

Socially Augmented Reality

Willkommen zu einer neuen Folge von “korrespondenz.biz erklärt die Zukunft”. Heute widmen wir uns zwei heißen Forschungsgebieten der Informatik und erklären, wie die Welt in ein paar Jahren aussehen wird. Wenn wir genug Geld und Zeit hätten, würden wir selbst gross einsteigen, so aber: versuche Dein Glück, zufälliger Besucher! Schick uns Provision!

I. Social Computing

Fangen wir mit Social Computing an. Das ist offiziell *brandheiß*: von Tim O'Reilly kürzlich zum Thema der nächsten 10 Jahre ernannt worden. Social Computing, also die Benutzung von Computern, um soziale Netzwerke zu verstärken, oder anzupfen, ist keine neue Erfindung. Dennoch ist es etwas, das allen erfolgreichen Internet-Anwendungen gemein ist: angefangen beim Internet selbst. Es gehört inzwischen zu den Gründungsmythen des Internets, dass die zweite je verschickte email ein Kochrezept beinhaltete, und die dritte einen Bericht über die erfolgreiche Dinnerparty. (Auch wenn ich dieses Beispiel gerade erfunden habe, aber so ähnlich war es bestimmt.) Dann kam irgendwann das WWW, und mit ihm die Homepages mit premium-content: Photos der Kinder und Katzen, nicht dazu gedacht, von den gesamten immer wachsenden Massen der Internet-Benutzer betrachtet zu werden, sondern von Freunden und Verwandten – also Angehörigen des schwer realen sozialen Netzes des Homepageanbieters.

Dann kam eine kurze Phase der Verwirrungen und Verirrungen, in der sich die alte Ökonomie kurz abgeschafft wähnte und mit phantastischem Geldeinsatz verjüngen wollte, mit dem bekannten Ergebnis. Übrig blieben wenige, und diese haben alle etwas gemeinsam. Aber der Reihe nach. Google. Erfolgsidee: die Information, die für gute Suchen im Internet gebraucht wird, ist implizit in ihm vorhanden. Jeder Internetbenutzer, der einen Link legt, stimmt damit für das, was er für wichtig hält. Er hat seinen kleinen Beitrag geleistet, die Fülle zu filtern. (Als kleine Seitenbemerkung sei mir erlaubt, dass es kein Zufall ist, dass dies von Computerlinguisten erfunden wurde: Sobald man einmal erkannt hat, mit welcher Macht statistische Methoden in sprachlichen Daten Regularitäten finden, möchte man gar nicht mehr selbst Regeln formulieren.) Google brauchte nichts anderes (naja, nur wenig anderes) zu tun, als dieses Netzwerk an sich gegenseitig verstärkenden Links anzupfen. Egal wie unsinnig einzelne Seiten auf andere verweisen, die Macht der grossen Zahlen wird es schon richten, und den (statistischen) Lärm ausfiltern.

Gut, das war noch eine recht technische Anwendung. Along comes Amazon. (Auch nicht ganz korrekt, die sind älter, aber so passt es schöner in meine Geschichte.) Bücher (und inzwischen auch Klobrillen) schnell geliefert zu bekommen, ist natürlich schön. Aber ein Verkäufer lebt davon, dem Kunden mehr zu verkaufen, als er haben will. Wie also die Auslagen ersetzen, und den freundlichen, kenntnis-

reichen Buchhändler von nebenan? Indem man einen freundlichen, kenntnisreichen Buchhändler einstellt, der Empfehlungen abgibt? Ja, auch, ein bisschen. Aber einfacher ist es, und viel billiger, eine *Kernkompetenz* dieses Händlers auszunutzen: sich zu merken, welche Art von Kunden was mag, welche Rückmeldungen sie geben ("Also dieses Easton Ellis Buch, das Sie mir für meine acht-jährige Nichte empfohlen haben, das war wirklich nichts!"). Und schon haben wir das wahlweise geliebte oder gehasste, meistens jedoch mindestens unterhaltsame "Kunden, die dieses Buch gekauft haben, haben auch ... gekauft." Auch hier gilt, Kunden, die so frech sind, Konsalik und Kant zu kombinieren, gehen als Rauschen unter.

Bleibt noch ein weiteres Element: die Kommentarfunktion. Jeder sein eigener Reich-Ranicki! Oder besser, jeder jedes Reich-Ranicki! Unsinnige Kommentare? Werden bewertet als "nicht hilfreich", und verschwinden in den Tiefen der Festplatten. Was uns zum nächsten Exponenten des Social Computing bringt: Ebay. Was, wenn ich so seltsam sein sollte und das auch gekaufte Buch, das doch so viele Kunden zusammen mit dem was ich eigentlich haben wollte, gekauft haben, wieder loswerden möchte? Bis zum nächsten Flohmarkt warten? Nicht, wo es doch das Internet gibt. Usw., auch das ist hinlänglich bekannt. Wo versteckt sich unser Schlagwort hier? In den Bewertungen: lass den Markt sich selbst regulieren; schlechte Anbieter bekommen schlechte Bewertungen, ungerechtfertigte Bewertungen gehen als Rauschen unter.

Damit ist der erste Teil abgehandelt (ersparen wir uns Friendster, Weblogs, und ähnlich modisches Zeug); zusammenfassend: Merk Dir, wie Deine Besucher sich verhalten, und erkenne die für Dich wichtigen Gemeinsamkeiten. Und lasse die Benutzer reden, das sieht immer gut aus. Wie schaffen wir jetzt aber den Übergang zur Augmented Reality, und was ist das überhaupt?

II. Augmented Reality

Wenn der Terminator so durch die Gegen schaut, alles schön blutrot, und dann laufen *vital statistics* über zu meuchelnde und zu rettende durch sein Blickfeld (so ein Quark, ist doch schon ein Computer, könnte doch auch direkt eingespeist werden!), dann ist das das, was in manchen Forschungslaboren leider immer noch als Augmented Reality gebaut wird. (Sowieso interessant, wie viele Projekte sich den Ideen der Ausstatter von SF-Filmen verdanken.) Die Grundidee ist aber unabhängig vom Ausgabedevise, es geht darum, Information über etwas mit dem beschriebenen in Verbindung zu bringen. Natürlich wäre es hübsch anzuschauen, könnte man durch eine Brille auf die Ruine des Parthenon blicken, und die fehlenden Teile in einer überlagerten Computergraphik serviert bekommen. Aber es ginge auch eine Nummer kleiner.

III. Socially Augmented Reality

Wo ist denn hier der nächste Geldautomat? Die nächste Disse? Alltägliche Probleme, die man, wenn kein freundlicher (oder ausreichend als der eigenen Peer-Group zugehörig erkenntlicher) Eingeborener zur Hand ist, mit denen man vielleicht das weltumspannende Internet behelligen möchte. Wie aber weiss der gefragte Computer, wo "hier" ist? Und das ist, womit uns die Telekom-Firmen ködern wollen, die nächste Generation der Mobiltelefone zu benutzen (und womit sie sich selbst damals weichgemacht hat, Phantasiesummen zu zahlen für die Lizenzen): *location based services*. Was die Industrie noch nicht weiss, und was ich ihr sagen muss, ist folgendes: das wird erst etwas werden, wenn ich, kaum habe ich die Pizzeria verlassen, einen Kommentar loswerden kann, so dass der nächste, der sich Ecke Danzigerstrasse / Prenzlauer Allee fragt, wo denn hier die nächste Pizzeria ist, diese meide. Oder auch nicht, wenn die anderen Kommentare entlarve, dass ich ein fieser Individualist bin.

Und so weiter. The sky is the limit. Lass mich virtuelle Tags an Häuser schreiben, die für alle sichtbar sind, die (mit geeignetem Gerät) vor diesen stehen. Und seid gewarnt, möglich ist ein "Besucher, die vor diesem Bild stehen blieben, haben sich auch lange jenes Bild angeschaut" (und schlimmeres) allemal.

Gut, ein paar Szenarien behalte ich jetzt mal für mich, als Altersvorsorge. Aber es soll in ein paar Jahren niemand sagen, es hätte nicht dringestanden, hier in *korrespondenz.biz*, dem Tor in Vergangenheit und Zukunft.

das, 15.03.2004