

Dossier – Sicherheit

Fortsetzung von Seite 25

Ereignisse dieser erkenntnisreichen Art sind aber schnell vergessen und verdrängt: Nicht anders ist zu erklären, dass anderthalb Jahrzehnte später die Automobile erneut deutlich an PS-Zahl, Beschleunigung und Höchstgeschwindigkeit zugenommen haben. Zugleich wird kaum ein Pkw mehr ohne ein Maximalpaket mit einem halben Dutzend Airbags nebst elektronischer Traktionskontrolle und elektronischen Bremsassistenten verkauft.

Der Schweizer Philosoph Kohler konstatiert gerade aufgrund des letzteren Phänomens eine *Konjunktur des Risiko-themas*: „Je mehr wir können, desto mehr wollen wir haben. Zum Beispiel Sicherheit. Und desto genauer registrieren wir die vorhandenen Unsicherheiten.“ Will wohl heißen: Das Bedürfnis nach Sicherheit wird

vorerst zur Manie – und gleich darauf zur Industrie.

Wie genau dieses Bedürfnis, sich gegen jedwede Unsicherheit abzusichern, etwa zu einer florierenden Assekuranz-Industrie geführt hat, analysiert der deutsche Soziologe Wolfgang Sofsky: „Man versichert sich gegen ein Risiko, gegen Unfall, Armut oder Arbeitslosigkeit, gegen Raub, Brand und Tod. Lebensrisiken werden an Versicherungen delegiert. Nicht der Einzelne, das Unternehmen setzt sich der Gefahr aus. Im Geiste der Rechenhaftigkeit nutzt es die Errungenschaften der Statistik und Wahrscheinlichkeitsrechnung. Risiko wird zu einer Art Tauschobjekt: Prämie gegen Sicherheit, Geld gegen Schutz. Der Kunde zahlt für das Gefühl der Sicherheit, die Gesellschaft verpflichtet sich, notfalls einzuspringen. Aber insgeheim hoffen beide Parteien, dass der Ernstfall nie eintreten wird. Die Gesellschaft verdient

an der Angst ihrer Kunden, und jene wiegen sich in dem Gefühl, rundum versorgt zu sein. Der Seelenfrieden der Kunden ist der Gewinn der Versicherungsgesellschaft.“

Allerdings hat der Deal für den sicherheitsbedürftigen Kunden einen nicht gerade kleinen Pferdefuß, zeigt Sofsky: „Der Vertrag gegen die Angst ist für den Kunden meist ein Verlustgeschäft. Die Zahl der Lebensgefahren übertrifft bei Weitem die Risiken, gegen die er sich versichern kann. Seine Prämien sind weit höher als die Wahrscheinlichkeit, dass sein Haus abbrennt oder seine Juwelen gestohlen werden. Dennoch unterzeichnen viele den Vertrag. Ohne Versicherung erscheint ihnen das Leben als reine Glücksache.“ Und auch Sofsky ortet, wie seine Kollegen, einen der Sache anscheinend inhärenten, paradoxen Widerspruch: „Die Assekuranz verteilt die Gefahr auf viele Schultern. Indem sie

die geringfügigen Risiken vieler Personen kombiniert, nutzt sie den Vorteil der *Großen Zahl*. Weil sie den Einzelnen entlastet, fördert sie zugleich Kühnheit und Leichtsinns. Ob Versicherungen zuletzt die kollektive Sicherheit steigern, ist keineswegs ausgemacht. Wenn andere für den Schaden aufkommen, lebt es sich unbekümmerter und kostspieliger. Mit der Versicherung im Rücken lässt sich manches Unheil riskieren.“

Die Urangst: Das Unbekannte

Szenenwechsel. Unsicherheitszone Internet. Der Schriftsteller Elias Canetti analysierte bereits vor einem halben Jahrhundert, also lang vor dem Entstehen des World Wide Web, sehr klug eine Urangst, die noch heute bei vielen, selbst technisch gewitzten Internet-Benutzern beobachtbar ist: „Nichts fürchtet der Mensch mehr als die Berührung durch Unbekanntes. Man will sehen, was nach einem greift, man will es erkennen oder zumindest einreihen können. Überall weicht der Mensch der Berührung durch Fremdes aus.“ Keine Frage, dass bei einem potenten Medium wie dem Internet, das per definitionem dafür konstruiert ist, jeden mit jedem zu verbinden, das Thema Sicherheit erste Priorität hat – und haben muss. Der Software-Gigant Microsoft zollt dem auch seit einigen Jahren seinen Tribut, indem in einer schier Sisyphus-Anstrengung eine Sicherheitslücke nach der anderen gestopft wird – ausnahmsweise sogar kostenlos.

Allerdings: Tatsache ist, dass die meisten Viren-Programmierer sich auf Lücken im Internet Explorer und auf klammheimliche Mechanismen des E-Mail-Programms Outlook notorisch spezialisiert haben. Tatsache ist weiters, dass diese Fokussierung so wirkungsvoll ist, weil Microsoft Windows und Office die mit Abstand am häufigsten eingesetzte Betriebsumgebung auf PCs ist. Der Wunsch nach Sicherheit gestaltet sich daher bis heute zu einer Gratwanderung.

Die etwa so aussehen könnte: Man hat sich vorsichtshalber hinter den Schutz einer subtil eingestellten „Firewall“ zu begeben und den Internet Explorer wenigstens auf die probatesen Sicherheitseinstellungen hin zu konfigurieren. Radikalste und heilsamste Variante ist wohl, im Browser jedwede Active X- und Visual-Basic-Scripts zu deaktivieren und die Java-Komponenten auf höchste Sicherheitsstufe zu setzen. Dadurch müsste man vor den größten Unsicherheiten geschützt sein. Allerdings zu dem Preis, dass man sich durch eine solche Konfiguration unversehens auch sehr massive Nachteile eingehandelt hat. Denn: Fast alle Websites, die mit Active X- oder Java-Komponenten programmiert sind, können danach nicht mehr in ihrer vollen Pracht (sprich: Funktionsvielfalt) betrachtet werden. Und oft genug bleibt der Monitor sogar gähnend leer.

Ein wenig Vertrauen

Zugegeben: Die Alternative *Sicherheit oder Information* ist keine wirklich attraktive. Und so bleibt dem Security-Freak nur eines: jeder der „riskanten“ Websites nach sorgfältigem Überlegen einzeln das Vertrauen zu schenken, indem man sie bei den Einstellungen des Explorers gezielt als *Trusted Sites* benennt. Ein lästiger Vorgang, aber zugleich einer, der seine reale Sinnhaftigkeit im Nachhinein offenbart. Und präzise dann, wenn er vor jenem Schaden bewahrt, den andere mit ihren sperrangelweit geöffneten Browsern „mit Sicherheit“ erleiden werden. Jene anderen, die dich – deiner angeblichen Paranoia wegen – zuvor belächelt haben. Dennoch: Es ist verdammt bitter, wenn sich zwischen *No Risk, No Fun* und den auf merkwürdig paradoxe Weise notorisch in ihr Gegenteil sich verwandelnden Sicherheitsstrategien kein „dritter Weg“ auftut. Etwa in der Art: „Unsere neue Lebensqualität: Alles bleibt sicherer!“

Jakob Steuerer



Politik – Wirtschaft – Medien – Kultur – Panorama – Technologie – Produkte

Message Delivered ...

Was Sie zu sagen haben, ist Ihre Sache – dass Sie gehört werden, unsere. Wir bringen Ihre Botschaft schnell und punktgenau an die relevanten Empfänger: an Redaktionen, Medien, Meinungsbildner, Pressestellen und Internetservices. Zielgerichtet. In die ganze Welt.

www.ots.at
Der multimediale Vertriebsservice für Presseinformationen.

APA OTS

www.ots.at

Message Delivered ...



Alles verriegeln oder bewachen lassen: Wollen wir wirklich in Sicherheit sein – oder reicht es, sich sicher zu fühlen? Foto: Bilderbox.com