

Gesellschaft | Geraldine Edel: Ideologie der Technologie

Die Materie ist vielschichtig, und jeder tut sich schwer, den ökonomischen und gesellschaftlichen Beitrag der Internettechnologie einzuschätzen. Gewinn? Für wen? Für unsere heißgeliebten Teenies, die ihre Smartphones gern aus dem Säckel der Eltern begleichen und ihre Wochenenden in den ›sozialen‹ Medien verpulvern? Von **WOLF SENFF**



Es ist das alte Lied mit den innovativen Produkten: Sobald der Hype verklungen ist, reibt man sich verwundert die Augen und blickt ernüchtert auf das Geschehen. Google als Marktführer unter den Internet-Suchmaschinen bearbeitet pro Tag mehr als drei Milliarden Suchanfragen und hat, Dezember 2012, über 1,17 Milliarden Nutzer. Gigantische Zahlen. Die US-amerikanische Suchmaschine Google hat in Deutschland wie in Europa einen Marktanteil von über neunzig Prozent.

Vom Interesse der Allgemeinheit

Soll uns das jetzt stören? Geraldine Edel erklärt die Funktionsweise von Google analog zum Marktgeschehen. Dort treibe sich bekanntlich auch alles herum, was verfügbar sei bzw. angeboten werde, und der Kunde bzw. User suche aus, denn der Markt – so verkünden uns der Ökonom Friedrich von Hayek und seine Apologeten des Neoliberalismus – arbeite zuverlässig, ohne dass fremde Eingriffe erforderlich seien.

Edel zufolge handelt es sich dabei um Legendenbildung, um interessengeleitete Ideologie, die über die realen Verhältnisse hinwegtäusche, über die Verteilungsverhältnisse, über die Höhe der Löhne, etc. Sobald man nämlich in die Details des Marktgeschehens blicke, erweise sich die Theorie des Neoliberalismus als haltlos, staatliche Regulierung sei im Interesse der Allgemeinheit unverzichtbar.

Fragwürdige Selbstregulierung

Ähnlich wie der Markt sich gern selbst reguliert sähe, stelle sich Google als ein neutrales Werkzeug dar, basierend auf den Selektions- und Ordnungsprinzipien des Algorithmus: alternativlos, einer Regulierung oder mitgestaltender Eingriffe bedürfe es nicht. Diesen Anspruch hält Edel aus verschiedenen Gründen für zweifelhaft.

So sei etwa die Autovervollständigungsfunktion ›Google Instant‹ fragwürdig, weil sie dem Prinzip ›Quantität vor Qualität‹ folge, der sogenannten Weisheit der Vielen; in Frankreich sei Google aber gezwungen worden, seine Autovervollständigung im Fall eines in den Medien stark präsenten Straftäters zu löschen, weil Googles Selbstregulierung im Ergebnis das Gebot der Unschuldsvermutung verletzte.

Mit Zählen und Messen klappt das nicht

Als ein anderes, hochnotpeinliches Beispiel aus 2004 führt Edel den Aufruf des Stichworts »Jew« an, der als erstes Suchergebnis auf eine antisemitische Webseite führte. Trotz heftiger Proteste verteidigte Google die Unabhängigkeit und Objektivität seiner Suchergebnisse und sah sich nicht verpflichtet, seine Ergebnisse im Sinne öffentlichen Interesses anzupassen, und lehnte jegliche Art von regulierendem Eingriff ab.

Inhalte zu verstehen, zu bewerten, dazu seien diese Prozesse nicht in der Lage. Die von ihnen erfasste Welt müsse berechenbar und messbar sein, alles werde erfasst, kategorisiert, evaluiert und schließlich kommerzialisiert. Der Suchalgorithmus suche auch soziale Bereiche wie Reputation, Autorität, Vertrauen oder Seriosität zu messen, wiederum aufgrund quantitativer Häufung. Auch Links seien einem quantitativen Ranking unterworfen. Aber Inhalte verstehen? Nein, mit Zählen und Messen klappt das nicht.

Tricksereien

Schön und gut – Google arbeitet genau so perfekt und oberflächlich objektiv wie das Marktgeschehen der neoliberalen Ökonomie. Wir erleben gegenwärtig in diversen Ausführungen, in welches Elend große Teile der Menschheit durch ein unreguliertes Marktgeschehen geführt werden.

Doch zurück zum Marktführer Google. Edel zeigt uns, auf welche Weise eine Suchmaschinen-Performance für eine Unternehmenshomepage geschmeidig verbessert, sprich: das Ranking einer Unternehmenswebseite mit Tricksereien erhöht werde. Google operiere, anders als die Selbstdarstellung verheiße, keineswegs wertfrei, auch Rankingkriterien des Algorithmus würden verändert, wobei für die Algorithmus-Updates eine Manipulation über Adwords und Adsense, d.h. über bezahlte Anzeigen, erfolge.

Privatwirtschaftlich organisiert

All diese Details sind bekannt, ebenso wie die Tatsache, dass Google als ein privatwirtschaftliches Unternehmen überaus erfolgreich Kasse macht und dass das dafür wesentliche Element die Nutzung der Userdaten ist, mit deren Hilfe die Werbung individuell an das Profil des Konsumenten angepasst wird. Das ist längst Thema der öffentlichen Debatte.

Der von Google selbst formulierte ehrenwerte Anspruch, »die Informationen der Welt zu organisieren und für alle und zu jeder Zeit zugänglich und nutzbar zu machen«, geht stillschweigend über das profitorientierte privatwirtschaftliche Interesse hinweg.

Die Luft wird knapp

Interessant ist hier, dass Edel das öffentliche Interesse an kommunikativen Prozessen betont und, dieser Logik folgend, den Aspekt einbringt, dass Politik und Gesetzgebung durchaus ihren Platz in Bezug auf eine Suchtechnologie wie Google zu behaupten hätten. Insgesamt gesehen fasst Geraldine Edels Publikation wichtige Erfahrungen mit Google, wenngleich noch etwas seminarhaft, zusammen, die Forderung nach regulierenden staatlichen Maßnahmen wird einleuchtend begründet.

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass dem Hype zurzeit die Puste knapp zu werden droht. Nicht bloß dass in den ›sozialen‹ Medien unsoziale Verhaltensweisen hoch im Kurs stehen. Nein, sehr real stellen wir fest, dass die Entwicklung der Arbeitsproduktivität im Zeitalter von Google, Apple & Co. einbricht.

Seit gut einem Jahrzehnt ist der Anstieg der Arbeitsproduktivität, die ein wichtiger Gradmesser für den Wohlstand einer Gesellschaft ist, deutlich abgebremst, und zwar trotz Computer und EDV in den Büros.

| [WOLF SENFF](#)

Titelangaben

[Geraldine Edel: Ideologie der Technologie](#)

Google als Motor globaler sozialer Ungleichheit und Steuerung.

Wien: Promedia 2016

176 Seiten, 20 Euro

| [Erwerben Sie dieses Buch portofrei bei Osiander](#)