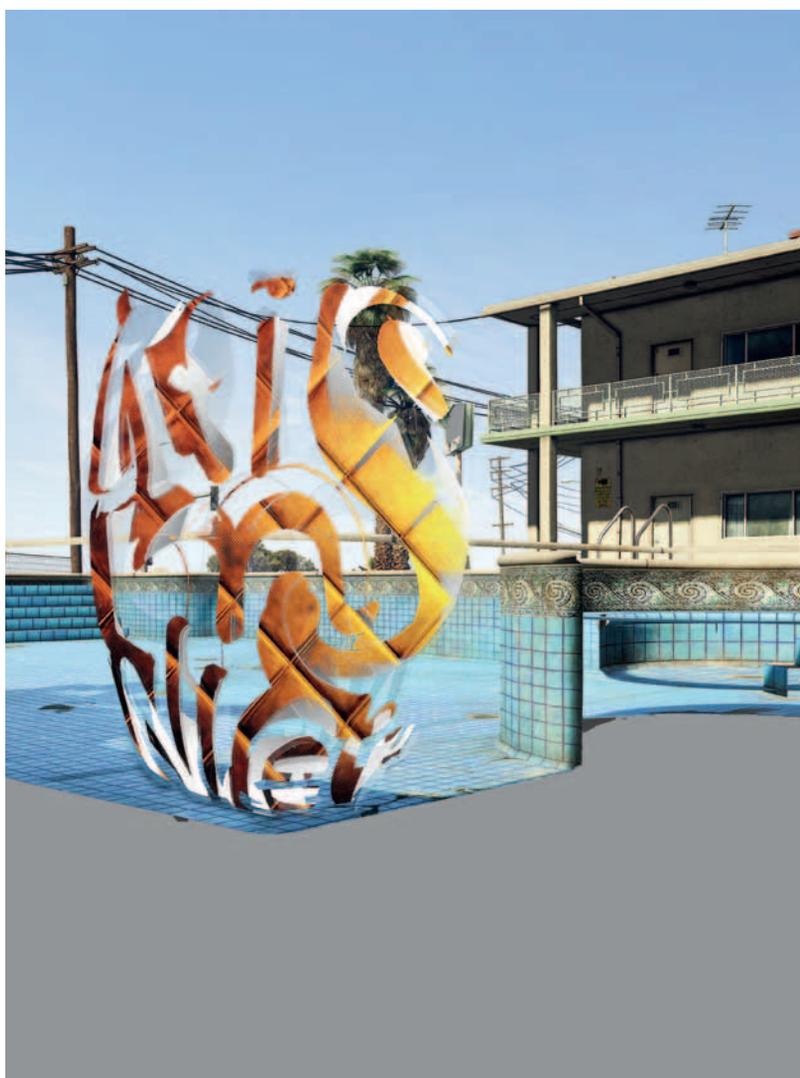


# Digitalisierung heute

## WERT UND LEGITIMATION

von Roland Schappert



Raphael Brunk & Roland Schappert, *REISE INS NICHTS*, 2017, lichtechter Druck, 160 × 120 cm, © R. Brunk & R. Schappert und VG Bild-Kunst, Bonn 2017

## 1. SCIENCE FICTION – FREUDE ODER ANGST

Nie mehr im Stau zu stehen. Was ist Ihnen das wert? Die Idee der Navi-App FREIFAHRT DELUXE verspricht freie Fahrt, leitet aber nicht zahlende Verkehrsteilnehmer direkt in den unvermeidlichen Feierabendstau. Wer spontan nachzahlt, kann eine Ausweichroute wählen. Wer nicht updatet, wird dauerhaft verstaubt. Je mehr Nutzer, desto präziser die Vorhersagen. Wer kein Carsharing nutzt, zahlt mehr. Die Zukunft bietet viele Wahlmöglichkeiten. Warum sollte freie Fahrt nichts kosten?

Vielleicht reisen Sie bald gar nicht mehr selbst, sondern schicken einen Replikanten, ausgestattet mit eigenem Willen und Gedächtnis. Wir können heute schon Double Robotics als Fernarbeiter und Stellvertreter-Reisenden nutzen, uns alternativ an unzähligen Orten bewegen, sehen und hören, was dort vor sich geht.

Die Verschmelzung von Mensch, Sensorik, Kamertechnik und Computer sowie die Ablösung des Menschen durch Cyborgs, denkende und sich selbst erschaffende Maschinen und Replikanten gelten schon lange als große Themen des Science-Fiction-Genres und unzähliger Filme bis hin zu Blade Runner und Matrix. George Orwell veröffentlichte 1949 seinen dystopischen Roman Nineteen Eighty-Four. Seitdem wissen wir, dass der nahezu perfekten Überwachung durch Maschinen und Computer nicht mehr zu entkommen ist: „Der Apparat, ein sogenannter Televisor oder Hörsehschirm, konnte gedämpft werden, doch gab es keine Möglichkeit, ihn völlig abzustellen.“<sup>1</sup>

Isaac Asimov (1920–1992), russisch-amerikanischer Biochemiker und einer der bekanntesten Science-Fiction-Autoren seiner Zeit, hinterließ seine berühmten drei zukunftssträchtigen Robotergesetze, nach denen Maschinen nicht nur vorrangig zum Nutzen und Schutz des Menschen geschaffen werden, sondern schließlich auch um ihrer selbst willen. In seinem Essay Der Mythos der Maschine von 1978 beschrieb Asimov die Zweischneidigkeit des technologischen Fortschritts. Neben der optimistischen Haltung zur Technik äußerte Asimov am Ende seines Textes: „Sicher ist die große Angst nicht, dass die Maschine uns Schaden zufügt – sondern, dass die Maschine uns ablöst. Es ist nicht die Furcht, dass sie uns geistig verarmen lässt – sondern, dass sie uns überflüssig macht.“<sup>2</sup>

In unserer Gegenwart sehen sich nun viele Menschen in der Zwickmühle, einerseits Angst vor unwiderstehlichen Veränderungen durch technologischen Fortschritt zu haben, andererseits den Neuerungen immer wieder freudig hinterherzulaufen: „Tatsächlich ist der Reiz neuer technischer Spielereien für viele unwiderstehlich.“<sup>3</sup> Darüber stülpt sich inzwischen für viele die Angst, durch eine nie da gewesene

Entfesselung technologisch getriebener Produktivität, durch Digitalisierung, Vernetzung und Automatisierung mit Hilfe neuester Computertechnik, Robotik und künstlicher Intelligenz den Arbeitsplatz und die eigene Identität zu verlieren.

## 2. DIGITALE TRANSFORMATION ALS EXPONENTIELLER FORTSCHRITT

Vernetzungen wie das World Wide Web sowie exponentieller Fortschritt bei der Computerproduktion und elektronischen Datenverarbeitung haben uns ins Zeitalter der digitalen Transformation versetzt. Der Dreischritt der Digitalisierung, Vernetzung und Automatisierung scheint die Richtung vorzugeben bis zur Implementierung des Internets der Dinge im Zuge einer weiteren Mobilisierung und Vernetzung. Das Mooresche Gesetz (Moore's Law) besagt, dass sich seit den 1960er Jahren die Integrationsdichte und Leistung neuer Computerbauteile, die für die Rechengeschwindigkeit der Prozessoren und Kapazität der Speichermedien verantwortlich sind, im Durchschnitt alle 12–24 Monate verdoppeln. Inzwischen streitet man darüber, ob oder wie lange die Vorhersagen von Gordon Moore noch zutreffen.

Uns Menschen fällt es schwer, logarithmische Skalierungen exponentieller Wachstumsreihen zu erfassen. Beliebt ist die Veranschaulichung anhand der stetigen Verdoppelung einer Anzahl Reiskörner auf einem Schachbrett. Mit einem Reiskorn angefangen, würde auf dem letzten Spielfeld eines 64 Felder umfassenden Schachbretts die Last von 18 Trillionen Reiskörnern ruhen. Damit würde dieser Haufen allerdings auch den Mount Everest überragen.<sup>4</sup>

In ihrem Buch The Second Machine Age von 2014 schreiben Erik Brynjolfsson und Andrew McAfee: „Für uns bricht eine Ära an, die nicht nur anders wird: Sie wird besser, weil wir neben der Vielfalt auch das Volumen unseres Konsums steigern können.“<sup>5</sup> Die beiden Fortschrittsdenker vom MIT Center for Digital Business erwarten ein „Zeitalter der Fülle anstelle des Mangels“. Ihre optimistische Vision: Digitale Technik könne eine immer größere Auswahl bereitstellen und damit Nutzern mehr freie Entscheidungsmöglichkeiten bieten und Einschränkungen beseitigen. Sie verweisen darauf, dass digitale und digitalisierte Güter von grundsätzlich anderer Beschaffenheit sind als physische. Digital erschaffene Güter sind, wie der Soziologe und Ökonom Jeremy Rifkin sagen würde, ein Segen für Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft, „wenn die Produktionskosten eines zusätzlichen Gutes oder einer Dienstleistung nahezu null sind“<sup>6</sup>. Rifkin führt in seiner Vision des sich selbst überlebenden Kapitalismus von 2014 fort: „Eine Nahezu-null-Grenzkosten-Gesellschaft ist der Zustand optimaler Effizienz, was die Beförderung des Allgemeinwohls angeht, und damit der Triumph des Kapitalismus schlechthin.“



Sebastian Krauss & Roland Schappert, *NICHT MAL ZEIT FÜR RAUM*, 2017,  
Bildmontage Nurogames GmbH, © R. Schappert und VG Bild-Kunst, Bonn 2017

Sein Augenblick des Triumphs freilich markiert auch sein unausweichliches Verschwinden von der Weltbühne.<sup>7</sup> Rifkin zeigt sich überzeugt davon, dass kapitalistisches Profitstreben und das hierzu notwendige Wettbewerbsparadigma für Produkte und Preisgestaltung auf den freien Märkten ans Ende kommen, sobald die Produktionskosten durch technologischen Fortschritt so niedrig gehalten werden können, dass Investitionen und gegebenenfalls beabsichtigte Monopolbildungen der Kapitals-eigner nicht mehr durch ausreichende Profite gedeckt werden.<sup>8</sup> So lässt sich Rifkins Science Fiction als Clash des Kapitalismus lesen.<sup>9</sup>

### 3. INFORMATIONS- UND FILTERBLASEN

Falls zutreffen sollte, dass zahlreiche Menschen bewusst einseitige Ansichten oder sogar falsche Informationen aus dem Internet abgreifen, um sich in ihrer eigenen Haltung und Überzeugung kritik- und alternativlos bestätigt zu fühlen, dann führt dies zu einer verzerrten, beschränkten und eindimensionalen Weltansicht. Durch die mediale Vielfalt und das grenzenlose Informationsüberangebot im Internet kann sich ein User derart seine eigene Informationswelt kreieren und anhand seiner persönlichen Suchgeschichte immer weiter in eine Informationsblase hineinversetzen.

Der Polit- und Internetaktivist Eli Pariser ging dem Begriff Filterblase in seinem Buch *The Filter Bubble* von 2011 ausführlich nach. Filterblasen entstehen, wenn Betreiber von Webseiten mit speziellen Algorithmen versuchen, vorauszusagen, welche Informationen der Benutzer auffinden möchte – oder wenn Konkurrenz-Seiten abgeblockt werden, um den User auf der eigenen Website mit deren bevorzugten Angeboten oder zumindest im Verbund mit Partnern zu halten. So besteht das Risiko einer Fragmentierung des World Wide Web und der Isolation gegenüber Informationen und Websites, die nicht mit den Ansichten und dem Standpunkt des

Benutzers oder den Interessen des in Anspruch genommenen Online-Dienstes übereinstimmen. Die ständig sich weiterentwickelnden Algorithmen von Googles seit 2009 personalisierter Suchmaschine mit nach Relevanz geordneten Trefferlisten und der personalisierte News Stream von Facebook gelten als Paradebeispiele einer algorithmischen Verwaltung des Wissens. So werden komplexe Informationen, der Reichtum gegensätzlicher Angebote, deren Sortierung sowie die Ergebnisanordnungen auf Suchanfragen aus Eigeninteresse der Anbieter kanalisiert, manipuliert oder reduziert. Da die Datenmengen im Internet derart groß sind und weiter wachsen, kann jedoch kein Suchender auf leistungsfähige Filtermechanismen verzichten. Die Kriterien für die Vorauswahlen und Rankings, ihre Verwendungszwecke, die freie Auswahl dieser Mechanismen sowie die völlige Transparenz der Funktionsweisen sollten jedoch ausschließlich von der Nutzerseite aus kontrolliert werden können, damit die User keine unbeabsichtigten Selektierungen, Informations- und Filterblasen erhalten.

### 4. DOMINANZ RELATIVER BEWERTUNGEN AUCH IN DER KUNST

Eine absolute Bewertung beruht auf einer Relation aus Bedürfnis oder Anforderung und bekannter Leistung sowie Preis. Wenn beispielsweise ein potentieller Kunde, Käufer oder Nutzer über spezifische Leistung, Eigenschaften und Qualität eines Produktes oder einer Dienstleistung genau informiert ist, vertraut und den Preis akzeptiert, kann er in Abstimmung zu den Anforderungen seines Bedürfnisses der Nutzung oder einem Kauf zustimmen. Was passiert aber, wenn der Kunde nicht so genau Bescheid weiß, seine eigenen Bedürfnisse und Anforderungen an das gesuchte Produkt unspezifisch sind oder die detaillierte Informationsbeschaffung zu mühsam? Dann verlässt er sich in der Regel auf Rankings, die auf relativen Vergleichen und Algorithmen beruhen.



Online-Anbieter, Suchmaschinen und automatische Filter leisten solchen Rangordnungen Vorschub, aber auch standardisierte Testberichte, Qualitätsnachweise und Kundenbewertungen, insofern sie mit Tabellen und Zahlen dargestellt werden. Viele Autoren haben sich in den letzten Jahren mit den Prinzipien der Algorithmen, die die Anordnungen der oftmals personalisierten Suchergebnisse erzeugen, den Metadaten und der „neuen digitalen Ordnung“ auseinandergesetzt: „Ein Suchergebnis artikuliert keinerlei interpretatives Bezugfeld, sondern einzig einen Zusammenhang zwischen einer aktuellen Anfrage und dem ständig wandelnden Korpus an Material, hergestellt durch sich ebenfalls ständig ändernde Suchalgorithmen.“<sup>10</sup> Gerade weil die digitalen Datenbanken viele verschiedene Anordnungen mehr oder weniger frei kombinierbarer Informationselemente liefern, stellen sie für Felix Stalder in seinem Buch *Kultur der Digitalität* von 2016 „kaum mehr einen Rahmen zur Verfügung, um das Gefundene sinnvoll zu interpretieren.“<sup>11</sup> Des Weiteren kommt es in diesem Zusammenhang der relativen Bewertungen auch zu Netzwerkeffekten, die entstehen, wenn Nutzungsinteresse oder Kaufbereitschaft einer Person von der Zahl der Nutzer dieses Produktes oder Dienstleistung abhängen.

So lassen relative Bewertungen auch nur auf relative Leistungen rückschließen, da ihnen der Bezug zu konkreten, inhaltlich unterschiedenen, absoluten Anforderungen und Bedürfnissen fehlt. Das ermöglicht erhebliche Skaleneffekte: „Geht es den Verbrauchern in erster Linie um relative Leistung, dann kann ein Quäntchen mehr Geschick, Engagement oder Glück einen tausend- oder gar millionenfachen Unterschied beim Ertrag ausmachen.“<sup>12</sup> Dies scheint auch auf Bewertungen im kulturellen Bereich und im Kunstbetrieb zuzutreffen, obwohl hier Reputationszuweisungen zunächst als weitere Leistungs- und Qualitätsnachweise gelten. Sie zeugen von Expertentum sowie Urteilskraft und wirken als Signal für Beobachter, Publikum und potentielle Käufer, um sich überhaupt einem Produkt oder

einer kulturellen Erfahrung aussetzen zu wollen. Kulturelle Güter und Kunstwerke werden somit jedoch auch nicht aus sich heraus als interessant betrachtet oder mit einem ideellen Wert bemessen, sondern geraten in direkte Konkurrenz zu anderen Gütern und Werken. Ihre Urheber werden zu Kontrahenten, die sich dem vermeintlichen Leistungsvergleich von Kunstwettbewerben, Ausstellungsverzeichnissen, Rankings und der Inszenierung der Erfolgsmeldungen zu stellen haben. Der französische Soziologe Pierre-Michel Menger bezeichnete dies 2002 in seinem Buch *Kunst und Brot*. Die Metamorphosen des Arbeitnehmers als den „Börsenwert der modernen Künstler“<sup>13</sup>, der von einem „kultisch betriebenen Kunstbusiness“ zu einem „Qualitätssignal überhört“ werde. So verlagern sich ideelle und ästhetische Wertzuweisungen auf Erfolgsmeldungen sowie spontane Bewunderungsbekundungen für jede Art von Sieger. Es verbleiben unzählige relative Vergleiche nach dem Motto „besser oder schlechter“, ohne die Möglichkeit, einen individuellen Wert oder die Einzigartigkeit eines „Werkes“, einer kreativen Leistung, Lösung oder eines Talents erkennbar bezeichnen zu können.

In Bezug auf die Kriterien, die einen großen Erfolg wahrscheinlicher werden lassen, heißt es bei Menger lapidar: „Das Kräfteressen beruht auf mehreren Erfolgsfaktoren – Arbeit, Talent, Glück“<sup>14</sup>, wobei Talent bei Menger nicht als angeboren, sondern als Kapital an Kenntnissen, Techniken sowie individuell erarbeiteten Eigenschaften bezeichnet wird. Bestsellerlisten, Rankings und die mediale Aufbereitung der zu Höchstpreisen ersteigerten Kunstwerke gelten Menger als „harmlose Messinstrumente, mit denen Talente und die Höhe ihrer Vergütung einer Wertung unterzogen werden“<sup>15</sup>, die dem außenstehenden Beobachter einen „faszinierenden, märchenhaften Aufstieg“<sup>16</sup> suggerieren. Diese kriterienarmen sowie relativen Vergleiche und Aufbereitungen dienen dabei auch der Rechtfertigung einer „Inszenierung spektakulärer Ungleichheiten“<sup>17</sup>.



## 5. EPISODISCHE GEMEINSCHAFTEN

Felix Stalder prägt in seinem Buch *Kultur der Digitalität* den Begriff der Gemeinschaftlichkeit im digitalen Zeitalter und grenzt ihn unter Bezugnahme auf Ferdinand Tönnies von den Begriffen Gemeinschaft und Gesellschaft ab. „Das wesentliche Merkmal der Gesellschaft, so Tönnies, ist die Trennung der Mitglieder voneinander. Sie stimmen ihr Handeln zwar aufeinander ab, verfolgen dabei jedoch partielle, kurzfristige und persönliche Ziele.“<sup>18</sup> Demnach werden in einer Gesellschaft verschiedene Lebensbereiche voneinander getrennt betrachtet, was allerdings auch zur Atomisierung der Gesellschaft führen kann. Enge soziale Bindungen und Verpflichtungen, wie sie beispielsweise in dörflichen oder familiären Gemeinschaften bestehen, sind nicht charakteristisch für gesellschaftliche Verhältnisse. Unter seinem eigenen Begriff Gemeinschaftlichkeit versteht Stalder neue

gemeinschaftliche Formationen, „die Kultur, also geteilte Bedeutung, hervorbringen.“<sup>19</sup> Denn das eigentliche „Subjekt der Kulturproduktion“ sei „unter den Bedingungen der Digitalität nicht der Einzelne, sondern die nächst größere Einheit.“<sup>20</sup> Im Informationschaos der überbordenden Netzgesellschaft ist jeder Einzelne überfordert, neue Bedeutungen beständig hervorzuheben und zu verbreiten. Es bedarf viel mehr einer permanenten gemeinschaftlichen Bestätigung, damit eine mögliche Neuerung auch eine kulturelle Relevanz erfährt. Individualisierung, die Produktion von Differenzen und die Versuche ihrer Kommerzialisierung seien allgegenwärtig, so dass nur noch temporäre gemeinschaftliche Formationen kulturelle Einheiten, also geteilte Bedeutung, hervorbringen könnten.<sup>21</sup> Dies geschieht nach Stalder durch informellen, aber strukturierten Austausch, durch unablässige Kommunikation, die erst zur Sichtbarkeit führt, „wobei nicht der Einzelne

bestimmt, was gelungene Kommunikation ist, was einen Beitrag zur gemeinschaftlichen Formation darstellt<sup>42</sup>. Denn über Gelingen oder Misserfolg entscheidet der permanente Strom des positiven, negativen oder ausbleibenden Feedbacks. So bilden die Motive des Eigennutzes und des Gemeinschafts-sinns keine Gegensätze mehr, sondern bedingen sich gegenseitig. Da die Kultur der Digitalität zumindest in den sozialen Netzwerken immer mehr auf die Funktion externer Experten und Kritiker verzichtet, verlagern sich die Konstitutionen von Singularität und die von Gemeinschaftlichkeit umso mehr auf relationale Beziehungen und Positionierungen: Jede Zustimmung von anderen verbessert die eigene Position im Netzwerk. Man kann dies auch als vernetzten Individualismus bezeichnen.<sup>23</sup> Roberto Simanowski beschreibt dieses Phänomen in seinem Buch Facebook-Gesellschaft im Kapitel Fremde Freunde so: „Die Stärke der ‚schwachen‘ Beziehungen liegt darin, dass ihre Subjekte durch nichts mehr verbunden sind als ihr Verhältnis: Beziehungen um der Beziehung willen, das interesselose Wohlgefallen am Mitteilen.“<sup>24</sup>

Jeder Wunsch nach Aufmerksamkeit und Anerkennung scheint sich in den digitalen Netzwerken, Medien und Plattformen einer permanenten Selbstvergewisserung auszusetzen, indem er sich als Spiegelung und Bestätigung in wechselnden Communities und Gemeinschaften erfährt. Das Subjekt konstituiert sich und erfährt seine Wünsche damit nicht in Abgrenzung zu anderen Subjekten und im zeitlichen Entwurf über die Gegenwart hinaus, sondern in ständiger Relation zu anderen Subjekten anhand geteilter Aneinanderreihungen reflexionsfreier Episoden.

Im Kontext der Kunst mit digitalen Mitteln und neuen Medien findet sich häufig folgendes Vorurteil: Es lassen sich zurzeit kaum neue spezifische Themen und individuelle Sichtweisen ausmachen, dafür aber umso mehr Anzeichen einer gemeinsamen Mediennutzungspraxis. Produzenten und Rezipienten, die oftmals im Spielfeld der Virtual und Augmented Reality zum Prosumenten vereint erscheinen, beschäftigen sich mit neuesten technologischen Entwicklungen. Sie versuchen mehr oder weniger weit in die Nutzeroberflächen und Programmcodes einzudringen, um ihre persönlichen Eingriffe und künstlerischen Interventionen erfahrbar und für andere erlebbar zu gestalten. Es scheint allerdings nicht einfach zu sein, in Zeiten andauernder technologischer Innovationen und Weiterentwicklungen, neue künstlerische Sprachen, persönliche Sichtweisen und eigene Inhalte zu entwickeln und längerfristig ein Alleinstellungsmerkmal zu verschaffen. Felix Stalder beschreibt diese Schwierigkeit im Gespräch mit R. S. so: „Das ist eines der Probleme der klassischen Medienkunst, dass sie immer die neuesten Technologien einsetzen will, um über diese nachzudenken. Diese üben,

besonders im ersten Moment ihres Auftretens, eine enorme suggestive Kraft aus, die es schwierig macht, in ihnen etwas anderes auszudrücken als das eingeschriebene Programm.“ So besteht das Risiko vorschnellen Alterns durch weitere technische Innovationen und Verbesserungen. Gemeinsame ästhetische Erfahrungen mit der Nutzung neuester Technik könnten zudem von spezifischen Themen und Inhalten der Kunst ablenken. Was dann passiert? „Stiftet das telematische Dispositiv die Identität, dann entsteht das Gemeinschaftsgefühl nicht aus geteilten Interessen, sondern aus einem geteilten Medium.“<sup>25</sup>

## 6. ENDLOSE KOMBINIERBARKEIT – INNOVATION

Exponentiell wachsende Datenmengen digitalisierter Texte, Bilder, Audiodateien und Videos sprengen unser Vorstellungsvermögen und lassen jeden neuen Gedanken und kreativen Anstoß in eine jedes menschliche Maß übersteigende Referenzliste einreihen, die sich dreidimensional im virtuellen Raum ausbreitet. Entscheidend ist nicht mehr, was grundsätzlich neu ist, sondern wie man am besten an seine relevanten Informationen und Referenzen kommt.

Der digitale Arbeitnehmer Computer und die Electronic Devices des Internets der Dinge organisieren sich mit ihren allumfassenden Netzwerken und die Umwelt registrierenden Kameras, Mikrofonen und Sensoren unaufhörlich weiter. Für Erik Brynjolfsson und Andrew McAfee scheint festzustehen, „dass die digitale Innovation ganz eindeutig auf Neukombinationen beruht. (...) Fortschritt hört nicht auf, er kumuliert sich.“<sup>26</sup> Wenn das hohe Tempo des technologischen Fortschritts nicht mehr Beschränkungen des Machbaren aufzeigt, stellt sich folgendes Problem: „Der Engpass für das Wirtschaftswachstum besteht dann in der Fähigkeit, all diese potentiellen Neukombinationen auf die wirklich wertvollen hin abzuklopfen.“<sup>27</sup> Demnach mangelt es nicht an potentiell neuen Ideen, sondern an der Fähigkeit zu ihrer Verarbeitung. Gefragt sei nun „die Steigerung unserer Fähigkeit, neue Kombinationen von Ideen zu testen“,<sup>28</sup> um den technologischen Fortschritt und das Innovationstempo sinnvoll nutzen und halten zu können.

Generierung und Auffinden nützlicher Ideen, deren Kombinierfähigkeit sowie vielfältige Filterungsprozesse gehören immer enger zusammen. Ein Verfahren, mit dem sich diese drei Prozesse flexibel, kostengünstig und interdisziplinär gestalten lassen, entstand in den letzten zehn Jahren unter dem Namen Crowdsourcing. So können Unternehmen beispielsweise ihre Kunden aufrufen, Lösungsvorschläge für Problemstellungen oder Produktinnovationen zu generieren. Die Crowdsources fungieren in diesem Fall als Prosumenten. Als weiterführendes Geschäftsmodell funktioniert Crowdsourcing als interaktive Form der Leistungserbringung, die



kollaborativ oder wettbewerbsorientiert organisiert werden kann. Es zeigt sich dabei, dass weiterführende Problemlösungsvorschläge häufig auch von Personen erstellt werden, die in Bezug auf die relevante Aufgabenstellung nur über bedingte Vorkenntnisse, Qualifikationen und Erfahrungen verfügen.<sup>29</sup>

Wenn heutzutage auf der einen Seite die Schwierigkeit besteht, die anscheinend endlose Kombinierbarkeit bestehender oder sich neu generierender Ideen auszuprobieren, zu testen und zu filtern, dann stellt sich auf der anderen Seite die Frage, wann eine erfolgreich ausgewählte Neukombination als Innovation zu betrachten ist. Als Anfang des 20. Jahrhunderts Joseph Schumpeter äußerte, dass jede ökonomische Entwicklung zunächst auf einer „schöpferischen Zerstörung“ beruht und damit eine Nähe zu den fortlaufenden Innovationen der künstlerischen Avantgarde bestand – war als Unterscheidung auch klar, dass aus wirtschaftlicher Sicht eben nicht jede Erfindung (Invention) zu einer Innovation taugt, weil dafür ihre erfolgreiche Durchsetzung auf den freien Märkten maßgeblich ist.

Die Entstehung nutzbarer künstlicher Intelligenz erweitert die Fragen nach Qualität und Unterscheidung vorausgewählter Neukombinationen, latenter Ideen, seltener Erfindungen (Creatio ex nihilo) und erfolgreicher Innovationen durch Annahme und positives Feedback noch einmal. Denn eine

Grenzziehung, mit der sich einerseits reproduktive Datenverarbeitungen in festgelegten Schritten von andererseits Informationsaufnahmen mit selbstlernenden Prozessen, Rückkoppelungen und Neukombinationen in Echtzeit unterscheiden lassen, wird immer schwieriger. So ist neben der Faszination vieler Menschen von diesen neuen Möglichkeiten auch die weiter oben im Abschnitt SCIENCE FICTION – FREUDE ODER ANGST von Isaac Asimov angesprochene Furcht zu verstehen, dass künstliche Intelligenz den Menschen ablösen und überflüssig machen könnte.

Der Historiker und Bestsellerautor Yuval Noah Harari kommt in seinem Buch Homo Deus. Eine Geschichte von Morgen von 2015 zu folgendem Fazit: „Da Intelligenz sich vom Bewusstsein abkoppelt und nicht bewusste Intelligenz sich in halbspherischem Tempo entwickelt, müssen Menschen ihren Geist aktiv optimieren, wenn sie im Spiel bleiben wollen.“<sup>30</sup> Harari richtet seinen Blick auf die Hightech-Gurus aus dem Silicon Valley und meint dort neue Techno-Religionen zu erkennen, die er in die zwei Haupttypen „Techno-Humanismus“ und „Datenreligion“ unterteilt. Einem Upgrade des menschlichen Geistes mit Zugang zu unbekanntem Erfahrungen und neuen Bewusstseinszuständen stellt er den selbstherrlichen Dataismus gegenüber, der weder Götter noch Menschen verehrt, sondern

# Rela- tion (NA) ↑

nur der Freiheit des Informationsflusses huldigt. Elektronische Algorithmen würden irgendwann das Leben der Menschen mit ihren biochemischen Algorithmen entschlüsseln und hinter sich lassen. Der Umgang mit den neuen Medien hätte schon heute dazu geführt, dass Erlebtem nur noch dann einen Sinn beigemessen werde, wenn es im Datenstrom festgehalten, aufgenommen und mit anderen geteilt werden könne. Die Erfahrung des Lebens wird damit selbst zur permanenten Datenverarbeitung reduziert – mit der Konsequenz: „Hatte der Humanismus befohlen: ‚Höre auf deine Gefühle!‘; so verlangt der Dataismus nun: ‚Hör auf die Algorithmen!‘ Sie wissen, wie du dich fühlst.“<sup>31</sup>

## 7. PARSHIP DER KUNST

Alle elf Minuten verliebt sich ein Sammler in ein Kunstwerk. Keine Lust mehr darauf, abends allein von der Kunstmesse zu kommen? Wir erstellen Ihr Persönlichkeitsprofil und Sie treffen ihr Bild im Live Chat. Oder endlich mal wieder Schmetterlinge im Bauch und die Kunst fürs Leben finden? Nutzen Sie unsere intelligenten Filterfunktionen und sparen Sie viel Zeit. Wir kennen schon ihr neues Wunschbild ...

Wenn die Datenströme, die uns die digitalen Netzwerke der neuen Medien anbieten, ein menschlich nicht mehr fassbares Volumen aufweisen – und nur noch von Algorithmen erfasst, in Relationen zueinander gesetzt und für uns sichtbar gemacht werden können: Wie erfahren wir dann für uns relevante Informationen? Wie bilden wir uns eine eigene Meinung? Was gilt uns als sinnvolles Wissen? Wenn es zudem kaum noch möglich ist, Kombinationen bestehender Ideen von grundsätzlich neuen Erfindungen zu unterscheiden und zudem fragwürdig bleibt, wann deren physisch erfahrbare Umsetzung, Verarbeitung und Verbreitung als durchgesetzte Innovation zu gelten hat, dann betrifft das auch das Spielfeld der Kunst und ihre Betriebsstrukturen. Vertrauen wir noch dem Urteil von Experten? Was legitimiert sie? Oder hören wir auf Freunde und Kollegen, denen es genauso geht wie uns? Befinden wir uns nicht längst mitten in der einseitigen Informationsblase oder eignen uns fette Filterblasen u. a. durch die Empfehlungen der Kuratoren und uns vertrauter Galeristen an?

Für Wolfgang Ullrich besteht das neue Rollenbild des Künstlers in einer „spirituelle(n) Variante von Motivationstrainer. Er hat seinen Platz im Spektrum anderer Dienstleister für das immerzu gefährdete Individuum: zwischen Psycho- und Physiotherapeut, zwischen Coach und Seelsorger, zwischen Ernährungs- und Vermögensberater.“<sup>32</sup> Dadurch werde alles

flüchtiger und auf den Moment bezogen. Je mehr die Kreativität demokratisiert werde, desto weniger würden Kunstwerke mit dem Anspruch auf Dauer erscheinen. Unter Bezugnahme auf Andreas Reckwitz und dessen Buch *Die Erfindung der Kreativität* von 1995 stellt Ullrich den Wandel des Künstlers vom Werkproduzenten zum Initiator von Atmosphären fest. Entgegen der alten Vorstellung, zumindest einem musealen Kunstwerk einen relativ festen und bleibenden Platz in der Geschichte der Kunst zuzugestehen, es dabei autonom als einzigartiges Werk betrachten und erfahren zu wollen, setze man heutzutage künstlerische Produkte mehr und mehr wechselnden Inszenierungen und Erfahrungsweisen, kuratierten Kombinationen und dem fließenden Datenstrom der unmittelbaren Kommunikation aus.

So geht es doch ein bisschen zu wie an den Partnerbörsen. Freunde fürs Leben werden anscheinend weniger gesucht als der Kick und die Inspiration für den Augenblick. Kunst-Dating könnte man das nennen. Das beständige Kommunizieren mit Gleichgesinnten, relationalen Vergleichen des wechselnden Angebotes, Abgleichen mit algorithmischen Rating-Ergebnissen und persönlichen Filterfunktionen können einem Verhalten nahekommen, welches Roberto Simanowski bei der Nutzung des sozialen Netzwerkes Facebook feststellte: „Das mehr oder weniger reflexhafte, mehr oder weniger reflexionslose Dokumentieren des erlebten Augenblicks ersetzt dessen wirkliche Erfahrung.“<sup>33</sup> Simanowski bezeichnet bei seiner Analyse der sozialen Netzwerke Freundschaft im 21. Jahrhundert jenes Offenhalten, das sich sowohl von Versteinerungen befreit als auch von Festlegungen fernhält als „easy to enter and easy to exit“-Beziehungen.<sup>34</sup> Die Gesetze der Aufmerksamkeitsökonomie, die auf einer realistischen Ressourcenabwägung beruhen, hätten uns von dem alten Freundschaftsideal der deutschen Klassik befreit, nach dem jeder „Reichtum einer Beziehung Armut an Beziehungen“ erfordert.<sup>35</sup> In einer Gesellschaft des „Likens aus Opportunismus in Zeitnot“ erwachsen demnach schwächere, dafür aber unendlich mehr Freundschaften und lockere Beziehungen. Zumindest bei der Kontaktabbahnung und für ein erstes Wohlfühlen scheint es nicht von Nachteil zu sein, wenn das althergebrachte „reflexive Erfahrungsmodell einem ‚phatischen Erlebnismodell‘ weicht.“<sup>36</sup>

Wenn sich die wahre Partizipationskunst im Internet abspielt, weil man nur dort nicht vor verschlossenen Türen steht, wenn man die beschränkten Spiel- und Öffnungszeiten des Kunstbetriebs nicht im Blick hat, dann stellt sich die Frage nach den bestmöglichen Produktionsmöglichkeiten auch für die Kunstschaffenden neu. Warum nicht zukünftig Crowdsourcing nutzen, willige Betrachter und mögliche Fans im Internet zur kostenfreien Mitarbeit aufrufen und gemeinsam an der Verbesserung der eigenen Lesbarkeit und Zuspitzung der Inhalte arbeiten? Warum sollte man nicht alle künstlerischen

Produkte mit einem Hinweis oder einem Chip ausstatten, der konkret Auskunft gibt, wann die entsprechenden Bilder, Videos, Musikstücke etc. zuletzt Beachtung fanden und von wie vielen Menschen insgesamt?<sup>37</sup> Das wäre doch eine adäquate Auszeichnung für die kommunikative Relevanz im Zeitalter der digitalen Datenströme.

Referentialität ist für Felix Stalder und seiner Beschreibung einer Kultur der Digitalität die derzeit wichtigste Eigenschaft künstlerischer Verfahren. Remix, Remake, Reenactment, Appropriation, Sampling, Camouflage, Mashup, Cosplay etc. sind ohne die Schritte des Aufgreifens, Aneignens und Hinweizens auf schon vorhandenes Material nicht denkbar. Nach Stalder zeichnen sich referentielle Verfahren zudem dadurch aus, dass unterschiedliches Material, welches die Aufmerksamkeit des Künstlers erlangt, neu kombiniert und anschließend gelegentlich auch verändert wird. Künstler schreiben sich somit in die Referenzgeschichte des rekombinierten und gegebenenfalls erweiterten Datenmaterials mit ihrer persönlichen Produktionsgeschichte ein. Auffällig ist, dass dabei „Produktion und Rezeption, aber auch Reproduktion und Kreation, weitgehend zusammenfallen.“<sup>38</sup> Die Verarbeitung von Rohmaterial oder der Versuch einer *Creatio ex nihilo* geraten bei diesen Verfahren aus dem Blickfeld. Einer der Vorteile der referentiellen Verfahren besteht tatsächlich darin, dass sich deren Produkte wiederum mit vielen anderen Produkten vernetzen lassen und unzählige Verweise bilden können. Das könnte man vergleichen mit einer persönlichen Positionierung innerhalb der sozialen Netzwerke, wobei sich die Fragen nach der Stellung, den Relationen und der Anzahl der Verbindungen richten. Wie viele Likes und Dates bekommt mein Kunstwerk?

So ergeben sich Stellung und Erfolg eines Produktes bzw. Kunstwerks aus der untrennbaren Verbindung von teilweiser Individualisierung bzw. subjektiven Elementen und gemeinschaftlichen Bezügen. Man ist auf kontinuierliches positives Feedback und Vernetzung mit dem offenen Datenfluss der Kommunikation zur eigenen Konstitution einer Aussage und bestenfalls Identitätsfindung als Künstler angewiesen. Fällt das Feedback aus oder wird der Strom abgestellt, finden sowohl die Partnersuche als auch das Künstlersein ihr vorzeitiges Ende. Beides verbindet offensichtlich die Tatsache, dass Metadaten und Positionierungen in Netzwerken über den Erfolg weitgehend entscheiden. Hier könnte auch weitere künstliche Intelligenz von Nutzen sein, um die Angebote weiter zu differenzieren und die Reize im Sinne der Aufmerksamkeitsökonomie optimal zur Geltung zu bringen. Denn künstlerische Inhalte bzw. Informationen, potentielle Partner und Freunde werden kaum noch als eigenständige, fremde oder unbekannte Entitäten und Repräsentanten aufgefasst, sondern anhand ihrer Positionierung, Stellung und dem Vernetzungsgrad relational beurteilt.



#### ANMERKUNGEN

- 1 George Orwell: *1984* (Original 1949), Verlag Ullstein GmbH, Frankfurt/M., Berlin, Wien 1982, S. 5
- 2 Isaac Asimov: *Der Mythos der Maschine* (Original 1978), in: Ders.: *Isaac Asimov über Science Fiction*, Bastei-Verlag Gustav H. Lübbe GmbH & Co, Bergisch Gladbach 1984, S. 202
- 3 Erik Brynjolfsson, Andrew McAfee: *The Second Machine Age*, Börsenmedien AG, Kulmbach 2014, S. 90
- 4 Vgl. hierzu ebd. S. 57–67
- 5 Ebd., S.19
- 6 Jeremy Rifkin: *Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft* (Original 2014), Fischer Taschenbuch, Frankfurt/M. 2016, S. 107
- 7 Ebd., S. 21
- 8 Vgl. ebd., S. 13: „Anders gesagt, die Produktionskosten jeder weiteren Ausbringungseinheit liegen – wenn wir die Fixkosten mal außen vor lassen – im Grunde bei null, was das Produkt nahezu kostenlos macht. Falls es tatsächlich dazu kommen sollte, blieben der Profit und damit der Lebenssaft des Kapitalismus aus.“
- 9 Hier lässt sich einwenden, dass entgegen Rifkins Ansicht die Verkaufspreise nicht unbedingt aufgrund gesunkener Produktionskosten gesenkt werden müssen, solange weiterhin Nachfrage besteht oder Wettbewerb und konkurrierende Angebote künstlich auf den Märkten gehemmt oder blockiert werden. Des Weiteren könnten Produzenten weit über den Grenzkosten liegende Verkaufspreise mit neuen Leistungen, höherer Komplexität und dem Wert der Marke rechtfertigen. Außerdem lassen sich nicht für alle Güter die Produktionskosten durch digitale technische Innovationen und Effizienz senken. Zudem stellt sich die Frage, wer an „optimaler Effizienz“ zum Wohle der Allgemeinheit interessiert ist?
- 10 Felix Stalder: *Kultur der Digitalität*, Suhrkamp Verlag, Berlin 2016, S. 115
- 11 Ebd.
- 12 Erik Brynjolfsson, Andrew McAfee: *The Second Machine Age*, S. 186

- 13 Pierre-Michel Menger: *Kunst und Brot. Die Metamorphosen des Arbeitnehmers* (Original 2002), UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2006, S. 57
- 14 Ebd., S. 58
- 15 Ebd., S. 37
- 16 Ebd.
- 17 Ebd.
- 18 Felix Stalder: *Kultur der Digitalität*, S. 133
- 19 Ebd., S. 131
- 20 Vgl. ebd., S. 128
- 21 Vgl. ebd., S. 131
- 22 Ebd., S. 137
- 23 Vgl. ebd., S. 143–144
- 24 Roberto Simanowski: *Facebook-Gesellschaft*, MSB Matthes&Seitz Berlin Verlagsgesellschaft mbH, 2016, S. 25
- 25 Ebd., S. 58
- 26 Erik Brynjolfsson, Andrew McAfee: *The Second Machine Age*, S. 100
- 27 Ebd., S. 102
- 28 Ebd.
- 29 Vgl. auch ebd., S. 102–109
- 30 Yuval Noah Harari: *Homo Deus. Eine Geschichte von Morgen* (Original 2015), Verlag C.H.Beck oHG, München 2017, S. 476
- 31 Ebd., S. 530
- 32 Wolfgang Ullrich: *Der kreative Mensch* (basiert auf Vorlesungen, Graz 2015), Residenz Verlag GmbH, Salzburg, Wien 2016, S. 58
- 33 Roberto Simanowski: *Facebook-Gesellschaft*, S. 16
- 34 Ebd., S. 29
- 35 Vgl. ebd., S. 30
- 36 Ebd., S. 162
- 37 Vgl. hierzu auch Kunstforum Bd. 243: Gespräch von Josephine Bosma mit dem Künstler Jonas Lund, insbesondere sein Werk Flip City 1 von 2014, S. 120–131
- 38 Felix Stalder: *Kultur der Digitalität*, S. 124