

Individuelle Navigationsentscheidungen sind nicht individuell interpretierbar, sondern nur innerhalb enorm großer Datensätze, in denen der einzelne Zugriff in Beziehung gesetzt wird zu Millionen von anderen. Dabei interessiert sich das System nicht für die Wünsche kultureller Eliten und Experten bezüglich der Frage, wie mit kulturellen Inhalten umgegangen werden *sollte*, sondern wie mit ihnen laufend umgegangen *wird* – um so Regelmäßigkeiten auszumachen, die man an das Publikum zurückspielen kann. Damit scheinen Suchmaschinen natürlich zunächst einmal ganz dem Geiste des Rhizoms verpflichtet zu sein: Sie haben keine Ambition dazu, der Informationswelt, für die sie den Zugang bilden, irgendeine systematische oder kategoriale Ordnung mit Ewigkeitsanspruch aufzusetzen, sondern sie sind Instrumente, die ›Plateaus‹ im Sinne Deleuzes und Guattaris sowohl ausfindig machen, als auch formen. Waren Suchmaschinen vor *Google* lediglich Garanten dafür, dass eine Webseite eine bestimmte Folge von Zeichen enthielt, wurden sie nach *Page Rank* und mit dem Aufkommen von *Analytics*-Systemen zum Bürgen tatsächlicher Sinnhaftigkeit und Anschlussfähigkeit auf dem *culture layer*. Dabei bildet *Google* aber keine bestimmte Pädagogik oder Philosophie kultureller Vermittlung ab außer jener, dass sich irgendwo in den großen Zahlen ein virtueller Konsens des Massenpublikums verbirgt, den es nicht zu hinterfragen oder herauszufordern, sondern zu vermessen und weiterzutragen gilt. In diesem Sinne ›partizipiert‹ natürlich jeder Nutzer zu einem gewissen Grade an der Abruf-Architektur, welche die Suchmaschine dem Web aufsetzt.

5.4 CYBERTEXT: EMANZIPATION UND FREMDBESTIMMUNG IM GERANKTEN WEB

Es liegt intuitiv nahe, in den Algorithmen der Suchmaschinen ein plebiszitäres Moment auszumachen: Nicht nur, dass sie das Urteil über die Relevanz von Webinhalten scheinbar völlig paritätisch über ihre Nutzermassen verteilen, sie sind dabei auch blind für abstrakte Kategorien von kultureller Wertigkeit. Geert Lovink schreibt dazu noch im Jahre 2010 (und das Zitat wurde in der Einleitung dieser Arbeit ja bereits paraphrasiert):

Ein Gespenst geht um unter den intellektuellen Eliten der Welt: Informationsüberlastung. Das gemeine Volk hat sich strategische Ressourcen unter den Nagel gerissen und verstopft einst sorgfältig überwachte Medienkanäle. Vor dem Internet beruhte die Macht der Mandarinklasse auf der Idee, dass man »Geschwätz« von »Wissen« trennen könne. Mit dem Aufstieg der Internetsuchmaschine ist es jedoch nicht mehr möglich, zwischen patrizischen Einsichten und plebejischem Tratsch zu unterscheiden. Die Trennung von *high* und *low*, dem Ernstern und dem Trivialen, und ihre Vermischung zu Zeiten des Karnevals stammt aus vergangenen Zeiten. (Lovink 2010: 53)

Für Suchmaschinen gibt also es keine Höhenkamm-, sondern nur eine Populärkultur: Über Geltung und Rang von Inhalten entscheidet kein institutionalisierter Richtstuhl und keine Akademie, sondern nur die relative Popularität. Und damit, so fährt Lovink fort, ändert sich die gesamte Rezeptionserfahrung: Der Computer sei keine Maschine, die mit Informationen umgeht, sondern lediglich ein Signalprozessor, der es Menschen ermöglicht, aus seinen Signalen qua kultureller Deutung Information entstehen zu lassen. Sei es in der klassischen, literarischen Schriftkultur noch darum gegangen, Lesekompetenz für das Verstehen individuell bedeutungsvoller Texte zu kultivieren, benötigten wir heute vor allem eine Medienerziehung, die uns lehrt, wie man Computern gegenüber klare und verständliche Suchanfragen formuliert. Lovinks These lautet, dass das Internet eben kein Orakel und keine Wunschmaschine des Wissens ist, sondern vielmehr ein Mediendispositiv mit sehr komplexen Machtstrukturen, das von uns nicht nur ein funktionales Wohlverhalten im Umgang mit seinen Interfaces, sondern eine Anpassung unserer kulturellen Lese- und Lerngewohnheiten an sein technisch-formallogisches System einfordert (vgl. ebd.: 57). Wir partizipieren also nicht nur am System, sondern das System partizipiert ständig auch an uns, schreibt sich unserem Kulturverständnis ein, erzieht uns zu seinen idealen Anwendern, indem es uns mit anschlussfähigen Suchtreffern belohnt.

Espen Aarseth prägte in den 1990er Jahren den Begriff des »Cybertext« als Bezeichnung für eine Form der Literatur, in der nicht nur (wie im konventionellen Hypertext) eine zweidimensionale Navigierbarkeit zwischen Textbausteinen vorliegt, sondern in der die strukturelle Beschaffenheit von Texten sich unter den Augen des Lesers entsprechend seiner Navigationsentscheidungen verändert (vgl. Aarseth 1997: 1). Damit evoziert das Kompositum »Cybertext« den Cyberspace nicht nur begrifflich, sondern auch konzeptuell: Wo der Cyberspace einen sich um das Verhalten des Nutzers herum konstituierenden und verändernden »Raum« in Aussicht stellt, da verspricht der Cybertext eben einen Text, der sich prozedural auf persönliche Interessenlagen und Entscheidungen hin organisiert. Während der Cyberspace aber eine Metapher ist, die eine abstrakte Kommunikationssituation verräumlicht und damit vorstellbar macht, ist der Cybertext genau das, was er zu sein vorgibt – nämlich ein Text, der von Rückkopplungsmechanismen zusammengesetzt wird.

Aarseth bezeichnet diese Eigenschaft von Cybertexten als »Ergodizität« – eine Wortschöpfung aus den griechischen Substantiven *ergon* und *hodos*, *Arbeit* und *Pfad* (ebd. 1997: 1). Leser stiften im Cybertext also nicht nur – wie im Hypertext – pfadabhängig Sinn zwischen Einzelbausteinen, sondern sie wirken auf die tatsächliche Verfasstheit des Textsystems in Gänze ein, und diese Einwirkung wird als »Arbeit«, als Veräußerung von Energie, klassifiziert. Auf der Leserseite unterscheidet Aarseth hier »trivialen« und »nontrivialen« Aufwand. Trivialer Aufwand ist für ihn all das, was jeder Leser bei der Rezeption klassischer linearer Texte leisten muss: Dazu gehören z.B. Augenbewegungen, das Umblättern, aber auch das grundsätzliche sprachliche Verstehen der Worte und Satzstrukturen. Nontrivialer Aufwand bezeichnet dagegen

das navigatorische Element und vor allem das Treffen von Entscheidungen über die Bewegung im Textraum. Beides findet natürlich auch im konventionellen Hypertext statt. Was Aarseth aber mit seinem Cybertext-Konzept bezwecken will, ist eine Verschiebung der Betrachtungsebene fort von Ergebnissen und hin zu Mitteln. Obwohl das gesamte Hypertext-Konzept von seinen Anfängen im Memex-Gedankenspiel bis zum WWW eng mit technischen Entwicklungen verbunden war, sieht er die Hypertexttheorie befangen in der Frage, *was* gelesen wird, und nicht etwa, *wovon abgelesen* wird (vgl. ebd.: 3). Damit rückt er das Problem der konkreten Technizität des Mediums in den Brennpunkt des Interesses, und mit ihm das Dispositiv der Lesesituation.

Aarseth vergleicht das Lesen klassischer literarischer Narrative mit dem Besuch einer Sportveranstaltung, oder dem Beobachten einer vorbeiziehenden Landschaft aus einem Zugfenster. Der Leser kann natürlich sehr intensiv vereinnahmt werden – ergriffen oder gerührt sein, mitfiebern – aber er bleibt auf eine rein voyeuristische Rolle beschränkt. Seine Teilhabe reicht nicht über seine emotionale Involviertheit hinaus und zugleich kann er sich in seinem Rezeptionsverhalten im Grunde nicht falsch betragen, so lange er nur dem gradlinigen Textfluss folgt. Er ist, in Aarseths Worten, »safe, but impotent« (ebd.: 4) – zwar kann er den Text auf unzählige Arten interpretieren, reflektieren, über ihn nachdenken, ihn gutheißen oder ablehnen, aber keine dieser Reaktionen kann auch nur ansatzweise auf den Text in seiner medialen Beschaffenheit zurückwirken. Der Cybertextleser setze sich dagegen stets dem Risiko aus, am Text bzw. an den Modalitäten des Lesens zu scheitern. Er ist niemals »sicher« und damit laut Aarseth auch gar kein »Leser« im klassischen Sinne, sondern vielmehr ein Spieler. Im Cybertext stellt unsere nontriviale Arbeit gewissermaßen einen »Einsatz« dar, mit dem wir auf eine positive Rezeptionserfahrung setzen. Diese »Spielsituation« impliziert unweigerlich die Möglichkeit einer Niederlage und damit auch die des Verlustes unseres Einsatzes. Im Cybertext ringen wir, so fährt Aarseth fort, nicht nur um Vergnügen an einem Narrativ, sondern um Kontrolle über die konkrete Erscheinungsform des Textes: Wir wollen nicht nur *eine* Geschichte erfahren, sondern *unsere* Geschichte bzw. eine Geschichte, die ohne uns gar nicht existieren könnte. Während sich beim Lesen klassischer linearer Texte das virtuelle Moment in der *Interpretation* durch den Leser manifestiert und der Hypertext eine zweite Virtualitätsebene in Form der *Navigation* einführt, erzeugen Cybertexte also eine dritte Schicht des Virtuellen in Form der Möglichkeit zur *Intervention* (vgl. ebd.: 4). Der Rezipient deutet nicht nur Individualtexte oder sucht Sinnpfade durch Text-Topologien, sondern er wird selbst zum Architekten möglicherweise überaus kurzlebiger Bedeutungsgefüge. Die von Aarseth beschriebene Möglichkeit des Scheiterns ergibt sich dann daraus, dass im Cybertext Rezeption und Autorschaft zusammenfallen und der sinnhafte Abschluss der Lesesituation eben nicht mehr durch eine vorgeschaltete Schreibsituation garantiert ist. Trotzdem entgeht der Cybertextrezipient dem Babel-Szenario, denn während die Bibliothekare der Universalbibliothek auf die Rolle einer

Leserschaft von Texten ohne Autoren reduziert sind, wird das Cybertextsystem laufend durch die Entscheidungen seines Lesers mit dessen kulturellem Verständnis verknüpft und ist so in einen andauernden Prozess der Kontingenzbewältigung eingebunden. »Erfolgreicher« Umgang mit einem Cybertext resultiert für Aarseth in »Intimität« zwischen Leser und Gelesenem, in einem sinnhaften Abschluss nicht nur eines literarischen Textes, sondern einer ganzen Rezeptionssituation, die vor allem auch den Rezipienten in seiner Wirkmächtigkeit bestätigt, während »Scheitern« einem Verlaufen, einer narrative Sackgasse, einer Erfahrung ergodischer Ohnmacht entspricht (vgl. ebd.: 4).

Die gesamte Idee und Absicht hinter Cybertextsystemen zielt also in eine der pädagogischen Programmatik des klassischen Museums völlig entgegengesetzte Richtung. Selbst wenn partizipative Ansätze im Zentrum einer Museumskonzeption stehen, kann sich eine materielle Ausstellung in einem physischen Gebäude unmöglich spontan um einzelne Besucher herum neu aufstellen. Veränderungen an der physischen Beschaffenheit eines Museums sind natürlich möglich – Objekte können umgestellt werden, aus der Ausstellung in den Fundus oder aus dem Fundus in die Ausstellung wandern, ja sogar Gebäude lassen sich umbauen – aber derartige Neuaufstellungen müssen nach den Öffnungszeiten in Abwesenheit der Besucher erfolgen, können eventuell gar längere Schließungen erfordern. Museen können ihre Besucher einbinden und auf sie reagieren, aber ihre Reaktion muss eine verzögerte sein, weil sie voraussetzt, dass Menschen einander verstehen und dieses virtuelle Verständnis dann durch produktive Tätigkeit in der Ausstellung aktualisieren. Auch eine Aufweichung der Trennung zwischen Kuratorium und Publikum kann dieser Trennung von Autorschafts- und Rezeptionsmoment keinen Abbruch tun. Der Cybertext nach Aarseth hingegen greift zwar nicht die Raummetapher des Cyberspace auf, wohl aber seinen zentralen Gedanken: den von einem medialen Milieu, das auf seine »Bewohner« (d.h. die Software-Doppelgänger von Rezipienten) entsprechend ihrer kulturellen Erwartungen reagiert, ohne dass es dabei von einer menschlichen Autorenpersönlichkeit betreut werden müsste.

Zwei Jahre nach der Veröffentlichung von Aarseths Monographie sollten Brin und Page ihr Paper über die Funktionsprinzipien von *Google* veröffentlichen und damit den Weg dahin ebnen, auch das Web als Cybertext rezipierbar zu machen. Denn diese Feststellung muss natürlich vorausgeschickt werden: Per se ist das World Wide Web erst einmal kein solcher. In seiner Infrastruktur aus Hard- und Software ist es zwar ebenso hoch veränderlich wie in seinem logischen Aufbau – genau deshalb benötigen wir ja *dynamische* Such- und Indexierungssysteme wie *Google*, um es navigierbar zu machen – aber seine spezifische und zeitlich wechselhafte Verfasstheit von Inhalten und Verlinkungen wird üblicherweise auf der Produzentenseite generiert, also von jenen Akteuren, die Webseiten und ihre Verknüpfungen untereinander tatsächlich in HTML und verwandten Auszeichnungssprachen erstellen. Das Web ist in

ständigem Wandel begriffen und technisch genau darauf ausgerichtet, diesen zu ermöglichen, allerdings ändert die bloße Rezeption erst einmal rein gar nichts daran, wie Webseiten beschaffen und miteinander verschaltet sind. *Page Rank* adressierte als Dienstleistung 1999 zwar bereits den Endnutzer, stellte diesen aber nicht in den Mittelpunkt seiner Datenerhebung. Auch die erste Version von *Google* blickte in erster Linie auf jene Netzakteure, die unzweifelhaft auf der Autorensseite standen. Zwar konnte sie ihre Relevanzbewertung von Webseiten mittels unermüdlicher Webcrawler dynamisch an sich verändernde Verlinkungskonstellationen anpassen, aber über Wichtigkeit und Unwichtigkeit einzelner Angebote entschied letztlich die Webmaster selbst, die sich über die Entscheidung zur Verlinkung oder Nichtverlinkung Relevanz zusprechen oder vorenthalten konnten.

Der ›User‹ als Leser wurde erst mit *Analytics*-Diensten zum Referenzpunkt der Kulturtechnologie Suchmaschine, und erst mit dieser Entwicklung beginnt das WWW, im Sinne Aarseths, echte Cybertext-Züge aufzuweisen. Obwohl Aarseth selbst seinen Betrachtungsschwerpunkt noch auf narrative Cybertexte setzt und sich vor allem für Formen (nicht zwingend computergestützter) interaktiver Literatur interessiert, bringt er entsprechende Überlegungen bereits in Anschlag. Cybertext ist für ihn kein spezifisches literarisches Genre, sondern eine Organisationform für alle nur denkbaren Arten von Information und eine mediale Kategorie, die sich nicht über Inhalte, sondern über Funktionalität definiert (vgl. ebd.). Diese Funktionalität ist eben die prozedurale Umstrukturierung des Textkörpers anhand von Rückkopplungsschleifen mit dem Leser (vgl. ebd.: 19). Dass diese Rückkopplungsschleifen im WWW nicht das Web selbst um unsere Surfentscheidungen herum neu aufstellen, sondern vielmehr Bestandteil von ›Navigator‹-Programmen sind und damit nicht am eigentlichen Text, sondern innerhalb eines aufgesetzten Abruf-Interfaces arbeiten, tut unserem Erleben dabei keinen Abbruch: *Broad-* und *narrowcasting* greifen zwar unmittelbar und notwendig ineinander, aber für den Nutzer von Suchmaschinen verschwindet der Breit- weitgehend im Schmalfunk.

5.5 ALGORITHISCHE AUTORSCHAFTEN

Daher werden wir auch allzu leicht blind für die Tatsache, dass hinter dem Ranking von Suchergebnissen auf *Google*-Trefferseiten ebenso wenig eine natürliche Folgerichtigkeit steht wie hinter den Kaufempfehlungen, die uns *Amazon* feilbietet. Aarseth stellt mit seiner Begrifflichkeit vom Cybertext zwar keinen vollendeten Tod des Autors in Aussicht, wohl aber sein Aufgehen in einer cyborghaften »Literaturmaschine«, in welcher der Computer kein passives Schreibwerkzeug ist, sondern ein verinnerlichter Teil der Entstehung des Textes sowohl vor als auch in der Rezeption (vgl. ebd.: 129ff.). Damit einher geht eben eine besondere Form der Aneignung durch