

The Internet apologizes violating and hijacking our attention with all sorts of dumb, infuriating, and evil stuff, for corrupting our elections, our privacy. Interviews: Something has gone wrong with the internet. Noah Kulwin, New York Magazine, 16.4.2018, S. 26.

Übersetzung von W. Meixner

Something has gone wrong with the internet

Etwas ist falsch gelaufen mit dem Internet. Sogar Mark Zuckerberg weiß das. In seinen Aussagen vor dem Kongress hakte er alles ab, was seine Plattform alles vermässelt hat, von den Fake Nachrichten und ausländischen Einmischungen in die Wahl 2016 zu den Hassreden bis zum Privatdatenschutz. „Wir haben unsere Verantwortlichkeit nicht breit genug wahrgenommen,“ beichtete er. Dann fügte er die Worte hinzu, auf die alle gewartet hatten: „Ich entschuldige mich.“

Es gab immer Außenstehende, die Kritik übten an der Tech-Industrie - sogar dann, wenn ihre Anliegen durch die Ooh's und Aah's der Konsumenten, Investoren und Journalisten verwässert wurden. Aber heute kommen die düstersten Warnungen aus dem Zentrum des Silicon Valley selbst. Der Mann, der die Entwicklung des originalen iPhones managte, glaubt, dass das mit seiner Hilfe gebaute Gerät süchtig macht. Der Erfinder des World Wide Web [Tim Berners-Lee] fürchtet, dass aus seiner Schöpfung eine Waffe gemacht wird. Sogar Sean Parker, der erste Präsident von Facebook, hat die Sozialen Medien als ein gefährliches Mittel der psychologischen Manipulation verflucht. „Gott allein weiß, was sie mit den Gehirnen unserer Kinder machen“ klagte er kürzlich.

Um zu verstehen, was schief gelaufen ist - wie der Traum des Silicon Valley, ein vernetztes Utopia zu bauen, sich in ein globalisiertes, von pop-up-Werbung und Internetschikanen und Vladimir Putin dominiertes Einkaufskasino wandelte -, sprachen wir mit mehr als einem Dutzend Architekten unserer digitalen gegenwärtigen Zeit. Wenn die Tech-Industrie gerne in religiöse Fußstapfen tritt mit einer quasi-messianischen Fortschrittserzählung, dann gibt die Technik-Kirche nun Anlass für die Entstehung einer neuen Sekte von Abtrünnigen, die fieberhaft ihre eigenen Sünden beichten. Und die ursprüngliche Sünde des Internet, so erklären es diese Entwickler, Investoren und CEO's, war sein Geschäftsmodell.

Um das Internet schrankenlos frei zu halten, benötigten die technischen Eliten Werbung. Dann, um Milliarden von Nutzern zu gewinnen für die Werbeflächen, die sie verkauften, schufen sie ein Verfahren, das die Nutzer, lediglich ausgewiesen durch ihre Kennungen, frei arbeiten lässt. Wie Jaron Lanier, ein Pionier in Virtual Reality, aufzeigt, ist Wut die Emotion, die am effektivsten zu Beteiligung antreibt - diese Tatsache macht sie auch zum Profitabelsten auf dem Markt der Aufmerksamkeit. Durch die Schaffung einer selbstwiederholenden Schleife von Schock und gegenseitiger Schuldzuweisung polarisierten die Sozialen Medien noch weiter das Land, das während der Obama Jahre bereits hoffnungslos polarisiert erschien.

Das Werbungsmodell des Internet war verschieden von allem, was es zuvor gab. Was immer man über Rundfunkwerbung sagen kann, ist, dass es einen in eine Art Gemeinschaft einbezog, auch wenn es eine Gemeinschaft von Verbrauchern war. Im Gegensatz dazu bezieht die Kultur der Sozialen Medien niemanden irgendwohin ein. Sie begegnet dir genau dort, wo du bist, mit alle deinen Vorlieben und Vorurteilen - wenigstens so gut das ein Algorithmus intuitiv erkennen kann. „Microtargeting“ ist nichts anderes als ein schicker Begriff für soziale Atomisierung - eine Geschäftslogik, die Gemeinschaft verspricht während sie das Gegenteil befördert.

Warum hat das Silicon Valley im vergangenen Jahr begonnen, die grundlegenden Elemente seines eigenen Erfolgs zu bedauern? Die offenkundige Antwort ist der 8. November 2016. Obwohl er einen Verstoß gegen die pathetischen Ideale [des Internet] verkörperte, wurde Donald Trump gewählt, und zwar zu einem nicht geringen Teil durch das Internet selbst. Twitter diente beispiellos als sein Megaphon im Stile einer direkten Mail, Google half Pro-Trump-Kräften gezielt Nutzer anzusprechen, die höchst empfänglich für krasse Islamängstlichkeit sind, die digitalen Klubhäuser Reddit und 4chan dienten als Brutstätten für die „alt-right“s, und Facebook wurde die Waffe der Wahl für russische Trolle und für Datenschürfer wie Cambridge Analytica. Anstatt ein technisches Utopia zu erschaffen, erschien das Internet den Erfindern plötzlich ebenso sehr eine Bedrohung zu sein, wie es vorher deren Botschafter war.

Womit wir es nun zu tun haben, sind zunehmend gesplante Gruppen von aufgebracht Nutzern, die nun in ihrer gemeinschaftlichen Empörung mit den nun nicht mehr für ihre Plattformen verantwortlichen Visionären des Silicon Valley verbündet sind. Die nichtregulierte, quasi-autonome, imperiale Größenordnung der großen Tech-Konzerne multipliziert jede Angst vor ihnen - und macht es schwerer, eine wirksame Abhilfe herauszuarbeiten. Könnte ein Subskriptionsmodell das Anreizsystem des Internet neuorientieren, mit einer Bewertung der Nutzererfahrung anstelle werbungsgetriebener Empörung? Könnten kluge Regulierungen eine größere Datensicherheit liefern? Oder sollten wir diese neuen Monopole völlig zerschlagen in der Hoffnung, dass die Unterstützung von mehr Wettbewerb für die Verbraucher mehr Möglichkeiten bietet.

Silicon Valley, so stellt es sich heraus, wird die Welt nicht retten. Aber diejenigen, die das Internet bauten, haben uns mit einem klaren und beunruhigenden Bericht darüber beliefert, warum alles schief lief - wie die von ihnen geschaffene Technologie benutzt wurde, eben jene Aspekte einer freien Gesellschaft zu untergraben, die überhaupt erst diese Technologie möglich machten.

Max Read and David Wallace-Wells.

mit Aussagen von

Jaron Lanier, virtual-reality pioneer. Founded first company to sell VR goggles [Bilderkennungssoftware von Google]; worked at Atari and Microsoft.

Antonio Garcia Martinez, Unternehmer der Werbungstechnik. Half mit, für Facebook die Maschine für Zielwerbung zu bauen.

Ellen Pao, frühere CEO von Reddit. Filed major gender-discrimination lawsuit against VC firm Kleiner Perkins.

Can Duruk, Programmierer und Technikautor. Diente als Projektleiter bei Uber.

Kate Losse, Angestellte Nr. 51 bei Facebook. Diente als Redenschreiber für Mark Zuckerberg.

Tristan Harris, Produktdesigner. Schrieb interne Google-Präsentationen über süchtig machendes und unethisches Design.

Rich „Lowtax“ Kyanka, Unternehmer, der einflussreiches Nachrichtenboard mit Namen ‚Something Awful‘ gründete.

Ethan Zuckerman, MIT Medien Student, er erfand die pop-up-Werbung.

Dan McComas, früherer Produktchef bei Reddit, Gründer der Community-basierten Plattform Imzy.

Sandy Parakilas, Produktmanager bei Uber, prüfte Einhaltung der Privatheit bei Facebook Apps.

Guillaume Chaslot, AI Forscher. Half mit, YouTube's algorithmisches Empfehlungssystem zu entwickeln.

Roger McNamee, VC Investor, stellte Mark Zuckerberg der Sheryl Sandberg vor.

Richard Stallman, MIT Programmierer, Erfinder der legendären Software GNU und Emacs.

und reuigen Feststellungen von

Tim Berners-Lee, Erfinder des World Wide Web:

„was vor Jahren viele miteinander verband, ist nicht das, was neue Nutzer heute antreffen. Die Tatsache, dass die Wirtschaftsmacht auf so wenige Unternehmen konzentriert ist, hat es möglich gemacht, dass das Web in großem Maße zu einer Waffe geworden ist.“

Sherly Sandberg, Chief operating officer at Facebook:

„Wir glaubten tatsächlich an soziale Erfahrungswerte. Wir glaubten tatsächlich an den Schutz der Privatheit. Aber wir waren viel zu idealistisch. Wir dachten nicht genug an möglichen Missbrauch.“

Pierre Omidyar, Gründer von eBay:

„Lasst uns eine umfassende Datenbasis mit hochpersönlicher, zielbezogener Information bauen und geheime Werbung ohne jegliche öffentliche Aufsicht verkaufen. Was könnte da schon schiefgehen?“

[Alles]

Tim Cook, CEO von Apple:

„Ich habe keine Kinder, aber ich habe einen Neffen, dem ich gewisse Schranken auferlege. Es gibt einige Dinge, die ich nicht erlaube; Ich will sie nicht in einem sozialen Netzwerk sehen.“

Sean Parker, erster Präsident von Facebook:

„Es ist eine soziale Bestätigungs-Schleife ... genau die Art von Dingen, die ein Hacker, wie ich selbst, sich würde einfallen lassen, weil du dabei bist, die Verwundbarkeit der menschlichen Psychologie auszunutzen. Die Erfindung und Erbauer - das sind ich, Mark [Zuckerberg], das ist Kevin Systrom bei Instagram, und alle diese Leute - sind sich dessen bewusst. Und wir taten es trotzdem.“

Tony Fadell, bekannt als einer der „Väter des iPod“:

„Ich wachte gelegentlich schweißnass auf und dachte ‚Was haben wir der Welt angetan?‘“.

Chamath Palihabitiya, früherer VP of user growth bei Facebook:

„Die kurzfristigen, Dopamin-getriebenen Rückkopplungsschleifen, die wir erschaffen haben, zerstören die Funktionsweise der Gesellschaft. Keine höfliche Diskussion, keine Zusammenarbeit; Fehlinformation, Misstrauen. Es geht nicht um russische Werbung. Das ist ein globales Problem.“

Marc Benioff, CEO von Salesforce:

„Die Regierung muss eingeschaltet werden. Man tut es, genau wie man die Zigarettenindustrie reguliert hat. Technologie hat süchtig machende Eigenschaften, die man ansprechen muss, und Produktdesigner arbeiten daran, dass diese Produkte noch süchtig machender werden. Wir müssen dies zügeln.“

und Dinge, die das Internet ruiniert haben:

Cookies (1994):

das ursprüngliche Kontrollwerkzeug des Internet. Entwickelt von dem Programmierer Lou Montulli, um das wiederholte Einloggen zu vermeiden, cookies ermöglichten es auch Drittfirmen wie Google, Nutzer über das Web hin zu verfolgen. Das Risiko des Missbrauchs war niedrig, dachte Montulli, weil nur eine „große, öffentlich sichtbare Firma“ die Kapazitäten haben würde, aus diesen Daten Nutzen zu ziehen. Das Ergebnis: digitale Werbung, die dir folgt, wo immer du online gehst.

Die Farmville [ein Spiel] **Vulnerability** (2007):

Als Facebook sein soziales Netzwerk Drittfirmen öffnete, um ihnen den Bau von Apps zu ermöglichen, die die Nutzer mit ihren Freunden teilen konnten, öffnete es ungewollt die Tür ein bisschen zu weit. Durch Anzapfen von Nutzerkonten konnten Entwickler eine Überfülle an persönlichen Daten herunterladen - das ist genau das, was eine politische Beratungsfirma namens Cambridge Analytica bei 87 Millionen Amerikanern tat.

Algorithmic sorting (2006):

Das ist, wie das Internet bedient, was es denkt, dass man es will - automatische Berechnungen mithilfe Dutzender versteckter Metriken, Facebook's News Feed benutzt sie jedesmal, wenn du auf Aktualisieren drückst, und so macht es YouTube. Es ist hochgradig süchtig machend - und es hält die Nutzer abgeschottet in ihrer personalisierten Schleife. „Wenn soziale Medien primär für Engagement entworfen wurden“, twittert Guillaume Chaslot, der Ingenieur, der YouTube's Algorithmus entwarf, „ist es nicht überraschend, dass es Demokratie und Freie Rede verletzt.“

The „like“ button (2009):

Anfangs bekannt als „awesome“ [großartig] button, wurde das Symbol entworfen, um ein Welle des Positiven auszulösen. Aber seine süchtig machenden Eigenschaften wurden so beunruhigend, dass eine der Erfinder des Symbols, Leah Pearlman, den Verzicht darauf erklärt hat. „Kennst du die Episode von *Black Mirror* [Fernsehserie], wo jeder von likes heimgesucht wird?“ sagte sie dem Vice im letzten Jahr. „Ich fühlte mich plötzlich in Panik, wie diese Leute zu werden - gleichzeitig dachte ich, dass ich selbst die Umgebung für jeden anderen erschaffen hatte.“

Pull-to-refresh (2009):

Entwickelt von dem Softwareentwickler Loren Brichter für ein iPhone App, die einfache Geste - abwärts Scrollen an den Anfang einer Eingabe zum Holen von mehr Daten - wurde eine endlose, unfreiwillige Verpflichtung. „Ziehen zur Aktualisierung ist süchtig machend“, sagte Brichter dem Guardian im letzten Jahr. „Ich bereue diese ‚downsides‘.“

Pop-up ads (1996):

Beim Arbeiten an einer frühen Blogging Plattform, ließ sich Ethan Zuckerman ein mittlerweile überall verbreitetes Werkzeug zum Abtrennen der Werbung von Inhalt, den Inserenten als unerwünscht vermuten könnten. „Ich hatte wirklich nicht vor, das Internet aufzulösen“, sagte er dem podcast *Reply All*. „Ich hatte wirklich nicht vor, dieses schreckliche Ding in das Leben der Leute zu bringen. Ich entschuldige mich wirklich sehr dafür.“

Brian Feldman

How it went wrong, in 15 steps (Interviews, Noah Kulwin)

Step 1

Start With Hippie Good Intentions ...

Bild: Steve Jobs in his parents' garage in 1976, working on the first Apple computer with Steve Wozniak. *The Silicon Valley dream was born of the counterculture [aus der Gegenkultur heraus geboren]. A generation of computer programmers and Designers flocked to [strömten zu ...] the Bay Area's tech scene in the 1970s and 1980s, embracing [begeistert annehmen ...] new technology as a tool to transform the world for good.*

Jaron Lanier: Wenn man zu den Anfängen der Silicon Valley Kultur zurückgeht, waren da diese großen, traditionsreichen Firmen wie IBM, die unbezwingbare Festungen zu sein schienen. Wir mussten unsere eigene Welt erschaffen. Für uns waren wir die Underdogs, und wir mussten kämpfen.

Antonio Garcia Martinez: Ich bin alt genug, die frühen Tage des Internet zu erinnern. Eine Menge des „Rette die Welt“ Zeugs kommt aus den Anfängen im Valley. Die Hippie-Blumenkinder schwärmten aus, und Silicon Valley war diese Alternative zum Mainstream des industriellen Lebens. Steve Jobs hätte nie einen Job bei IBM bekommen. Das ursprüngliche Internet wurde von super-bescheuerten Ingenieuren gebaut, die die kaufmännischen Schlussfolgerungen aus dem Internet nicht verstanden. Sie konnten herumgammeln, und das machte nichts aus.

Ellen Pao: Ich denke, zwei Dinge stehen an der Wurzel der gegenwärtigen Krise. Das Eine war die idealistische Sicht auf das Internet - die Idee, dass dies der große Ort der Informationsverteilung und der Verbindung mit gleichgesinnten Leuten sei. Das Zweite war, dass die Leute, die die ersten Firmen gründeten, sehr gleichartig zusammengesetzt waren. Man hatte einen Satz von Erfahrungen, einen Satz von Ansichten, die alle Plattformen im Internet leiteten. ...

Can Duruk: Für Facebook oder Google zu arbeiten hatte immer etwas extrem positiv Moralisches. Man ging zu Facebook nicht, um zu arbeiten sondern um die Welt offener und verbundener zu machen. Man geht zu Google, um das Wissen der Welt zu indizieren und verfügbarer zu machen. Oder man geht zu Uber um den Transport für jedermann erschwinglich zu machen. Viele Leute glaubten an diese Ideale.

Kate Losse: Meine Erfahrung bei Facebook war, dass es dieses sehr moralisierende Gefühl einer Mission gab: dass man Leute zusammenbringt, und die Welt verbindet. Man kann kaum darüber streiten. Was ist falsch damit, die Leute miteinander zu verbinden?

Step 2

... Then mix in capitalism on steroids

Um die Welt zu transformieren muss man sie annehmen. Das planetarische Ausmaß und die Macht, die sich die Hippies des Silicon Valley ausgemalt hatten, stellte sich als gut geeignet heraus, um Geld zu machen ebenso wie die Welt zu retten.

Lanier: Wir wollten, dass alles frei ist, weil wir Hippie Sozialisten waren. Aber wir liebten auch Unternehmer, weil wir Steve Jobs liebten. Deshalb will man sowohl Sozialist als auch Libertärer zur gleichen Zeit sein, was absurd ist.

Tristan Harris: ... all diese Produkte beherrschten die Nutzer wie Marionetten. Das war wirklich böse.

Lanier: Wir zerstörten absolut alles: Politik, Finanzen, Erziehung, Medien, Familienbeziehungen, romantische Beziehungen. Wir gewannen - wir gewannen total. Aber wir haben gewonnen und haben gleichzeitig keinen Sinn für Ausgleich oder Anstand oder Gnade. Wir handeln immer noch, als ob wir in Schwierigkeiten wären und uns verteidigen müssten. So wurden wir irgendwie zu Arschlöchern, ja?

Rich Kyanka: Soziale Medien sollten so etwas sein wie „Hey, Großmama. Wie geht es Dir?“ Nun aber ist es wie „Oh, mein Gott, hast Du gesehen, was sie gestern an hatte? Was für eine fucking Kuh diese Schlampe ist?“ Alles ist toxisch - und das hat mit dem Internet selbst zu tun. Es wurde gegründet, um Leute auf der ganzen Welt zusammenzubringen. Aber nun kann man Leute auf der ganzen Welt treffen, um sie dann virtuell umzubringen und ihre Schoßtiere zu schänden.

Step 3

The arrival of Wall Streeters didn't help ...

Gerade als Facebook über Nacht der erste Erfolg eines Sozialen Mediums wurde, krachte der Aktienmarkt zusammen und sandte geldorientierte Investoren westwärts zur Tech-Industrie. Binnen kurzem hatten eine Handvoll Firmen ein Monopol auf das Digitale Leben erworben.

Pao: Es geht alles zurück auf Facebook. Es war so schnell erfolgreich, dass das die Kultur änderte. Es ging von „ich werde das Leben der Menschen verbessern“ hin zu „Ich werde dieses Produkt bauen, das jeder benützt, so dass ich eine Menge Geld machen kann.“ Dann wurde Google öffentlich, gab es diese „Schnellmilliardäre“. Man musste sich nicht länger Jahrzehnte lang plagen. Als in 2008 die Märkte zusammenkrachten, beschlossen alle jene Leute von der Wall Street, die durch Geld motiviert waren, ins Silicon Valley rauszukommen und in die Technik zu gehen. ... Der frühere, unbelastete optimistische Glaube an das gute Entstehen des Internet endete damit, dass er in den 2000's vollständig deformiert wurde, als diese Leute mit einer anderen Welt von Zielen hereinkamen.

Garcia: Ich glaube, dass sich das Silicon Valley gewandelt hat. Nach einiger Zeit wurde das Ganze eine Gesellschaft mit harten Ellenbogen. Das Erscheinungsbild der Hippies gab es nicht mehr. Es gab eine Menge mehr Libertärianer mit „zur Hölle mit der Regierung“-Ethos, diese ganze Idee des schnellen Bewegen, Dinge zerbrechen, und zur Hölle mit den Konsequenzen. Es läuft immer unter der Marktsparte des „Die Welt einen besseren Ort machen“. Aber unter der Decke ist es diese beinahe soziopathische Szene.

Ethan Zuckerman: Im letzten Jahrzehnt arbeiteten die Plattformen der Sozialen Netze daran, das Internet überflüssig zu machen. Facebook würde es in vieler Hinsicht vorziehen, dass wir kein Internet hätten. Facebook würde es lieber haben, dass wir nur Facebook haben.

Garcia: Wenn heute Email würde erfunden werden und Mark Zuckerberg hätte es ausgeheckt, es wäre ein vertikal integriertes, firmeneigenes Ding, auf dem niemand aufbauen könnte.

Step 4

... And we paid a high price for keeping it free.

Um Gebühren für das Internet zu vermeiden -- während man gleichzeitig fabelhaft reich wurde - wandte sich das Silicon Valley der Werbung zu. Aber um Werbung zu verkaufen, die auf die individuellen Verbraucher zielt, braucht man das Anwachsen auf eine große Verbraucherschaft - und die Verwendung einer fortschreitenden Technologie, um große Mengen von persönlichen Daten zu sammeln, die es ermöglichen, diese Personen effizient zu erreichen.

Kyanka: Etwa um das Jahr 2000, nach der dot.com Pleite, versuchten die Leute so hart wie möglich, Geld durch Werbung wieder einzutreiben. Deshalb wollten sie mehr Leute auf ihren Plattformen haben. Sie achteten nicht darauf, ob die Leute beschissen waren. Sie achteten nicht darauf, ob die Leute gut waren. Sie wollten einfach mehr Fleisch mit verschiedenen IP Adressen, die Werbung hochladen.

Harris: Es gab Druck seitens des Risikokapitals, wirklich, wirklich schnell zu wachsen. Es gibt eine Grafik, die zeigt, wie viele Jahre verschiedene Firmen brauchten, um 100 Millionen Nutzer zu gewinnen. Gewöhnlich brauchte man zehn Jahre, aber heute kann man das in sechs Monaten erhalten. Wenn man also mit anderen Neufirmen um Kapital konkurriert, hängt es von deiner Fähigkeit ab, ein schnelles Wachstum der Nutzerschaft zu erreichen. Jeder in der Tech-Industrie leugnet es, zu denken, dass wir die Welt offener und verbundener machen, während in der Tat das Spiel nur ist: Wie kann ich Mengen von Aktionen einfahren?

Dan McComas: Die Anreizstruktur ist einfach Wachstum um jeden Preis. Ich kann das als Insider sagen. Das Direktorium fragt niemals nach Einnahmen. Sie interessierte das ehrlich nicht, und sie sagten das auch. Sie fragen nur nach Wachstum. Als ich bei Reddit war, da gab es niemals, in keinem Direktorium, eine Besprechung über Nutzer oder Vorgänge, die schlecht oder möglicherweise gefährlich waren.

Pao: Reddit, als ich dort war, kümmerte sich um Wachstum um jeden Preis.

Dan McComas: Der klassische Kommentar, der in jeder Direktoriumssitzung aufkommt, war „Warum wachsen Sie nicht schneller?“ Wir würden dann sagen, „Nun, wir sind seit der letzten Sitzung um 40 Millionen Besucher gewachsen.“ Und die Antwort wäre dann „Das ist langsamer als das Internet wächst“

- das ist nicht genug. Sie müssen mehr wachsen." Schließlich war das der Grund, warum Ellen und ich entlassen wurden.

Pao: Wenn Sie sich anschauen, wie viel Geld Facebook und Google und YouTube jeden Tag „drucken“, das betrifft immer den Aufbau der Benutzerbasis. Ausbau der Aktivitäten [engagement] war wichtig, und sie kümmerten sich nicht um die Natur dieser Aktivitäten. Oder wenn sie es taten, dann auf schlechte Weise. Je mehr Leute auf diesen Plattformseiten ihren Ärger zeigten - bei Reddit besonders - desto mehr Aktivitäten würde man bekommen.

Harris: Wenn Sie YouTube wären, würden sie wollen, dass sich so viele Leute registrieren als möglich, so viele Videos hochladen wie möglich, so viele Meinungsbeiträge hereinkommen als möglich, so kann man Mengen von Aktivitäten generieren, die man an Anzeigenkunden verkauft. Deshalb, ob oder ob nicht die Nutzer reale menschliche Wesen oder Russische Bots sind, ob oder ob nicht die Videos real oder verschwörungstheoretisch oder von verstörendem, auf Kinder zielenden Inhalt sind, das kümmert dich nicht wirklich. Du versuchst einfach Aktivitäten zum Material anzustoßen und diese Aktivitäten zu maximieren. Deshalb hängt alles von diesem Aktivitäten-basierten Geschäftsmodell ab, das Anreize für die stupidesten Dinge gibt, die dem Gesellschaftsgebilde schaden.

Lanier: Was als Werbung startete, verwandelte sich in stetige Verhaltensanpassung auf einer Massenbasis, mit jedermann unter Beobachtung durch ihre Geräte und individuell berechnetem Impuls zwecks ihrer Anpassung. Es ist eine schreckliche Sache, die von Science-Fiction Schriftstellern vorhergesehen wurde. Es ist direkt aus Philip K. Dick oder 1984. Und trotz aller Warnungen spazierten wir geradewegs hinein und erschufen aus unseren digitalen Netzwerken die Herrschaft massenhafter Verhaltensanpassung. Wir taten es aus unserem Wunsch heraus, gleichzeitig sowohl coole Sozialisten als auch coole Libertarianer zu sein.

Zuckerman: Sobald du sagst „Ich muss dich unter Überwachung stellen, damit ich ausrechnen kann, was du möchtest, und Deine Bedürfnisse besser erfüllen kann,“ dann musst du dich wirklich fragen „Bin ich im richtigen Geschäft? Tu ich dies in der richtigen Weise?“

Kyanka: Es ist wirklich traurig, weil du aberhunderte wichtiger Persönlichkeiten hast, Schlaumeier in allen diesen Analytikfirmen, und sie versuchen bis auf Zahlen herunterzubrechen und auszurechnen, welche Art von Gütern und Produkten Leute wünschen. Aber sie kümmern sich nur um Maßzahlen. Sie sagen, „Nun, diese Person ist wirklich an AR-15s interessiert. Er kauft Munition in großen Mengen. Er mag wirklich Alex Jones [Journalist, der behauptete, die US-Regierung sei an den Terroranschlägen am 11.9.2001 beteiligt gewesen] gerne. Er begutachtet gerne Hotels hinsichtlich des besten Beobachtungspunktes. Sie schauen auf dieses und sagen, „Lasst uns ihm diese Werbung anbieten. Dies ist, wie wir unser Geld verdienen.“ Und sie schauen nicht darüber hinaus [was die wirklichen Absichten der agierenden Personen eventuell sein könnten].

Harris: Wir können uns dieses Geschäftsmodell für Werbung nicht leisten. Der Preis der Gebührenlosigkeit ist tatsächlich zu hoch. Es zerstört buchstäblich unsere Gesellschaft, weil es Anreize für automatisierte Systeme schafft, die diese systemimmanente Schwachstellen hat. Cambridge Analytica liefert das leichteste Argument, zu erklären, warum das wahr ist. Weil dies kein Missbrauch durch einen bösen Akteur war - das war die Plattform selbst. Das Problem mit Facebook ist Facebook.

Step 5

Everything was designed to be really, really addictive.

Die Sozial-Medien-Giganten wurden „Aufmerksamkeitshändler,“ nageln die Nutzer auf Teufel komm raus fest, ungeachtet der Konsequenzen. „Engagement“ war der Euphemismus für die Metrik, aber in der Praxis entwickelte es sich zu einer beispiellosen Maschine zur Verhaltensänderung.

Sandy Parakilas: Eines der Kerndinge, die vor sich gehen, ist, dass es Anreize enthält, um die Leute dazu zu bringen, die Dienste so oft zu benutzen wie irgend möglich, so dass das dazu geführt hat, ein Produkt zu schaffen, das gebaut ist, um süchtig zu machen. Facebook ist grundsätzlich ein süchtig machendes Produkt, das gestaltet ist, so viel Aufmerksamkeit einzufangen wie möglich ohne irgendeine Rücksicht auf die Konsequenzen. Tech-Sucht hat einen negativen Einfluss auf deine und deiner Kinder Gesundheit. Es ermöglicht böse Akteure neue schlechte Dinge zu tun, von der Einmischung in Wahlen bis zu illegalem Handel mit Sex. Es vergrößert Narzismus und den Wunsch von Leuten, bei Instagram berühmt zu sein. Und alle diese Folgen führen stufenweise zu dem Geschäftsmodell, die Leute durch süchtig machende, bewusst gestaltete Taktiken dahin zu bekommen, ein Produkt so viel wie möglich zu benutzen, um dann die Aufmerksamkeit ihrer Nutzer durch Werbung in Geld zu verwandeln.

Harris: Ich hatte Freunde, die bei Zynga arbeiteten, und es war das Gleiche. Nicht wie wir Spiele bauen, die großartig sind für die Leute, oder die die Leute wirklich lieben, sondern: wie manipulieren wir Leute, auf dass sie Geld spenden und falsche soziale Verpflichtungen eingehen, so dass dein Freund Getreide auf deiner Farm pflanzt? Zynga war ein Unkraut, das durch Facebook gewachsen ist.

Losse: In gewisser Weise war Zynga zu erfolgreich dafür. Sie machten so viel Geld, dass sie das ganze Konzept von Facebook als soziale Plattform zerkleinerten. Das Problem mit jenen Spielen ist, dass sie nicht wirklich sozial sind. Du hast Geld in das Spiel gesteckt, und hast dich um deinen Fisch oder um deine Farm gekümmert oder was auch immer. Du hast eine Menge auf Facebook zugebracht, und Leute wurden süchtig danach.

Guillaume Chaslot: Die Art wie AI gestaltet ist, wird einen großen Einfluss auf den Typ von Inhalt haben, den man sieht. Zum Beispiel, wenn AI „engagement“ favorisiert, wie Facebook und YouTube es tun, dann wird es Anreize schaffen für entzweiende, Uneinigkeit schaffende Inhalte, weil spaltende Inhalte sehr effizient Leute online halten. Wenn die Metrik, die du optimieren willst, „Likes“ sind oder die kleinen „arcs“ auf Facebook, dann wird der Typ der Inhalte, die die Leute sehen und teilen, ganz anders sein.

Roger McNamee: Wenn man analysiert, was Unilever über Facebook sagte, als sie mit Rückzug ihrer Werbung drohten, dann war ihre Botschaft „Guys, eure Plattform ist zu gut. Ihr schädigt unsere Kunden. Weil ihr manipuliert, was sie denken. Und, noch wichtiger, ihr manipuliert, was sie fühlen. Ihr verursacht so viel Empörung, dass sie süchtig nach Empörung werden.“ Das Dopamin, das durch die Empörung erzeugt wird, ist genau das, was süchtig macht.

Harris: Dieses blaue Facebook-Symbol auf deinem Monitor zuhause ist wirklich gut darin, unbewusste Haltungen zu bewirken, die die Leute schwer auslöschen können. Die Leute sehen nicht, auf welche Weise ihre Sinne durch die Sache manipuliert werden. Facebook ist zur, in zivilisatorischem Maßstab, größten Gedanken-Kontrollmaschine geworden, die die Welt je gesehen hat.

Chaslot: Tristan war einer der Ersten, die begannen über das Problem dieser Denkweise zu reden.

Harris: Ich warnte in dieser Sache bei Google schon Anfang 2013. Ich lieferte diesen berühmten Folienstapel, der sich virenartig im ganzen Konzern auf 20.000 Leute verteilte. Er wurde genannt „Ein Aufruf Ablenkung zu minimieren & Aufmerksamkeit der Nutzer zu respektieren.“ Er besagte, dass die Tech-Industrie dabei ist, den größten politischen Akteur in der Welt zu erschaffen, der jeden Tag die Aufmerksamkeit und das Denken von einer Milliarde von Leuten beeinflusst, und wir haben eine moralische Verantwortung, die Gedanken der Leute auf ethische Weise zu steuern. Er ging den ganzen Weg hinauf bis zu Larry Page, der drei getrennte Treffen an diesem Tag hatte, wo Leute das zur Sprache brachten. Und zu Google's Ehrenrettung, Ich wurde nicht gefeuert. Ich wurde unterstützt, über dieses Thema drei Jahre lang zu forschen. Aber am Ende des Tages, was ist man bereit zu tun? An die Tür von YouTube klopfen und sagen, „Hey, Freunde, reduziert die Zeit, die die Leute in YouTube verbringen. Ihr raubt den Leuten den Schlaf und lässt sie den Rest ihres Lebens vergessen“? Man kann das nicht tun, weil dies deren Geschäftsmodell ist. Es sagte das so insbesondere bei Google niemand, etwa „Wir können das nicht tun - es würde unser Geschäftsmodell auffressen.“ Es ist einfach dies, dass das Bestreben in einem Betrieb wie YouTube eben ist, die Leute am Haken zu halten.

Step 6

At first, it worked - almost too well.

None of the companies hid their plans or lied about how their money was made. But as users became deeply enmeshed in the increasingly addictive web of surveillance, the leading digital platforms became wildly popular.

Pao: Es gibt diese Idee, dieses „Ja, man kann diese Information benutzen, andere Leute zu manipulieren, aber Ich werde darauf nicht hereinfallen, deshalb bin ich davor geschützt, manipuliert zu werden.“ Langsam, nach und nach, wird man süchtig auf die Interaktionen, dann ist es schwer auszusteigen. Und sie nehmen dir weiterhin immer mehr deiner Zeit und schieben immer mehr Fake News nach. Es wird leicht, dem Leben nachzugehen und anzunehmen, dass sich um die Dinge gekümmert wird.

McNamee: Wenn man zu den ersten Tagen der Theorie der Propaganda zurückgeht, hatte Edward Bernays die Hypothese, dass man dieselbe Botschaft in allen Medien über eine lange Zeitperiode

braucht, um eine Idee zu verpflanzen und sie universal akzeptierbar zu machen. Man war der Auffassung, nur von einer Regierung könnte das getan werden. Dann kam Facebook daher, und es hatte diese Fähigkeit, für jeden einzelnen Nutzer zu personalisieren. Anstatt ein Rundfunkmodell zu sein, gab es nun 2,2 Milliarden individualisierte Kanäle. Es war das effektivste, je erschaffene Produkt, das sich um menschliche Gefühle dreht.

Garcia: Wenn man bei Facebook den Stecker ziehen würde, gäbe es buchstäblich einen Aufruhr in den Straßen. Deshalb weiß man bei Facebook im Hintergrund des Denkens, dass sie den Leuten auf die Zehen treten. Aber schließlich sind die Leute glücklich mit dem Produkt, warum also sollte man ihnen nicht auf die Zehen treten? Das ist der Punkt, wo sie in der ganzen Kloake der menschlichen Psychologie waten. Der Algorithmus versöhnt dich im Normalfall durch Abschirmung von Dingen, die du nicht hören willst. Das ist für mich der gruselige Teil. Das wirkliche Problem ist nicht Facebook - es sind die Menschen.

McNamee: Sie versuchen im Wesentlichen Angst und Ärger zu verursachen, um den Empörungszyklus ins Laufen zu bringen, weil Empörung das ist, was dich tiefer aktiviert. Man verbringt mehr Zeit auf der Webseite und man verteilt mehr Zeugs. Deshalb wird man der Werbung mehr ausgesetzt, und das macht dich wertvoller. Im Jahr 2008, als sie ihre erste App auf das iPhone stellten, änderte sich das ganze Spiel. Plötzlich wurde durch ein einziges Gerät Bernay's Traum Wirklichkeit, mit einer universellen Plattform jedermann mit allen Medien zu erreichen. Man heiratet die sozialen Auslöser für personalisierten Inhalt auf einem Gerät, das die meisten Leute auf dem Weg morgens zum Pinkeln überprüfen, und als letzte Aktion tun sie es, bevor sie nachts das Licht ausschalten. Man hat buchstäblich eine Beeinflussungsmaschine, wie es sie in der Geschichte noch nie gab.

Step 7

Niemand aus dem Silicon Valley wurde für verantwortlich erklärt ...

No one in the government - or, for that matter, in the tech industry's user base - seemed interested in bringing such a wealthy, dynamic sector to heel [unter Kontrolle bringen].

Garcia: Der wirkliche Punkt ist, dass Leute einem Algorithmus keine moralische Verantwortlichkeit zuordnen. Wenn Mist zum Himmel stinkt, möchte man jemanden mit dem Stinkefinger drohen oder jemanden anschreien. Aber Facebook sagt nur, „Schaut nicht uns an. Schaut auf den Stapel Code.“ Irgendwie wird das menschliche Gerechtigkeitsgefühl nicht befriedigt.

Parakilas: Was das Design angeht, Firmen wie Facebook und Twitter haben keine vorrangigen Funktionen, die Leute gegen die bösartigsten Fälle von Missbrauch zu schützen. Dies gilt teilweise deshalb, weil sie nicht haften, wenn etwas schief geht. Abschnitt 230 des Communications Decency Act von 1996 [Gesetz zur Wahrung von Sitte und Anstand bei Kommunikation], den man sich ursprünglich zum Schutz freier Rede vorgestellt hatte, schützt tatsächlich die Internetfirmen vor den Aktionen von dritter Seite auf ihren Plattformen. Dies gestattet ihnen, die zum Schutz der Nutzer nötigen Funktionen nachrangig zu behandeln.

McNamee: Im Jahr 2016 fing ich an Dinge zu sichten, die mir wichtig waren. Zuerst war es das Bernie Mem, und zwar der Weg, wie es sich ausbreitete. Dann war es der Weg, wie Facebook möglicherweise signifikante Begünstigungen auf negative Kampagnen Botschaften beim Brexit übertrug. Dann gab es die russischen Hacks auf unsere eigene Wahl. Aber als ich zu Dan Rose, dem Vizepräsidenten für Partnerschaften, sprach, schleuderte er mir im Wesentlichen das Abschnitt 230 Ding entgegen: „Hey, wir sind eine Plattform, und keine Medienfirma.“ Und ich sage, „Du hast 1,7 Milliarden Nutzer. Wenn die Regierung beschließt, dass du eine Medienfirma bist, dann hat es keine Bedeutung, was du behauptest. Du spielst mit der Firmenmarke. Ich habe wirklich Sorge, dass du dabei bist, die Firma zu killen, und für was? Man kann auf keinen Fall rechtfertigen, was hier geschah. Im besten Fall ist es äußerste Sorglosigkeit.“

Step 8

... Sogar als Soziale Netze gefährlich und giftig wurden.

With companies scaling at unprecedented rates, user security took a backseat to growth and engagement. Resources went to selling ads, not protecting users from abuse. [Bei Firmen, die beispiellos hochklettern, war Nutzersicherheit zweitrangig gegenüber Wachstum und Engagement [Aktivitäten]. Ressourcen flossen zu den Werbeverkäufen, nicht zum Schutz der Nutzer vor Missbrauch.]

Lanier: Zu jeder Zeit gibt es gewisse Bewegungen wie *Black Live Matter* oder *#MeToo*, es gibt diese Anfangszeit, wo Leute sich wie auf einem Ritt mit dem fliegenden Teppich fühlen. Das Soziale Medium

lässt sie reiche Leute sein und organisiert schneller als jemals zuvor. Sie denken, „Wow, Facebook und Twitter sind diese wunderbaren Werkzeuge der Demokratie“. Aber es stellt sich heraus, dass dieselben Daten, die einen positiven, konstruktiven Prozess wie den arabischen Frühling erschaffen, benutzt werden können, um andere Gruppen zu reizen. Deshalb antwortet jedesmal, wenn es eine *Black Lives Matter* gibt, das Soziale Medium mit einer Aktivierung der neo-Nazis und Rassisten in einer Weise, wie man es seit Generationen nicht gesehen hat. Die ursprünglich gute Absicht gibt dem Gegenteil mehr Macht.

Parakilas: Während meiner Zeit bei Facebook dachte ich immer wieder, dass sie Ressourcen in einer Weise bereitstellten, die bedeutete, dass sie fast völlig auf Wachstum und Geldvermehrung auf Kosten des Nutzerschutzes fokussiert waren. Der Weg, verstehen zu können, was eine Firma denkt, dass es seine Kernprioritäten seien, ist der Blick darauf, wofür sie Ingenieurressourcen bereitstellt. Bei Facebook wurde mir wiederholt gesagt, „Oh, ja, wir müssen sicherstellen, dass X, Y oder Z nicht passiert.“ Aber ich hatte keine Ingenieure, um das zu tun. Deshalb musste ich kreativ darüber nachdenken, wie wir Probleme mit dem Missbrauch lösen könnten, ohne irgendeinen Ingenieur dafür zu haben. Wohingegen Teams, die Funktionen im Umkreis der Werbung und Nutzermehrung bauten, eine große Anzahl von Ingenieuren hatten.

Chaslot: Als Ingenieur bei Google, nehmen wir mal an, würde ich etwas Merkwürdiges sehen und dem Management eine Lösung vorschlagen. Aber allein das Problem festzustellen, würde das Geschäftsmodell verletzen. So würden sie sagen, „Okay, aber ist das wirklich ein Problem?“ Sie vertrauen in die Struktur. Zum Beispiel sah ich, wie sich gerade eine Verschwörungstheorie ausbreitete. Sie war wirklich erheblich - Ich denke der Algorithmus könnte verrückt gespielt haben. Aber mir wurde gesagt, „Keine Sorge - wir haben die besten Leute, sie arbeiten daran. Es sollte in Ordnung sein.“ Dann folgern sie, dass Leute einfach dumm sind. Sie wollen nicht glauben, dass das Problem am Algorithmus liegen könnte.

Parakilas: Eines Tages wurde ein Entwickler, der Zugang zu den Daten von Facebook hatte, angeklagt, Profile von Leuten, Kinder eingeschlossen, ohne ihre Zustimmung erzeugt zu haben. Aber als wir davon hörten, hatten wir keine Möglichkeit zu beweisen, ob das tatsächlich stattgefunden hatte, weil wir keine Einsicht in die Daten hatten, als sie den Server von Facebook verließen. So hatte Facebook Bestimmungen gegen Vorgänge wie diese, aber Facebook gab uns keine Fähigkeiten anzuschauen, was Entwickler gerade wirklich tun.

Kyanka: Es ist wichtig Regeln zu haben und sie durchgehend zu befolgen. Als ich mein Forum „Something Awful“ startete, war eine meiner ersten Prioritäten, eine sehr detaillierte, umfassende Liste aufzustellen, die ausbuchstabiert, was erlaubt und was nicht erlaubt ist. Das Problem mit Twitter ist, sie haben sich nie definiert. Sie versuchen den falschen Anschein glauben zu machen, dass sie das *alt-right* bannen, aber das liegt einfach im Ermessensspielraum. Sie haben niemanden, der die Community führt und mit ihr kommuniziert, so lassen sie ihre Reifen im Sand durchdrehen. Sie sind ein Haufen von Math Nerds, die wahrscheinlich nie ihr eigenes Geschäft auf Jahre verlassen haben, so haben sie keine Idee, wie man tatsächlich mit Frauen oder Leuten mit anderen Ansichten spricht ohne zu WikiHow zu gehen. Sie kommen nicht voran, außer sie können zu der Person gehen, die gegenwärtig Mark Zuckerberg lehrt, was es heißt, ein menschliches Wesen zu sein.

McComas: Letztlich hat Reddit das gleiche Problem wie Twitter: Durch die Fokussierung auf Wachstum allein und durch die Ignorierung von Problemen häuften sie auf ihren Plattformen eine Menge kultureller Normen an, die mit Belästigung oder Missbrauch oder schlechtem Benehmen zusammenhängen. Sie haben sich in eine Position gebracht, wo sie völlig defensiv sind und sie können über das Problem einfach nicht mehr auf den neuesten Stand kommen. Ich sehe keinen Weg das zu verbessern. Das Beste, was sie tun können, ist herauszufinden, wie man das schlechte Verhalten vor dem durchschnittlichen Nutzer verbirgt.

Step 9

... Und sogar als sie in unsere Privatsphäre eindringen.

Je mehr Funktionen Facebook und andere Plattformen hinzunehmen, desto mehr Daten überliefern die Nutzer freiwillig oder unabsichtlich ihnen und den Datenhändlern, die die digitale Werbung vorantreiben.

Richard Stallman: Was ist Datenprivatheit? Das bedeutet, dass wenn eine Firma Daten über dich sammelt, sie dann die Daten irgendwie schützen sollte. Aber ich denke nicht, dass dies der Punkt ist. Das Problem ist, dass diese Firmen überhaupt Daten über dich sammeln, Punkt. Wir sollten sie das nicht tun lassen. Die Daten, die gesammelt werden, werden auch missbraucht werden. Das ist nicht absolut

sicher, aber es gibt praktisch eine extreme Wahrscheinlichkeit, die ausreicht, das Sammeln zu einem Problem zu machen.

Kyanka: Ganz gleich wohin wir gehen, insbesondere in unserem Land, die Werbung folgt uns. Und wenn Werber folgen, dann gründen sie Denkgruppen, Think Tanks, und dann beginnen sie diese gigantischen Strukturen zu bauen, die dazu dienen, viele Daten zu stehlen und zu sehen, wie weit sie die Grenzen verschieben können, bis jemand beginnt Widerstand zu leisten.

Losse: Es überrascht mich nicht, was nun bei Cambridge Analytica und dem Wahlskandal vor sich geht. Für lange Zeit gab es bei Facebook die akzeptierte Idee: *Man gebe den Entwicklern so viele Daten wie möglich, um die Produkte gut zu machen.* Aber so zu denken heißt, dass man nicht über die Konsequenzen aus den Daten für die Nutzer nachdenkt. Das ist einfach nicht vorrangig wichtig.

Pao: Niemand will die Verantwortung für die Wahl übernehmen, die abhängig ist davon, wie die Leute ihre Plattform manipulieren könnten. Die Leute wussten, dass sie Facebook die Erlaubnis gaben, ihre Informationen an Entwicklern weiterzugeben, sogar wenn der Durchschnitt der Nutzer die Konsequenzen nicht verstand. Ich weiß, dass ich die Konsequenzen nicht verstand - wie sehr diese Informationen benutzt werden konnten, unsere Emotionen zu manipulieren.

Stallman: Ich sage in Kaufhäusern nie, wer ich bin. Ich lasse sie dies niemals wissen. Ich zahle bar und zwar nur aus diesem Grund. Ich achte nicht darauf, ob es ein regionaler Laden ist oder Amazon - niemand hat ein Recht zu verfolgen, was ich kaufe.

Step 10

Then came 2016

Die Wahl Donald Trumps und der Triumph von Brexit, zwei Kampagnen, die in großem Maß von Sozialen Medien verstärkt wurden, haben Tech Insidern bewiesen, dass das Vernetzen der Welt - wenigstens in der Form mittels der Werbungsüberwachung - nicht notwendigerweise zu diesem Hippie Utopia führt.

Lanier: Ein großer Teil der Rhetorik des Silicon Valley kreist darum, bedeutungsvolle Kommunikation zu erschaffen, wo jeder kreativ ist und die Leute zusammenarbeiten - ich war vor langer Zeit einer der ersten Autoren mit dieser Rhetorik. Sie nun missbraucht zu sehen, ist wie ein Stachel für mich. Gewöhnlich sprach ich darüber, wie virtuelle Realität ein Werkzeug für Einfühlung sein könnte. Dann sehe ich Mark Zuckerberg darüber reden, wie VR [virtual reality] ein Werkzeug für Empathie sein könnte, während er gleichzeitig abgrundtief nicht-empathisch ist - wenn er nämlich VR für eine Tour in Puerto Rico nach dem Hurrikan benutzt. Man hat das Gefühl, zu etwas beigetragen zu haben, das völlig falsch gelaufen ist.

Kyanka: Meine Erfahrung mit Reddit und mit 4chan, wenn man beide zusammen nimmt, ist wahrscheinlich eine Sache von unter acht Minuten. Aber beides ist ein unbedachter Fehler meinerseits, weil ich dachte, sie seien so schrecklich, dass ich sie aus dem Programm Something Awful herauswarf. Und dann wurden sie irgendwie noch schlimmer.

Chaslot: Ich persönlich erkannte im Jahr 2011, dass Dinge schief liefen, als ich bei Google arbeitete. Ich arbeitete an diesem YouTube-Empfehlungs-Algorithmus, und ich erkannte, dass der Algorithmus immer den selben Inhaltstyp ausgibt. Zum Beispiel: Wenn man ein Video einer Katze eingibt und man beobachtet sie, denkt der Algorithmus, „Oh, er müsste wirklich Katzen gerne mögen“. Das erzeugt diese Blasen, wo Leute nur einen Informationstyp sehen. Aber als ich meine Manager bei Google davon unterrichtete und eine Lösung vorschlug, die dem Nutzer mehr Kontrolle gibt, um aus der Blase herauszukommen, erkannten sie, dass dieser Typ Algorithmus nicht von Vorteil für die Beobachtungs(verweil)zeit wäre. Sie wollten das nicht fördern, weil das ganze Geschäftsmodell auf Beobachtungszeit aufgebaut ist.

Harris: Eine Menge Leute bedauern enorm, wie sich das gezeigt hat. Ich meine, wer will Teil eines Systems sein, das dabei ist, die Welt in eine wirklich gefährliche Richtung zu lenken? Ich war nicht persönlich dafür verantwortlich - ich machte das Problem früh bekannt. Aber jeder in der Industrie weiß, dass wir die Dinge anders tun müssen. Diese Art Gewissen lastet auf jedem. Der Grund, warum ich schlaflos werde, ist, ich habe die Sorge, dass das Gesellschaftsgefüge auseinanderfällt, wenn wir diese Dinge nicht bald genug korrigieren. Wir reden über das Leben von Menschen.

McComas: Ich bin tief überzeugt, dass meine Zeit bei Reddit die Welt verschlechtert hat - [„my time has made the world a worse place“ (also das Gegenteil von: we make the world a better place.)]. Das ist echt beschissen. Es ist beschissen, das über mich selbst sagen zu müssen.

Step 11

Employees are starting to revolt.

Die oberen Industriemanager beißen wahrscheinlich nicht die Hand, die sie füttert. Aber vielleicht die Beschäftigten - das sind diejenigen, die für die Mission ebenso wie für Geld reklamieren - können aufstehen und einen Wandel herbeiführen.

Garcia: Einige Facebook Beschäftigte fühlten sich unwohl, als sie nach Thanksgiving nach der Wahl nach Hause kehrten. Sie hatten plötzlich alle die Fragen ihrer Mütter im Kopf, die sagten, „Was zur Hölle? Was tut Facebook da? Plötzlich waren sie scharfer Kritik ausgesetzt für etwas, was sie für einen supercoolen Job hielten.“

Harris: Es gibt eine massive, demoralisierende Welle, die gerade das Silicon Valley trifft. Es wird gerade sehr hart für die Firmen, die besten Ingenieure und Talente zu sich zu holen und zu behalten, wenn diese erkennen, dass die Automatismen, die sie installiert haben, Chaos verursachen überall auf der Welt. Deshalb, wenn Facebook einen großen Brocken seiner Belegschaft verliert, weil die Leute nicht mehr länger Teil dieses perversen Systems sein wollen, dann ist das sehr mächtig und ein sehr direkter Hebel, Änderungen zu erzwingen.

Duruk: Ich war bei Uber, als dort alle diese Verrücktheiten geschahen, und es betraf Anstellung und Anwerbung. Ich glaube nicht, dass diese Firmen abrutschen, weil sie nicht die richtigen Talente bekommen können. Aber es gibt einen messbaren Effekt. Die Frage des Moralischen ist nun weniger positiv geworden - man geht zu Facebook, um einen Code zu schreiben, und geht dann nach Hause. Sie werden gerade einfach eine andere Firma.

McNamee: Drei Monate lang beginnend im Oktober 2016 wandte ich mich direkt an Mark Zuckerberg und Sheryl Sandberg. Ich tat dies wirklich höflich. Ich habe mit niemanden außerhalb Facebook gesprochen. Ich tat dies als Freund der Firma. Ich sagte, „Guys, Ich glaube, dass diese Wahlmanipulation ganz die Züge einer Krise hat, und ich denke, ihr solltet euch an die Spitze setzen. Ihr müsst Juristisches machen. Ihr müsst feststellen, was, wenn überhaupt, eure Rolle dabei war. Ihr müsst wirklich substantielle Änderungen in eurem Geschäftsmodell und euren Algorithmen veranlassen, so dass die Leute wissen, dass das nicht wieder vorkommt. Wenn ihr das nicht tut, und es stellt sich heraus, dass ihr einen großen Einfluss auf die Wahl hattet, dann ist euer Markenprodukt beschädigt.“ Aber wenn man Mark und Sheryl nicht überzeugen kann, dann muss man die Beschäftigten überzeugen. Eine Methode, die nie in der Tech Welt getestet wurde, ist, was ich als die „Ellsbergstrategie“ kennzeichnen würde: Jemand auf der internen Seite, wie Daniel Ellsberg, der die Pentagon Papiere herausgegeben hat, sagt, „Oh mein Gott, etwas schreckliches geht hier vor,“ und der sich ergebende Druck von außen erzwingt die Änderungen. Das ist der einzige Weg mit einer winzigen Chance, das zu veranlassen, was tatsächlich erforderlich wäre, um Dinge festzustellen und umzusetzen.

Step 12

To fix it, we'll need a new business model ...

Wenn die Art und Weise, wie das Valley Geld macht, das Problem ist, dann muss man auf einem anderen Weg Geld machen. Vielleicht etwas Radikales und Neues versuchen - wie Nutzungsgebühren für Güter und Dienste.

Parakilas: Sie werden ihr Geschäftsmodell dramatisch ändern müssen. Sie sagen, sie wollen die dort verbrachte Zeit zum Kern ihres Produkts machen, aber sie haben weder einen Anreiz, das zu tun, noch haben sie eine Metrik, mit der sie dies messen würden. Aber wenn Facebook für eine Subskription Gebühren erhebt, anstatt auf Werbung zu bauen, dann würden die Leute es weniger benutzen aber Facebook würde immer noch Geld machen. Es wäre gleich profitabel und nutzbringender für die Gesellschaft. Tatsächlich, wenn man ein paar Dollar Nutzungsgebühren vom Nutzer verlangt, könnte man die Einnahmen von Facebook für Werbung ausgleichen. Es ist nicht unvorstellbar, dass ein großer Prozentsatz der Nutzerschaft bereit wäre, ein paar Dollar pro Monat zu bezahlen.

Lanier: Zu der Zeit als Facebook gegründet wurde, war die vorherrschende Meinung, dass es in Zukunft keine Leute geben würde, die bezahlt werden, um Filme und Fernsehen zu machen, weil Armeen von, im Netzwerk organisierten, unbezahlten Volontären anspruchsvolle Inhalte machen würden, genau wie es bei Wikipedia geschieht. Aber was dann geschah, als die Leute begannen, für Netflix zu bezahlen, ist,

dass wir bekamen, was wir PeakTV nennen. Dinge wurden als Ergebnis einer Monetarisierung mit Abonnenten viel besser. Wenn wir also Werbung gesetzlich verbieten und die Leute bitten würden, direkt für Dinge wie Facebook zu zahlen, wäre der Nutzer der einzige Kunde. Es würde nicht mehr länger eine dritte Partei geben, die dafür zahlt, dich zu beeinflussen. Man würde auch Leute bezahlen, die ihre Daten liefern wollen, was eine Quelle ökonomischen Wachstums wäre. In dieser Lage, würden wir, glaube ich, eine Chance haben, Peak Social Media zu Wege zu bringen. Wir könnten tatsächlich sehen, wie sich Dinge sehr verbessern.

Step 13

... And some tough regulation. [... Und eine harte Regulierung.]

Wo wir gerade dabei sind. Wo ist die Regierung gewesen bei alledem?

Stallman: Wir brauchen ein Gesetz. Fuck them - es gibt keinen Grund sie existieren zu lassen, wenn der Preis dafür ist, dass sie alles über uns wissen. Lassen wir sie verschwinden. Sie sind nicht wichtig - unsere Menschenrechte sind wichtig. Kein Unternehmen ist so wichtig, dass seine Existenz es rechtfertigt, einen Polizeistaat aufzubauen. Und ein Polizeistaat ist das, wohin wir treiben.

Duruk: Das größte Existenzproblem für diese Firmen wäre eine staatliche Regulierung, weil klar ist, dass diese Unternehmen nichts davon abhalten wird, ihre Größe und ihre Technologie dazu zu benutzen, einfach weiter zu wachsen. Ohne Regulierung werden wir im Grunde genommen einfach ständig klagen, und ändern wird sich nicht viel.

McNamee: Drei Dinge. Erstens: muss es ein Gesetz geben gegen Bots und Trolle, die sich als jemand anderer ausgeben. Ich sage nicht „No bots!“. Ich sage nur, dass Bots klar markiert werden müssen. Zweitens: Es muss strikte Altersbeschränkungen geben, um Kinder zu schützen. Und Drittens: Es muss eine echte Haftpflicht der Plattformen geben, wenn die Algorithmen Fehler machen. Wenn Google die offensichtlich gefälschte Geschichte, dass Kinder in Parkland Akteure waren, nicht blocken kann, dann muss es haftbar gemacht werden.

Stallman: Wir brauchen ein Gesetz, das von jedem System fordert, dass es seine grundlegenden Designziele mit einer möglichst kleinen Datenmenge erreicht. Sagen wir, wir wollen eine Auto fahren und für die Fahrt zahlen. Dies erfordert grundsätzlich nicht, dass das System deinen Namen kennt. Deshalb muss gesetzlich gefordert werden, dass Dienste Barzahlung oder ein anderes System für anonyme Zahlung anbieten, die nicht identifiziert wird. Sie sollten auch Möglichkeiten enthalten, eine Fahrt anzufordern, ohne dich zu identifizieren, und ohne ein Handy benutzen zu müssen. Unternehmen, die da nicht mitgehen wollen - nun, die sind eingeladen, aus dem Geschäft auszusteigen. Ein Glück, dass wir sie los sind.

Step 14

Mag sein, dass sich nichts ändern wird.

Die schrecklichste Möglichkeit ist, dass nichts getan werden kann - dass die Giganten des neuen Internet zu reich sind, zu mächtig, und zu abhängig machend, als dass es jemand reparieren könnte [too addictive for anyone to fix]

McComas: Ich glaube nicht, dass die bestehenden Plattformen etwas ändern werden.

Garcia: Schau, ich glaube, sicher, Werbung ist echt beschissen. Aber wie die Guys von der Werbungstechnik sagen, „Wir sind die Leute, die für die das Internet zahlen.“ Man kann sich schwer ein anderes Geschäftsmodell vorstellen als eben als Werbung für eine Nutzer-Internetanwendung, die von Netzwerkeffekten abhängt.

Pao: Wir haben diese Leute, die diese weitreichenden Probleme gefördert haben, aber sie haben ihre Fähigkeiten und die Neuerungen und die gewaltigen Teams und die riesigen Geldsäcke nicht dazu benutzt, die Probleme zu lösen. Was veranlasst uns zu denken, dass sie heute etwas ändern werden und sich um die Probleme kümmern werden?

Losse: Ich sehe nicht, dass Facebook davon tiefgreifend berührt ist. Es macht nichts aus, was Leute sagen - sie sind zu der Ansicht gekommen, dass die Infrastruktur notwendig für ihr Leben ist, und machen keine Anstalten diese aufzugeben.

Step 15

... Außer, zu guter Letzt, es gibt einige neue Leute, die die Führungsverantwortung übernehmen [... some new people are in charge]

Wenn Silicon Valley's Probleme ein Ergebnis schlechter Entscheidungen ist, dann könnte es Zeit sein, sich nach besseren Entscheidern umzusehen. Ein Ort, damit zu beginnen, würde außerhalb der homogenen Gruppe derer sein, die derzeit die Macht haben.

Losse: When I was writing speeches für Mark Zuckerberg, I spent a lot of time thinking about what the pushback would be on his vision. For me, the obvious criticism is: Why should people give up their power to this bigger force, even if it's doing all these positive things and connecting them to their friends? That was the hardest thing for Zuckerberg to get his head around, because he has been in control of this thing for so long, from the very beginning. If you're Mark, you'd be thinking, What do they want? I did all this. I am in control of it. But it does seem like the combined weight of the criticism is starting to wear him thin.

Pao: I've urged Facebook to bring in people who are not part of a homogeneous majority to their executive team, to every product team, to every strategy discussion. The people who are there now clearly don't understand the impact of their platforms and the nature of the problem. You need people who are living the problem to clarify the extent of it and help solve it.

Losse: At some point, they're going to have to understand the full force of the critique they're facing and respond to it directly.

(Ende, Interviews)