

### 3.4 Crowds

Massenphänomene und -versammlungen zu Beginn des 21. Jahrhunderts scheinen das problematische Erbe ihrer vordigitalen Vorgänger in vielen Punkten hinter sich zu lassen. Waren Massen für viele Intellektuelle des 19. und 20. Jahrhunderts gleichbedeutend mit gesellschaftlichem Rückschritt und klar als gefährlich, zerstörerisch oder bestenfalls impulsiv und irrational erkannt, so werden ihre gegenwärtigen Pendanten nicht selten als produktive, kooperative oder partizipative Formate gelobt. Teils wie gehabt als Massen oder Crowds, teils unter neuen Begrifflichkeiten wie »smart mobs« (Rheingold 2003), »Multitudes« (Hardt und Negri 2004) oder »molekulare Kollektive« (Lévy 1997, 52–67), werden massenhafte Gruppierungen und Menschenmengen als effiziente und kreative Phänomene in den Blick genommen, die weniger eine gesellschaftliche Gefahr verkörpern als vielmehr soziales Potenzial. Die richtige Vermittlung vorausgesetzt, seien diese Massen klug und weise (Surowiecki 2005), hätten »the capacity to form a sort of perfect meritocracy« (Howe 2009, 13) oder werden stellenweise zum Ausgangspunkt messianischer Fantasien politischer Umwälzung (Vicente 2003). Waren Massen aus Sicht der frühen Massenpsychologien angesichts des vermeintlichen Verlusts von Vernunft entschieden weniger als die Summe ihrer Teile, so wird in manchen Theorien digitaler Massen eine Vervielfachung skizziert.

Ausschlaggebend für diesen Wandel scheint dabei ein Medienwechsel zu sein. In den genannten und vergleichbaren Ansätzen entstehen die neuen Massen, sowohl akute Versammlungen als auch jene, deren Assoziation ausschließlich im Internet stattfindet, nicht länger wie zuvor durch ihre direkte körperliche Nähe oder massenmediale Selbstreflexion. Sie treten stattdessen vor dem Hintergrund einer digitalen Infrastruktur und technischer Vernetzung auf, deren Einfluss und Kommunikationsmöglichkeiten als Grundlage der neuen Massen veranschlagt werden. Beobachtungen einer solchen Differenz »einent technologischer Natur« (Baxmann et al. 2014, 11) zwischen digitalen und früheren Massen fassen dabei häufig diverse Ausprägungen und Ideen von Massen in einer übergreifenden Kategorie des Vordigitalen zusammen, während sie den gegenwärtigen Kollektiven eine Sonderstellung bescheinigen.

Massenbewegungen finden jedoch auch im 21. Jahrhundert nicht exklusiv online statt – von einem Verschwinden von lokalen, körperlichen und präsenten Massen kann kaum die Rede sein. Ebenfalls waren Massen in vorigen Jahrhunderten nicht immer räumlich und zeitlich konzentriert, sondern konnten auf unterschiedliche Weise mediatisiert sein. Dies verrät, dass für die Unterscheidung gegenwärtiger und vergangener Massen mehr als nur ein Wandel ihrer technischen Grundlagen und medialen Praktiken ausschlaggebend ist. Die veränderten materiellen und infrastrukturellen Bedingungen von Massen gehen einher mit einem Wandel der Konzepte und Annahmen, die die Wahrnehmung von Massen prägen.

Jüngere Auseinandersetzungen mit Gruppen und Menschenmengen stellen, insbesondere bis Mitte der 2010er Jahre, verstärkt Ideale der Kooperation und Gemeinschaftsbildung sowie demokratische Kommunikationsdynamiken und Konzepte kollektiver Intelligenz in den Vordergrund. Wichtige Kennzeichen von Massen, die moderne Beschreibungen dominierten, insbesondere Aspekte der Körperlichkeit und Dichte, werden indessen oftmals entweder als anachronistisch begriffen oder positiv umge-

deutet – Letzteres wird noch in Bezug auf die Multitudes diskutiert werden. Theorien und Schilderungen digitaler Massen verhandeln in diesem Sinne nicht nur Transformationen des Phänomens Masse, sondern lassen zugleich eine Verschiebung ihrer Wahrnehmung und Fiktionalisierung erkennen. Die Differenz zwischen digitalen und früheren Massen hängt ebenso sehr an neuen Möglichkeiten der Kommunikation und Interaktion wie an Veränderungen der komplexen Weisen, Menschen als Massen zu sehen.

Wie digitale Massen gegenwärtig gesehen werden, welche Form von digitaler Kollektivität im Unterschied zu oder als Fortschreibung von früheren Massentheorien imaginiert wird, damit befasst sich dieses Kapitel. Zur näheren Betrachtung bieten sich dabei vor allem Auseinandersetzungen mit solchen Massenphänomenen an, die sich tatsächlich vollständig im Rahmen von Online-Plattformen ereignen und deren Anwesenheit und Versammlung somit maßgeblich von technischen Mediatisierungsprozessen abhängen. Während, wie erwähnt, auch akute Versammlungsmassen mittlerweile unweigerlich unter den Bedingungen digitaler Medien operieren, ermöglichen es gerade solche Massen und ihre Beschreibungen, Kernmerkmale der Rede über digitale Massen freizulegen und die darin wirksamen Annahmen aufzuzeigen. Konkret wird es daher im Folgenden um das Phänomen des Crowdsourcing gehen. Theorien hierzu haben den zusätzlichen Vorteil, dass sie eine digitale Kollektivität nicht als gegebene Größe voraussetzen, sondern häufig ausdrücklich an den Umständen und Bedingungen interessiert sind, die notwendig sein sollen, um sie hervorzubringen und ihr vermutetes schöpferisches Potenzial nutzbar zu machen. Unverändert im Vergleich zu modernen Massentheorien bleibt dabei stets, dass auch die reinen Onlinemassen meist nicht bloß als Einzelphänomene untersucht werden. Wie die vordigitalen Massen aus Leser:innen und Bürger:innen, so sollen auch die neuen Crowds gesamtgesellschaftliche Entwicklungen verkörpern und als Omen neuer sozialer, politischer und insbesondere ökonomischer Realitäten bedeutsam sein.

## Massive Produktivität

Eine Annäherung an das Themenfeld Crowdsourcing ruft zuallererst begrifflichen Klärungsbedarf hervor. Als Portmanteau-Wort aus ›crowd‹ und ›outsourcing‹ wurde der Begriff im Jahr 2006 von Jeff Howe geprägt. Er verstand darunter »the act of a company or institution taking a function once performed by employees and outsourcing it to an undefined (and generally large) network of people in the form of an open call.« (Howe 2006a; s. auch Howe 2006b) Unabhängig davon, ob die angesprochenen Personen zur Erfüllung der Aufgabe gezielt miteinander kooperierten oder zunächst jeweils für sich Einzel- und Teilleistungen erbrachten, war für Howe entscheidend, dass eine offene Anfrage an eine große Zahl potenzieller Mitwirkenden gerichtet wird. Diese würden dann aus unterschiedlichen Beweggründen heraus an der jeweiligen Aufgabe mitwirken, wobei intrinsische Motivationen – Freude am Ausüben der entsprechenden Tätigkeit; Interesse daran, die eigenen Fähigkeiten zu üben und zu verbessern; der Wunsch, etwas zu einer Gemeinschaft beizutragen – meist wichtiger seien als der Anreiz finanzieller Entlohnung (Howe 2009, 15). Howes Augenmerk lag damals sowohl auf den Leistungen und Ideen engagierter Amateur:innen, die etwa für Open Source-Software, Projekte wie Wi-

kipedia und letztlich einen Großteil der Medieninhalte des Internets verantwortlichen waren, als auch darauf, wie derartige Inhalte und freie Kapazitäten von Unternehmen genutzt werden konnten. In den Jahren nach Howes Erwähnung erlebte der Begriff eine kurze Karriere als populärkulturelles und akademisches Trendwort und fand vor allem in Managementkontexten Verwendung (vgl. exemplarisch Gassmann 2010; Sobczak und Groß 2010). Während verschiedene Autor:innen den Begriff ›Crowdsourcing‹ seither im Detail jeweils unterschiedlich eingrenzen, besteht eine klare Einigkeit darin, dass der Begriff das Vollbringen einer Leistung durch eine unbestimmte Gruppe von Personen meint, wobei meist die kommerzielle Verwertbarkeit dieser Arbeit im Vordergrund steht und häufig beide Seiten, Crowd und Unternehmen, von dem Arrangement profitieren sollen.<sup>31</sup>

Das Erbringen einer Leistung durch eine verteilte, große und intensiv mediatisierte Gruppe von Individuen ist freilich weder neu noch ausschließlich im Kontext digitaler Medien gegeben. Bereits im Jahr 1858, um ein prominentes Beispiel anzuführen, riefen die ursprünglichen Urheber des Oxford English Dictionary in einer offenen Ausschreibung die englischsprachige Öffentlichkeit dazu auf, Worte und Wortverwendungen in bestimmten Texten zu vermerken und per Brief einzusenden (Gilliver 2012; vgl. auch Winchester 1999). Die folgende Mitarbeit zahlreicher lesefreudiger und größtenteils anonymer Freiwilliger im Verlauf der nächsten 70 Jahre war eine Grundlage, ohne die das Wörterbuch vermutlich nicht hätte fertiggestellt werden können. Wird Crowdsourcing trotz solcher historischen Vorläufer dennoch als neue Entwicklung begriffen, so weist dies darauf hin, dass die Wahrnehmung des Phänomens nicht allein von der Tatsache einer medienvermittelten Arbeitsteilung abhängt.

Wesentlich für Crowdsourcing sind vielmehr, erstens, dass die Kommunikation und Kooperation der Crowd speziell über digitale Medien erfolgt, und, zweitens, die Art und Weise, in der die arbeitende Masse konzipiert und politisch und ideell gerahmt wird. In ihren Beispielen und Bezügen stehen Auseinandersetzungen mit Crowdsourcing in einem engen Dialog mit Vernetzungstheorien, dem ab etwa 2004 einsetzenden Diskurs über das Web 2.0 und Beobachtungen einer voranschreitenden Digitalisierung vieler Lebensbereiche. Weit von den psychologischen und kriminologischen Motivationen der frühen Massentheorien entfernt, sind viele Ansätze zum Crowdsourcing in diesem Kontext von kapitalistischen Hoffnungen durchzogen und primär an den ökonomischen Beziehungen von Individuen und Gruppen interessiert. Diese Prägungen und Interessen schlagen sich neben dem Crowdsourcing auch in verwandten Begriffen nieder: Mehr oder minder einflussreich, werden Konzepte einer massenhaften, internetbasierter Wertschöpfung etwa auch als »Commons-based Peer Production« (Benkler 2002, 2006) oder schlicht »mass collaboration« verhandelt. Auch viele Diskussionen über user-

---

31 Basierend auf einer Analyse von 40 verschiedenen Crowdsourcing-Definitionen, kommen Estelés-Arolas und González-Ladrón-de-Guevara (2012, 9–10) zu folgendem übergreifenden Vorschlag: »Crowdsourcing is a type of participative online activity in which an individual, an institution, a non-profit organization, or company proposes to a group of individuals of varying knowledge, heterogeneity, and number, via a flexible open call, the voluntary undertaking of a task. The undertaking of the task, of variable complexity and modularity, and in which the crowd should participate bringing their work, money, knowledge and/or experience, always entails mutual benefit.«

generated content, sogenannte prosumer und nicht zuletzt das wortverwandte ›crowdfunding‹ entwerfen die Massen der Internetnutzer:innen in einer ähnlichen Weise.<sup>32</sup> Geeint sind diese Diskussionen und Theorien in den entscheidenden Merkmalen, die sie den digitalen Massen zuschreiben, und den großen Hoffnungen, die sie an sie richten.

Das auffälligste Motiv in den Beschreibungen von Crowdsourcing ist zweifelsohne die Produktivität, zu der die geschilderten Massen fähig sein sollen. Dabei geht es nicht allein um die Erkenntnis, dass Massen nicht ausschließlich zerstörerisch, sondern ebenfalls schöpferisch sein können. Vielmehr werden die produktiven Massen und ihre scheinbar enthusiastische, zwanglose Kooperation als Ausgangspunkt einer grundlegenden Transformation der Prozesse der Wissens- und Warenproduktion begriffen. Howe beispielsweise sieht im Crowdsourcing mehr als lediglich eine neue Alternative zu bisherigen Formen der Innovation, Produktgestaltung oder Erstellung von Inhalten. Das Potenzial von Massen übertrifft für ihn jene traditionelleren Formen und werde Produktionsprozesse unterschiedlicher Art daher dauerhaft unter neue Bedingungen stellen. Menschen seien zweifelsfrei auch weiterhin wirtschaftlich und künstlerisch tätig, »the structures in which it all takes place, however, are about to change forever.« (Howe 2009, XXIV) In etwa zur selben Zeit kommentiert auch Don Tapscott (2008, VII) das angeblich revolutionäre Potenzial online-kooperierender Massen und bestätigt, dass »deep down, nothing less than a new mode of production is in the making.« Der Kontext seiner Aussage soll dabei als ihr performativer Beleg dienen: Seine Diagnose bildet das Vorwort zu einem Buch, das nicht von einzelnen Autor:innen geschrieben, sondern per Wiki-Software von tausenden anonymen Beitragenden kooperativ verfasst wurde, koordiniert von den Initiatoren des Projekts, Jon Spector und Barry Libert. Im Haupttext des Werks diagnostiziert sich die schreibende Masse dann selbst:

The power of the collective ›we‹ is nearly unfathomable. Each of those brains [of people connected by the internet, T. O.] has some 10 billion neurons linked to one another through about 10,000 synapses. Now all that individual brainpower is tied together and amplified by the power of technology: The new and potent ›we‹ is far smarter than any singular ›me.« For the first time, humans can act in mass collaboration, using the kind of collective intelligence once reserved for ants and bees – but now with human IQ driving the mix. (Spector und Libert 2008, 1)

Erstmalig sei folglich menschliche Massenkooperation möglich, getragen und intensiviert von medien- und computertechnologischen Fortschritten, insbesondere dem In-

---

32 Auch hier sind die Phänomene im Kern älter als die Terminologien und Assoziationen, die sie im Kontext digitaler Medien begleiten. So wurden etwa die Freiheitsstatue und ihr Sockel zum Teil durch öffentliche Spenden von französischen und US-amerikanischen Bürger:innen finanziert und daher rückblickend als Fall von Crowdfunding identifiziert (Harris 1985; Davies 2013). Bezogen auf user-generated content merkt Howe (2009, 178) selbst an, dass über weite Strecken der menschlichen Geschichte hinweg nahezu sämtliche Kulturinhalte als nutzer:innengeneriert zu klassifizieren wären.

ternet.<sup>33</sup> Interessanterweise folgt nur wenige Seiten später folgende Anmerkung: »Long before there was an Internet, of course, the power of mass collaboration was evident. From the hove of the honey bee to the barn-raising of rural America, many communities have relied upon intense and all-but-universal cooperation.« (ebd., 6) Die erstmals mit dem Internet möglich gewordene Massenkooperation menschlicher Gemeinschaften könne demnach auf viele historische Vorbilder zurückblicken, auch auf die erfolgreichen Massenkooperationen menschlicher Gemeinschaften, die definitiv über keinen Internetanschluss verfügten. Trotz aller angeblichen Macht und Verstandeskraft, demonstriert das Autor:innenkollektiv in diesen beiden Zitaten allemal eine gewisse massentypische Unbeständigkeit.

Ebenfalls typisch mit Blick auf Massen ist, dass die dramatischen Prognosen ihrer neuen Leistungen und Kompetenzen – die in diesem Zeitraum auch von vielen journalistischen Beiträgen geäußert werden (vgl. etwa Johnson 2014; Noveck 2016) – nicht auf eine Transformation der Arbeitswelt beschränkt bleiben. Folgt man den einschlägigen Crowdsourcing-Theorien, stehen der Welt, im Anschluss an den neuen Produktionsmodus, die dauerhaft veränderten Strukturen von Innovation und Arbeit etc., weitere Umwälzungen noch größeren Ausmaßes bevor. Diese betreffen nicht mehr nur einzelne Massen und deren Aktivitäten, sondern die Gesellschaften und Kulturen, in denen jene Massen wirken. So kündigt Don Tapscott in einer ausführlicheren sowie sehr erfolgreichen und vielfach übersetzten Arbeit zusammen mit Anthony Williams an, dass die tiefgründigen Verschiebungen, die mit den neuen Möglichkeiten massenhafter Kooperation einhergingen, außerordentliche neue Formen von Gemeinschaft und Selbstverwirklichung hervorbringen werden. Losgelöst von tradierten Hierarchien und Kontrollmechanismen würden sich Wissen, Macht und Arbeitskraft mehr denn je global verteilen und neue individuelle und ökonomische Freiheiten möglich machen. Eine historische Wende in Richtung von Partizipation, globaler Kooperation und Offenheit verspreche weiterhin, Regierungen demokratischer und volksnaher zu machen und zahllose Menschen von Armut und Hunger zu befreien (Tapscott und Williams 2008, 1–33, hier 17). Durchgängig bleiben diese Hoffnungen dabei an den wirtschaftlichen Kern der Argumentation gekoppelt. Bezogen auf die wissenschaftlichen Fortschritte, die digitale Massenkooperation auslösen würde, schreiben Tapscott und Williams in vollem Ernst:

If this plays out the way we predict, the new scientific paradigm holds a more than modest potential to improve human health rapidly, turn the tide on environmental damage, advance human culture, develop breakthrough technologies, and explore outer space – not to mention help companies grow wealth for shareholders. (Tapscott und Williams 2008, 153)

Den potenziellen – und historisch: wiederholten und immensen – Interessenskonflikt zwischen shareholderorientierter Wertschöpfung auf der einen Seite und menschlichem

---

33 Auf die rhetorische Vermengung biologischer und technischer Verbindungen, die hier vorgenommen wird und die sich in diesem und in anderen Texten mehrfach wiederholt, komme ich in Kapitel 3.5 zurück.

Wohlbefinden oder Umweltschutz auf der anderen Seite kommentieren Tapscott und Williams nicht.

Ähnlich weitreichende Auswirkungen sieht auch Howe infolge des Aufstiegs des Crowdsourcings bevorstehen. Vor allem diejenigen Personen, die mit den neuen Kommunikations- und Kooperationsmöglichkeiten aufwachsen würden und daher an kollektive Aktivitäten gewöhnt seien, das heißt »digital natives«, sieht er als Treiber umfassender sozialer und kultureller Transformationen:

Reared on social media, always on Internet connections [...], digital natives live on the same planet as digital immigrants, but inhabit a very different universe. They can concentrate on multiple projects simultaneously, they collaborate seamlessly and spontaneously with people they've never met, and most important, they create media with the same avidity that previous generations consumed it. This is the crowdsourcing generation, a demographic perfectly adapted to a future in which online communities will supplant the conventional corporation. (Howe 2009, 261–262)

Die These einer bevorstehenden Crowdsourcing-Generation, die Howe hier aufstellt, erinnert in mehreren Punkten an Le Bons Massentheorie mehr als ein Jahrhundert zuvor. Zweifellos steht Howe den digitalen Crowds entschieden positiver gegenüber als Le Bon den Massen der Moderne, doch die prinzipielle Idee einer neu hervortretenden demographischen Gruppe, die infolge ihrer spezifischen Sozialität und Kommunikation bisherige gesellschaftliche Systeme infrage stellen wird, spiegelt deutlich die Verkündung eines Zeitalters der Massen. Interessanterweise werden die neuen Massentheorien, wie ihre modernen Vorgänger, ebenfalls mit Verweisen auf vermeintlich grundlegende menschliche Wesenszüge legitimiert: Howe (2009, 14) erklärt den Erfolg des Crowdsourcings unter anderem als Resultat der »deeply social nature of the human species«, während Tapscott und Williams die internetgestützte Massenkooperation wiederholt als Freisetzung menschlicher Veranlagungen charakterisieren. Ihrer Ansicht nach sei diese Freisetzung sogar für die Zukunft der Menschheit ausschlaggebend, denn um globalen Problemen wie dem Klimawandel zu begegnen, sei Massenkooperation zwingend notwendig: »We must collaborate or perish« (Tapscott und Williams 2008, 33) Ein Zeitalter der digitalen Massen scheint demnach alternativlos.

Insgesamt wiederholen diese Theorien mit Blick auf online verschaltete, kooperative Massen somit manche Aspekte, die bereits moderne Massentheorien auszeichnen. Auch die digitalen Crowds werden in das Zentrum umfassender gesellschaftlicher Umwälzungen gestellt, wobei sie bestimmte, nun allerdings positive Qualitäten menschlichen Verhaltens in intensivierter Weise zum Ausdruck bringen. Das Alleinstellungsmerkmal dieser neuen Massen ist dabei offenkundig ihre Relation zu den Praktiken, Prozessen und Strukturen digitaler Medien. Die wesentlichen Entwicklungen, die laut Howe, Tapscott, Williams und ähnlichen Stimmen die produktive Kollektivität von Massen begründen, sind die computer- und informationstechnologischen Fortschritte der vorausgehenden Jahrzehnte und die darauf aufbauenden Kommunikations- und Interaktionsmöglichkeiten, allem voran das Internet. Die Rolle, die digitalen Medien hier in Bezug auf Massen und Kollektivität zukommt, erschöpft sich zudem nicht darin, menschliche Akteure virtuell zu versammeln und ihre Kommunikationen und Interak-

tionen neutral zu kanalisieren. Dass die veränderte medientechnologische Grundlage von Massen und die daran gekoppelten Konzepte weitaus tiefer in das Selbstverhältnis jener Massen eingreifen, zeigt sich etwa an den weiteren Voraussetzungen, die für das Crowdsourcing als notwendig erachtet werden. Denn obwohl alle der bisher genannten Stimmen die technologische Bedingtheit des Phänomens hervorheben, verweigern sich Crowdsourcing-Theoretiker:innen üblicherweise einem einfachen Technikdeterminismus. Nach Tapscott und Williams (2008, 46–54) sei der Erfolg der massenhaften Kooperation nicht das alleinige Resultat von digitalen Medien, sondern hänge darüber hinaus vom Vorhandensein medienkompetenter Nutzer:innen ab, die die neuen Möglichkeiten aktiv, eigenständig und individuell wahrzunehmen vermögen. Weiterhin sei eine allgemeine gesellschaftliche und wirtschaftliche Umstellung auf flachere Hierarchien wichtig, die an Idealen der Transparenz, Flexibilität, Selbstorganisation und Globalisierung orientiert sei (Tapscott und Williams 2008, 20). Sehr Ähnliches beschreibt Howe; für ihn beruht Crowdsourcing auf insgesamt vier Faktoren: erstens, dem Vorhandensein einer diversen Gruppe gebildeter Amateur:innen, die in ihrer Freizeit überschüssige Kapazitäten hätten; zweitens, einer Demokratisierung und Zugänglichkeit der digitalen Produktionsmittel, Distributionswege und Wissen darüber; drittens, dem ideologischen Einfluss der Open Source-Bewegung sowie viertens, einem daran anschließenden Paradigmenwechsel, weg von hierarchischen Strukturen hin zu flachen und global vernetzten Organisationsformen (Howe 2009, 23ff., 47ff., 71ff., 98ff.).

Wenngleich das Crowdsourcing hier als Ergebnis eines Zusammenspiels aus technologischen, sozialen und natürlich ökonomischen Faktoren konzipiert wird, bleibt die Affinität der aufgeführten Ideale und Prinzipien zu den Ideen optimistischer Netzwerktheorien und deren Neuauflage im Kontext von Web 2.0 leicht ersichtlich. Die Verwandtschaft zum Netzwerkdiskurs bleibt zudem nicht nur implizit: Howe (2009, 1) beschreibt Crowdsourcing in seiner Einleitung ausdrücklich als »Dawn of the Human Network«. Noch bemerkenswerter als die Wiederholung von Motiven wie Transparenz, flachen Hierarchien etc., insbesondere vor dem Hintergrund früherer Massenkonzeppte, sind jedoch die Diversität der Crowd-Teilnehmer:innen und ihre Individualität und Eigenständigkeit, die sowohl Howe als auch Tapscott und Williams betonen.<sup>34</sup> Hier weicht das Bild digitaler Massen deutlich von Vorgänger-Theorien ab. Sahen frühere Theoretiker Massen als Phänomene, die zwangsläufig von einer »seelischen Einheit« (Le Bon 2009 [1895], 29) oder dem Wegfall aller Trennungen und der Gleichwerdung aller Beteiligten (Canetti 1981 [1960], 17) bestimmt wurden, so werden die digitalen Crowds als Kollektivitäten verstanden, in der die unterschiedlichen Charakteristika, Ansichten und Beweggründe ihrer Teilnehmer:innen bestehen bleiben. Wie Howe ausführt, sei gerade diese Erhaltung von individuellen Differenzen die Grundlage der beachtlichen Kompetenz digitaler Massen:

[C]ollective intelligence is diminished by too many common characteristics. It flourishes in direct proportion to the amount of diversity contained within a group of peo-

34 Viele weitere Crowdsourcing-Ansätze heben diese Aspekte ebenfalls hervor (vgl. Estellés-Arolas und González-Ladrón-de-Guevara 2012).

ple, and their ability to express their individual viewpoints. In order to be wise, then, the crowd can't act like a crowd at all. (Howe 2009, 143)<sup>35</sup>

Die Existenz eines vereinheitlichenden Moments von Massen wird hier nicht verneint, aber als problematische Form von Homogenisierung erkannt, die vermieden werden soll. Im Crowdsourcing sollen die versammelten Personen nicht gleich werden, sondern von Beginn an heterogen sein und ihre Diversität auch im Weiteren bewahren: »participants must be drawn from a large enough pool to guarantee a diverse array of approaches, and their ability to express their individuality – their ›local knowledge‹ – must not be impaired.« (Howe 2009, 143) In gewisser Hinsicht ähnelt dieser Punkt dem, was Tarde für seine Publika anmerkt, die sich ebenfalls dadurch auszeichnen, dass individuelle Leser:innen in begrenztem Maße zu kritischer Reflexion in der Lage seien. Doch wo bei Tarde die Fähigkeiten der Einzelnen den Einfluss der triebhaften Masse abmildern sollen und in diesem Sinne als ihr zivilisierter Gegenpol begriffen werden, sind bei Crowdsourcing-Theorien die individuellen Unterschiede und Fähigkeiten gerade das, was in das Kollektiv eingehen soll und dessen produktive Aktivität begründet. Analog zur Occupy-Bewegung und deren Verweigerung einer vereinheitlichenden Repräsentation, werden digitale Medien hier nicht als Kanal begriffen, der dem Einfluss von Publizist:innen unterworfen ist, sondern als spezifische Art der Verbindung und Vermittlung, die Stimmen in ihrer Pluralität zur Erscheinung bringen kann, ohne sie zu homogenisieren. Die Kollektivität von Massen wird im Crowdsourcing folglich als Ergebnis einer medialen Aggregation verstanden, die sich dadurch auszeichnet, jene Vereinheitlichung zu vermeiden, die aus Sicht früherer Theorien noch wesentlich für Massen war.

Folgt man den hier exemplarisch geschilderten Ausführungen über das Crowdsourcing, so verschieben sich unter den Bedingungen digitaler Medien demnach (erneut) das Selbstverhältnis von Massen und die Relation zwischen dem Ganzen und ihren Teilen. Digitale Massen, wie sie hier entworfen werden, werden nicht lediglich mittels neuer Medien versammelt oder sich selbst und anderen gegenüber sichtbar gemacht, sondern sie treten als plurales und in sich differentes Kollektiv in Erscheinung, dessen gemeinsame Bewegung stets kontingent und zu einem gewissen Grad uneinheitlich bleiben soll. Damit einher geht interessanterweise eine Verschiebung auch der Kompetenzen bzw. der handelnden Ebene von Massen. Waren Intelligenz, Kreativität oder rationale Handlungen modernen Theorien zufolge fest auf der Seite von Individuen verankert und einer Massenhaftigkeit entgegengesetzt, so sind sie bei digitalen Massen auf Seiten des Kollektivs zu suchen. Die Fähigkeiten, die Crowdsourcing-Theorien ihren Massen zuschreiben, sind keine bloße Sammlung individueller Einzelleistungen, sondern entstehen erst *und nur* durch deren Aggregation auf übergreifender Ebene. An die angebliche Leerstelle und im engeren Sinne Subjektivität, die Massen etwa für Tarde zu einem Problemfall rechtlicher Verantwortlichkeit machte, tritt damit ein handelndes, intelligentes Kollektivsubjekt.

35 Der Verweis auf die »Weisheit« von Massen an dieser Stelle ist Howes Bezug auf Surowiecki (2005) geschuldet (s. hierzu Kapitel 3.5).

Bevor dieser Aspekt der Aggregation im nächsten Kapitel vertieft werden kann, muss allerdings eine grundlegende Diskrepanz hervorgehoben werden, die sich durch die Theorien des Crowdsourcings zieht. Bei näherem Hinsehen sind die gelobten Crowds nicht in allen Fällen aktive, diverse und eigenständige Größen, sondern bleiben zugleich, wie zuvor, als passive und manipulierbare Herden von Bedeutung. Die Medienprozesse, die die uneinheitliche Kollektivität und Produktivität digitaler Massen ermöglichen sollen, dienen nicht nur ihrer Ermächtigung, sondern ebenso ihrer Kontrolle.

## Elitäre Technik

Konfrontiert mit zahlreichen Schilderungen der Produktivität und Kreativität digitaler Massen besteht die Gefahr, zu übersehen, dass es sich dabei nicht zwangsläufig um ausgemachte Tatsachen handelt. Ähnlich wie bei vielen Auseinandersetzungen mit Netzwerken und Schwärmen darf man die Ausführungen von Howe, Tapscott und Williams, des Autor:innenkollektivs unter Spector und Libert sowie die vielen anderen Stimmen zum Crowdcourcing nicht unkritisch als Realitätsbeschreibungen auffassen. Ihr Anliegen ist es, die Potenziale dieser kooperativen Produktionsform zu betonen und bestimmte Erwartungen darüber plausibel zu machen. Dass vor dem Hintergrund dieses Anliegens manche Einschätzungen der zukünftigen Leistungen produktiver Crowds übermäßig positiv ausfallen – besonders bei Tapscott und Williams –, ist zu erwarten. Doch auch in den sozialen und ökonomischen Grundannahmen vieler Crowdsourcing-Ansätze überdecken Enthusiasmus und Idealismus oftmals die Realität. Beispielhaft stellt etwa Howe (2009, 179) affirmativ fest: »On the Internet, the least-visited blog and the largest corporate marketing site occupy the same cultural real estate: both are just one click away.« Ausgehend von nur einer Facette der technischen Struktur des Internets – der Möglichkeit, einzelne Websites direkt aufzurufen – wird hier die kulturelle Position und Sichtbarkeit aller Websites gleichgestellt. Es handelt sich hierbei zwar um einen von Howe bewusst überspitzten Kommentar, doch die Differenz dieser generalisierten, optimistischen Darstellung zu den tatsächlichen Praktiken der Internetnutzung ist bezeichnend und zieht sich in ähnlicher Form auch durch weitere Aussagen über Crowdsourcing.

Engagierte Amateur:innen, die freiwillig und kooperativ an wertvollen Projekten mitwirken, so wie es die behandelten Crowdsourcing-Theorien anpreisen, sind zweifelsohne in manchen Fällen gegeben, nicht zuletzt in den wiederholt angeführten Beispielen von Open Source-Software und Wikipedia. Der gezielte Einsatz von Crowdsourcing-Modellen allerdings dient in weitaus mehr Fällen der Erfüllung von Aufgaben zu minimalen Kosten und außerhalb von festen Arbeitsverhältnissen oder arbeitsrechtlichen Grenzen. Bereits 2008 wiesen unter anderem Kleemann et al. (2008, 22) darauf hin, dass die tatsächliche Crowd vom Crowdsourcing häufig nur wenig profitiert: »The essence of crowdsourcing, as defined here, is the intentional mobilization for commercial exploitation of creative ideas and other forms of work performed by consumers.« Werte, die in diesem Arrangement erbracht werden, kommen in der Praxis vor allem den Unternehmen und Initiator:innen zugute, während die Individuen, die die Crowd bilden, unangemessen entlohnt werden, keinen rechtlichen Anspruch auf die Ergebnisse ihrer Arbeit haben und zudem oftmals nicht kooperieren, sondern im Gegenteil

bei der Erbringung ihrer Einzelleistungen miteinander konkurrieren.<sup>36</sup> Wie Brabham (2012) festhält, kann die Idee einer Masse an Amateur:innen, die ihre freien Kapazitäten Crowdsourcing-Projekten zur Verfügung stellen und darin kreative Auslassung und Zeitvertreib suchen oder anderweitig intrinsisch motiviert sind, generell als Mythos angesehen werden, der dazu beiträgt, die Tatsache zu verdecken, dass diese Massen große Mengen an Arbeit leisten und Expertise aufbringen, ohne dafür angemessen entlohnt zu werden. In vielen Fällen entspricht die kapitalistische Realität des Crowdsourcing-Modells demnach nicht der Vision einer freiheitlichen, souveränen Masse, wie sie die besagten theoretischen Ansätze entwerfen.

Auch innerhalb jener Ansätze lassen sich bei näherem Hinsehen Annahmen finden, die mit ihrer optimistischen Vision im Widerspruch stehen. So führt etwa Howe im Verlauf seiner Darstellung eine Reihe von Beispielen an, die die Produktivität der neuen Massen anschaulich machen sollen und die er als einige der einschlägigsten, bereits damals umgesetzten Einsatzmöglichkeiten von Crowdsourcing kennzeichnet. Es handelt sich dabei um die Verarbeitung des Nutzungs- und Suchverhaltens von Personen auf Online-Plattformen, um auf Basis dieser Daten entsprechende Rating- und Empfehlungssysteme zu ermöglichen – Howe (2009, 223–246) verweist speziell auf Amazon, Netflix und nicht zuletzt Googles berühmten PageRank-Algorithmus. Durch Up- oder Downvotes, das Verschlagworten von Inhalten und durch ihre bloße Onlineaktivität leiste die Masse die notwendige Arbeit, um die Unmengen der Informationen in ihrem Umfeld zu strukturieren und zu ordnen: »What Google has demonstrated is that people's individual decisions, properly aggregated, are capable of organizing an otherwise unmanageably vast amount of information.« (Howe 2009, 236) Die Masse aller Internetnutzer:innen agiere dann »produktiv« als Filter für die Erfahrung Einzelner.<sup>37</sup>

Auf das Problem, dass in solchen Systemen die Vorlieben und Vorurteile einer (vermeintlichen) Mehrheit multipliziert werden können und die resultierende Mehrheitsdiktatur diversen demokratischen Idealen zuwider liefe, weist Howe (2009, 245–246) selbst kurz hin. Wichtiger, zumindest mit Blick darauf, wie Massen hier konzipiert werden, ist jedoch, dass jene sich in diesem Prozess in eine bemerkenswert ohnmächtige Größe zurückverwandeln. Die hervorgehobene Produktivität mag aus der Aktivität der entsprechenden Masse hervorgehen, mit Kreativität, gezielter Kooperation oder Agency hat sie jedoch wenig zu tun. Stattdessen wird das Verhalten der Masse gemessen, ausgewertet und in diesem Sinne produktiv *gemacht*, ungeachtet der Intention, Zustimmung und teils auch Wissen der jeweiligen Personen. Analog zu den Massen der Moderne sind die Massen des Crowdsourcings hier weniger als eigenständiges, handlungsfähiges

36 Kleeman, Voß und Rieder sehen Crowdsourcing daher als Teil eines größeren Trends, in dem Unternehmen Teile ihrer Arbeitsprozesse auf »arbeitende Kunden« auslagern (vgl. auch Voß und Rieder 2005; Poetz und Schreier 2012).

37 Wie Elena Esposito (2013) ausführt, stellt die resultierende inhaltliche Personalisierung von Kommunikation die Bildung einer gesellschaftlichen Öffentlichkeit, im Sinne einer »zweite[n], nicht konsenspflichtige[n] Realität« (Luhmann 1996, 121), grundlegend infrage. Liest man Tardes Masstheorie weniger mit Blick auf Publika im Sinne spezifisch situierter, weiterhin massenhafter Kollektive und mehr als Auseinandersetzung mit einer sich etablierenden publizistischen Öffentlichkeit, so ließe sich argumentieren, dass diese Öffentlichkeit nun wiederum von einer neuen, digitalen Masse abgelöst wird.

Subjekt und mehr als potenzielle Ressource und statistische Größe von Bedeutung. Ihre Bewegung und Aktivität werden von einer digitalen Infrastruktur ermöglicht, jedoch zugleich davon gerahmt und ausgerichtet. Wie auch Roland Meyer kommentiert, wird nach dieser Logik der einstmals äußerst kritisch beurteilte Massenkonsum als Quelle von Produktivität denkbar:

Die Masse im [mit digitalen Medien, T. O.] erweiterten Raum ist weder Bestie noch Ornament, sondern technisch verstärkte und differenzierbare Matrix eines kontinuierlichen Datenstroms. Ihr Konsum ist produktiv, insofern er ununterbrochen über sich selbst Auskunft gibt. Gerade ihre schwankende Aufmerksamkeit, ihre launische Unberechenbarkeit wird statistisch ausgewertet und ökonomisch verwertet. (Meyer 2014, 118)

Die digitale Masse arbeitet in diesem Fall demnach nicht, sie wird verarbeitet.<sup>38</sup>

In diesem Kontext lohnt ein kurzer Verweis auf die Kritik an den Lobpreisungen kollektiver Produktivität und Intelligenz, die Jaron Lanier (2006) in etwa zeitgleich mit Howes ursprünglicher Begriffsschöpfung formuliert hat. Speziell in Bezug auf kooperative Autor:innenschaft und Projekte wie Wikipedia beklagt Lanier, dass in der technischen Aggregation zahlloser Stimmen deren jeweiliger Kontext, ihre Persönlichkeit und damit ihre Bedeutung verlorengelange. Eine algorithmische Fusion anonymisierter Beiträge lässt seiner Ansicht nach die Spuren der Menschen verschwinden, die hinter den Beiträgen stehen. Sichtweisen, die emphatisch die Leistungen digitaler Massen rühmen, verurteilt Lanier daher als »neuen Onlinekollektivismus« und »digitalen Maoismus«. Während er mit seiner Kritik eine recht kulturpessimistische Position bezieht und in mancherlei Hinsicht die Gedanken moderner Massentheorien und ihre Ängste vor einem Verlust von Individualität wiederholt, kann Lanier auf einen wichtigen Punkt aufmerksam machen, der sich, eng verbunden mit der Aus- und Verwertung digitaler Massen, durch optimistische Crowdsourcing-Theorien zieht und zwingt, ihre Argumentationen weiter zu hinterfragen.

Lanier (2006) schließt die Möglichkeit produktiver, intelligenter Onlinemassen nicht grundsätzlich aus, doch er merkt an: »The collective is more likely to be smart when it isn't defining its own questions [...] Every authentic example of collective intelligence that I am aware of also shows how that collective was guided or inspired by well-meaning individuals.« Ähnlich wie in den Massentheorien ein Jahrhundert zuvor hängen die Produktivität und potenziellen Leistungen neuer Massen Laniers Ansicht nach von dem Vorhandensein fähiger Führungspersonen ab. Diese Diagnose teilen letzten Endes und überraschenderweise auch die geschilderten Crowdsourcing-Theorien, trotz aller ihrer sonstigen Differenzen zu Lanier oder zu frühen Massentheorien. So hält etwa Howe, nach allen angeführten Belegen für die Kreativität und produktive Eigendynamik digital versammelter Crowds, in seiner Schlussfolgerung fest:

One of the greatest misapprehensions around crowdsourcing is that the crowd works in isolation. In reality, the most successful crowdsourcing efforts are products of a robust collaboration between the crowd and the individuals guiding them, who are called

38 Produktivität in diesem Sinne war bereits bei Günther Anders (1961 [1956], 103) angelegt: Auch die »Massenmenschen« des Fernsehens, ebenfalls »Heimarbeiter«, sind durch ihren Konsum »Mitarbeiter bei der Produktion des Massenmenschen«.

›benevolent dictators‹ in open source software projects. [...] Communities need community leaders. (Howe 2009, 284)

Tapscott und Williams (2008, 296) weisen in ihrem Fazit ebenfalls explizit auf die Notwendigkeit von »benevolent dictators« hin. Selbst das Autor:innenkollektiv um Spector und Libert entkommt bei aller Beteuerung der »power of the collective ›we« (2008, 1) nicht der Tatsache, dass ihre Äußerungen letztlich an Akademiker:innen und Manager:innen gerichtet sind, die diesem ›Wir‹ nicht oder kaum angehören – das Buch endet mit einem kompakten Leitfaden, der diese explizit adressiert und ihnen erklärt, wie die Crowd aus ihrer Sicht gerne angeführt werden möchte (Spector und Libert 2008, 125–141).

Die bekannte Opposition von Massen und externen Führungsinstanzen wird demnach auch von Crowdsourcing-Ansätzen nicht abgeschafft oder unterlaufen, sondern klar fortgeschrieben. Das intendierte Publikum der neuen Fiktionen über Massen bleibt in vielen Fällen eine Elite, die den Massen gegenübersteht. Im Unterschied zum 19. und 20. Jahrhundert scheinen die neuen Anführer:innen von Massen allerdings nicht mehr auf eine direkte Beeinflussung und Steuerung von Massen angewiesen zu sein. Ihnen kommt vielmehr die Aufgabe zu, die Rahmenbedingungen der Kommunikation und Interaktion von Massen, ihre medientechnische Infrastruktur und ihre Plattformen so zu gestalten, dass die jeweiligen Massen sich von selbst in die gewünschte Richtung bewegen. Schlussendlich werden digitale Medien demnach nicht nur für eine Hervorbringung aktiver, eigenmächtiger Kollektive verantwortlich gemacht – sie sollen im Zuge dessen auch deren Kontrolle und Verarbeitung ihrer Daten ermöglichen.

Die Idee von digitaler Kollektivität, die Auseinandersetzungen mit dem Phänomen des Crowdsourcing artikulieren, erweist sich demnach als ambivalent. Die online versammelten Massen werden begriffen als uneinheitliche Verbände, deren Vielzahl von Handlungen, Kommunikationen und Stimmen unterschiedlichen Beweggründen entspringen und nicht in einer stabilen Einheit homogenisiert werden sollen. Durch mediale Aggregationsprozesse sollen sich ihre Differenzen stattdessen auf positive Weise in kollektiven Ergebnissen niederschlagen. Diese spezifische, medientechnologisch begründete Form von Kollektivierung ermögliche den Crowds dann, in herausragendem Maße produktiv, kreativ und partizipativ zu sein. Massen und ihre Teilnehmer:innen stehen dabei jedoch in einem Spannungsverhältnis zu den Möglichkeiten externer Einflussnahme und Steuerung. Die medientechnische Grundlage ihrer Kollektivität kann ebenfalls als potenzielles Kontrollwerkzeug eingesetzt werden, welches die Rolle von Massen als Ressource und Material fortschreibt.

Das Spannungsverhältnis, das hier im ökonomischen Kontext von Crowdsourcing sichtbar wird, verläuft parallel zu der Problematisierung von Fragen gesellschaftlicher Willensäußerung und (un-)einheitlicher Repräsentation, die auch in der Occupy-Bewegung und verwandten, neuen politischen Massenbewegungen erscheint. Auch dort besteht eine Spannung zwischen Ideen einer medialen Aggregation und der Aufrechterhaltung von Differenzen einerseits und dem Effekt von Hierarchisierungen und externen Anforderungen andererseits. Zentral ist in beiden Fällen das veränderte Verhältnis zwischen den einzelnen Individuen und ihrer versammelten Gesamtheit, das digitalen Massen zugeschrieben wird. Die medientechnisch ermöglichte Transformation dieser Rela-

tion ist der Hauptunterschied, der die veränderte Sicht auf Massen begründen und ihre positiven Kompetenzen erklären soll. Was im Detail aus dieser Transformation für die Konzeption von Massen und ihrer Kollektivität folgt, kann nun im folgenden Kapitel vertieft werden.

### 3.5 Intelligente Kollektive

Werden digitale Massen als produktive, kreative oder intelligente Kollektive thematisiert, so werden diese positiven Eigenschaften meist der Masse als Gesamtheit zugeschrieben. Theorien des Crowdsourcings und verwandte Ansätze begreifen die Kompetenzen und Leistungen, die sie an den von ihnen geschilderten Massen hervorheben, als Folge mediengestützter Aggregationsprozesse, die die Individuen, ihre Vermögen und ihr Wissen in neuer, irreduzibler Weise miteinander verknüpfen. Auf der Grundlage dieses Prozesses, zusammen mit weiteren Faktoren wie der richtigen Selektion und Steuerung der Teilnehmer:innen, sollen die Leistungen der digitalen Massen die Fähigkeiten Einzelner deutlich übersteigen. Die Produktivität oder Intelligenz, die digitalen Massen zugeschrieben werden, sind demnach Vermögen, die sich nicht restlos auf die einzelnen Teile der jeweiligen Masse verrechnen lassen, sondern erst als Folge der massenhaften Kooperation bzw. Aggregation auf kollektiver Ebene hervortreten. In gewisser Hinsicht wiederholt sich hier die Beobachtung, vor deren Hintergrund bereits Tarde die rechtliche Verantwortlichkeit potenziell krimineller Massen infrage stellte. Doch während die Theorien digitaler Massen in mancherlei Hinsicht die Überlegungen moderner Massentheorien fortführen – nicht zuletzt in Bezug auf die Verwertung und Ausrichtung der Aktivität von Massen – weicht das Konzept von Kollektivität, das hier zum Vorschein kommt, in zwei entscheidenden Punkten von jenen früheren Ansätzen ab. Erstens werden Vermögen, die vormals getreu humanistischer Tradition klar dem Individuum zugeordnet waren und gar im Widerspruch zu jeglicher Massenhaftigkeit standen – Intelligenz, Aktivität, Rationalität etc. –, auf ein schwer abzugrenzendes Kollektivsubjekt verlagert. Zweitens verschiebt sich dabei die kollektive Dynamik, die im Zuge der Versammlung einer Masse von Individuen stattfinden soll. Moderne Sichtweisen sahen Massen meist im Zeichen einer Gleichwerdung und als indifferente, formlose Vermengung der beteiligten Personen, die dabei ihre Individualität und Rationalität verlieren. Hingegen heben Howe, Tapscott und Williams und ähnliche Stimmen hervor, dass gerade die individuellen Differenzen und das situierte Wissen vieler verstreuter Personen die kooperativen Leistungen digitaler Massen ermöglichen und daher bewahrt werden müssen. Die Heterogenität aller versammelten Individuen wird als wichtige Grundlage der kollektiven Vermögen erkannt, weshalb eine Homogenisierung problematisch erscheint. War die Bildung einer gemeinsamen Einheit für frühere Massentheorien oftmals ein Schlüsselmoment im Auftreten von Massen – konzipiert als »seelisch[e] Einheit« (Le Bon 2009 [1895], 29) oder als Moment der kritischen »Dichte« und einer folgenden »Entladung« (Canetti 1981 [1960], 17) –, wird hier folglich genau die Verhinderung oder zumindest die stetige Neuverhandlung einer solchen Einheit zur Voraussetzung für die Produktivität und Intelligenz digitaler Massen erklärt.