

Frankensteins digitale Monster

Die Technologie-Riesen verlieren zunehmend die Kontrolle über ihre eigenen Erfindungen, stellt **Barnaby Skinner** fest

Social Media und Internet wurden lange als die Demokratie-Katalysatoren schlechthin betrachtet. Paradebeispiele waren die Umstürze des Arabischen Frühlings. Acht Jahre später steht die Welt kopf. Die jüngsten Enthüllungen um das Datenanalyse-Unternehmen Cambridge Analytica zeigen, wie politische Akteure heute mithilfe von Facebook-Nutzerdaten offenbar demokratische Wahlen kapern können. Die unterschwellige Botschaft: Derjenige siegt, der sich den besten, grössten Datenschatz leisten kann.

So gross die Wellen der Empörung sind: Neu sind die Methoden von Cambridge Analytica nicht. Als Barack Obama im Jahr 2009 Präsident wurde, hat er mit zielgerichteter Facebook-Werbung Wähler mobilisiert. Er wurde sogar als erster Social-Media-Präsident gefeiert. Doch auch Obama war kein wirklicher Innovator. Er tat nur das, was Facebook selber schon seit eh und je tut: Das Geschäftsmodell der Like-Maschine gründet darauf, riesige Nutzer-Datenmengen anzuhäufen, um ihnen dann gezielt Werbung vorzusetzen.

Facebook fischt sogar in fremden Teichen nach Daten. Das war etwa der Grund für den Kauf von Whatsapp für 19 Milliarden US-Dollar vor vier Jahren: Facebook wollte noch mehr Nutzerangaben verknüpfen. Die deutsche Zeitung «Die Welt» hat diese Woche schlüssige Hinweise dafür geliefert, dass Facebook sogar Telefonanrufe von Nutzern abhört, um Werbeeindrücke zu optimieren.

Google liest bei Gmail unsere E-Mails; Androidhandy-Nutzer werden auf Schritt und Tritt verfolgt; wer beim sozialen Netzwerk Twitter nicht das richtige Häkchen setzt, wird das auch; der Onlineladen Amazon hört Kunden via den Lautsprecher Echo ab. Wir geben den Technologie-Riesen alles von uns preis. Und dafür bekommen wir jetzt die gesalzene Rechnung. Plötzlich begreifen wir, was passiert, wenn unsere persönlichen Daten nicht mehr nur für harmlose Werbung, sondern für



Illustration: Kornel Stadler



Barnaby Skinner,
Leiter Datenjournalismus

politische Ziele eingesetzt werden. Cambridge Analytica ist dabei nur ein Vorbote. Acht Jahre nach dem Arabischen Frühling haben autoritäre Regime längst verstanden, wie sie das Internet und Social Media zu ihren eigenen Zwecken einsetzen können. Twitter zum Beispiel funktioniert für die türkische Polizei als riesiges Überwachungsnetzwerk. Stündlich erreicht sie von nationalistischen Türken aus aller Welt Meldungen über auffälliges Verhalten von Kurden, Armeniern oder Gülenisten, die angeblich hinter dem Putsch in der Türkei von vor zwei Jahren stecken.

«Google liest bei Gmail unsere E-Mails; Androidhandy-Nutzer werden auf Schritt und Tritt verfolgt»

Am weitesten geht China. Desens Regierung hat ein ausgetüfteltes System entwickelt, das aus George Orwells Roman «1984» stammen könnte. Bis 2020 soll jeder Chinese in einem sozialen Kreditssystem bewertet werden. Es hat vier Säulen: «Ehrlichkeit gegenüber dem Staat», «kommerzielle Integrität», «gesellschaftliche Integrität», «Rechtschaffenheit». Wer eine Rechnung zu spät zahlt oder im Internet jemanden beleidigt, verliert Punkte. Ab dem 1. Mai sollen Bürger mit schlechtem Rating von Flug- oder Bahnverbindungen ausgeschlossen werden.

Ganz so weit sind wir nicht. Aber der Skandal um Cambridge Analytica muss ein Weckruf sein. Wir müssen uns überlegen, ob wir Facebook, Google und Co. wirklich so viele Daten anvertrauen wollen. Und ob wir nicht regulieren sollten, wie diese Firmen unsere Daten schützen, was sie damit tun dürfen – und wann wir sie wieder zurückhaben dürfen.

Schweiz — 8

Rau

Der Jihadist im «Genter Altar»



Vergangene Woche brach über mich der wildeste Skandal meiner Laufbahn herein. Nachdem «Laatste Nieuws» – Belgiens «Blick» – der Öffentlichkeit bekannt gemacht hatte, dass ich für ein Theaterstück Jihadisten suchen würde, eskalierte die Situation in kürzester Zeit. Ein Mediensturm brach los, und schon am zweiten Tag erfolgte die Forderung der NVA – Belgiens SVP –, meinem Theater die Subventionen zu entziehen. Soweit nichts Besonderes. Aussergewöhnlich wurde es erst, als sich der belgische Kulturminister einschaltete. Die Kunstfreiheit habe ihre Grenzen, verkündete er, und meine «Schauspieler» würde er ins Gefängnis bringen, bevor sie auch nur in die Nähe der Bühne kämen. Die NVA berief eine parlamentarische Fragestunde ein. Womit das Ganze zur Staatsaffäre wurde.

Was war passiert? Seit einigen Monaten bin ich Intendant des Theaters im belgischen Gent, und Anfang März haben wir einen Casting-Aufruf für das Stück «Der Genter Altar» veröffentlicht. Um das wohl berühmteste Altarbild der Kunstgeschichte auf die Bühne zu bringen, suchen wir 15 Charaktere: Adam und Eva, Kain und Abel, Kreuzritter, Märtyrer und ein Lamm.

Das Interessante am Genter Altar ist: Als die Brüder Eyck das Bild in der Frührenaissance malten, nahmen sie ihre Nachbarn zum Vorbild. Adam zum Beispiel hat sichtbar sonnenverbrannte Hände, denn Modell stand ein einfacher Landarbeiter. Das Gleiche gilt für alle anderen Figuren, und sogar der Sponsor des Bildes taucht als Figur auf. Die grossen Fragen nach Ursprung und Sinn des Lebens mit alltäglichen Menschen zu illustrieren: Das ist auch die Idee unserer Neuen Inszenierung.

Doch zurück zum Skandal. Für die Medien – bald auch der «Guardian», «Paris Match» und al-Jazeera – war die Idee, dass sich in meinem Bild ein belgischer Jihadist befinden könnte, «pervers». Ignoriert wurde dabei, dass zurückgekehrte Mitglieder des IS oder der Al-Nusra-Front in Belgien sowieso automatisch ins Gefängnis kommen. Ebenso ignoriert wurde, dass im Untergrund lebende Extremisten niemals in einem Theaterstück mitspielen würden. Kurz: dass in der realen Welt die unterstellte künstlerische Perversion völlig unmöglich ist.

Doch es brachte nichts, dass wir immer wieder erklärten, der Begriff «Jihadist» sei natürlich übertragen, letztlich ironisch gemeint. Denn Ironie funktioniert nur, wenn es gemeinsame Bewertungsgrundlagen gibt. Oder anders ausgedrückt: wenn dem Gegenüber nicht magische Kräfte unterstellt werden. Dass ein einfacher Theatremacher alle existierenden Gesetze des Rechtsstaats und der Logik aufheben könnte, davon ging man ungefragt aus.

So kam es, dass ich am Freitagabend nicht, wie ich eigentlich vorgehabt hatte, am Schweizer Filmfest in Zürich teilnahm, sondern in Belgien über Kunst und Verbrechen debattierte. Aber wer fragt mich schon, was meine Pläne sind? Allah ist gross – und seine Wege sind undurchdringlich.

Milo Rau ist Theaterintendant in Gent und Essayist

Medienmacher

Replay killt den Small Talk

Die TV-Branche ist schon seit langem unzufrieden. Grund dafür ist das zeitversetzte Fernsehen, das immer mehr Zuschauer dazu animiert, leidige Werbepausen einfach zu überspulen. Den Sendern entgeht dabei natürlich jede Menge Geld. Zwar müssen die TV-Verbreiter wie Swisscom, Sunrise oder UPC einen Replay-Tarif entrichten für das Vorspulen-Angebot, aber das sei viel zu wenig, findet die Interessengemeinschaft Radio und Fernsehen IRF, der neben der SRG und Schweizer Privatsendern auch allerhand ausländische Sender angehören.

Der jüngste Ärger: Die Eidgenössische Schiedskommission habe im Februar einen neuen Replay-Tarif genehmigt, und das ohne Mitspracherecht der Sender, weswegen sich die IRF nun beim Bundesverwaltungsgericht beschwerte. Das werbefinanzierte, frei emp-

fangbare Fernsehen sei infrage gestellt; allein im laufenden Jahr soll ein Schaden von rund 140 Millionen Franken entstanden sein.

Aber nicht nur bei den TV-Sendern steht viel auf dem Spiel, auch bei uns. Replay ist zwar total praktisch – vor allem bei Shows auf Privatsendern, die man problemlos mit einer Stunde Verspätung starten kann. Dank stetem Überspulen der vielen Werbepausen ist man am Ende trotzdem pünktlich fertig. Wir gewinnen also viel Zeit. Aber wir verlieren auch etwas. Nämlich das Small-Talk-Thema Nummer 2 hinter dem Wetter: die Fernsehsendung von gestern Abend.

Die hat vor Replay-Zeiten noch jeder gesehen, der sich nicht im Ausgang oder sonst wo herumgetrieben hat. So gab es immer jemanden, mit dem man sich brühhwarm darü-

ber unterhalten konnte. Das verbindet. Heute hingegen muss man sich regelrecht durchfragen, bis man jemanden findet, der zur selben Zeit dieselbe Sendung gesehen hat wie man selber. Inzwischen schauen schon 22 Prozent der 15- bis 59-Jährigen zeitversetzt fern, während der Primetime ist es schon knapp jeder Dritte. All die Streaming-Angebote verschärfen die Problematik noch zusätzlich. Small Talk über eine Fernsehsendung mag unwichtig erscheinen, ist es aber nicht. Er ist der kleinste gemeinsame Nenner, der die unterschiedlichsten Personen zwischen Rorschach und Biel und zwischen Basel und Brig zusammenhält. Dass dieses Verbindende am Bröckeln ist, ist bereits deutlich zu spüren.

Denise Jeitziner,
Redaktorin Gesellschaft
medienmacher@sonntagszeitung.ch