



KI

Schlägt die Maschine den Menschen?

Jürgen Bruhn

Zeitungsartikel, Akten, Essays, Rezitationen, Dissertationen, Übersetzungen, Biografien, Forschungsergebnisse, Patente, Wörterbücher, Lexika, Enzyklopädien usw. in Universitätsbibliotheken, Staatsarchiven, Patentämtern, bei der „New York Times Information Bank“ oder beim ehemals größten Zeitungsarchiv der Welt, dem *Spiegel*-Archiv, festgehalten und für kommende Generationen zur individuellen Inanspruchnahme aufbewahrt worden war, wurde nun digitalisiert, in Computer hochgeladen und schließlich mehr oder weniger von privatwirtschaftlichen, profitorientierten Internetkonzernen des kalifornischen Silicon Valley übernommen und vermarktet. Tausende Journalisten, Bibliothekare, Archivare, Übersetzer verloren ihre Jobs.

Die ehemals in den oben genannten Institutionen gespeicherten Daten, Dokumente, Informationen, Nachrichten, kurz das Wissen der Welt können nun manipulativ – einschließlich unseren eigenen persönlichen Daten – von den Internetkonzernen online verwertet werden. Dabei gaukeln uns die Internetkonzerne des Silicon Valley vor, dass wir die Daten und Informationen – einschließlich unsere eigenen – „umsonst“ herunterladen könnten, dass wir schließlich anhand ihrer Supercomputer auf eine „Umsonst-Ökonomie“ zusteueren. Und wir merken dabei nicht, so warnt der US-amerikanische Computerwissenschaftler und Internetdenker Jaron Lanier, der im Oktober 2014, insbesondere für sein Werk *Wem gehört die Zukunft?*, den Friedenspreis des Deutschen Buchhandels erhielt, dass wir, die Nutzer selbst, zur Ware werden, mit der die Internetkonzerne handeln und ihre Macht und ihren Einfluss über uns ausdehnen.

Denn diejenigen Internetfirmen, die mit durch Algorithmen gesteuerten Hochleistungscomputern die meisten Informationen, die meisten Daten, das meiste Wissen sammeln, drängen andere Internetfirmen vom Markt und monopolisieren so ihre Machtausübung und damit die Meinungen und das Leben der Massen. Diese Informations- oder Wissensökonomie, die sich im Silicon Valley bündelt (Google, Apple, Facebook, Microsoft, Twitter, Amazon, Yahoo, IBM, Hewlett Packard), in den 1970er- und 80er-Jahren zumeist aus Start-ups und

Garagenfirmen entstanden, kreiert heute eine virtuelle Welt nach ihrem Gusto, manipuliert Daten, Informationen und Wissen, wie es ihr gefällt, und hat bereits begonnen, die Printmedien auszulöschen.

Lanier warnt in seinem Buch *Wem gehört die Zukunft?* (2013) und in einem *Spiegel*-Interview (2014) davor, dass die sogenannte Umsonstkultur der Internetkonzerne nicht nur gedruckte Medien ablösen, sondern auch ganze Wirtschaftsbranchen vernichten und besonders „die Mittelklasse schädigen“ wird. Die von den Internetkonzernen propagierte Gratiskultur ist für Lanier eine Täuschung. Irgendjemand, so behauptet er, müsse dafür bezahlen. Kultur müsse ihren Wert und ihren Preis haben. Nutzer müssten eine Wahl haben, die mehr umfasse als das, was Internetkonzerne für sie zusammenstellen. Eines seiner Lieblingsbeispiele dafür ist das Übersetzungsprogramm von Google. Es ist kostenlos. Google, so führt Lanier aus, sammelt im Netz Übersetzungen, aus denen sein Programm mittels Cloud-Computing und Big Data die jeweils besten Übersetzungen herausfiltert und passend neu kombiniert. Die ursprünglichen Übersetzungen aber, die der Supercomputer benutzt, stammen von Menschen, die nichts davon wissen, die dem nicht zugestimmt haben und die vor allem nicht dafür bezahlt werden. Es wird so getan, als ob der Mensch gar nicht existierte. Lanier schlägt vor, neue Regeln einzuführen, die die Digitalkonzerne zwingen, die Nutzer für ihre Daten zu bezahlen. Wenn eine Übersetzung oder ein Essay von mir von Google benutzt wird, schreibt er, so verlange ich eine Bezahlung von Google.¹⁷

Das gelte ebenfalls für alle anderen Menschen, Firmen, Verlage, Universitäten, Bibliotheken, Archive, Zeitungen und Zeitschriften, deren Daten und Informationen, also Wissen, Google oder Facebook nutzen, ohne sie dafür zu bezahlen. Im Netz sei nichts kostenlos, so Lanier, der Konsument bezahle mit der Preisgabe seiner Daten, seiner Wege, seiner Interessen, seiner Aussagen über Gehalt und Lebensversicherung, seines Lebensgefühls. Doch weil der vordergründige „Kostenlos-Service“ so großartig scheint, weil der Glanz der immer

neuen Handys und Tablets so gewaltig ist, reagieren die Konsumenten mit Gleichgültigkeit, beinahe wissenlos. Die ungeheure Masse verfügbarer Daten macht den modernen Menschen lesbar, aber auch manipulierbar, bis in sein Innerstes. Gestützt auf Algorithmen, hält die totale Überwachung im Arbeits- und Privatleben Einzug. Auch die Geheimdienste – insbesondere die NSA – greifen für ihre Spionage und Bespitzelung auf die totale Überwachung zurück. Google, Facebook und Amazon haben es so weit gebracht, dass die Nutzer tatsächlich glauben, sie könnten etwas umsonst bekommen, ohne zu merken, dass sie selbst in eine Ware verwandelt werden, mit der diese Internetkonzerne handeln. So entsteht eine gefährliche Abhängigkeit. Der Mittelklasse, so Lanier, wird erst langsam klar, wie das Geschäft mit ihren Daten als Rohstoff funktioniert. Im Grunde weiß man, dass etwas nicht stimmen kann, wenn es plötzlich eine Suchmaschine gibt, die man schnell benutzen kann, ohne dafür zu bezahlen. Das Problem: Nur wenn man bezahlt, behält man die Kontrolle über das, wofür man bezahlt. Ist etwas kostenlos, bedeutet dies unweigerlich, dass jemand anderes darüber entscheidet, wie man leben, denken, wählen und handeln soll.¹⁸

Jaron Lanier sieht voraus: Wenn niemand mehr anständig bezahlt, wird auch niemand mehr anständig verdienen – außer der Internet- und Hightech-Elite und ihren erfolgreichen Gründern und Aktionären. Als Kritiker des Internet-Kapitalismus, der für ihn auch für die Finanzmarktkrise von 2008 bis 2010 mitverantwortlich ist, erkennt Lanier ein Paradoxon, wenn er die Entstehung dieser Form der kapitalistischen Wirtschaftsweise mit den Ursprüngen vergleicht. So sieht er die Wurzeln des Internet-Kapitalismus in der Tradition der anti-kapitalistischen Hippie-Bewegung in Kalifornien in den 1970er- und 80er-Jahren. Damals glaubten die ersten Informatiker und Programmierer – unter ihnen Steve Jobs – in ihren Garagen und Start-ups an ein freies, nicht von Konzernen beherrschtes World Wide Web. Daraus haben sich in den letzten zehn bis zwanzig Jahren mächtige, manipulative, hochprofitable Internetkonzerne im Silicon Valley entwickelt. Aus

der Hippie-Idee, die am Anfang des Internets stand, wurde ein Werkzeug des digitalen Spekulationskapitalismus und des Überwachungsstaats. Im herkömmlichen Kapitalismus, so Lanier, konkurrieren verschiedene Marktteilnehmer, jeder mit seinen eigenen Informationen. Im Internet-Kapitalismus erledigt das der algorithmengesteuerte Computer, und derjenige mit den teuersten Hochfrequenzcomputern – er nennt diese Supercomputer „Sirenen-Server“ – ist den anderen überlegen und wird letztendlich zur „weltbeherrschenden Macht“.¹⁹

Ebenso kritisiert Lanier die viel gelobte „Schwarmintelligenz“. Diese sei nur zur Vorhersage von Statistiken und Zahlenwerten wie Marktpreisen oder Wahlergebnissen geeignet, nicht aber zur Darstellung menschlichen Denkens und menschlicher Kreativität. Letztere beruhen seiner Meinung nach unter anderem auf Kompetenz, Verantwortungsbewusstsein, Leben mit anderen Menschen, Bewusstseinschaffung und -erweiterung und den täglichen Erfahrungen des Einzelnen. Die Schwarmintelligenz, also das, was wir in den Suchmaschinen von Google und Facebook herunterladen, verbreite keine Wahrheiten, sondern nur die bereits vorher manipulierte Durchschnittsmeinung einer anonymen Masse. Das Internet fördere den Glauben daran, dass ein Kollektiv Intelligenz, Ideen und Kreativität hervorbringen könne, die denen des Individuums überlegen seien. Diesen Irrglauben nennt Lanier in seinem 2010 auch in deutscher Sprache erschienen Werk *Gadget. Warum die Zukunft uns noch braucht* „digitalen Maoismus“. Er führe dazu, dass das Kollektiv als wichtig und real angesehen werde, nicht aber der einzelne Mensch.²⁰

Dass er sich zum Kritiker an der Rolle der Massen im Internet entwickelt habe, sieht Lanier in seinen familiären Erfahrungen begründet. Familienangehörige seiner Mutter wurden in der Zeit des Nationalsozialismus in einem Konzentrationslager in Österreich ermordet, sie selbst überlebte in Gefangenschaft. Die Familie seines Vaters wurde Opfer von Pogromen in der Sowjetunion. Beide verbrecherischen Regime führt er auf die Massen – im Sinne von Pöbelherrschaft – zurück und befürchtet entsprechend eine „digitale Barbarei“

durch die Aktivität von Massen in der Onlinewelt. Das US-Nachrichtenmagazin *Time* war sich im Jahr 2013 sicher, dass Jaron Lanier, der auch ein hervorragender Musiker ist, zu den 100 einflussreichsten Zeitgenossen zählt.

Im Jahr 2011 sprach einer der großen Finanziere der Internetkonzerne des Silicon Valley und selbst ehemaliger Start-up-Pionier, Marc Andreessen, einen Satz aus, der inzwischen zum Motto des digitalen Kapitalismus geworden ist. Er lautet: „Software frisst die Welt auf“, indem sie die etablierten Industrien durch neue KI-Modelle wie Roboter der Generation 4.0 und Supercomputer substituiert, die schneller, klüger und billiger sind als der alte Maschinenpark und die menschliche Arbeitskraft. Facebook-Gründer Mark Zuckerberg wiederum hat sich zum Ziel gesetzt, „die ganze Menschheit zu vernetzen“. Der Wahlspruch bei Facebook lautet: „Move fast and break things“. Es ist eine Rhetorik der beschleunigten Zerstörung.

Der Rohstoff der Internetökonomie und der Geheimdienste sind, wie wir gesehen haben, die Daten von Privatpersonen, Politikern, Konzernen, Banken, Zeitungen, Parteien, Regierungen, Forschungsinstituten etc. Sie werden bei jedem Kontakt mit einem Computer, Handy oder einem Smartphone erfasst, inzwischen auch durch Sensoren in Brillen und Uhren oder in selbstfahrenden Autos. Danach werden sie in gigantischen Rechenzentren (Big Data) von komplizierten Algorithmen verarbeitet, die wiederum von hoch bezahlten Mathematikern, Programmierern und Computerwissenschaftlern – „den besten Köpfen in der Welt“ – erstellt werden. Diese Algorithmen – mathematische Formeln, die auf der Spieltheorie basieren – bestimmen beispielsweise, wer mit welcher Werbung versorgt und wem welches Produkt angeboten wird, wer einen Kredit oder eine Lebensversicherung zu welchen Konditionen bekommt oder welche Nachrichten oder Zeitungen als lesenswert oder nicht lesenswert erachtet werden. Google und Facebook wissen schon heute über jeden digitalen Nutzer mehr, als sich George Orwell in seinen kühns-