

STUDIUM FUNDAMENTALE

Semesterzeitung **SoSe 17**

Schwerpunktthema

Digitalisierung



DIE ABSCHAFFUNG DER MEDIEN

Als ich kürzlich zu einer Stiftung im Medienbereich eingeladen wurde, um dort einen Vortrag zu halten, war mir schon etwas mulmig zumute, mit dem provokanten Titel „Die Abschaffung der Medien“ angetreten zu sein. Zur Beruhigung aller, insbesondere meiner Selbst, setzte ich ein dickes Fragezeichen hinter den Titel und ergänzte ihn um den Untertitel „Zum neuen Selbstverständnis der Medien in Zeiten von Big Data, Bots und Digitalisierung 2.0.“



Gabriele Gramelsberger

Lehrstuhlinhaberin für Philosophie digitaler Medien

Der Vortrag lief gut, die Diskussion war anregend und Manchem ging die Frage nicht weit genug. Medien? Gibt es die noch? Oder ist das Mediale nicht längst ein allumfassendes Lebensgefühl, ein ständiger Begleiter geworden? Ja! Genau meine Rede, nur drücken die Philosophen das Selbstverständliche immer viel komplizierter aus. Environmentalität ist der medienphilosophische Fachbegriff, um die Ubiquität des Medialen in Form von Mobiltelefonen, „smart objects“ und, generell, dem Internet der Dinge zu umschreiben. Letzteres soll bis 2020 über 20 Milliarden Dinge miteinander vernetzen (gartner.com). Das lässt uns das Mediale so selbstverständlich erscheinen, dass auch vom „technologisch Unbewussten“ die Rede ist (Clough 2000, Thrift 2004); oder eben vom Lebensgefühl.

Längst vorbei die Zeiten als am Samstagabend das Ritual des gemeinsamen Fernsehabends zelebriert wurde (Kinder im Schlafanzug und frisch gebadet vor der großen Kiste). Längst vorbei die Zeiten, als man die Nachrichten der öffentlich-rechtlichen Sender hörte oder tagesschaute, um sich über die Weltlage zu informieren (Eltern mit ernster Mine und ungeduldigem: Schsch!). Dasselbe gilt für die Zeitung am Frühstückstisch. Auch vorbei die guten alten Zeiten des World Wide Web, als man noch an die Demokratie des Netzes glaubte: Jeder kann jeden erreichen und sich informieren („digital natives“ der ersten Stunde mit naiven Absichten und großen Hoffnungen). Die klassischen Medien (Radio, Fernsehen, Internet, Print) werden zunehmend marginalisiert, während soziale Netze und mobile Plattformen das Sagen übernehmen. Die sogenannten „big five“ – Google, Facebook, Amazon, Microsoft, Apple – kontrollieren unter den wachsamen Augen der „five eyes“ die digitale Technologie (Manjoo 2016). 70% des weltweiten Datenverkehrs passieren heute die Amazon Web Services, 70% der Suchabfragen laufen über Google (ohne China sind es 90%); 85% der Marktmacht im Mobilbereich liegt mit über 1 Mrd. Android Geräten ebenfalls bei Google und Facebook ist mit aktuell 1 Petabyte Operationen pro Sekunde und 1,5 Milliarden User die größte Community der Welt (Rosoff 2014, Zeman 2014).

DATENMONOPOLISMUS

Dieser präzedenzlose Datenmonopolismus folgt einem spezifischen Geschäftsmodell: die Verwaltung und Ausbeutung User-produzierter Daten. Es geht nicht mehr um Inhalte, wie sie die klassischen Medien produzierten, es geht um das Generieren von Metadaten und deren Analytik – gerne auch „big data“ genannt. User produzieren Inhalte (Texte, Bilder, Filme, Tweeds, etc.) und gleichzeitig produzieren sie damit Metadaten: Wer mit wem, wann und wo, warum und weshalb und wie lange. Das Was – Thema der Digitalisierung 1.0, die alle analog-medialen Inhalte wie Texte, Bilder, Filme, Töne digitalisierte – ist sekundär geworden. Klar, man sollte Worte wie „Bombe“ oder „IS“ vermeiden, denn die stehen auf dem Index der Analysealgorithmen der „five eyes“. „Kind is ne Apfelsine, ne echte Bombe an Vitaminen“ (Opa hat sich leider verippt und landet auf der No-Fly-Liste des U.S. State Department, ist ihm aber egal, denn er hat nichts zu verbergen und will eh nur im Schwarzwald Urlaub machen). Aber sonst interessiert das Was kaum, zumindest nicht die Geschäftsbetreiber des neuen Datenkapitalismus. Medien sind Sender von Botschaften, so lernte man das in der Schule, in der Journalistenausbildung und im Marketing, doch wenn die Inhalte – ökonomisch betrachtet – egal werden, dann passieren drei Dinge:

Erstens, gehen jegliche Qualitätsfilter von Informationen verloren. Ja, das nennt man Meinungsfreiheit, aber es ist auch Anlass für unfassbare Agitation, Fehlinformation und Manipulation. Astroturfing ist die Bezeichnung dafür und meint das Vortäuschen spontaner Graswurzelbewegungen zum Zwecke politischer Agitation. Und spätestens mit dem Wahlkampf von D.(d.)T. versteht man, wie diese neue Logik funktioniert und welche Sprengkraft sie für die Demokratie birgt (Baecker 2016).

Zweitens, werden wir zu Datenlieferanten degradiert, oder, wie Parmy Olson es treffend formulierte, zu „quantified others“ (Olson 2015). Die Gier nach Metadaten kennt keine Grenzen. Google, beispielsweise, hat den Heimgerätehersteller Nest aufgekauft, der digitale Feuermelder und lernende Thermostate herstellt. Solide Mess(spionage)technik direkt im Haus; und hier ist noch nicht die Rede von „smart houses“ oder „smart cars.“ Das Ziel der Roadmap des Internets der Dinge formuliert es klar und deutlich: 2015 bis 2020 „locating people and everyday objects“, 2017 bis 2025 „teleoperation and telepresence: ability to control and monitor distant objects“ (SRI 2008, Appendix F) – und zwar 20 Milliarden davon bis 2020.

Drittens, vermüllen die Maschinen und „smart objects“ mit ihrem Dauerfunken die Datennetze. Zwei Drittel der Kommunikation ist Maschinen-Maschinen-Kommunikation, Tendenz steigend; und es stellt sich die Frage, für wen die Medien und Netze eigentlich noch gedacht sind: für Menschen oder Maschinen. Überhaupt ist es schwierig geworden noch festzustellen, ob man mit einem Menschen oder einem Bot kommuniziert.

QUANTIFIED OTHERS

Philosophisch ist das sich verändernde Selbstverständnis des Menschen von Interesse oder, komplizierter formuliert, die Selbstkonstitution und -technisierung unter digitalen Bedingungen. Den Turn ins Datenmateriale hat bereits Arthur Schopenhauer beschrieben, wenn er die Wende in der Subjektconstitution vom Innersten und Idealen an die Peripherie, also die Grenze des Subjekts zur Umwelt vollzieht. Das klingt erst einmal eklektisch, doch mit den Folgen dieses Turns haben wir es aktuell zu tun. Daher der Reihenfolge nach: Das Subjekt, das uns entgegen jeglicher Dialektik lieb und teuer ist, ist das Subjekt der Aufklärung. Das rationale Ich, das frei denkt und vernunftgeleitet entscheidet sowie im optimalen Falle und zum Wohle aller, Kants kategorischem Imperativ folgt. Schon das kapitalistische Subjekt der klassischen Marktwirtschaft, missmutig auf egomanische und obsessive Nutzenoptimierung fokussiert, will da nicht recht ins helle Licht des „enlightenment“ passen. Nun Schopenhauer, der – ganz Materialist – pikiert die profane Verfassung des Subjekts als Entäußerlichtes feststellt. Entäußerlicht insofern, als der Mensch ein rein empirisches Wesen ist, dessen Denken die „physiologische Funktion eines Eingeweidens, des Gehirns“ ist (Schopenhauer 1844, Kap. 19). Entsprechend ist die Welt nur eine „gewisse Bewegung oder Affektion der Breimasse im Hirnschädel“ (ibid.). Dieses permanent von Außen stimulierte Subjekt hat jegliche Introvertiertheit des rationalen Ichs hinter sich gelassen, um bereits in der U-Bahn am Morgen mit sinnlosen Wimmelbild- oder 3-gewinnt-Spielen seiner Breimasse von Hirn eine digitale Dröhnung zu verpassen. Der restliche Tag am PC tut dann sein übriges.

Die Tendenz zur Externalisierung in der Subjektconstitution, die Ende des 19. Jahrhunderts Ernst Kapp für die Technik generell und Mitte des 20. Jahrhunderts Marshall McLuhan für die Medien im Speziellen feststellte, treibt sich mit der „quantified self (QS)“ Bewegung und dem „Internet of Brains (IoB)“ gerade selbst auf die Spitze. Steckt IoB noch in der Grundlagenforschung (Herff 2015), beispielsweise am Karlsruher Institut für Technologie, so ist „quantified self“ bereits Alltag. „Selfknowlegde through numbers“, wie der Slogan der QS-Community lautet, hätte Schopenhauer erfreut und Kant erschauern lassen. Selbsterkenntnis durch Zahlen unterwirft das Subjekt einer Diktatur der Daten seiner selbst, akribisch registriert durch schmucke „wearables“ und kommerziell ausgewertet durch „cloud-services.“ Ebene diese Auswertung – „big data analytics“ – macht aus dem „quantified self“ ein „quantified other“, das nun beliebig datenkapitalistisch ausbeutbar wird. Das Internet vergisst nichts und noch weniger die Cloud! Was heißt das „on the long run“?

Nochmal zu Schopenhauer: Wenn jemand ein Buch mit einem solchen Satz anfangen lässt – „Im unendlichen Raum zahllose leuchtende Kugeln, um jede, von welchen etwa ein Dutzend kleinerer, beleuchteter sich wälzt, die inwendig heiß, mit erstarrter, kalter Rinde überzogen sind, auf der ein Schimmelüberzug lebende und erkennende Wesen erzeugt hat – dies ist die empirische Wahrheit, das Reale, die Welt“ (Schopenhauer 1844, Kap. 1) – darf man nichts anderes erwarten als misanthropischsten Materialismus. Und wenn jemand in seinen AGBs folgendes an erste Stelle setzt – „...Du erteilst uns deine Erlaubnis zur Nutzung deines Namens, Profilbildes sowie deiner Inhalte und Informationen im Zusammenhang mit kommerziellen, gesponserten oder verwandten Inhalten (z. B. eine Marke, die dir gefällt), die von uns zur Verfügung gestellt oder aufgewertet werden. ... FACEBOOK IST NICHT VERANTWORTLICH FÜR DIE HANDLUNGEN, INHALTE, INFORMATIONEN ODER DATEN DRITTER, ... Du bist damit einverstanden, dass deine persönlichen Daten in die USA weitergeleitet und dort verarbeitet werden. ...“ usf. (Facebook 2015) – darf man ebenfalls nicht weniger erwar-

ten als misanthropischsten Datenkapitalismus. Eine minimal kleine Gruppe an Plattform- oder App-Programmierern beutet eine maximal große Gruppe an Datenlieferanten oder Dienstleistern aus. „Disruptive technology“ – kreative Zerstörung – heißt dieser datenkapitalistische Export aus dem Silicon Valley. Über aus San Francisco, beispielsweise, wird von weniger als hundert Personen betrieben, ist mit einem Wert von 50 Milliarden Dollar börsennotiert und presst von über 160.000 Fahrern allein in den USA mittlerweile satte Prämien heraus (Isaac 2017). Klar, dass da die Aktien steigen – „Schöne neue Welt“ (Andersen und Kleber 2016).

Immerhin hat jener, der Schopenhauer'schen Negativität entsprungene Schimmelüberzug lebende und erkennende Wesen erzeugt. Der schimmelige Datenüberzug lässt diese zu daten(fern)gesteuerten Zombies mutieren. Zugegeben, das ist maximal dystopisch spekuliert, aber wie sonst lässt sich WIREDs Proklamation des Mega-Menschen verstehen (WIRED Februar 2017)?

Andersen, Angela und Kleber, Claus: *Schöne neue Welt. Wie Silicon Valley unsere Zukunft bestimmt*, TV-Dokumentation, (Erstsendung 3sat: 19.6.2016). • Baecker, Dirk: *Die Bombe? Eine Rückfrage*, in: *kure.hypotheses.org*, 09/12/2016. <https://kure.hypotheses.org/50> • Clough, Patricia T.: *Auto-Affection: Unconscious Thought in the Age of Teletechnology*, University of Minnesota Press: Minneapolis 2000. • Facebook: *Erklärung der Rechte und Pflichten*, (letzte Überarbeitung: 30. Januar 2015), <https://de-de.facebook.com/legal/terms>. • Herff, Christian et al.: *Brain-to-text: decoding spoken phrases from phone representations in the brain*, in: *Frontiers of Neuroscience*, 12 June 2015. • Isaac, Mike: *Inside Uber's Aggressive, Unrestrained Workplace Culture*, in: *The New York Times*, 22.2.2017. • Kapp, Ernst: *Grundlinien einer Philosophie der Technik. Zur Entstehungsgeschichte der Kultur aus neuen Gesichtspunkten*, Braunschweig: George Westermann 1877. • Manjoo, Farhad: *Tech's 'Frightful 5' Will Dominate Digital Life for Foreseeable Future*, in: *nytimes.com*, 20.1.2016. • McLuhan, Marshall: *Understanding Media. The Extensions of Man* (1964), London: Routledge 2005. • Olson, Parmy: *The Quantified Others: Nest and Fitbit Chase A Lucrative Side Business*, in: *forbes.com*, 26.7.2015. • Quantified Self Community: *Homepage*, <http://qsdeutschland.de>. • Rosoff, Mark: *Here's how dominant Google is in Europe*, in: *businessinsider.com*, 29.11.2014. • Schopenhauer, Arthur: *Die Welt als Wille und Vorstellung. Zweiter Band*, Leipzig: Brockhaus 1844. • SRI Consulting Business Intelligence/National Intelligence Council: *Disruptive Civil Technologies. Six Technologies with Potential Impacts on US Interests out to 2025*, National Intelligence Officer for Science and Technology 2008. • Thrift, Nigel: *Remembering the technological unconscious by foregrounding knowledges of position*, in: *Society and Space*, 22, 2004, 175-190. • WIRED: *Mega-Mensch. Verschmelzen wir mit den Maschinen?*, Schwerpunktthema Februar 2017, <https://www.wired.de/collection/mega-mensch>. • Zeman, Eric: *Android Dominates Smartphone Market With 85% Share*, in: *informationweek.com*, 14.8.2014.

WIR KRIEGEN EUCH SATT!!!

Buffets im Backhaus Dortmundstraße 51

Abendbrot am **Dienstag**
Oktober bis Mai von 17⁰⁰ bis 21⁰⁰ Uhr

Pro Person
9,95 €

Frühstück am **Samstag**
von 8³⁰ bis 12³⁰ Uhr

Pro Person
7,50 €

Frühstück am **Sonntag**
von 9⁰⁰ bis 13⁰⁰ Uhr

Pro Person
11,50 €

Buffets im Backhaus Bahnhofstraße 3

Frühstücksbuffet
Montag bis Samstag von 8³⁰ bis 12³⁰ Uhr

Pro Person
6,95 €

Frühstücksbuffet
Sonntag von 09⁰⁰ bis 13⁰⁰ Uhr

Pro Person
11,50 €

Tisch reservieren unter: **Backhaus**, Dortmundstraße: 02302/9565515
Backhaus, Bahnhofstraße: 02302/424084 • Oder www.backhaus-24.de

BACKHAUS[®]
EINFACH HEISS

Folge uns auf

