

Das Internet fördert die Demokratie

Warum die Menge intelligenter und effizienter als Eliten entscheidet

Von Ronnie Grob*

Die digitalen Techniken revolutionieren Gesellschaft und Medien. Der Autor des folgenden Beitrags argumentiert, dass dank dem Internet Demokratie und Wettbewerb gefördert werden.

Das Internet hat unser Leben in den letzten Jahren verändert wie keine andere Erfindung. Die online verbrachte Zeit steigt ständig an, am Bürotisch, am heimischen Schreibtisch und unterwegs, am Laptop und mit dem Mobiltelefon. Es vernichtet laufend Arbeitsplätze und schafft neue. Endlos ist die Liste der Branchen, die ihre Kunden ins Internet abwandern sehen. Vor allem betroffen sind Dienstleistungsbranchen, die sich als Vermittler und Berater zwischen das Produkt und den Kunden gestellt haben: Reisebüros, Buchläden oder CD-Läden. Betroffen sind, kurz gesagt, alle, die etwas anbieten, das es im Internet günstiger oder gar gratis gibt. Stark betroffen sind auch die Anbieter von Informationen, also die Medienbranche. Grund des Einbruchs sind technische Neuerungen.

Produktionsmittel demokratisiert

Der Einbruch erfolgte in einem ersten Schritt durch die Demokratisierung der Produktionsmittel, also durch das Aufkommen von Digitalkameras, Weblogs, Podcasts. In einem zweiten Schritt durch die Demokratisierung der Publikationsmittel, also durch kostenloses Hochladen von Fotos, Videos, Texten bei Portalen wie Flickr (Fotos) oder Youtube (Videos), durch Bloghoster wie Wordpress. Jeder, der will, kann im Internet Fotograf, Filmer, Schreiber, Radiomacher sein.

Die erdemokratischen Züge einzelner Webprojekte sind nicht zu übersehen. Ein englischer Fussballverein wurde im Jahr 2008 von über 21 000 Internetnutzern aus 70 verschiedenen Ländern für 600 000 englische Pfund aufgekauft. Die auf myfootballclub.co.uk organisierten Nutzer zahlten je 35 Pfund ein und besitzen nun 75 Prozent von Ebbsfleet United, deren erste Mannschaft in der fünften englischen Liga spielt. Die neuen Teilhaber nehmen Einfluss auf die Aufstellung, die Transfers, alle wichtigen Entscheidungen. Da nun plötzlich eine Menge Geld bereitsteht für Spielerkäufe, müsste der Aufstieg in die nächsthöhere Liga nur eine Frage der Zeit sein.

Das ist nur ein Beispiel von vielen, und ob der Wunsch, den vom Geld von Einzelpersonen abhängigen Profifussball zu

verändern, in Erfüllung gehen oder im Chaos enden wird, ist ungewiss. Man wusste auch nichts über die Erfolgchancen der 1998 gegründeten Suchmaschine Google, des Online-Lexikons Wikipedia (2001) oder von Youtube (2005). Doch diese Websites haben es geschafft, die Gewohnheiten der Menschen zu verändern. Nicht aller, aber doch vieler.

Die Weisheit der vielen

In der Diskussion darüber, wie Informationen hergestellt werden sollen, haben sich zwei Fronten gebildet. Auf der einen Seite sind die, die der Weisheit der vielen vertrauen: Sie glauben, dass sich die Inhalte in einem offenen Prozess bilden. «Die Weisheit der Vielen», im Original «The Wisdom of Crowds», ist ein 2004 erschienenes Buch von James Surowiecki, Journalist beim «New Yorker». Darin wird dargelegt, warum Gruppen Probleme effektiver lösen als Einzelne. In der Vorbemerkung zum Buch heisst es darum: «Die Menge entscheidet intelligenter und effizienter als der klügste Einzelne in ihren Reihen. Experten und Meinungsführer sind demnach Auslaufmodelle. Vorausgesetzt, die Gruppe ist gross und vielfältig, weiss, dass ihre Meinung zählt, und jeder Einzelne in der Gruppe denkt und handelt unabhängig.»

Auf der andern Seite stehen die Elitären: Sie glauben, eine gut gebildete Elite solle als Torwächter entscheiden, welche Inhalte in die Öffentlichkeit gelangen. Die Elitären weisen darauf hin, dass Inhalte, die lesenswert, verlässlich und verantwortungsbewusst sind, nicht einfach so entstehen, sondern dass für diese bezahlt werden muss. Sie weisen darauf hin, dass sie ihre Inhalte mit Fleiss und durch Nutzung der wichtigsten Quellen realisiert haben. Mit der Publikation sehen sie ihre Aufgabe abgeschlossen.

Für jene jedoch, die an die Weisheit der vielen glauben, wird die Geschichte erst von da an richtig spannend. Rund um den jeweiligen Inhalt bildet sich im Internet nämlich sofort ein Spektrum von Möglichkeiten - der Beitrag wird je nachdem modifiziert, bewertet, kommentiert, zitiert oder verlinkt. Entweder direkt am Ausgangspunkt oder auf anderen Websites, die ihn per RSS-Feed bei sich aufnehmen. Diese Aktionen haben einen Einfluss auf die Resonanz. Ob ein Beitrag den Nutzer erreicht, hängt davon ab, welchen Filter dieser anwendet.

Jeff Jarvis, Professor an der Graduate School of Journalism, sagt es so: «My readers know more than I do.» Durch die Rückmeldungen aus dem Internet hat der Inhalt die Möglichkeit, zu wachsen und so an Qualität zu gewinnen. Wer einen Artikel bei Wikipedia einstellt, kann erleben, wie das ganz ohne eigenes Zutun geschieht und möglicherweise gegen den eigenen Willen. Im besten Fall aber profitiert der Inhalt von Einwänden und Vorschlägen, die ohne dieses

weltumspannende Netz, bei dem jeder vor seinem Terminal sitzt und dort seinen Beitrag leistet, wo es ihm sinnvoll erscheint, niemals möglich gewesen wären. Zwar können zu viele Köche den Brei verderben, sie können ihn aber auch verbessern. Die Rückmeldungen ermöglichen Lernprozesse.

Das Internet erlaubt mehr Wettbewerb und mehr Demokratie. Mehr Wettbewerb darum, weil es mehr Produzenten gibt. Mehr Demokratie darum, weil alle ihren Einfluss geltend machen können, unabhängig von Herkunft, Kontostand, Beziehungsnetz. Wer seine Stimme erhebt, erreicht durch das Internet die zumindest potenzielle Weltöffentlichkeit. Dank Filtern, denen ausgeklügelte, bis jetzt noch im Frühstadium befindliche Bewertungsmechanismen zugrunde liegen, hat Qualität, so individuell sie auch bewertet wird, mehr Chancen denn je, sich durchzusetzen.

Die mit dem Internet ausgelöste Revolution kommt von unten: initiiert von Informatikern, zum Teil aus Entwicklungsländern, aufgenommen von frühzeitigen Anwendern aus der ganzen Welt und kommerziell unterstützt von Investoren. Oder von Spendern, wie bei der Wikimedia, dem Verein hinter der «freien Enzyklopädie».

Obama als Avantgardist

Die Elite kann mit den neuen Möglichkeiten täglich neu zusammengestellt werden. Haben sich nicht alle Revolutionäre immer gewünscht, dass die Macht verteilt wird? Dass niemand alleine die Führung der Welt übernimmt, sondern wir alle gemeinsam? Nun ist die Möglichkeit durch die technologische Innovation da, und sie wird genutzt werden. Es ist nicht mehr die Ohnmacht des Einzelnen gegenüber dem System, sondern das genaue Gegenteil. Barack Obama ist der erste Präsident dieser Bewegung, die sich nicht klar umreissen lässt, sich aber mit Entschiedenheit einer bedingungslosen Transparenz verschrieben hat. Etwas anderes erlaubt das Internet gar nicht.

* Der Autor ist Blogger (blog.ronniegrob.com; medienlese.com).