

## 2. Franziska Bulban, Kilian Trotier: Wir begegnen uns nur noch selbst (gekürzt aus: Die Zeit vom 19.01. 2012, S.15)

Sie wollen einen Rasenmäher kaufen, wissen aber nicht, welchen? Ab an den Rechner und losgoogeln. Der erste Treffer: ein Bild von Ihrem Freund Thomas, der auf seinem Rasenmäher sitzt und grinsend in die Kamera winkt. Der zweite: ein Post<sup>1)</sup> von Amelie, die verzweifelt versucht, ihren Sohn zum Rasenmähen zu bewegen. Schwachsinn? Nein, Realität.

Vergangene Woche hat Google in den USA seine personalisierte Suche vorgestellt. Mit Search plus Your World will es die Suchenden enger an sich binden und kopiert das Erfolgsgeheimnis von Facebook, Amazon und Co.: Google menschelt.

Die 1,5 Millionen Deutschen, die ein Google+-Profil haben, bekommen genau wie die weltweit 62 Millionen Nutzer von jetzt an auch Privates aus dem Netzwerk bei ihren Suchergebnissen serviert. Das ist, wie die New York Times schreibt, »eine der größten Veränderungen, die jemals bei Suchergebnissen im Internet vorgenommen wurden«.

Wer bei Google sucht, wird nicht mehr nur in der anonymen Weite der digitalen Welt fündig, er kriegt gleichzeitig alle News aus seinem eigenen kuscheligen Sozialen Netzwerk. Und das bedeutet: Wir sollen uns bei Google nicht mehr nur informieren, sondern dort auch plaudern und entspannen. Google will nicht mehr die Tür zur digitalen Welt sein, sondern ihr Wohnzimmer.

Dazu dient Google+. Aus einer Suchmaschine für Inhalte soll eine Suchmaschine werden, die Menschen und Beziehungen versteht. Denn nur dort, wo Menschen sich wohlfühlen, breiten sie sich aus, konsumieren und geben viel von sich preis.

Der Aufschrei war groß, als sich die Nachricht verbreitete. Der New Yorker Juraprofessor James Grimmelmann zog sofort die Reißleine: „Heute ist ein guter Tag, Google+ auszuschalten und dein Google-Profil zu löschen. Ich habe es gerade gemacht“, twitterte<sup>2)</sup> er. (...)

Und der Autor Farhad Manjoo schrieb konsterniert: „Google zerstört seine Suchmaschine.“

Woher aber rührt diese Empörungswelle? Was verändert sich wirklich, wenn Google auch Google+-Profile mit durchsucht? Die rationale Antwort lautet: auf den ersten Blick gar nicht viel. Seit Jahren schon personalisieren die Kalifornier<sup>3)</sup> Suchergebnisse, machen einem Konservativen eher konservative 25 Lektürevorschläge und einem Sozialisten eher sozialistische. „Filter Bubble“<sup>4)</sup> nennt der US-Autor Eli Pariser dieses Prinzip, nach dem Googles Rechner Nutzerprofile erstellen und so auf individuelle Vorlieben reagieren.

Search plus Your World ist da nur der nächste logische Schritt. Und jedem Nutzer ist freigestellt, diesen Weg mitzugehen oder die Funktionen abzuschalten, andere Suchmaschinen und Soziale Netzwerke zu nutzen. Warum also diese Empörung?

Uns verstört der Blick in den Spiegel, zu dem Google mit der neuen Trefferliste zwingt. Wir kriegen es mit der Angst zu tun, wenn wir visualisiert bekommen, was Google alles über uns weiß – und wer wir laut unserer Google-Suchhistorie sind. Denn die Google-Suche wird zu einer persönlichen Suche, bei der wir einem digitalen Bild von uns selbst begegnen.

In einer permanenten Spirale verstärkt der Suchalgorithmus<sup>5)</sup> menschlich bequemes Verhalten und gibt dem Nutzer immer mehr von dem, was er ohnehin schon kennt und will: ähnliche Musik, ähnliche Bücher und ähnliche Freunde. Unsere Suchergebnisse zeichnen so das Bild von egozentrischen Konsumenten.

Google kann man das nicht vorwerfen. Es reagiert nur auf bisheriges Verhalten und überträgt es auf die Zukunft. Wenn wir uns also bald beim Googeln erschrecken sollten, was für ein Mist da angeboten wird, sind wir selbst daran schuld: „Klagen über das Ergebnis sind Klagen darüber, dass Wunsch und Wirklichkeit auseinanderklaffen“, schrieb Kathrin Passig in der Süddeutschen Zeitung. Und dennoch birgt es zwei Probleme:

Erstens nimmt es uns die potenzielle Möglichkeit der Veränderung, indem es das Außen, das Anderssein schrittweise ausblendet – denn so berechenbar unsere Suchanfragen und Wünsche sind, so wenig wollen wir davon wissen.

Zweitens widerspricht die Personalisierung dem weitverbreiteten Verständnis von der Suchmaschine, die viele immer noch als unverrückbares statisches Hilfsmittel begreifen, das für alle Zeiten an allen Computern bei denselben Suchbegriffen dieselbe Trefferliste ausspuckt. Wenn Google seine Nutzer mit den Neuerungen provoziert, zu begreifen, dass die Suchmaschine doch kein Konversationslexikon ist, könnte das Vertrauen in ihre Effizienz rapide sinken.

Darüber hinaus weist unser aufgeschreckter Umgang mit diesen Problemen noch auf einen größeren Zusammenhang hin, der nicht nur bei Google-Neuankündigungen aufscheint: Wenn Web-Giganten wie Apple, Facebook und Amazon einen Einblick in ihr Können und Wissen gewähren, sind die Momente der Aufregung, die folgen, immer auch Kristallisationspunkte der Gewissheit darüber, wie sehr wir von den Konzernen abhängen und was wir ihnen anvertrauen.

Mit Schrecken realisieren wir, dass ihre Dienste doch kein quasistaatlicher Bestandteil der Internet-Infrastruktur sind, auf deren Verfügbarkeit und Funktionalität Nutzer einen Anspruch haben; dass sie Unternehmen sind, die Gewinne machen wollen, die in einem Machtkampf untereinander ihre Plätze verteidigen und auszubauen versuchen.

Dessen werden wir uns in den kurzen Momenten der Klarheit bewusst. Und deshalb ist die Empörung groß. Mit unseren Wünschen, Geheimnissen und Beziehungen sollen keine unheimlichen Geschäfte gemacht werden, das wollen wir partout nicht.

Für ein paar Tage sind wir ernsthaft erschrocken und entrüstet und reden den Untergang der Internet-Imperien herbei. Bald aber sitzen wir wieder in Ruhe an unseren MacBooks<sup>6)</sup>, füttern unsere Timeline<sup>7)</sup> mit Privatfotos (...), googeln und erfreuen uns an unseren Rasenmäherfreunden ganz oben in der Trefferliste.

Denn mit einem hatten die Netzriesen immer recht: von unserer Bequemlichkeit in der Vergangenheit auf unsere Bequemlichkeit in der Zukunft schließen zu können.

1) (gepostete) Nachricht oder Beitrag eines Nutzers in Internetforen, 2) verbreiten von Kurznachrichten auf Online-Plattform, 3) gemeint ist Google, da es dort seinen Hauptsitz hat, 4) Filterblase, die nur zustimmende Informationen liefert, 5) Suchverfahren von Suchmaschinen wie z. B. Google, 6) Notebook der Firma Apple, 7) Chronik zur Erstellung eines Lebenslaufs bei Facebook

### Aufgabe:

1. Analysieren Sie den vorliegenden Text.

2. Nehmen Sie kurz mit Textbezug zu der Aussage im letzten Absatz (Z.49-55) Stellung.