären eingedrungen. Diskutiert wird zurzeit eine „*Ökonomisierung der Wertesysteme*“ (vgl. hierzu Grimm/Zöllner 2015) auch in Kontexten wie dem Bildungssystem, dem politischen System und in den Medien; inwieweit diese Diskurse auch mit den Internet-Narrativen zusammenhängen, soll hier nicht weiter vertieft werden.

2.3 Sozialpolitische Narrative

Ab Anfang des Jahrtausends, etwa ab 2004, entstanden auch soziale bzw. politische Utopien: Das Narrativ einer neuen Politik- bzw. Demokratieform wurde mit dem Social Web, oft genannt *Demokratie 2.0* oder *Liquid Democracy*, verknüpft. Diese – so die Idee – sei von der Transparenz politischer Akteure und Entscheidungen,