

Die Welt als Shared Space

Volker Grassmuck

Humboldt-Universität zu Berlin

Einleitung

Wir können uns das Wir, das die ganze Menschheit ist, nicht vorstellen. Niemandes Kopf ist groß genug, um sechs Komma sieben Milliarden Menschen zu umfassen. Dennoch kommen wir in der globalisierten Welt nicht umhin, uns ein Bild des Wir, das wir als Gesamtheit sind, zu machen.

Die Künstlerin Nancy Burson hat es getan, als sie 1983 ein Portrait der Menschheit schuf. Darauf schaut uns mit leicht verschwommenen Konturen, aber deutlich chinesischen Zügen ein Gesicht an, das auf den zweiten Blick Befremden auslöst. Es handelt sich um ein Foto-Composite, eine Überlagerung von Einzelbildern entsprechend der damaligen ethnischen Zusammensetzung der Weltbevölkerung: 57 Prozent orientalisch, 7 Prozent schwarz, 36 Prozent weiß (Burson 1983). Burson hat nach dem gleichen Verfahren auch dem Atomwaffenpotenzial der Welt ein Gesicht gegeben und dem Abstraktum Schönheit.

Die Composite-Fotografie geht zurück auf Francis Galton, ein Cousin von Charles Darwin, der das Verfahren 1877 erfand. Damals stand die Physiognomik hoch im Kurs und die Eugenik folgte ihr auf dem Fuße. Galton überlagerte zum Beispiel die Fotos von Mördern und Totschlägern, um das »typische« Antlitz des Verbrechers herauszudestillieren. Doch mit Überraschung stellte er fest, je mehr Einzelbilder von zum Teil recht finsternen Gestalten er überlagerte, desto gleichförmiger, angenehmer, ja schöner wurde das entstehende Kollektivgesicht (Galton 1878, 6). Das sagt noch nicht viel, aber lässt die Untersuchung der Welt als Shared Space immerhin auf einer positiven Note beginnen: Wir können uns ins Gesicht schauen, ohne uns vor uns zu fürchten.

In der bisherigen Menschheitsgeschichte ging es darum, eine weitgehend unbekannte Welt zu entdecken und uns mit ihren auf vielfache Weise feindli-

chen Umständen zu arrangieren. Heute beginnen wir zu begreifen, dass wir es sind, die die Welt gemacht haben und deshalb die Verantwortung für das Ergebnis übernehmen müssen. Die wohl schwierigste und schwerwiegendste Erkenntnis der jüngsten Zeit war es, dass der globale Klimawandel menschengemacht ist.

Für ein verantwortliches Handeln müssen wir zuallererst wissen, was wir tun. Eine andere Strategie, das Gesamt der Welt zu visualisieren, verfolgt das Worldmapper-Projekt (worldmapper.org). Wie bei Burson bilden globale statistische Daten den Ausgangspunkt, hier über Reichtum, Gesundheit, Nahrung, Bildung, Gewalt, Kommunikation, Verkehr und so weiter. Anhand dieser Daten werden die Territoriumsgrößen einer Standardweltkarte verzeichnet, um die Relationen abzubilden und auf einen Blick die jeweiligen Verteilungen sichtbar zu machen. Es entstehen aussagestarke Bilder nicht des Antlitzes des Menschen, sondern der Welt, die wir geschaffen haben.

Zum Beispiel ein Bild über die Einnahmen aus Urheberrechten und Patenten (siehe Karte 168¹): Darauf sind die USA zu erkennen, die mit 53 Prozent den Löwenanteil für sich verbuchen, einige westeuropäische Nationen und Japan. Die übrigen Länder der Welt sind zu Strichen zusammengeschnürt, kaum zu erkennen sind Lateinamerika, Afrika, der Asien-Pazifik-Raum. Gibt es dort keine Musik, kein Theater, keine Erfindungen? Natürlich gibt es sie, nur die Verwertung dieser Kulturgüter, selbst in der jeweils eigenen Region, wird von Unternehmen des Nordens dominiert. Alle machen Kultur, wenige machen damit Geld. Die neokoloniale Struktur der Welt wird auf einen Blick erkennbar.

Eine weitere Lösung für die Visualisierung nicht der gesamten Menschheit, aber doch des Ausschnitts, der für unsere Überlegungen von besonderer Bedeutung ist, der Internet-Weltbevölkerung, fand das US-Magazin Time. Regelmäßig kürt Time die Person des Jahres, 2006 jedoch gleich eine riesige Gruppe: die Gemeinschaft der Internetnutzer. »Dafür, dass Sie die Zügel der globalen Medien übernommen, die neue digitale Demokratie begründet und eingefasst haben, für umsonst arbeiten und die Profis in ihrem eigenen Spiel schlagen, dafür erklärt Time Sie zur Person des Jahres», schrieben die Herausgeber (Time 2006). Hintergrund sei das Web 2.0:

»(...) ein Werkzeug, um die kleinen Beiträge von Millionen von Menschen zusammenzubringen, so dass sie einen Unterschied machen. (...) Es geht darum, dass die Vielen den Wenigen die Macht abringen und einander helfen, ohne Bezahlung, und darum, wie das nicht nur die Welt verändern wird, sondern auch die Art, wie die Welt sich verändert.« (Ebd.)

1) worldmapper.org/display.php?selected=168.

Auf dem Titelbild war eine Spiegelfolie montiert. Jede Käuferin blickte sich im Massenmedium selbst an. Der Text dazu lautete: »Person of the Year. You. Yes, you. You control the Information Age. Welcome to your world.« Die Person des Jahres ist also ein Kollektiv und zugleich jeder Einzelne darin. Oder ist es vielmehr ein artifizielles Composite aus einer Milliarde Menschen, die tatsächlich nichts miteinander gemein haben, als das technische Medium, das sie für ihre jeweiligen Zwecke verwenden – so als würde man die Weltgemeinschaft der Autofahrer oder die der Raucher ausrufen? Dieses Kollektiv oder gar jeder Einzelne kontrolliert das Zeitalter der Information? Ein ganzes Zeitalter? Du? Ich? Und was ist mit den Anderen?

Eigentumsverhältnisse

Man mache sich nichts vor. Die Behauptung des Niedagewesenen kann nur aufstellen, wer nicht weiß, was früher dagewesen ist. Mitten im Feudalismus eine Demokratie begründen, eigene Werkzeuge und globale Medien schaffen und die Welt verändern – das beschreibt treffend die »Republic of Letters« der frühen Neuzeit. Dass die Lettern und Briefe heute im Gegensatz zum 17. Jahrhundert aus Bits bestehen, tut nichts zur Sache. Den weltumspannenden Dialog, den angeblich erst das Internet bewerkstelligt, hat bereits die kosmopolitische Gelehrtenrepublik oder *res publica literaria* eingeführt, auf die – sehr viel geschichtsbewusster als Time Magazine – die Bloggerkonferenz »re:publica« (re-publica.de) anspielt.

Um demgegenüber das Neue des Internets zu verstehen, muss man einerseits die Demokratisierung des Schriftgelehrtentums durch die allgemeine Alphabetisierung des 19. und andererseits die Kulturindustrie des 20. Jahrhunderts einbedenken, die erstere auf die fließbandartige Massenproduktion öffentlicher Kommunikationen reduziert hat. Nur vor dem Hintergrund multinationaler Medienkonzerne wie AOL Time Warner (2000 – 2003) ergibt die Behauptung einen Sinn, dass die Gemeinschaft der Internetnutzer die Zügel der globalen Medien übernommen und die Profis in ihrem eigenen Spiel geschlagen habe. Die Ironie, die darin liegt, dass die Profis im Print-Medium des Gatekeeper-Konglomerats den Internetnutzern sagen, dass sie ihre Macht übernommen hätten und mit ihrem eigenen Abgesang noch einmal ihre Auflagenzahlen in die Höhe schnellen lassen, ist diesen Profis vollständig entgangen.

Doch auch in Bezug auf das Internet ist das Abfeiern des Web 2.0 eine Geschichtslosigkeit. Ausgangspunkt ist das Universalmedium des vernetzten Computers, das von der Gelehrtenrepublik der Informatiker geschaffen wurde, und die kooperative Kultur zum Beispiel des Usenet, die es hervorgebracht hat (Hauben/Hauben 1996). Ausgangspunkt ist die Bewegung der

freien Software, die das Betriebssystem des Internets, GNU Linux, geschaffen und am nachhaltigsten die Mächtigkeit freier Wissenskooperation in einem von Softwarekonzernen bewirtschafteten Feld aufgezeigt hat (Grassmuck 2002a). Ausgangspunkt ist schließlich das World Wide Web, das die Demokratisierung öffentlichen medialen Ausdrucks eingeleitet hat und zu dem das Web 2.0 nichts als ein Nachtrag ist.

Schlüsselement für all diese Entwicklungen ist die Eigentumsfrage. Die Protokolle und sonstigen Grundlagentechnologien des Arpanet und des daraus hervorgegangenen Internets wurden in aller Bescheidenheit als Request for Comments (RFCs) veröffentlicht. Aufgrund des Sharing Spirit der Wissenschaftlergemeinschaft und seiner Kodifizierung in der öffentlichen Wissenschaftsförderung konnte niemand daran exklusive Schutzrechte erwerben. Sie gehören allen (vergleiche Grassmuck 2002a, 179 ff.). Tim Berners-Lee, der das WWW-Protokoll und die Auszeichnungssprache HTML am Europäischen Hochenergiephysikzentrum CERN entwickelt hatte, erklärte sie ausdrücklich für gemeinfrei und setzt sich seither im Rahmen des World Wide Web Consortiums gegen alle Versuche einer Privatisierung zur Wehr. »Ich wollte sicherstellen, dass das Web zu dem wurde, was ich ursprünglich beabsichtigt hatte – zu einem universellen Medium für die Freigabe von Information.« (Berners-Lee 1999, 129)

Das Rollenmodell für die lizenzvertragliche Absicherung der Wissensallmende hat jedoch die Bewegung der freien Software geschaffen. Hintergrund war die Erfahrung mit dem Computerbetriebssystem Unix. Als unternehmensinternes Werkzeug vom damaligen staatlich sanktionierten Telekommunikationsmonopol AT&T entwickelt, erhielten Informatiker in aller Welt Zugang dazu und beteiligten sich an seiner Weiterentwicklung. Als AT&T 1984 seinen Monopolstatus verlor, begann es, Unix als reguläres proprietäres Softwareprodukt zu vermarkten und damit auch all die Bestandteile, die die akademische Gemeinschaft beigesteuert hatte.

Richard Stallman, Betriebssystemexperte am Massachusetts Institute of Technology (MIT), zog daraus zwei Konsequenzen. Er begann unter dem Projektnamen GNU (GNU is Not Unix) Unix Stück für Stück nachzuentwickeln, um es für die freie Entwicklergemeinde zu erhalten. Und um sicherzustellen, dass es für alle Zeiten frei bleiben würde, schrieb er eine urheberrechtliche Lizenz, die »GNU General Public License« (GPL). Diese besteht aus vier Freiheiten und einer Bedingung:

- »0. die Freiheit, das Programm für jeden Zweck zu verwenden.
- 1. die Freiheit, den Quellcode zu studieren und zu verändern.
- 2. die Freiheit, Deinen Nachbarn zu helfen, i. e. die Freiheit, Kopien zu machen und sie an andere weiterzugeben.

3. die Freiheit, Deiner Gemeinschaft zu helfen, i. e. die Freiheit, veränderte Versionen zu veröffentlichen und zu verbreiten (...) vorausgesetzt, dass Du Deine Veränderung unter denselben Bedingungen freigibst.» (fsf.org/licensing/licenses/gpl.html)

Stallman hat damit die ethischen Normen der wissenschaftlichen Gemeinschaft über den freien Austausch von Wissen und die Freiheit, dieses zu verbessern und weiterzuentwickeln kodifiziert² und mit einer Auflage verknüpft: Wer auf den gemeinsamen Bestand an Software aufbaut, muss seine Veränderungen wieder an die Gemeinschaft zurückgeben.

Wie Felix Stalder treffend bemerkt, ist die GPL nicht nur eine Lizenz, »sondern eines der großen politischen Manifeste des 20. Jahrhunderts« (Stalder 2008). Programmierer, die sich der freien Software-Bewegung anschließen, verzichten weitgehend auf die Verfügungsrechte, die das Urheberrecht ihnen gibt, und schaffen damit die nachhaltige Basis für eine Wissensallmende: eine freiwillige Kooperation Gleichgesinnter in einer offenen, weltweit verteilten, selbstselektierenden, selbstorganisierenden und meritokratisch geschichteten Produzentengemeinschaft. Yochai Benkler, Rechtsgelehrter an der Yale-Universität, hat dafür den Begriff der »Allmende-basierten Peer-Produktion« geprägt (Benkler 2006, 60).

Die freie Software war somit vor allem ein konzeptioneller Durchbruch: Für ein Wir, das sich nachhaltig in freier Zusammenarbeit konstituiert, ist die Frage des Eigentums an Produktionsmitteln und den gemeinschaftlich erzeugten Produkten entscheidend. Zu dieser Erkenntnis sind auch andere schon lange vorher gelangt. Doch anders als jene hat Stallman erfolgreich bewiesen, dass es für die Lösung der Eigentumsfrage keiner gesamtgesellschaftlichen Revolution bedarf. Das unscheinbare Instrument einer Lizenzvereinbarung, die auf rechtssichere Weise das Copyright in ein Copyleft verkehrt, erzeugt eine Wissensallmende, und das mitten im Kernbereich der weiterhin kapitalistisch verfassten Informationsgesellschaft, der Software-Industrie.

Shared Spaces

Außer im Internet leben wir weiterhin auch im Stadtraum. Hans Monderman war Verkehrsplaner und Niederländer. Er hatte es mit Problemzonen zu tun, Unfallschwerpunkten, an denen bereits das ganze Arsenal von Ampeln, Geschwindigkeitsbeschränkungen, abgesetzten Fahrradspuren und so weiter

2) Robert Mertons erste von vier Säulen der wissenschaftlichen Ethik, Kommunismus, liest sich, mit geringfügiger Änderung, als sei sie von Stallman geschrieben (vergleiche Grassmuck 2002b).

im Einsatz war – vergeblich. Noch mehr der üblichen Instrumente konnte er nicht einsetzen. Also tat er das Gegenteil. Er schaffte sie sämtlichst ab. Heute kann man zum Beispiel im friesischen Drachten mit geschlossenen Augen auf die Straße treten, ohne überfahren zu werden.

Der öffentliche Raum ist im Wortsinn, wenn auch nicht im Sinne des Urheberrechts »Public Domain«. Was öffentlich ist, fällt nach bisheriger Auffassung in die Verantwortung und Regelungskompetenz nicht der Öffentlichkeit, sondern der öffentlichen Verwaltung. Die entwickelt, wie wir seit Max Weber wissen, ihre ganz eigene Sicht auf die Welt und auf sich selbst. Verkehrsplanung hieß bislang Separierung der Funktionen im öffentlichen Raum (Spuren für Fußgänger, Fahrrad-, Autofahrer, Zonen für Flanieren, Verweilen und so weiter) und eine Regulierung der Übergänge. Es entstanden abstrakte, global festgelegte Regeln und ein universal einsetzbares Instrumentarium aus Zeichen (Zebrastreifen, Schilder), Technik (Langsamfahrschwellen, Blitzer) und Gesetzen.

Ein »Shared Space«, so heißt das Konzept, das Monderman vor zwanzig Jahren entwickelt hat, hebt diese Trennung auf und gibt die Aushandlung an diejenigen zurück, die sich aktuell den öffentlichen Raum teilen. Die Ungeregeltheit lässt den Beteiligten gar nichts anderes übrig, als die Regeln lokal, ad hoc, auf Augenhöhe auszuschaun. Statt Ordnungsmaßnahmen herrschen Zuvorkommenheit, Höflichkeit, Rücksichtnahme. Unsicherheit erzeugt Sicherheit, so die orwellianisch anmutende These des kürzlich verstorbenen Monderman: »Wenn man die Leute ständig anleitet und behandelt wie Idioten, benehmen sie sich irgendwann auch wie Idioten« (zitiert nach Graalman 2008).

Und das Verrückte ist – es funktioniert. So überzeugend, dass jetzt die Europäische Union die Übernahme des Konzepts in anderen europäischen Städten fördert, darunter Bohmte bei Osnabrück. Seit Mai 2008 gibt es dort im Zentrum keine Ampeln, Mittelstreifen oder Verkehrsschilder mehr. Die Bürgersteige wurden eingeebnet. Entstanden ist eine große unstrukturierte Fläche. Ereigneten sich im Vorjahr auf diesem Abschnitt noch 43 Unfälle, gab es seit Einführung des Shared Space nicht einmal einen Blechschaden und die Verkehrsteilnehmer sind freundlicher und rücksichtsvoller geworden.

Das Beispiel gibt zu denken. So ist auch das Internet ein öffentlicher Verkehrsraum, den sich sehr unterschiedliche Verkehrsarten miteinander teilen: E-Mails, Video-Streams, Downloads, Internet-Telefonie und schnelle Klicks in Online-Spielen. Nach dem Prinzip der Netzneutralität werden bislang alle Datenpakete gleich behandelt. Derzeit wird diskutiert, die Netzneutralität aufzugeben. Die Netzbetreiber möchten Verkehrsströme separieren und mit verschiedenen Technologien regulieren. So sollen gegen Aufpreis bestimmte

Dienste bevorzugt befördert, andere gedrosselt oder, zum Beispiel Tauschbörsennutzung, ganz unterbunden werden.

Nachdem solche Maßnahmen sich in der Verkehrsplanung gerade als fataler Irrtum herausgestellt haben und abgeschafft werden, droht sich das Internet in die genau entgegengesetzte Richtung zu entwickeln. Natürlich handelt es sich um sehr verschiedene Verkehrsflüsse, dennoch lohnt sich die Frage, was aus den Erfahrungen des einen Shared Space für den anderen zu lernen ist. Oder allgemeiner: Können wir den weltweiten digitalen Wissensraum oder gar den Globus insgesamt als einen Shared Space begreifen, den wir alle gemeinsam nutzen?

Stallman und Monderman beschäftigen sich mit sehr verschiedenen Gegenstandsbereichen und sie tun das mit unterschiedlichen Zielen. Dem einen geht es um eine ergebnisorientierte Kooperation, dem anderen um eine gemeinsame, vielfältige, dynamische Nutzung des öffentlichen Raums. Sie treffen sich in der Strategie, die sie verfolgen: dem Wechsel von gesetzlichen Vorschriften zu Selbstorganisation. Der eine ging gegen das Urheberrecht an, das standardmäßig den Autor einer Software zum exklusiven Eigentümer macht, und schuf mit Hilfe einer freiwilligen Vereinbarung einen inklusiven Freiraum, in dem eine Ressource im Gemeinschaftseigentum nachhaltig genutzt werden kann. Der andere ging gegen den Schilder- und Paragrafenwald an, der Verkehrsteilnehmer gerade nicht zivilisiert, sondern das Gegenteil bewirkt.

Und noch etwas haben sie gemein: Sie stellen Common-Sense-Vorstellungen auf den Kopf, sie denken »out of the box«. Hier die Vorstellung des Menschen als homo economicus, der seinen privaten Vorteil über eine Zusammenarbeit mit anderen stellt und am besten in konkurrierenden Unternehmen auf einem Massenmarkt zu organisieren ist. Dort die Vorstellung, dass der Mensch, besonders wenn er mit einem PS-starken Gefährt bewaffnet ist, sich rücksichtslos seinen Weg bahnt und deshalb mit Vorschriften zu einem zivilen Verhalten gezwungen werden muss. Wer wie ein Idiot behandelt wird, benimmt sich wie einer. Beide schaffen es mit ihrer Umkehrung, einen »Common Sense« zu etablieren, einen Sinn für die Allmende, im Wissensraum und im Stadtraum.

The Poor Always Pay Back

In meiner Liste von Leuten, die den Common Sense auf den Kopf stellen, darf einer nicht fehlen. Einer, der so Großes geleistet hat, dass er dafür den Nobelpreis bekam. 1977 gründete Muhammad Yunus in Bangladesh die Grameen-Bank und hat seither Kleinstkredite in einer Gesamthöhe von fast vier Milliar-

den Euro an mehr als sechs Millionen arme Frauen vergeben. Das vermeintlich so hoch entwickelte Finanzsystem des Nordens versucht seit Jahrzehnten, über die Weltbank und andere Institutionen, dem Süden aus der Armut zu helfen, vergeblich. Jetzt lehrt umgekehrt ein Banker aus einem der am wenigsten entwickelten Ländern der Erde den Norden, wie er den Armen in seinen eigenen Reihen durch Mikrokredite helfen kann (grameen.de).

Der »Banker für die Armen« stellte gleich eine ganze Reihe von allgemeinen Grundannahmen auf den Kopf. »Kredite für wirtschaftliche Aktivitäten bringen nur ab einer bestimmten Größe etwas.« Tatsächlich vergibt die Grameen-Bank Kleinstkredite von oft nur zwanzig Euro. »Fürs Geschäft sind die Männer zuständig, die Frauen sind zuhause.« Tatsächlich vergibt die Grameen-Bank ihre Kredite an Frauen. »Die Armen zahlen ihre Kredite nie zurück.« Tatsächlich ist ihre Rückzahlquote mit 98 Prozent unvergleichlich höher als bei jeder konventionellen Bank. »Menschen sind unehrlich.«³ Tatsächlich stellen sie sich als vertrauenswürdig heraus, wenn man Vertrauen in sie setzt. Und Yunus' radikalste Umkehrung von allen lautet: Menschen sollten nicht Kunden von öffentlichen Versorgungseinrichtungen, einschließlich Banken und Telekommunikationsunternehmen sein, sondern ihre Eigentümer. Die Grameen-Bank befindet sich ebenso wie Grameen Phone im Besitz seiner Nutzer. Selbst ein Banker kommt, ganz ohne Umweg über eine sozialistische Ideologie, auf die Eigentumsfrage und ihre Lösung im Gemeinbesitz.

In dieser rückblickenden Zusammenfassung klingt all das einfach und vom überwältigenden Erfolg bestätigt. Die Langfassung (Yunus 2006) berichtet von einem langen, zähen Kampf gegen den Common Sense, also Vorurteile. Von seinen Kollegen in der Bankwelt bis zu den in muslimische Sitten eingebundenen Frauen selbst erntete Yunus völliges Unverständnis. Immer wieder ist er, genauso wie Stallman und Monderman, für verrückt erklärt worden. Das ist das Schicksal derjenigen, die eine verrückte Welt und ein verrücktes Menschenbild zurechtrücken wollen.

Banken gehen davon aus, dass Kreditnehmer sich mit ihrem Geld auf und davon machen. Deshalb binden sie sie in ein System aus Verträgen, Gesetzen, Anwälten, Polizei und Gerichten ein. Grameen hat das von Anfang an ausgeschlossen. Sein System geht davon aus, dass Menschen ehrlich sind. Es ist nicht auf rechtliche Instrumente gebaut, sondern auf Vertrauen (Yunus 2006, 70).

»When I visit center meetings, not only in Bangladesh but all over the world, in countries as diverse as Malaysia, the Philippines, South Africa,

3) Der Xerox-PARC-Forscher Mark Stefik begründete auf diesem Menschenbild seine Vision vom »Digital Rights Management« (DRM), das ähnlich wie der Zwang in der Verkehrsplanung technologisch eine Urheberrechtsehrlichkeit erzwingen sollte und sich wie jener heute als Irrweg erwiesen hat (Stefik 1996).

and the United States, I realize how resilient and creative human beings can be when given the chance.« (Yunus 2006, 66)

Mikrokreditsysteme haben sich von Bangladesh aus in der ganzen Welt und auch in Europa und den USA verbreitet. Organisationen im Besitz ihrer Mitglieder wie Grameen, NGOs, aber auch reguläre Banken haben das Modell übernommen. Das Internet bietet wiederum immense Vorteile dabei, Kreditgeber und -nehmer zusammenzubringen. Kiva (kiva.org) ist ein Beispiel dafür. Es vermittelt zinslose Kredite unabhängig von der Bonität der Kreditnehmer. »Kiva benutzt die Macht des Internets, um Eins-zu-eins-Verbindungen zu ermöglichen, die bislang prohibitiv kostspielig waren.« Eine gute Sache, wenn auch zuweilen unglücklich formuliert, zum Beispiel wenn es heißt: »Child sponsorship has always been a high overhead business.« Wie bei der Grameen-Bank geht es nicht um eine vollständige »Disintermediation«. *Kiva* arbeitet mit Mikrofinanzierungsinstitutionen und NGOs vor Ort zusammen, um die Transaktionen abzuwickeln, aber klassische Kreditinstitute werden umgangen.

Wiederum entsteht ein Shared Space, in dem Individuen sich auf Augenhöhe gegenseitig unterstützen. Wie Stallman und Monderman hat Yunus aufgezeigt, dass Menschen, wenn sie die Chance erhalten, ungeahnte Kreativität, Innovation und Kooperativität entfalten. Wenn es möglich ist, etwas so Heikles wie Bankkredite in Peer-to-peer-Manier, transparent, auf Augenhöhe zu organisieren, was ist dann nicht möglich?

Blogito ergo sum

Web 2.0 ist in erster Linie ein Hype, geschickt lanciert von dem Verleger Tim O'Reilly (2005) und aufgegriffen von Time Magazine, Ars Electronica und Startup-Kongressen allüberall. Der Zukunftsforscher Matthias Horx (2006) zum Beispiel behauptet in seinem Trendreport 2007, das Web 2.0 erschaffe Sozialstrukturen dritten Grades und mache kreativ. Er geht dabei von Second Life aus. Das allerdings hat inzwischen bereits das Schicksal anderer »Shrinking Cities« ereilt.

User Generated Content ist eine der zentralen und gänzlich gedankenfreien Web-2.0-Floskeln. Menschen haben Fotos gemacht, seit es Kodak gab, nicht erst seit Flickr. Auch dass sie ihre Äußerungen für alle Welt sichtbar publizieren, ist nichts Neues. Das begann in digitaler Form, seit es Time-Sharing-Rechner gab, also schon in den 1960er-Jahren, noch vor dem Internet. Mit dem bildeten sich weltweit verteilte Interessengemeinschaften, die Kultur der Usenet-Newsgrups und eine Vielzahl von Stämmen unterschiedlichster Ausrichtung.

Mit User Generated Content skandalisiert die Inhalteindustrie, dass normale Leute ohne besonderen Ausweis ihrer Befähigung nun etwas »generieren«, das diese selbst nie als »Content« bezeichnen würden, und damit in ein Territorium einbrechen, das die Medienkonzerne für sich reklamieren. Profis, die von der unsinnigen Behauptung verängstigt sind, Bürgerjournalismus und Blogs könnten die traditionelle Presse, Wikipedia gleich die halbe Wissenschaft überflüssig machen – und das auch noch für mau – tragen es als Abwehrschild vor sich her.

»Andere Arbeiten Lassen« (AAL) ist eine weitere Business-Floskel aus dem Web 2.0. Dabei ist sie nichts anderes als der Kapitalismus auf die knappste mögliche Formel gebracht. Neu ist nur, dass der Kapitalist diejenigen, die er für sich arbeiten lässt, noch bezahlt hat, während heute Google, Yahoo, Murdoch gänzlich ohne diese Verpflichtung an der Arbeit der Anderen verdienen.

Selbst die wohlmeinende Rede vom »Mitmach-Web« hält einer Überprüfung nicht stand. Wie eine Studie vom April 2007 zeigte, stellen nur 0,16 Prozent der Besucher von YouTube eigene Videos zur Schau. Bei Flickr ist das Verhältnis von aktiver zu passiver Nutzung ähnlich. Ausnahme ist die Wikipedia: Immerhin fast fünf Prozent der Besuche dienen hier dem Verändern von Einträgen (Tancer 2007).

Die neue Konfiguration aus Web-Plattformen, Techniken und Peripheriegeräten verstärkt allenfalls den generellen Trend zur Individualisierung und zu persönlichem öffentlichem Ausdruck. Newsgroups sind ein öffentlicher Raum. Man geht dorthin, wo andere über ein Thema reden, das einen interessiert, oder, wenn es diesen thematischen Raum noch nicht gibt, macht man ihn selbst auf und schaut, wie viele andere sich dazu gesellen. Ein Weblog ist primär ein persönlicher Ort. Andere können hineinschauen, kommentieren und verlinken. Die einen ähneln eher einer Kneipe, das andere einer Kiste in Speakers' Corner, allerdings mit einem Megaphon, das um den ganzen Globus hallt. Individualität vor Kollektivität, Ich vor Wir.

Dieses Ich ist allerdings tatsächlich »ermächtigt«, technologisch aufgerüstet. Es herrscht prinzipielle Waffengleichheit zwischen Individuen und den Mächtigsten dieser Welt. Ein Einzelner mit einem Video-Handy kann Politikerkarrieren beenden und Unternehmen erschüttern. Dazu zwei gänzlich Web-2.0-freie Beispiele.

1990 wurden Helen Steel und Dave Morris, eine Postbotin und ein Gärtner in London, von McDonalds wegen Verleumdung verklagt, weil sie in einem Flugblatt viele der Gräueltaten des Unternehmens kritisiert hatten. Die beiden weigerten sich, eine Unterlassungserklärung abzugeben. Stattdessen fingen sie an, mit Unterstützung von Aktivisten aus aller Welt Beweise und Zeugen zu sammeln, um die Wahrhaftigkeit der vermeintlich verunglimpfenden Behauptungen zu belegen. Das Gericht befand viele der Kritikpunkte für korrekt, ent-

schied aber trotzdem zugunsten von McDonalds. Steel und Morris verklagten daraufhin Scotland Yard, die Informationen an McDonalds weitergegeben hatten. Und dann gleich den britischen Staat vor dem Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte, weil britische Gesetze ein faires Verfahren verhindert hatten – beide Male erfolgreich (mcspotlight.org). Zwei hartnäckige Individuen und die Internet-Gemeinschaft, die schon 1995 die Auszeichnung von Time Magazine verdient hätte, bescherten dem multinationalen Konzern das größte PR-Fiasko aller Zeiten und halfen gleich noch, das britische Rechtssystem zu verbessern.

Im Jahr 2000 war der damalige britische Agrarminister Nick Brown die schleppenden und intransparenten EU-Agrarverhandlungen leid und verlangte von seinem Staatssekretär eine Liste der Top-Zwanzig-Empfänger von Agrarsubventionen in England. Nach langem Hin und Her produzierte dieser die gewünschte Liste und hielt sie Brown zehn Minuten lang zur Einsicht hin. Geben wollte er sie ihm nicht und er warnte den Minister davor, die Informationen öffentlich zu machen. Das verstoße gegen das Datenschutzgesetz. Jack Thurston, damals Berater von Brown, konnte ihm über die Schulter schauen und sah, dass die Liste von der königlichen Familie und multinationalen Konzernen angeführt wird. Nachdem Thurston seinen Beraterposten verlassen hatte, veröffentlichte er einen Bericht, in dem er die Subventionspolitik in Frage stellte und eine Offenlegung der Details forderte. Zeitgleich begann der dänische Journalist Nils Mulvad mit Hilfe des Informationsfreiheitsgesetzes die Herausgabe der dänischen Empfänger von Agrarsubventionen zu fordern. Auch er traf auf massive Widerstände, bis er beim dritten Versuch 2004 den Prozess schließlich gewann. Ein Jahr später trafen sich Journalisten aus verschiedenen europäischen Ländern, um ihre Informationen zu dem Thema auszutauschen. Daraus ging farmsubsidy.org hervor, ein paneuropäisches Netzwerk von Journalisten, die über die inzwischen überall verabschiedeten Informationsfreiheitsgesetze in Erfahrung bringen, wohin die 55 Milliarden Euro EU-Agrarsubventionen fließen, also mehr als vierzig Prozent des gesamten EU-Haushalts (Hencke 2007). Die bisherigen Ergebnisse sind verblüffend: überwiegend an den europäischen Hochadel und die Chemieindustrie. Da muss man sich fragen, ob wir wirklich in einer Informationsgesellschaft leben und nicht vielmehr, ohne es zu wissen, immer noch in einer feudalen Agrargesellschaft.

Im Unterschied zu diesen Beispielen für gruppenorientierte Initiativen drücken sich in Blogs Individuen aus. Die stehen in einem Eins-zu-eins-Dialog mit ihren Lesern, die sich punktgenau aus der ganzen Welt einfinden. Der Wirtschafts-Blogger Dave Taylor gibt in seinem Vorwort zum Buch eines Kollegen mit dem Titel »Blog Marketing – Der neue Weg zum Kunden« ein Beispiel:

*»Vor einiger Zeit veröffentlichte ich in meinem Blog die kritische Analyse eines Online-Unternehmens, das den Wechsel vom Gratis- zum Bezahl-dienst nicht eben vorbildlich handhabte, wie die negativen Kundenreaktionen zeigten – wobei es mir vor allem darum ging, die Möglichkeiten einer sensibleren Vorgehensweise zu diskutieren. Es dauerte nur gut eine Stunde, bis der Chef des Unternehmens mit einem Blogkommentar präsent war!«
(Wright 2006, 16)*

Als ein weiteres Beispiel sei das Video »Send me your stereotypes« genannt, in der Königin Rania von Jordanien die YouTube-Nutzer von Angesicht zu Angesicht anspricht und auffordert, gemeinsam gegen Vorurteile über die arabische Welt anzugehen (uk.youtube.com/watch?v=TFf897bUW2Y). Dass eine Königin sich in das persönliche Gespräch mit potenziell einer Milliarde Menschen begibt, ist bemerkenswert genug. Außerordentlich ist, dass daraus tatsächlich ein Dialog wird. Ihr Beitrag ist bislang anderthalb Millionen Mal angesehen worden und hat fast 6000 Textantworten und 84 Videoreaktionen erhalten, auf die Rania mit bisher neun weiteren Videobeiträgen geantwortet hat. Statt Rundfunken von massenwirksamen Botschaften entsteht ein individueller Dialog auf Augenhöhe. Wie in Mondermans Shared Space. Wenn sie die Chance erhalten, reden die Menschen miteinander, statt sich die Köpfe einzuschlagen. Die Beispiele ließen sich beliebig erweitern.

Doch auch hier stellt sich die Eigentumsfrage. Wer ein Video auf YouTube hochlädt, räumt dem Betreiber eine ewige und unwiderrufliche, sublizenzierte und transferierbare Lizenz ein, dieses Video zu nutzen, zu reproduzieren, zu verbreiten und abgeleitete Werke daraus zu erstellen, auch kommerziell, in jedem Medienformat und über jeden Medienkanal und das nicht nur im Zusammenhang mit YouTube selbst, sondern auch bei seinen Partnern (youtube.com/t/terms). Zwar steht dort auch – »zur Klarstellung« –, der Nutzer behalte seine Eigentumsrechte, doch das ist irreführend, denn mit dieser Lizenz kann YouTube frei darüber verfügen.

Noch problematischer sind die Rechte an den Informationen über sich selbst, die Nutzer freiwillig und unfreiwillig an YouTube oder den Mutterkonzern Google geben. In den Datenschutzzinformationen heißt es dazu, dass Informationen über die Nutzung von Kanälen, Gruppen und einzelnen Videos, über die Personen, mit denen ein Nutzer kommuniziert, die Häufigkeit und Größe von Datenübertragungen, die IP-Adresse, jeder einzelne Klick aufgezeichnet werden kann. Ist man angemeldet, werden diese Informationen mit dem persönlichen Account verbunden. Diese Information wird gespeichert, verfolgt, analysiert und ausgewertet, steht da zu lesen. Öffentlich sichtbare Information in den Diskussions- und Chatbereichen und auf der persönlichen Profilseite können ohnehin von jedermann gesammelt und ausgewertet

werden (de.youtube.com/t/privacy). Diese Bedingungen finden sich ähnlich auch bei anderen Google-Diensten, Yahoo, Amazon, Facebook, MySpace, Second Life und vielen anderen Kontributorenangeboten.

Kollektive Intelligenz

Web 2.0 ist der Himmel für das Datamining. Einer der ersten, der vor dem Hintergrund des Internets den Begriff »kollektive Intelligenz« aufbrachte, war Pierre Lévy, der 1995 von sozialen Organisationsformen schrieb, »die es uns erlauben, gemeinsam zu denken, unsere intellektuellen und geistigen Kräfte zu bündeln« (Lévy 1997, 14). »The Rise of Collective Intelligence. Decentralized Co-Creation of Value as a New Paradigm of Commerce and Culture«, unter diesem Titel fasste David Bollier (2007) eine aus Technologiefirmen, Web 2.0 und Wirtschaftsberatungsunternehmen hochkarätig besetzte Diskussion am Aspen-Institut zusammen. Genauer hätte es heißen müssen »The Raising and Harvesting of Collective Intelligence«, denn die Perspektive dieser Diskussion richtete sich top-down auf Fragen des Managements: Wie bekommt man die richtigen, »wertvollen« Leute dazu, ihre Zeit möglichst kostenlos auf die Lösung »interessanter« Fragen zu richten? Wie steuert man Gemeinschaften?⁴ Wie kann man die Selbstorganisation in der freien Software oder in Online-Spielen für unternehmensinterne Kooperation nutzbar machen? Wie kann man den Kunden in Innovations- und Vermarktungsprozessen nutzbar machen? Und schließlich: Welche neuen Techniken entstehen, um aus den riesigen Mengen an nutzergenerierten Daten für die Unternehmen aussagekräftige Informationen zu gewinnen? Letztlich ging es also nicht um ein neues Paradigma, sondern um ganz alte Fragen von kommerzieller Kultur.

»Collective Intelligence« ist auch der Titel eines Buches, das die Data-mining-Techniken zur Auswertung von Clickstreams, Social Bookmarks, Social Networks, Suchanfragen, Kaufverhalten, Produktempfehlungen, des gewaltigen Stroms von Informationen, den wir ständig bewusst oder unbewusst produzieren, wenn wir uns im Internet bewegen, detailliert beschreibt (Segaran 2007).

Auch hier wieder stellt sich somit die Eigentumsfrage und zwar auf zwei Ebenen: Zum einen in Bezug auf die Inhalte, die wir selbst ins Netz stellen, und die kollektiven Problemlösungs- und Ko-Kreationsprozesse, an denen wir uns beteiligen, zum anderen in Bezug auf unsere Personendaten.

4) Am deutlichsten Troy Pearsall, Vizepräsident von In-Q-Tel: »The challenge is to steward a community in a way that creates value – while ensuring that the community doesn't revolt« (Bollier 2007, 14).

John Kunzweiler, ehemaliger Seniorpartner von Accenture, gab in Aspen eine realistische Einschätzung ab: »In my business world, we care a lot about intellectual property, defending the brand, quality control, and so on. But with the newer businessmodels, the things I cared about might simply reflect an old guy's view of the world« (Bollier 2007, 24). John Seely Brown, Direktor Emeritus des Xerox PARC, ergänzte, dass in der heutigen partizipatorischen Kultur Produzieren und Konsumieren keine getrennten Aktivitäten mehr seien, sondern ein kontinuierlicher Fluss: »The assumption is that anything I produce will be built on by others, making for a remix, open source, blogging culture.« (Ebd., 30)

Das rechtliche Modell, das solche Prozesse Allmende-gestützter Peer-Produktion trägt, liegt, wie besprochen, mit der *GPL* vor. Das Creative-Commons-Projekt hat davon inspiriert die Software-spezifischen Bedingungen der *GPL* auf Inhalte jeder Art übertragen (creativecommons.org). Die verschiedenen Freilizenzen von *CC* werden heute auf Millionen von Websites verwendet. Die angebotenen Möglichkeiten, Freiheiten auf nicht kommerzielle Nutzungen einzuschränken, Werkveränderung auszuschließen, sogar die einfache Weitergabe zu beschränken, haben aber auch zum Teil heftige Kritik ausgelöst. *CC* sieht sich in einem explorativen Prozess auf unerforschtem Territorium und hat sich als lernfähig erwiesen. Einige der ursprünglichen Lizenzen von *CC* sind inzwischen wieder eingestellt worden (creativecommons.org/retiredlicenses). Ausgelöst durch diese Kontroverse hat sich ein weiteres Projekt der Vielzahl von Lizenzen für urheberrechtliche Inhalte angenommen und Kriterien für eine wirklich freie Freilizenzierung entwickelt (freedomdefined.org).

Freilizenzen schaffen einen eigenen Wissenskosmos, der kooperativ weiterentwickelt werden kann. Keine Antwort bieten sie für die Mehrheit der unter restriktiven Bedingungen kommerziell veröffentlichten Werke. Doch auch dafür sind die überkommenen Vorstellungen vom geistigen Eigentum, wie Kunzweiler bemerkte, nicht mehr zeitgemäß. Eine Lösung, die dem Wissensaustausch und der kreativen Kooperation eines globalen Wir angemessen ist, muss auf der Ebene globaler Gesetzgebung gefunden werden.⁵

Sehr viel problematischer ist die Frage nach Eigentum und Verfügungsrechten an Personendaten. Man erinnere sich an die Vision des umfassenden Datamining des ehemaligen Präsidenten des Bundeskriminalamts Horst Herold. Der Abgleich sämtlicher verfügbaren Datenbanken mit bestimmten Profilen ermöglichte die von ihm erfundene Rasterfahndung. Herolds »gesellschaftssanitäre« Vorstellungen ließen ihn imaginieren, dass es möglich werde

5) Ein Ansatzpunkt dafür ist die Access-to-Knowledge-Bewegung, nicht nur im Rahmen der UN-Weltorganisation für Geistiges Eigentum (WIPO):
en.wikipedia.org/wiki/Access_to_Knowledge_Movement.

zu wissen, wer ein Verbrechen begehen wird, noch bevor diese Person selbst es weiß. Seit den 1970ern haben sich die Technologien zur Auswertung großer Datenmengen weiterentwickelt und sind seit dem 11. September 2001 im Kampf gegen den Terrorismus zu neuen Exzessen getrieben worden. Zugleich sind die auswertbaren Datenmassen durch das Internet ins Unermessliche gewachsen.

»Lassen sich Datamining und Datenschutz in Einklang bringen?«, wurde beim Aspen-Roundtable gefragt. Antwort: theoretisch denkbar, praktisch nicht bewiesen. Datenschutz schränkt in jedem Fall die Effektivität von Data-mining ein. Für die Praktiken von staatlichen Sicherheitsorganen wurde auf Aufsicht und Kontrollen verwiesen und bizarrerweise vorgeschlagen, die Rohdaten automatisch von Computern auswerten zu lassen, ohne dass ein Mensch sie zu Gesicht bekommt (Bollier 2007, 42, 44). Wie weit solche Kontrollmechanismen in die privatwirtschaftliche Datensammelei hineinreichen, wurde nicht gefragt.

Persönliches Identitätsmanagement ist eines der brisantesten Probleme des entstehenden Wir. Wen lasse ich was in welchem Kontext über mich wissen? Wo reicht ein Pseudonym aus? Wie lassen sich staatliche Interessen (Vorratsdatenspeicherung) mit individuellen Bedürfnissen (anonyme Kommunikation) vereinbaren? Auf welcher Ebene ist Identitätsmanagement am besten anzusiedeln, beim Individuum, wo es aus Bequemlichkeit oft unterbleibt, bei dezidierten Institutionen unseres Vertrauens oder auf der niedrigsten Ebene der Internetarchitektur als eigene Identitätsschicht? Auf der der »Ich, Wir und die Anderen«-Tagung vorangegangenen »Ars Electronica« ist die »Privacy« verabschiedet worden, unter anderem, weil Menschen in Social Networks und Blogs ihr Persönlichstes öffentlich machen, aber auch weil Datenschutz ohnehin nicht mehr zu retten ist, es sei denn durch Überflutung mit Fake-Daten.⁶ Die Identifizierung von Menschen, Gruppen, Organisationen, von Wissen, urheberrechtlichen Werken, Objekten, Computern und anderen Geräten und Datamining sind zentrale Probleme, die bei der Entstehung der Welt als Shared Space zu lösen sind.

Vom Wir zum Ich und wieder zurück

Das 20. Jahrhundert hat eine massenförmige Sozialität hervorgebracht: Massenmedien, Massenkonsum, Massendemokratie, Massenparteien, Massengewerkschaften, Massentourismus, Massenuniversität, und so weiter und so weiter. Parallel dazu und als Reaktion darauf entwickelte sich die Individuali-

6) Goodbye Privacy, aec.at/delfestival2007/theme.asp.

sierung – ausgedrückt durch den bizarren Zwitter des »Massen-Individualverkehrs« – zu ihrem logischen Endpunkt. Wohlstand und Pille führen zur Einkeinfamilie, und auch die löst sich zu Ende des Jahrhunderts in ihre Bestandteile auf. Die Arbeitswelt verändert sich radikal. Richard Sennetts (1998) flexible Menschen, die ständig den Arbeitsplatz und Wohnort wechseln, die prekär und selbstständig Beschäftigten, die von zu Hause aus arbeiten, haben kaum eine Chance, ein Wir-Gefühl auszubilden. Dem entspricht die neoliberale Demontage öffentlicher Infrastrukturen zugunsten einer privatwirtschaftlichen Organisation. Der freie Markt über alles. Gegen jede Form von Kollektivierung richteten sich auch die neuen sozialen Bewegungen der 1970er- und 1980er-Jahre. Für ein selbstbestimmtes Leben! Autonomie aber subito! waren die Losungen der Zeit.

Nach diesem Trend zur Privatisierung – im Öffentlichen wie Persönlichen – schwingt das Pendel nun zurück, wie es auf dem Titel des jüngsten Berichts an den Club of Rome »Grenzen der Privatisierung. Wann ist des Guten zu viel?« zu sehen ist (Weizsäcker 2006). Ähnliche Tendenzen wie im großen Wirtschaftspolitischen zeigen sich auch im Privaten. Der flexible Mensch arbeitet immer noch bevorzugt selbstständig, aber schließt sich gerne mit anderen in Co-Working-Räumen zusammen, auch das eine Form des Shared Space. Und das Internet steht ohnehin für lockere, selbstgewählte Zusammenschlüsse in Communities. Nach dem Durchgang durch Vermassung und Privatisierung, Isolation, Anomie entstehen neue Formen von Zusammenschlüssen und Selbstorganisation, offenkundig andere als die Massenformen des 20. Jahrhunderts.

Christophe Aguiton und Dominique Cardon (2007), zwei Forscher bei France Telecom, haben vorgeschlagen, die Stärke von Web 2.0 in schwachen Kooperationen ex post zu sehen. Sie beziehen sich dabei auf Mark Granovetter, der entgegen des soziologischen Common Sense, dass schwache Verbindungen ein Ausdruck von Entfremdung sind, mit Durkheim argumentierte, dass die Auseinandersetzung mit einer Vielzahl verschiedener Gesichtspunkte wesentliche Voraussetzung für die soziale Konstruktion von Individualismus ist.

Das Ideal der neuen Form von Gemeinschaft ist nach Aguiton/Cardon (2007) freiwillige und organisierte Kooperation. In der bisherigen engen Kooperation entstehen im Zusammenschluss feste Rollen, Austauschmodalitäten werden definiert, gemeinsame Ziele festgelegt, ein Minimalkonsens, inhaltliche und programmatische Standards werden in Form eines Manifests, einer Vereinssatzung oder eines Parteiprogramms ausgedrückt.

Dem steht der neue kooperative Individualismus gegenüber. Einzelne tun etwas, laden zum Beispiel ihre Fotos auf Flickr oder schreiben einen Eintrag in Wikipedia. Die Verbindungen entstehen nachträglich. Andere ergänzen den

Wiki-Eintrag oder bewerten und taggen ein Foto auf Flickr. Die öffentliche Äußerung erlaubt es Gleichinteressierten, einander zu finden, einen Austausch zu beginnen und eine horizontale Kooperation einzugehen, ohne dass sie sich zuerst auf einen gemeinsamen Handlungsplan einigen würden. Es handle sich, schreiben sie, um eine neue Form von Identitätsbildung in individualistischen Gesellschaften. Das Web 2.0 sei charakterisiert durch solche schwachen persönlichen Beziehungen zwischen Individuen, aus denen Sozialität als ein sekundäres Phänomen emergiert.

Ihr eindrucksvollstes Beispiel stammt gar nicht aus dem Internet. Es geht um Face-to-Face-Zusammenkünfte, aber sehr im Geiste von Web 2.0: die Barcamps. Das erste fand im August 2005 statt. Wieder war Tim O'Reilly Geburtshelfer, wenn auch unfreiwillig. Er veranstaltete das jährliche »Foo Camp«, zu dem nur geladene Teilnehmer Zugang haben. Vor den Toren versammelten sich viele Leute, die keinen Zugang bekamen. Die organisierten spontan eine »Unkonferenz« ohne Trennung in Zuschauer und Vortragende, offen für alle, die sich und ihre Themen einbringen. Das Konzept geht zurück auf die Open-Space-Methodologie, die Harrison Owen 1987 entwickelt hat. Vorgegeben waren nur die Räume und ein leeres Ablaufraster, in das jeder sich eintragen konnte. Die Diskussionen, die Kooperationsprojekte (Web-2.0-Applikationen), die »Pressearbeit« in Form von Blogs, Fotos und Videos – alles entstand in spontaner Selbstorganisation. Die Idee des Barcamp hat sich in kürzester Zeit verbreitet. In Europa, Brasilien, Indien, Australien, überall werden sie mittlerweile abgehalten, und nicht nur im Web-2.0-Umfeld.

Das Internet hat nicht nur die heutige Form der Globalisierung, sondern auch Mechanismen zu seiner Selbstregulierung hervorgebracht. Anfangs war das vor allem die offene Technikergemeinschaft der Internet Engineering Task Force (IETF) (ietf.org). Mit dem Einzug von Unternehmen und staatlichen Stellen, die ihre Regulierungsvorstellungen mitbrachten, kam es zu einem Clash of Cultures. Die Vereinten Nationen nahmen sich des Konflikts an und organisierten ein großes globales Palaver, den »World Summit on the Information Society« (WSIS, Genf 2003 und Tunis 2005, itu.int/wsis). Das wichtigste Ergebnis davon ist ein offener Multi-Stakeholder-Prozess namens Internet Governance Forum (IGF) (intgovforum.org). Staaten, zwischenstaatliche Organisationen, Wirtschaft und Bürgergesellschaft tauschen sich darin über alle Fragen aus, die das Internet aufwirft wie Zugang, Offenheit, Vielfalt, Sicherheit. Auf Augenhöhe werden die Standpunkte der verschiedenen Akteure einander verständlich gemacht, die Bandbreite der Optionen herausgearbeitet, ohne Druck, Entscheidungen treffen zu müssen, wie in einer Dorfversammlung (Kleinwächter 2007, 10) und ganz ähnlich wie in einem Barcamp.

»The plural conversation on Internet Governance is one of the most innovative experiments in participatory practices in the contemporary supranational context currently underway.« (Padovani/Pavan 2007, 107)

Großstrukturen entstehen da und in dem Umfang, wie sie für erforderlich erachtet werden. Öffentliche Strukturen, die den Schutz der Schwächeren und die Sicherung der Teilhabe aller garantieren, sind weiterhin erforderlich. Ebenso erforderlich ist es, das ist im IGF Konsens geworden, das Wissen und die Kreativität der Vielen einzubeziehen. Die Hoffnung besteht, dass aus dem aufregenden Experiment des IGF ein Modell einer neuen Form der multilateralen Kooperation hervorgeht, um die Probleme einer globalisierten Welt anzugehen.

Internet und Web 2.0 sind globale Resonanzkörper. Ordnungen und Muster werden nicht erzeugt, sondern entstehen aus den Interaktionen vieler Einzelner. Was andere zum Mitschwingen bringt, schlägt Wellen. Das große Ganze wird also nicht elitendemokratisch deliberiert (wie Klaus Leggewie im Anschluss an Habermas auf der Vorgängerveranstaltung am ZKM sagte (Leggewie 2005)), staatlich oktroyiert oder marktwirtschaftlich auskonkurriert, sondern emergiert in einem Shared Space aus lokalen Interaktionen in schwachen Bindungen.

Wer, wenn nicht wir?

Es braucht also nur einen Raum, einen möglichst undefinierten Shared Space – ein Barcamp, eine Newsgroup, ein Wiki, den IGF, das Internet insgesamt – und Menschen finden sich zusammen, tauschen sich aus und arbeiten zusammen an Lösungen. Und das ohne Meinungsmacher aus den Massenmedien, Parteien, Gewerkschaften, ohne Vorschriften und Denkleitsysteme, die uns sagen, wo es langgeht. Stallman, Monderman, Yunus gehören zu denen, die überkommene Selbstverständlichkeiten auf den Kopf gestellt und den Eigentums- und Regulierungsfreiraum geschaffen haben, in dem Kooperation möglich wird. Wir können uns die sechs Komma sieben Milliarden Menschen vorstellen, weil wir sie sind und weil wir mächtige Instrumente entwickeln, um uns und unser Tun erkennen zu können. Deshalb kann die Forderung nicht lauten, Datamining abzuschaffen, sondern: Datamining für alle!

Wenn wir in freier Kooperation hochkomplexe Softwaresysteme, ein nicht weniger komplexes Bankensystem, das alles übertreffende Gefüge des Internets schaffen und die Kausalzusammenhänge des globalen Klimawandels entdecken können, was könnte uns aufhalten, die Verantwortung für die Welt zu übernehmen, außer wir selbst?

Verweise

<http://www.aec.at/de/festival2007/theme.asp>
<http://creativecommons.org>
<http://creativecommons.org/retiredlicenses>
<http://de.youtube.com/t/privacy>
<http://de.youtube.com/t/terms>
[http://de.youtube.com/t/terms, 6.C](http://de.youtube.com/t/terms,6C)
http://en.wikipedia.org/wiki/Access_to_Knowledge_Movement
<http://freedomdefined.org>
<http://www.fsf.org/licensing/licenses/gpl.html>
<http://www.grameen.de>
<http://www.ietf.org>
<http://www.intgovforum.org>
<http://www.itu.int/wsis>
<http://www.kiva.org>
<http://www.mcspotlight.org>
<http://re-publica.de>
<http://uk.youtube.com/watch?v=TFf897bUW2Y> 30.3.2008
<http://www.worldmapper.org>
<http://www.worldmapper.org/display.php?selected=168>

Literatur

- Aguiton, Christophe/ Cardon, Dominique** (2007): The Strength of Weak Cooperation: An Attempt to Understand the Meaning of Web 2.0. In: Communications & Strategies 65. 2007: 51–65, <http://ssrn.com/abstract=1009070>, letzter Zugriff am 11.08.2008.
- Berners-Lee, Tim** (1999): Der Web-Report. München: Econ.
- Benkler, Yochai** (2006): The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven/London: Yale University Press: http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf, letzter Zugriff am 08.08.2008.
- Bollier, David** (2007): The Rise of Collective Intelligence. Decentralized Co-Creation of Value as a New Paradigm of Commerce and Culture. A Report of the Sixteenth Annual Aspen Institute Roundtable on Information Technology. Washington, DC: <http://www.aspeninstitute.org/atf/cf/%7Bdeb6f227-659b-4ec8-8f84-8df23ca704f5%7D/C&S2007INFOTECHREPORT.PDF>, letzter Zugriff am 11.08.2008.

- Burson, Nancy** (1983): Mankind: http://www.nancyburson.com/pages/fineart_pages/earlycomps.html, letzter Zugriff am 11.08.2008.
- Galton, Francis** (1878): Composite Portraits. London: http://www.eugenicsarchive.org/eugenics/image_header.pl?id=2192&printable=1&detailed=0; siehe auch <http://www.medienkunstnetz.de/werke/composite-fotografie>, letzter Zugriff am 11.08.2008.
- Graalman, Dirk** (2008): Ampelfrei – schilderfrei – unfallfrei. Die niedersächsische Stadt Bohmte verzichtet auf Verkehrszeichen. In: *Süddeutsche Zeitung*, 25.07.2008.
- Grassmuck, Volker** (2002a): Freie Software zwischen Privat- und Gemeineigentum. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung: <http://freie-software.bpb.de/Grassmuck.pdf>, letzter Zugriff am 11.08.2008.
- Grassmuck, Volker** (2002b): Wissenskommunismus und Wissenskapitalismus. In: Weber, Karsten/Nagenborg, Michael/Spinner, Helmut F. (Hrsg.) (2002): 149–160, <http://waste.informatik.hu-berlin.de/Grassmuck/Texts/spinner-wissenskomm.html>, letzter Zugriff am 11.08.2008.
- Hauben, Michael/Hauben, Ronda** (1996): Netizens: On the History and Impact of Usenet and the Internet: <http://www.columbia.edu/~hauben/netbook>, letzter Zugriff am 11.08.2008.
- Hencke, David** (2007): So that's where the €100 billion went. A freedom of information campaign by journalists across Europe has paid off in spectacular fashion. In: *The Guardian* 22.01.2007: <https://secure.mysociety.org/admin/lists/pipermail/developers-public/2007-January/000541.html>, letzter Zugriff am 11.08.2008.
- Horx, Matthias** (2006): Trend-Report 2007. Soziokulturelle Schlüsselrends für die Märkte von morgen. Kelkheim: Zukunftsinstitut.
- Kleinwächter, Wolfgang** (Hrsg.) (2007): *The Power of Ideas: Internet Governance in a Global Multi-Stakeholder Environment*. Berlin: Marketing für Deutschland GmbH.
- Leggewie, Claus** (2005): Demokratie 2.0 – Wie kollaboratives Netzwissen Bürgerbeteiligung stärken kann. Vortrag im Rahmen der Tagung »Weblogs, Podcasting & Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen«, ZKM Karlsruhe, 23./24.09.2005: <http://www.zkm.de/medienundwirtschaft/media/mp3/leggewie.mp3>, letzter Zugriff am 11.08.2008.
- Lévy, Pierre** (1997): *Die kollektive Intelligenz. Eine Anthropologie des Cyberspace* (franz. Orig. 1995). Mannheim: Bollmann.
- O'Reilly, Tim** (2005): What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>, letzter Zugriff am 11.08.2008.
- Padovani, Claudia/Pavan, Elena** (2007): Diversity reconsidered in a global multi-stakeholder environment: insights from the online world. In: Kleinwächter, Wolfgang (Hrsg.) (2007): 99–109.
- Segaran, Toby** (2007): *Programming Collective Intelligence*. Sebastopol, CA: O'Reilly.

- Sennett, Richard** (1998): Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin: Berlin Verlag.
- Stalder, Felix** (2008): Das gesellschaftliche Potential des Open Source Modells, unveröffentlichtes Manuskript.
- Stefik, Mark** (1996): Letting loose the light: igniting commerce in electronic publication. In: Ders. (Hrsg.) (1996).
- Stefik, Mark** (Hrsg.) (1996): Internet Dreams: Archetypes, Myths, and Metaphors. Cambridge, MA: MIT Press.
- Tancer, Bill** (2007): Who's Really Participating in Web 2.0. In: Time, 25.04.2007: <http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1614751,00.html>, letzter Zugriff am 11.08.2008.
- Time Magazine**, 25.12.2006: <http://www.time.com/time/magazine/0,9263,1101061225,00.html>, letzter Zugriff am 11.08.2008.
- Weber, Karsten/Nagenborg, Michael/Spinner, Helmut F.** (Hrsg.) (2002): Wissensarten, Wissensordnungen, Wissensregime. Beiträge zum Karlsruher Ansatz der integrierten Wissensforschung. Opladen: Leske + Budrich.
- Weizsäcker, Ernst Ulrich von** (2006): Grenzen der Privatisierung. Wann ist des Guten zu viel? Bericht an den Club of Rome. Stuttgart: Hirzel Verlag.
- Wright, Jeremy** (2006): Blog Marketing – Der neue Weg zum Kunden. Heidelberg: Redline Wirtschaft.

Autor

Dr. Volker Grassmuck, geboren 1961, ist Soziologe und Medienforscher an der AG Informatik in Bildung und Gesellschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, wo er über geistiges Eigentum und die Zukunft der Arbeit in der Turing-Galaxis arbeitet (waste.informatik.hu-berlin.de/Grassmuck). Er ist freier Autor; Projektleiter des Informationsportals zum Urheberrecht iRights.info; Projektleiter der Konferenzserie »Wizards of OS« und Mitgründer der Initiative privatkopie.net. Als Autor veröffentlichte er unter anderem »Freie Software zwischen Privat- und Gemeineigentum«, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2002.