

Fachhochschule Potsdam
Fachbereich Informationswissenschaften

iPolitics und Partizipation

Möglichkeiten politischer Beteiligung im Netz

Diplomarbeit zur Erlangung des akademischen Grades
Diplom-Bibliothekar (FH)
an der Fachhochschule Potsdam

Vorgelegt von

Ingo Caesar

Erstgutachter: Prof. Dr. Hans-Christoph Hobohm

Zweitgutachterin: Prof. Dr. Birgit Ammann

Potsdam, 29.06.2010

Inhalt

Einleitung	1
Zur Methode.....	3
1 Social Media in Abgrenzung zu "klassischen Massenmedien"	6
1.1 Die Verheißung einer transparenten und verantwortungsvollen Gesellschaft durch Social Media.....	6
1.1.1 Beispiele von Partizipationsansätzen im Netz	7
1.1.2 Positive Eigenschaften des Social Web	8
1.1.3 Mehr Demokratisierung und politische Beteiligung	12
1.2 Funktionen der Massenmedien	14
1.2.1 Unidirektionalität	15
1.2.2 Öffentlichkeit und imaginierte Gemeinschaft	16
1.3 Die Durchdringung von Klassischen und Neuen Medien.....	18
1.3.1 Veränderte Kommunikationssituation	18
1.3.2 Das Paradigma der Medienkommunikation.....	19
1.3.3 Teil-Öffentlichkeiten	20
1.3.4 Social Media in den Massenmedien und Massenmedien in den Social Media	21
2 Kritische Aspekte des Social Web und des Internet.....	25
2.1 Ausbeutung der (Informations-) ArbeiterInnen.....	25
2.2 Das Netz gehört nicht den Teilnehmenden	28
2.3 Information Overkill und Informationskompetenz	29
2.4 Probleme der Online-Kommunikation	31
2.4.1 Authentizitäts- und Vertrauensproblem	31
2.4.2 Voraussetzungen für funktionierende Online-Communities	34
2.5 Neue Diskursqualität durch neue Informationsanbieter?	35
2.6 Kommunikationsdispositiv	36

2.7	Informationelle Selbstbestimmung adé	39
2.8	Zusammenfassung der positiven und negativen Aspekte des Social Web.....	42
3	Social Media in der Politik: Digitale Demokratieansätze	43
3.1	eParticipation	43
3.1.1	Open Book Government	44
3.1.2	Liquid Democracy	46
3.1.3	eGovernment	48
3.2	Umsetzungsschwierigkeiten auf politischer Ebene	50
3.3	Deutschland im internationalen Vergleich	51
3.4	Zwischenfazit: Was iPolitics bedeuten könnte.....	55
4	Social Media unter dem Brennglas: China vs. China.....	58
4.1	Informationskontrolle	59
4.2	Opposition, Liberalisierung und das Entstehen eines öffentlichen Diskursraums	63
4.2.1	Dictator's Dilemma und Internet-Paradoxon.....	66
4.3	Das Netz hat eine Tür aufgestoßen	67
	Schluss und Ausblick	70
	Literaturverzeichnis.....	75

Einleitung

Wie transformieren moderne Kommunikationstechnologien die Gestaltung von Politik? (Tempel 2009: S. 1) Unzählige Webanwendungen wie beispielsweise ePetitionen¹, eine Plattform des Bundestages zum elektronischen Einreichen von Petitionen, oder Community-Plattformen wie Twitter, YouTube oder Blogs eröffnen neue Möglichkeiten politischer Partizipation im Netz. Mit diesen neuen Partizipationsformen geht das Versprechen einer umfassenden Demokratisierung einher. (Dorer 2008: S. 363) Doch kann dieses Versprechen überhaupt eingehalten werden?

Ein differenzierter Blick eröffnet zwei Dimensionen, die mit der so genannten eParticipation, der Möglichkeit elektronischer Teilhabe und Mitwirkung an politischen Prozessen, zusammenhängen. In der ersten, theoretischen, Dimension stehen sich zwei Lager gegenüber: Zum einen die sogenannten Cyberoptimisten, die in den neuen Anwendungen eine Demokratie 2.0 heraufziehen sehen, in die sich jeder und jede schnell und einfach digital einbringen kann. (Heuermann et al. 2009) Zum anderen die Kulturpessimisten, die befürchten, das Netz könne, überspitzt gesagt, als Instrument der Überwachung, des Firmenlobbyismus und der Selbstausbeutung der Nutzenden dienen. (Fuchs 2010)

Die zweite Dimension ist eine praktische. Es lassen sich grob zwei Organisationsarten der Umsetzung von Social Media Angeboten unterscheiden:

Das sind einmal die Bottom-up Netzwerke, die sich aus einem Moment der Freiwilligkeit oder persönlichem Handlungs- oder Kommunikationsdruck ergeben, und die häufig rein zivilgesellschaftliche und keine kommerziellen Interessen verfolgen. Merkmale der Bottom-up Organisation sind, dass es keine Zugangsbeschränkungen gibt, und dass Organisationsform und -inhalte einer Community durch deren Mitglieder bestimmt wird.

¹ <https://epetitionen.bundestag.de/> (Stand: 21.06.2010)

Einleitung

Zum anderen versuchen politische Akteure, wie Parteien, Ministerien oder Verwaltungen, mittels so genannter Top-down Netzwerke die BürgerInnen durch gezielte Angebote an partizipativen Elementen (Mitarbeit an Dokumenten in Wikis, Möglichkeiten der Bewertung, Kommentierung und Abstimmung) dazu zu bewegen, Demokratie aktiv mitzugestalten. Mit Top-down wird dabei assoziiert, dass der Zweck des Netzwerks stets von den InitiatorInnen vorgegeben ist. Erste Versuche, Bottom-up und Top-down Netzwerke gewinnbringend im Sinne einer stärkeren Politik-BürgerInnen-Verflechtung zu gestalten, werden derzeit in Deutschland etwa von der Piraten Partei angestrebt.

Die Differenzierung von Bottom-up und Top-down Organisation nützt allerdings nur bedingt als Analyseinstrument. Denn kommerzielle Akteure wie Google oder Facebook nehmen mit ihren Angeboten eine Art Sonderstellung ein. Sie intendieren durch ihre frei nutzbaren Social Media Anwendungen eine Vereinfachung der Entwicklung von Bottom-up Communities, verfolgen aber das übergeordnete Ziel, mit dem Content der Nutzenden Geld zu verdienen. Bottom-up Organisation und kommerzielle Interessen können dabei miteinander in Konflikt geraten.

Immer mehr "Netizens", so werden die NetzaktivistInnen genannt, thematisieren das Potential neuer Social Media Anwendungen. Wie Statistiken am Beispiel Amerika zeigen (Fox et al. 2009: S. 6), beteiligen sich immer mehr Menschen an Diskussionen auf politischen Plattformen. Auch 44% der Deutschen charakterisierten das Internet 2009 als Instrument zur politischen Beteiligung. (Forsa 2009: S. 4) Alle zehn Sekunden gehen mehrere Tausend Tweets in den "Äther"². In der Blogosphäre werden neben den Leitthemen von Radio oder Fernsehen vor allem auch spezifischere Themen diskutiert, die oftmals nur eine kleinere Community interessieren.

Fraglich ist, ob diese Möglichkeiten der politischen Beteiligung via Internet hinreichend sind, auf die Themendefinition von Massenmedien, global agierenden Konzernen, Parteien und einflussreichen Akteuren einzuwirken. Die Frage, ob oder inwieweit das Internet die Politik revolutionieren kann,

² <http://popacular.com/gigatweet/> (Stand: 21.06.2010)

Einleitung

ist längst nicht geklärt. Um festzustellen, wie viel Einfluss das politische Agieren im Internet, vom Professional bis zum Jedermann, auf tatsächliche Politikgestaltung haben kann, müssen folgende Fragen gestellt werden: Wie verändert sich die politische Kommunikation im Spannungsfeld von klassischen Massenmedien und neuen Web-Anwendungen? Welche Wechselwirkungen sind erkennbar? Wie verändern sich dementsprechend Informationsproduktion und Informationsverteilung? Bringen so genannte Social Media Anwendungen wie die bereits erwähnten Community Plattformen oder auch Wikis neue Qualitäten und verbesserte, weil offenere, politische Diskurse mit sich oder bergen sie nicht vielmehr Gefahren der Unübersichtlichkeit und Uneindeutigkeit? Gelten diese Fragen auch unter den Bedingungen autoritärer Staaten oder haben Social Media Anwendungen hier einen ganz anderen Stellenwert?

Zur Methode

Diese Arbeit hat ein informationswissenschaftliches Erkenntnisinteresse, das im Sinne von Gernot Wersig "quer zu anderen Disziplinen" liegt (Biehl 2005) und insofern interdisziplinär ist. Der Social Media Diskurs ist zwischen Kommunikations- und Medienwissenschaften, Sozialwissenschaften und Kulturwissenschaften angesiedelt. Dementsprechend werden neuere und neueste informations- kommunikations-, kultur- und sozialwissenschaftliche Quellen diskursanalytisch untersucht. Eine rein technokratische Sichtweise auf die Anwendbarkeit von Social Media im Bereich der Informationsarbeit ist verkürzt.

Vielmehr geht es darum, in einem breiten Kontext herauszufinden, ob der Einsatz von Social Media Anwendungen vorherrschende Demokratiedefizite wie z.B. Mängel in der Legitimation und Transparenz von politischen Akteuren und Entscheidungen beseitigen oder mildern kann bzw. ob unter Bedingungen von Zensur der Einsatz neuer Kommunikationsmöglichkeiten zu mehr Meinungsäußerung und –austausch führen kann.

Einleitung

Dabei geht es um Überlegungen zu den Themen:

- Dimensionen von Kommunikations- und Partizipationsverhalten im Internet;
- das Verhältnis von klassischen Massenmedien zu neuen Social Media Anwendungen und deren jeweilige Funktionen zur Schaffung von Öffentlichkeit;
- Analyse von Beteiligungsmustern und digitalen Demokratiemodellen;
- Einsatz von Social Media Anwendungen unter autoritären Bedingungen (China).

Grundlegendes Problem beim Einstieg in die Thematik ist eine Uneindeutigkeit in der Verwendung zentraler Begriffe, weshalb hier einige Ausführungen zur Klarheit beitragen sollen. Die zentralen Begriffe Web 2.0 und Social Media sind nicht eindeutig und werden sogar austauschbar verwendet. Die zahlreichen Bedeutungsebenen, die etwa mit dem Begriff Web 2.0 verbunden werden, zeigt folgendes Zitat: "It is perceived as the death of culture (Keen, 2007) while also being its rebirth (Lessig, 2007); a democratizing force (see Granick, 2006) but also the worst kind of centralization (Kleiner and Wyrick, 2007), an ideology but also technical evolution. It has been said to harness collective intelligence but also to encourage mob stupidity." (Everitt et al. 2009: S. 755) Das Problem am Web 2.0 Begriff ist, dass er perspektivisch gebrochen ist und akteursabhängig gebraucht wird. Da gibt es die Perspektive der Web 2.0 Consulting Firmen, die Web 2.0 Strategien verkaufen wollen, dann die Perspektive der Smartphone-Hersteller, die Mobilität, Outernet und in das Produkt integrierte Netzwerke als neue Freiheit vermarkten. Ferner gibt es die Perspektive der Anbieter der Web 2.0 Plattformen, wie z.B. Facebook, die Nutzende für sich und ihre Produkte arbeiten lassen und schließlich die Nutzenden von Web 2.0 Anwendungen selbst, die zwischen Orientierungslosigkeit und Empowerment im Netz hin- und hergerissen sind. Kurz gesagt: Web 2.0 Techniken können von allen und für alles benutzt und missbraucht werden. In der Literatur werden Social Media Anwendungen

Einleitung

häufig unter dem Begriff Web 2.0 subsumiert. Um begriffliche Klarheit zu schaffen, werden in dieser Arbeit hauptsächlich die Begriffe Social Media Anwendungen, Social Media und Social Web benutzt, wobei die erwähnten Perspektiven des Web 2.0 Begriffes mit impliziert sind.

Die Arbeit wird aus der Perspektive der iPolitics analysiert. iPolitics steht für die Ermächtigungsmöglichkeiten des/der Einzelnen, um mittels bestimmter Hilfsmittel wie Social Media Anwendungen im Internet politische Entscheidungen zu verfolgen, zu kritisieren und mitzugestalten. Der Begriff wurde für diese Arbeit vor allem deshalb ausgewählt, weil durch ihn ein besonderer Fokus auf die Funktionsweise des Social Web gelegt werden soll, in dem der/die Einzelne als Akteur im Mittelpunkt steht und seine/ihre politischen Anliegen zum Ausdruck bringen kann.

1 Social Media in Abgrenzung zu "klassischen Massenmedien"

Es wird viel darüber diskutiert, wie neue Web Anwendungen den Einfluss der Massenmedien verändern können und ob sich dadurch Prozesse öffentlicher Kommunikation wandeln. (Niedermaier 2008) Das Argument, dass neue Web Anwendungen generell politische Teilhabe verbessern können, ist dabei längst kein Common Sense. (Feenberg 2009: S. 77; Norris 2000: S. 2; Frost 2006: S. 48; Dorer 2008: S. 354 f.) Sicher aber ist: wie kein anderes Medium zuvor verändert das Internet unseren Umgang mit Information und Kommunikation und damit auch die Formen gesellschaftlicher Willensbildung. "Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel sind aufs Engste miteinander verknüpft." (Dorer 2008: S. 354) In welcher Form die Veränderungen im Umgang mit Information und Kommunikation stattfinden, darum soll es in den folgenden Abschnitten gehen. Um diese Veränderungen darstellen zu können, werden zunächst Grundsätze und Eigenschaften von Social Media Anwendungen, insbesondere mit Hinblick auf ihr Potential für mehr Demokratisierung und politische Beteiligung, beschrieben. In Abgrenzung dazu werden anschließend die Funktionsweisen von Massenmedien skizziert, so dass schließlich die Wechselwirkungen zwischen Neuen Medien und "klassischen" Massenmedien herausgearbeitet werden können.

1.1 Die Verheißung einer transparenten und verantwortungsvollen Gesellschaft durch Social Media

Seitdem der Begriff Web 2.0 von Tim O'Reilly (2005/2006) geprägt wurde, gibt es GegnerInnen und BefürworterInnen der Social Media Anwendungen. An dieser Stelle wird skizziert, wie BefürworterInnen für den Einsatz von Social Media Anwendungen argumentieren, wobei dies mit besonderem Fokus auf den Teilbereich politischer Partizipation geschieht.

1.1.1 Beispiele von Partizipationsansätzen im Netz

Partizipation als "die Einbeziehung von Individuen und Organisationen (...) in Entscheidungs- und Willensbildungsprozesse" (Wikipedia (A) 2010) kann durch den Einsatz von Social Media neu definiert werden. Die Kommunikation auf sozialen Plattformen wie MySpace oder YouTube verbessert die Möglichkeiten von Teilhabe, Kommunikation und stärkerer Öffentlichkeit für persönliche Anliegen. Dabei wird die politische Relevanz dieser "Web-Revolution" oftmals mit einer stärkeren Einflussnahme auf politische Prozesse oder mit der "Utopie des emanzipierten Menschen" assoziiert. (Roethler 2006: S. 17)

Für den Bereich Journalismus und Berichterstattung wird gerne der Begriff "Grassroots Journalism" oder "Citizen Journalism" ins Spiel gebracht: BürgerInnen bestimmen mittels Blogs oder auf Plattformen, die für das Posten eigener Nachrichten gemacht sind, welche Themen für sie relevant sind. Die Massenmedien, die sich dadurch auszeichnen, dass Sie von wenigen Mächtigen gemacht werden und damit eine Torwächter-Funktion innehaben (Chaffee et al. 2001: S. 366), erhalten durch BloggerInnen und private Beiträge (z.B. Ohmy News International: every citizen is a reporter³) eine ernst zu nehmende Konkurrenz. Mehr noch: Sascha Lobo spricht von einer Machterosion der medialen Elite: "Durch die Transparenz und die Geschwindigkeit der digitalen Welt wird ihnen (...) bewusst, dass sie die Illusion der Beherrschung ihrer Welt nicht mehr aufrechterhalten können (...)." (Lobo 2009: S. 144)

Ein gutes Beispiel für Citizen Journalism und Demokratisierungsanliegen ist auch die Plattform Current⁴, in der jeder nach Anmeldung eigene Reportagen veröffentlichen kann: "Current has a history and mandate of democratizing media, being a first mover in integrating and adapting to new social/consumer technologies that have become widely adopted by the mainstream." (Current 2010)

Einige politische Beteiligungsplattformen arbeiten mit Abstimmungen, so Avaaz.org – the world in action⁵. Die Betreibenden der Plattform sammeln

³ <http://english.ohmynews.com/> (Stand: 21.06.2010)

⁴ <http://current.com/> (Stand: 21.06.2010)

⁵ <https://secure.avaaz.org> (Stand: 21.06.2010)

in Zusammenarbeit mit Nutzenden und verschiedenen Interessengruppen beispielsweise eine Millionen Unterstützer für ein gesellschafts- oder umweltpolitisches Anliegen (z.B. für eine Kampagne gegen Menschenhandel) und reichen diese Petition dann bei den UN oder supranationalen Organisationen wie der EU ein, um Druck für eine Entscheidung im Sinne der Petition zu erzeugen. Die Mitzeichnung von Petitionen ist sehr bequem, da nur Name, Adresse und E-Mail-Adresse eingegeben werden müssen. Das allein reicht aber nicht, um politische Anliegen durchzusetzen, weshalb viele NetzaktivistInnen fordern, dass nur dann online Aktivität stattfinden sollte, wenn die Aktivität auch in der Realwelt stattfindet ("Keine Online-Aktivität ohne Offline Aktivität"). (Zeit Online 2010)

Es gibt etliche weitere politische Beteiligungsplattformen⁶, bei denen es darum geht, einzelne Themen zu einer Aktion weiterzuentwickeln. Die wenigen hier vorgestellten praktischen Beispiele zeigen eine Auswahl, welche Formen von Beteiligung möglich sind. Wie aber lassen sich die Eigenschaften des Social Web näher bestimmen und kategorisieren?

1.1.2 Positive Eigenschaften des Social Web

1. Mehr Freiheit im persönlichen Ausdruck

Social Media Anwendungen wird zugeschrieben, dass sie mehr Freiheit durch die "weitreichende Veröffentlichung eigener Daten" (Roethler 2006: S. 14) bringen. Es entstehen neue "Freiheitsräume. (...) Damit verbessern sich (...) die Möglichkeiten der Menschen, aktiv am gesellschaftlichen und politischen Leben teilzunehmen." (Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien 2008: S. 5) Durch die Möglichkeit, unmittelbar Beiträge beizusteuern (Wissen, Meinungen, Bild-, Video- und Tondokumente), entsteht ein einmaliger Informationsraum. "Das koordinierte Zusammenwirken Vieler wird dazu genutzt, etwas entstehen zu lassen, das sonst unmöglich zu realisieren wäre." (Niedermaier 2008: S. 61) Nutzende

⁶ <http://moveon.org>, <http://campact.de>, <http://ipolitics.com> (Stand: 21.06.2010)

1 Social Media in Abgrenzung zu "klassischen Massenmedien"

haben nun die Möglichkeit, sich nach Belieben selbst darzustellen und auszudrücken. Welche Gefahren mit diesen Möglichkeiten einhergehen, wird in Teil 2 beschrieben.

2. Chaos und Unkontrollierbarkeit

Auch Chaos und Unkontrollierbarkeit gehören zum Erscheinungsbild von Social Media. Große offene Netzwerke erzeugen einen unkontrollierbaren Raum. "Das Internet [zeigt] eine ungeheure Ausweitung der Kommunikation, die jedem Versuch einer Kanonisierung des Kommunizierten (...) Hohn spricht (...)." (Jochum 2007: S. 240) Gerade aber wegen des einfachen, zufälligen, chaotischen und dezentralen Prinzips ist Kommunikation im Internet so erfolgreich und zwar unabhängig davon, ob Menschen im selben Unternehmen arbeiten, im selben Land wohnen oder verschiedene Interessen haben. "Im Internet findet eine Explosion der Kommunikation in eine Mehrheit individueller Kontexte mit grundsätzlicher Unkontrollierbarkeit statt." (Kammerl 2009: S. 11) Das Netz weist somit einerseits alle Kriterien auf, die auch in Kommunikationsprozessen in der Wirklichkeit anzutreffen sind: Intransparenz, Unabgeschlossenheit, Verzicht auf Moderation und Zensur sowie Unübersichtlichkeit. (Kammerl 2009: S. 11) Gleichzeitig wird die Vielfalt der Beiträge um ein Vielfaches erhöht, weil globale Kommunikationsräume entstanden sind. Es macht sich ein Effekt bemerkbar, den es in dieser Form in den "klassischen" Medien nicht gegeben hat. Der Organisationspsychologe Peter Kruse spricht von einem "Aufrauschen" oder "Aufschaukeln" der Netze. Eine hohe Vernetzungsdichte, eigeninitiierte Elemente eines Netzwerks sowie die Eigentümlichkeit von nichtlinearen Rückkopplungseffekten führten dazu, dass niemand diese Netze mehr im Griff habe. (Deutschlandradio Kultur (A) 2010)

3. Neue Organisationsstrukturen

In Bezug auf den Aufbau von Internet-Netzwerken hat sich durch Social Media Anwendungen sehr viel verändert. Kleine Netzwerke können schnell, lose und spontan entstehen und das unabhängig von starren

Organisationskontexten. Es dauert keine halbe Stunde, ein Blog aufzusetzen und die entsprechende Präsenz bei Facebook, Twitter usw. verlautbaren zu lassen. Clay Shirky spricht von "fluid cooperation". (YouTube 2008) Eine starre Struktur, eine Hierarchisierung von Abteilungen, Abläufen und Prozessen ist für die Arbeit von Organisationen nicht mehr zwingend erforderlich. Nahezu die gesamte IT-Infrastruktur eines Unternehmens kann mittlerweile durch kostenfreie Anwendungen aus dem Social Media Bereich substituiert werden. Der Server kann durch einen Webservice-Dienst ersetzt werden, die Programme zur Erstellung von Texten werden kollaborativ und von verschiedenen Orten aus netzbasiert benutzt, Neuigkeiten und Mitteilungen werden über das Social Network der Organisation oder über Twitter kommuniziert, face-to-face Treffen werden über entsprechende Webanwendungen geplant und durchgeführt, Webdienste helfen bei der Erstellung von Präsentationen und Kalkulationen usw. Viele dieser Anwendungen sind kostenfrei oder gegen geringe Gebühren nutzbar. Gina Bianchini, Vertreterin des Unternehmens Ning, welches eine Plattform für das schnelle Aufsetzen eines Social Network anbietet, warnt sogar davor, Koordination und Zentralisierung im Unternehmenskontext zu groß zu schreiben. "The technology is moving so fast that the layers of coordination and centralization just don't apply anymore. They're irrelevant, and if you spend too much time on those things, you'll become irrelevant, too." (Jones 2008: S. 53)

Für den Bereich politischer Aktivität bzw. für iPolitics sind diese technologischen Hilfsmittel gleichbedeutend mit Selbstermächtigung. Jeder Nutzende kann im Internet publizieren, organisieren, sich mit anderen zusammentun, agitieren, ein Büro betreiben und seinen politischen Ansichten Substanz verleihen. Diese Einfachheit in der Organisation von Partizipation und Einflussnahme wird erst durch Social Media Anwendungen Realität.

4. Vernetzung und Dezentralisierung

Durch die Vernetzung jenseits von nationalstaatlichen Grenzen sind "globale" Netzwerke entstanden. Lose Zusammenschlüsse aus Kreativen,

ExpertInnen, VisionärInnen und "Helden der Tat" setzen politische Verantwortlichkeit via "Schwarmintelligenz" unter Zuhilfenahme des Social Web in Projekte und Aktivitäten um. (Schroll 2008) So können kollektive Intelligenz und neue Technologien sinnvoll kombiniert werden. (Schroll 2008) Es ist nun möglich "vor der Haustür" aber auch überall sonst auf der Welt politisch aktiv zu werden. Dieser Aspekt betont, dass es die Menschen sind, welche sich vernetzen und die neuen Medien für ihre Interessen gebrauchen. Die Technik dient lediglich als das Werkzeug zur Verwirklichung eines neuen sozialen Bewusstseins.

Dezentralisierung besagt dabei, dass Content geographisch von überall her stammen kann und dass es egal ist, auf welchem Server eine Social Media Anwendung vorliegt. Zugleich steht Dezentralisierung auch für die Menge an Social Media Angeboten, aus denen sich die Nutzenden frei bedienen können. Es gibt viele Anbieter von Blog-Software, von Instant-Messaging-Diensten, von Wiki-Software oder von Software, die dazu dient, verschiedenste Informationsquellen auf einem Bildschirm zusammenzuführen. Dass diese Angebote dezentral sind, sorgt für Sicherheit in ihrer Verfügbarkeit und gewährt dadurch eine große Vielfalt an Anwendungs- und Nutzungsmöglichkeiten und ermöglicht zugleich eine dezentrale Kommunikation.

5. Transparenz

Einen weiteren Vorteil von Social Media Anwendungen sehen BefürworterInnen in der Möglichkeit, politische Prozesse im Netz transparenter zu machen. Opensecrets.org⁷ steht beispielhaft für eine Plattform im amerikanischen Raum, auf der publik gemacht wird, welche PolitikerInnen sich für welche Lobbys einsetzen, wer wem Geld gibt und wer von wem Geld nimmt. Ein ähnliches Konzept steckt hinter dem deutschen Pendant Abgeordnetenwatch.de⁸. Hier geht es darum, wie Mitglieder des Bundestages abgestimmt haben und in welchen Ausschüssen sie tätig sind. Außerdem können ihre Redebeiträge eingesehen werden und ihre

⁷ <http://www.opensecrets.org> (Stand: 21.06.2010)

⁸ <http://www.abgeordnetenwatch.de/> (Stand: 21.06.2010)

Nebentätigkeiten werden offengelegt. In diesem Verständnis dienen Social Media Anwendungen besonders der Schaffung von politischer Transparenz und tragen so zu einem "objektiveren" demokratischen Willensbildungsprozess bei. Jennifer Granick spricht in diesem Zusammenhang von einer neuen demokratischen Ethik: "There's never been a better time to tap that technological ethic to re-democratize our democracy." (Granick 2006) Dabei zielt ihr Artikel besonders auf Möglichkeiten der Dokumentation und damit der Kontrolle von PolitikerInnenentätigkeiten.

1.1.3 Mehr Demokratisierung und politische Beteiligung

Die Darstellung persönlicher Interessen, ein chaotischer und unkontrollierbarer Raum der Information und Kommunikation, Vernetzung und Dezentralisierung sowie Transparenz, all dies sind Eigenschaften, die gerne als Argumente für die Wiedergeburt der Demokratie durch das Netz angeführt werden. Die BefürworterInnen einer verbesserten politischen Partizipation im Netz kritisieren, dass der bisherige geschlossene, auf Desinteresse stoßende, politische Raum die Demokratie eher erstickte als beförderte (Lindner et al. 2009: S. 25–26): "Das gewachsene politische System der alten Bundesrepublik wird mehr und mehr zu einer ausgehöhlten Fassade. (...) Wo ist also der gegenwärtige Raum für lebendige Öffentlichkeit? (...) Im Netz!" (Lindner et al. 2009: S. 27) Das Social Web wird hier als Renaissance der Demokratisierung verstanden, da es die Plattform für adäquate Anwendungen bietet, durch die aktuelle Demokratie-Herausforderungen besser bewältigt werden können, als es in der analogen Welt der Fall ist. "Ich glaube nicht, dass die bestehenden Systeme und Strukturen den Anforderungen dieser neuen Zeit gewachsen sind." (Reinhard 2009: S. 6) Ob deswegen die Zeit "basisdemokratischer Selbstorganisation" (Lindner 2009: S. 74) bereits angebrochen ist, wird in Teil 3 diskutiert. Es ist denkbar, dass Social Media Anwendungen Elemente von mehr direkter Demokratie ermöglichen können.

Nach Martin Lindner ist vieles in Bewegung, das darauf schließen lässt, dass die BürgerInnen mittels Social Media Anwendungen nun ihrer politischen

Stimme mehr Ausdruck verleihen werden. "Plötzlich organisiert sich die Welt nicht mehr um die großen Repräsentanten da oben, sondern um die Einzelne/n [sic!] da unten. (...) Allein durch die Macht des Mediums rücken die Bürger selbst plötzlich vom Rand des politischen Betriebs in dessen Mittelpunkt. (...) Die digitale Demokratie macht die Stimmen hörbar, die Stimmen der BürgerInnen wie die Stimmen der Repräsentanten." (Lindner 2009: S. 73-80)

Grassroots Journalism, politischer Netzaktivismus, das Entstehen verschiedenster Netzwerke weltweit - all diese Bewegungen scheinen darauf hinzuweisen, dass eine neue Zeit angebrochen ist, in der es eine starke und einflussreiche Zivilgesellschaft gibt. "Bürger spielen eine aktive Rolle im Prozess der Recherche, des Berichtens, des Analysierens sowie des Verbreitens von Nachrichten (Bowman/Willis 2003 [S. 9]). Es scheint, dass das Internet die Forderungen der bürgerlichen Gesellschaft nach Teilhabe eingelöst hat." (Kammerl 2009: S. 10) Die bürgerliche Gesellschaft sah die Öffentlichkeit als Garant von Rationalität, da gesellschaftliche Rationalität aus der kritischen Fähigkeit von Individuen hervorgeht. Transparenz und Beteiligung, Möglichkeiten, die durch das Social Web einlösbar erscheinen, werden in dieser Perspektive als Bedingung für Rationalitätszuwachs angesehen. (Kammerl 2009: S. 10) Je mehr Menschen mitreden können, je mehr sich am "Agenda-Setting" durch Beitrag, Kommentar und Kritik beteiligen, desto vernünftiger verhält sich aus dieser Sichtweise die Gesellschaft. Zudem kann man anführen, dass der Zugang zum Internet heute für weit mehr Menschen zur Verfügung steht als nur einer Schicht wohlhabender BürgerInnen. Inwiefern das Versprechen der vermehrten BürgerInnenbeteiligung aber tatsächlich eingelöst wird und ob sich wirklich mehr Menschen an der Gestaltung gesellschaftlicher Kommunikation beteiligen (können) und ihre Stimmen überhaupt gehört werden, wird in Teil 3 näher untersucht.

1.2 Funktionen der Massenmedien

Das Social Web ist ein neuartiges Medium. Doch es ersetzt nicht das System der Massenmedien, denn diese behalten ihre tiefgreifende Bedeutung für das Kommunikationssystem Gesellschaft. In einer Demokratie reduzieren die Massenmedien durch ihre Beiträge die politischen Ereignisse derart, dass diese verständlich und interpretierbar werden. Sie fungieren als der "Sinnerzeuger" für die politische Willensbildung schlechthin. Anders als in totalitären Systemen, wo die politische Führung durch Polizei oder Bildungssystem stärkeren Einfluss auf das Verhalten der BürgerInnen ausübt, ist in demokratischen Systemen eine starke Kopplung von Medienthemen und öffentlichem Diskurs erwünscht, um einen allgemein verständlichen Zugang zu dem "was die Welt bewegt" zu schaffen. Die Funktion demokratischer Willensbildung kommt im Medienbericht 2008 der Bundesregierung zum Ausdruck. "Die Grundrechte der Meinungs-, Presse-, Rundfunk- und Filmfreiheit (Art. 5 Abs. 1 GG) sowie das in Artikel 20 Absatz 2 GG verbürgte Demokratieprinzip weisen den Medien eine fundamentale Bedeutung für die einzelnen Bürgerinnen und Bürger, die gesellschaftliche Kommunikation und den demokratischen Meinungs- und Willensbildungsprozess zu." (Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien 2008: S. 14)

Im Folgenden werden einige Funktionen von Massenmedien erläutert. Dabei wird ihre ambivalente Funktion schnell deutlich. Denn Massenmedien kommunizieren zwar politische und andere Themen auf breiter gesellschaftlicher Basis, geben diese Themen damit zugleich aber auch vor und vermeiden dadurch im Umkehrschluss die Diskussion über andere relevante Themen. Es stellt sich somit die Frage, in welchem Ausmaß Massenmedien als Lenkungsinstrument der öffentlichen Meinung eingesetzt werden können. Im anschließenden Abschnitt wird der Frage nachgegangen, ob das Social Web hier einen neuen Kanal für Meinungsbildung und alternative Informationsangebote bieten kann.

1.2.1 Unidirektionalität

Das "alte System der Massenmedien", dazu zählen etwa Fernsehen, Radio und Tageszeitungen, ist unidirektional. Informationen werden in nur eine Richtung ausgestrahlt. Die Rollen von Sender und Empfänger sind fest zugeschrieben. Bis in die 1980er Jahre hinein konnte man von einer "singulären Öffentlichkeit" (Meyer-Schönberger 2010) sprechen, die durch die öffentlich-rechtlichen Massenmedien und ihr Monopol der Erzeugung von Informationen geprägt wurde. Dieses Prinzip bedeutete eine relative Gleichschaltung des öffentlichen Informationsflusses und brachte zugleich eine starke Berechenbarkeit der daraus folgenden Kommunikationen hervor. Zugleich konnten die Massenmedien sehr effizient kontrollieren, wie der nächste Informationsschritt strukturiert sein musste, da die zuletzt verbreiteten Informationen übersichtlich und kontrolliert eingesetzt worden waren. Eine solch tiefgreifende Kontrolle war nur dadurch möglich, dass ausschließlich in eine Richtung informiert wurde. "Entscheidend ist auf alle Fälle: daß keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sender und Empfängern stattfinden kann. Interaktion wird durch Zwischenschaltung von Technik ausgeschlossen." (Luhmann 1996: S. 11) Unidirektionalität sorgt dafür, dass Informationen nicht unmittelbar hinterfragt werden können. Die Massenmedien bestimmen, welche Informationen in welcher Form und Intensität verbreitet werden und die Konsumierenden haben keine Möglichkeit, darüber hinaus zu erfahren, welche Informationen aus welchen Gründen vielleicht gerade nicht vermittelt werden. Das wirft natürlich die Frage auf, ob sich an diesem Sachverhalt durch Kommunikationsmöglichkeiten im Netz etwas geändert hat.

Die Problematik, dass einseitige Informationsvorgabe erst Realität schafft, bzw. ob etwas Unwichtiges zur herrschenden öffentlichen Meinung hochgestuft wird, ist eher nebensächlich. Denn "was wir (...) über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien." (Luhmann 1996: S. 9) Dass Kommunikation bei den Massen ankommt, kann quantitativ gemessen werden, z.B. durch Einschaltquoten, Leserbriefe oder andere Reaktionen der Empfänger. Wie sich diese Informationen dann aber auf die Kommunikation unter den Empfänger auswirkt, ob sie planmäßig

verläuft oder ob irrationale Reaktionen befördert werden, entzieht sich dem Einfluss der Sender. (Luhmann 1996: S. 34)

1.2.2 Öffentlichkeit und imaginierte Gemeinschaft

Ein weiteres Merkmal der Massenmedien besteht darin, dass durch die Schaffung einer breiten Öffentlichkeit eine starke identitätsstiftende gesellschaftliche Definitionsfunktion ausgeübt wird. Massenmedien sind ein tragendes Funktionssystem der modernen Gesellschaft. (Luhmann 1996: S. 22) "First, according to Turow (1992), the 'mass media are a part of the process of creating meanings about society for the members of society' (p. 107)." (Chaffee et al. 2001: S. 377) Massenmedien erzeugen breite öffentliche Meinungen über Themen und bedienen diese zugleich. Dadurch wirken sie als gesellschaftlicher Identitätsstifter, denn die Menschen unterhalten sich über dieselben Dinge. Wir lesen die gleichen Zeitungen, sehen die gleichen Sendungen, die gleichen Filme im Kino usw. Eine "imaginierte Gemeinschaft" (Anderson 1998: S. 57) wird erzeugt, in der jede/r aufgrund der Repräsentationen und Konstruktionen durch die Medien einen vorgegebenen Orientierungsrahmen über den eigenen Platz innerhalb der Gesellschaft als Ganzes zugewiesen bekommt. "Among these representations' central motifs is the individual's relation to the social totality, expressed via connections to apparently intermediate sub-units such as social classes, ethnic groups, and geographical, occupational and cultural communities." (Frosh et al. 2007: S. 106) Massenmedien sind damit mit dafür zuständig, den Platz, "wo man hingehört", zu definieren. "Such cumulative media representations provide individuals with a version of what their societies look like as a whole, imparting a seemingly natural sense of how society 'is' and how one is located within it (including the sense that society forms an enveloping space 'within which' one is located)." (Frosh et al. 2007: S. 106)

Die Bedingung, eine große (Teil-)Öffentlichkeit zu erreichen, ist die *conditio sine qua non*, ohne die Kommunikation innerhalb eines gesellschaftlichen Systems nicht funktionieren würde. Gut erkennbar wird dies beispielsweise an der Macht des Fernsehens als Erzeuger für globales Mitgefühl:

"Television especially, with its reach and visual impact, may therefore play a key role in the fostering of a collective global compassion." (Höijer 2004: S. 515) Das Fernsehen macht sehr effektiv auf das Leiden der von Naturkatastrophen, Ungerechtigkeit oder Armut Betroffenen aufmerksam und erzeugt somit ein künstlich vermitteltes Mitgefühl. Ohne diese tiefe Durchdringung des Kommunikationssystems Gesellschaft mit Informationen hätten Massenmedien ihre Hauptfunktion, die Schaffung breiter Öffentlichkeit, eingebüßt.

Die medialen Leitthemen wechseln dabei täglich. Informationen werden in alltäglicher Routine konsumiert und können vielfach gar nicht verarbeitet werden, so dass eine profunde (politische) Meinungsbildung allein durch die Massenmedien kaum möglich ist. Durch ihre dominante Stellung tragen die Massenmedien jedoch dazu bei, politische Präferenzen und Meinungen der Individuen stark zu determinieren. Johanna Dorer, die diese pessimistische Perspektive aufgreift und dabei das Internet als weiteres Massenmedium einschließt, argumentiert: "Indem Medienrezeption im Rahmen der Alltagsroutine erfolgt, produziert der Informationsüberfluss nicht ein Mehr an Wissen oder Kommunikation, sondern repräsentiert vielmehr die gesellschaftliche Norm und ihre Grenzen. (...) Damit verdrängt Gewohnheit und Routine die Wahrnehmung potentieller anderer Wahrnehmungsalternativen." (Dorer 2008: S. 360) Der herrschende Mediendiskurs unterdrückt die Stimme von Minderheiten. Trotzdem sorgt diese "Mediendemokratie" andererseits dafür, dass überhaupt von einer Mehrheitsgesellschaft oder den Präferenzen der BürgerInnen gesprochen werden kann.

1.3 Die Durchdringung von Klassischen und Neuen Medien

Social Media Anwendungen brechen mit den Funktionen der Massenmedien auf vielen Ebenen. Unidirektionalität kann durch den Einsatz von Social Media überwunden, einseitige Informationsverbreitung korrigiert und kritisiert werden. Direktes Kommentieren oder das Publimachen von Skandalen jenseits der Massenmedien eröffnen einen neuen Zugang zum herrschenden Informationsdiskurs. Jetzt bietet sich die Möglichkeit, tiefer in Kommunikationsprozesse einzugreifen, als lediglich "Nachher-darüber zu reden". (Luhmann 1996: S. 13) Das Internet stellt Möglichkeiten bidirektionaler Kommunikation zur Verfügung. (Albrecht et al. 2008: S. 95)

1.3.1 Veränderte Kommunikationssituation

Andrew Feenberg ist davon überzeugt, dass Social Media Anwendungen Partizipation verbessern und gegenüber den bisherigen Möglichkeiten der Massenmedien eine neue Kommunikationsqualität entsteht. Das führt er darauf zurück, dass nun, gegenüber den lange Zeit vorherrschenden unidirektionalen Massenmedien, ein anderes wechselseitiges Kommunikationssystem möglich geworden ist: "In broadcasting, a single source sends out messages to a mass audience. The Internet enables reciprocal communication among small groups. The members of these groups both receive and emit information. There is a return here to the normal pattern of human communication in which listening and speaking roles alternate, rather than being distributed exclusively to one or another interlocutor." (Feenberg 2009: S. 79) Kommunikation, die auf einem Sender-Empfänger Modell basiert, in dem jede/r senden und jede/r empfangen kann, entspricht einer natürlichen Kommunikationssituation. Diese Möglichkeit der Reziprozität zusammen mit der Möglichkeit, dass Menschen sich von jedem Ort der Welt aus zu virtuellen Communities im Internet zusammenschließen und an politischen Prozessen beteiligen können (Feenberg 2009: S. 77), spricht für einen freieren, offeneren und zugleich demokratischeren Medienumgang als es das "klassische" Modell der Massenmedien bisher zuließ. "Communities form around these spaces of virtual social interaction. This is significant because community is the primary scene of human communication and personal development. It is in

this context that people judge the world around them and discuss their judgments with others. Any technology that offers new possibilities for the formation of community is thus democratically significant." (Feenberg 2009: S. 79)

1.3.2 Das Paradigma der Medienkommunikation

Mit was für Veränderungen im Informationsverhalten wir es bei den Neuen Medien gegenüber den Massenmedien zu tun haben, wird deutlich anhand des von Chaffee und Metzger bereits 2001 aufgemachten Unterschiedes von Massen- und Medienkommunikation.

Summary of Differences Between "Mass" and "Media" Communication

	<i>Mass Communication</i>	<i>Media Communication</i>
Channels	Few	Many
Audience	Unified	Diverse
Control	Sender	User
Transmission	One-way, time-specific	Interactive, at convenience
Research paradigms	Content analysis, effects on audience	Interface design, information search
Typification	Television	Video games, Web sites
Motivation	Arousal	Need satisfaction
Ego concept	Identification	Self-actualization
Social control	Laws, professional ethics, public education	Technical devices, monitoring
Learning	Social modeling	Experiential
Scare statistic	Number of murders a child sees by age 18	Number of murders a child commits by age 18

Abbildung 1: (Chaffee et al. 2001: S. 373)

Nach diesem Modell bestimmen in der neuen Medienkommunikation viele unterschiedliche Klientele, welche Informationen sie erzeugen oder konsumieren wollen. Die Motivation ist dabei selbstbestimmt. Am Beispiel des experimentierenden Lernens verdeutlicht Chaffee die neuen persönlichen Freiheiten, die das Internet dem Nutzenden bietet. Schrieben die alten Massenmedien dem Rezipierenden seinen Platz noch zu, etwa durch Zugehörkeitszuschreibung zu einer bestimmten Gruppe, so hat der Nutzende im Internet jetzt die Möglichkeit, sich seinen Platz, oder auch

mehrere verschiedene, selbst auszusuchen und dabei zu experimentieren. Dies hat auch Auswirkungen auf das Selbst-Konzept der Nutzenden: Die (Massen-)Informationen dienen nicht länger dazu, eine Identität (Identifikation) der Nutzenden "herzustellen" oder ihnen zuzuschreiben sowie Vorgaben zu machen, sondern eher einer Art Selbst-Aktualisierung, in der die Vielzahl der Informationen zwar zur Kenntnis genommen wird, jedoch nicht mehr in Verbindung zur eigenen Person (Identität) gesehen wird, ihnen also keine Identifikationsmacht mehr zukommt. In Bezug auf die Ausführungen von Luhmann (das System der Massenmedien sorgt dafür, dass das Kommunikationssystem Gesellschaft funktioniert) und Anderson (die Massenmedien schaffen eine imaginierte Gemeinschaft) macht Chaffee hier eine neue Position auf: Das Individuum konsumiert Informationen nicht zur Identifikation mit Systemen, sondern allein zur Selbst-Aktualisierung. Dabei trennt Chaffee die beiden Konzepte Massenkommunikation und Medienkommunikation aber zu stark und entwickelt eine Polarisierung zwischen diesen beiden, die so gar nicht gegeben ist. Denn auch in der Medienkommunikation wird auf Systeme Bezug genommen. Das Selbst-Konzept der Selbst-Aktualisierung des Individuums, von dem Chaffee spricht, kann schließlich nur in Abgrenzung zu einem bestehenden System erfolgen. Das erfordert eine zumindest zeitweilige Öffnung des Individuums gegenüber dem System, denn nur so kann eine Selbst-Aktualisierung stattfinden. Eine Identifikation mit der Umwelt ist auch im Zeitalter der Medienkommunikation notwendig.

1.3.3 Teil-Öffentlichkeiten

Durch Blogs oder Twitter werden jetzt neue Mikro-, Sub-, Teil- oder Gegen-Öffentlichkeiten geschaffen. Der Begriff Öffentlichkeit selbst wird zum Problem, denn mehr Kommunikation auf verschiedenen Kanälen bedeutet zugleich weniger Aufmerksamkeit für bestimmte Informationen. Einerseits können Teil-Öffentlichkeiten für Themen gewonnen werden, die von den Massenmedien nicht, selten oder nur oberflächlich aufgegriffen werden, andererseits gibt es eine Explosion von "Minderheiten-Themen", so dass es immer schwerer wird, von der Diskussion um diese Themen auf die Meinung der "Mehrheit der Bevölkerung" zu schließen. Die zuvor den Massenmedien

vorbehaltenen Funktionen: Sammlung und Verbreitung von Informationen, Verarbeitung von Informationen zu Zwecken der Meinungsbildung und zur Entscheidungsfindung (Albrecht et al. 2008: S. 97), können nun praktisch von allen wahrgenommen werden. Gegenüber der Einheitlichkeit, welche die Massenmedien durch die Definition des Gemeinschaftlichen erzeugen, verhalten sich die Social Media Anwendungen, trotz ihres Namens, insgesamt kontraproduktiv. Sozialer Austausch wird durch sie zwar jetzt möglich, zugleich beeinträchtigen sie aber die Sensibilität, auf Kommunikation einzugehen, weil es plötzlich eine explodierende Anzahl von Medienakteuren gibt. Dazu erschwert die wechselseitige Kommunikation, die Multidirektionalität, dass sich der für die Massenkommunikation "typische Weltbezug" (damit ist die relativ feste Vorstellung gemeint, die sich die Nutzenden aufgrund der durch die Massenmedien zur Verfügung gestellten Informationen von der Welt machen können) einstellen kann. (Wehner 1997: S. 107) "People can now communicate with a mass audience, most of whom they'll never encounter, and not know who saw their stuff. Instead of getting your morning paper with just one editorial view, all of a sudden you have hundreds - if not thousands - of views about and reactions from others about these things." (Jones 2008: S. 78) Noch sind die einschlägigen Informationskanäle allgemein bekannt, der "Weltbezug" wird noch immer von Medienunternehmen definiert. Trotzdem ist der Raum, für den man voraussetzen kann, dass gemeinsames Wissen vorhanden ist, kleiner geworden.

1.3.4 Social Media in den Massenmedien und Massenmedien in den Social Media

Social Media Anwendungen sind längst in das Funktionssystem der Massenmedien eingebettet. Man sollte sich davor hüten, anzunehmen, die Blogosphäre und Twittersphere existierten isoliert von dem Einfluss der Massenmedien. Große Medienkonzerne sind, seit es das Internet gibt, daran interessiert, sich dort zu präsentieren. Es gibt also eine gegenseitige Durchdringung beider Medienformen. Die Tagesschau sendet YouTube Videos, BloggerInnen verweisen auf Tageszeitungen. Fernsehsender ergänzen ihre Websites mit Community Plattformen, die sie dann im

Fernsehen bewerben. Diese Plattformen haben eine MySpace oder Facebook-Präsenz, deren Inhalte sich allerdings aus einer "unidirektionalen Strategie" speisen. Denn obwohl Nutzende vermeintlich multidirektional auf diesen Plattformen agieren, wird ihr Handlungsinteresse doch unidirektional geweckt. Trotz aller Ermächtigung, die Einzelne durch das Medium Internet erhalten, lässt sich das Argument von Martin Lindner, dass Einzelne nun den Mediendiskurs bestimmen und gestalten können, (noch) nicht verifizieren. (Lindner 2009: S. 73–74) Vielmehr kann man die These aufstellen, dass kleine Teil-Öffentlichkeiten auf "große" Meldungen hin (re-)agieren. Massenmedien erreichen durch eigene Netzwerke und geschickte Verlinkungen und Webangebote, dass Klientele auch in Zeiten der Digitalisierung gehalten werden können. Dabei tendieren Massenmedien in Bezug auf die angebotenen Inhalte dazu, ihre eigenen Produkte im Internet zu reproduzieren. Das interaktive Potential im Netz wird oftmals nicht genutzt. "Vielmehr trifft man im Netz häufig auf Nachahmungen von Formaten anderer Medien." (Niedermaier 2008: S. 57) Niedermeyer bezieht sich etwa auf Video-, Radio- oder Fernsehstreamings.

Die eigenständige Funktion der Massenmedien als Informationsvermittler sollte aber gerade im Zeitalter des Internet nicht zu stark in Frage gestellt werden. Denn die thematische Ordnungsfunktion der Massenmedien ist für eine gemeinsame politische Willensbildung noch immer notwendig. Verließe man sich in dieser Hinsicht auf das Internet als Leitmedium, so wäre aufgrund der Vielfalt der Stimmen wohl thematische Unübersichtlichkeit und Chaos das Resultat. Aus der Perspektive der Social Web Nutzenden steht nämlich vor allem das individuelle Interesse im Vordergrund.

Die Auswirkungen und Spannungen, die durch das Zusammenspielen und Auseinanderdriften von Massenmedien und Social Media Anwendungen entstehen, sind längst nicht abschließend beschrieben. Man kann zunächst von einer "(...) Verwischung der Grenze zwischen Individual- und Massenkommunikation (...)" (Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien 2008: S. 6) sprechen. Zudem gibt die "mediale Elite" nicht einfach auf. Sie versucht mit allen Mitteln, die KundInnen zu halten, indem sie viele Social Media Anwendungen in ihre Anreiz-Strategie integriert. Solche Marketingstrategien werden unter dem Begriff Transmedia

subsumiert. Ein repräsentatives Beispiel dafür ist die US-TV-Serie LOST, deren weltweiter Erfolg unmittelbar mit ihrer vielfältigen Internet-Präsenz zusammenhängt. Zum einen gibt es verschiedene LOST-Fancommunities in verschiedenen Sprachen im Netz. Zusätzlich zum Serienmaterial gibt es eine fiktive LOST-Universität⁹, eine fiktive Airline¹⁰, die in der Serie eine Rolle spielt, außerdem eine LOSTpedia¹¹ und vieles mehr. In den LOST-Internet-Foren tauschen sich Fans der Serie über Geheimnisse, Erklärungs- und Deutungstheorien aus und verlassen somit die Rolle der rein passiven TV-Konsumierenden. Stattdessen wird LOST zu mehr als einer bloßen TV-Serie und vermittelt den Konsumierenden die Illusion, sich selbst fantasievoll einbringen zu können. All dies gibt es zusätzlich und im Zusammenspiel zu den gängigen Marketingartikeln (Computerspiele auf allen Plattformen, Handygames, Kleidung, Fanartikel etc.). Es ist allerdings fragwürdig, ob diese Fans tatsächlich partizipieren oder nur geschickt gelenkt werden. Eine gute Übersicht über die Transmedia-Strategien zur Vermarktung von mittlerweile multimedialen Produkten wie Star Wars oder Serien wie 24, Desperate Housewives oder Greys Anatomy bietet die Präsentation von Scolari. (Scolari 2009)

Die Unterstützung von Transmedia Strategien durch Social Web Anwendungen führt allerdings zu einem Kontrollverlust der Anbietenden über die Kommunikation. Die neue Qualität der Kommunikation im Internet besteht, so Kruse, vor allem darin, dass ihr eine Eigendynamik innewohnt, die "klassische Machthorizonte" durch "Gleichberechtigung, Transparenz und Dezentralität" bedroht. Die Idee einer Web 2.0 Strategie, im Sinne von strategischer Beherrschung der Kommunikationen, sei somit ein Widerspruch in sich, denn Kommunikationsstrategien im Web 2.0 seien unberechenbar und mit Sicherheit nicht planbar. Die Macht geht in sozialen Netzen vom Anbietenden auf den Nachfragenden über, so Kruse: Es herrsche nicht wie "(...) früher ein unidirektionales Bespielen der Masse, sondern hier spielt die Masse mit." (Deutschlandradio Kultur (A) 2010)

Die bisherigen Ausführungen zeigen in Bezug auf das Verhältnis von Social Media in Abgrenzung zu "klassischen Massenmedien" folgende Fragen auf,

⁹ <http://www.lostuniversity.org/> (Stand: 21.06.2010)

¹⁰ <http://www.ajiraairways.com/> (Stand: 21.06.2010)

¹¹ http://lostpedia.wikia.com/wiki/Main_Page (Stand: 21.06.2010)

1 Social Media in Abgrenzung zu "klassischen Massenmedien"

die sich erst in den kommenden Jahrzehnten, in denen sich das Internet zu einem Alltagsmedium wie dem Fernsehen oder dem Radio entwickelt haben wird, umfassend beantworten lassen: Wie entwickeln und durchdringen sich neue und alte Informationskanäle? Welche Akteure werden den herrschenden Informationsdiskurs dominieren? Wie verändert die Vielfalt des Informationsangebots das Koordinatensystem des Individuums in Bezug auf z.B. Informationsquellen, soziale Zugehörigkeit, Verhältnis von Individuum und Gesellschaft oder veränderte Medienautoritäten?

Vorläufig lassen sich in Bezug auf das bisher Gesagte einige Thesen ableiten:

- Systemtheoretisch betrachtet ist es gut möglich, dass das Funktionssystem der Massenmedien Kanäle multidirektionaler Kommunikation regulieren wird und dabei Social Web Angebote als festen Bestandteil des Angebots einsetzt.
- Klassische Kommunikationsstrategien im Sinne von "Kontrolle der Kommunikationen" werden dynamischeren Kommunikationskonzepten weichen.
- Plattformen, auf denen individueller Content generiert wird, treten in direkten Wettbewerb zu den klassischen Massenmedien.
- Im Social Web generierter Content verändert die Vermittlung von Informationen im System der Massenmedien und im Kommunikationssystem Gesellschaft fundamental.
- Trotz allem werden Massenmedien ihre Funktion als Ordnungsgeber in der Themenvermittlung beibehalten.

2 Kritische Aspekte des Social Web und des Internet

Leider kann das Social Web nicht nur mit positiven Merkmalen aufwarten. Folgende exemplarische Auswahl fasst negative Aspekte des Social Web zusammen, die vor allem in Hinblick auf politische Kommunikation oder neue Beteiligungsmöglichkeiten als problematisch erscheinen. In diesem Teil werden zunächst einige negative Dimensionen der Nutzung von Social Media Anwendungen vorgestellt. Zusätzlich geht es aber auch um negative Aspekte, die das Internet im Allgemeinen mit sich bringt. Am Ende des Abschnitts werden die positiven und negativen Aspekte des Social Web noch einmal in einem Schaubild gegenübergestellt.

2.1 Ausbeutung der (Informations-) ArbeiterInnen

Die meistbesuchten Seiten im Netz weltweit sind werbefinanziert. Große Suchmaschinen und soziale Netzwerke (Facebook, YouTube) sind marktrelevant geworden. Wie die folgende Abbildung zeigt, teilen sich die zehn meistbesuchten Seiten in den USA monatlich mehr als eine Milliarde Zugriffe auf ihre werbefinanzierten Inhalte.

Rank	Site	Description
1	google.com	156M+ U.S. monthly people.
2	facebook.com	125M+ U.S. monthly people.
3	yahoo.com	123M+ U.S. monthly people.
4	msn.com	115M+ U.S. monthly people.
5	ebay.com	115M+ U.S. monthly people.
6	youtube.com	108M+ U.S. monthly people.
7	ask.com	102M+ U.S. monthly people.
8	aol.com	92M+ U.S. monthly people. 1
9	microsoft.com	81M+ U.S. monthly people.
10	live.com	80M+ U.S. monthly people. 1

Abbildung 2: <http://www.quantcast.com/top-sites-1> (19. April 2010)

Dabei gehören viele der meistbesuchten Seiten zum Google Unternehmen. Unter den ersten dreißig befinden sich neben dem Myspace-Netzwerk auch große Bloganbieter wie blogger.com, blogspot.com (Google) oder wordpress.com. Die Einnahmen aus Werbung, die auf bestimmte Zielgruppen zugeschnitten ist, nehmen stark zu. Folgende Grafik verdeutlicht dies am Beispiel USA.

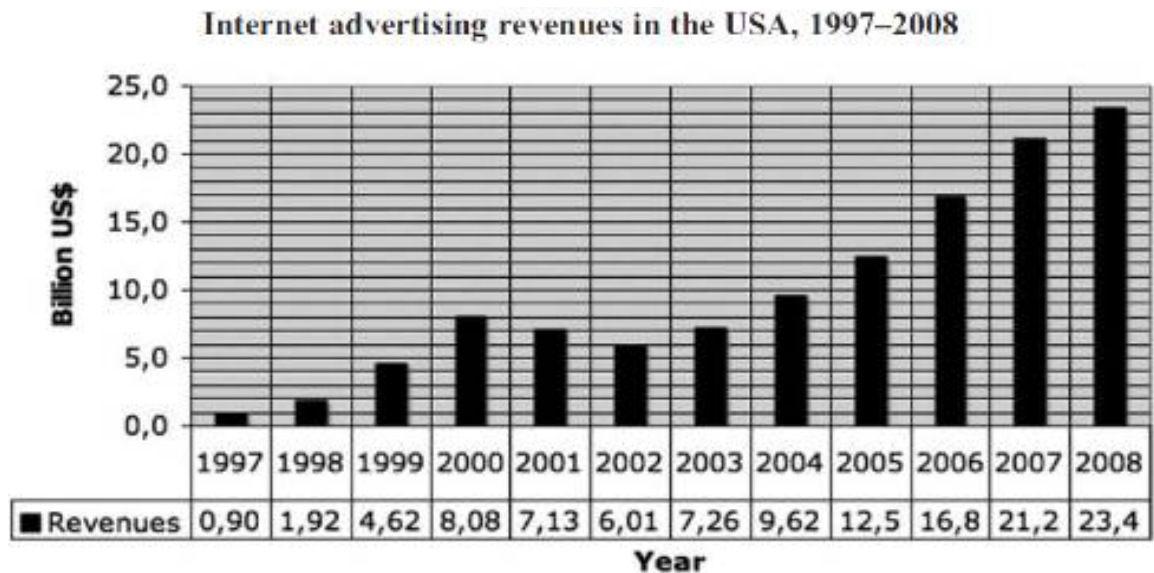


Abbildung 6: (Fuchs 2010: S. 149)

Die Werbeeinnahmen von knapp 25 Milliarden US-Dollar im Jahr 2008, einer Verdreifachung gegenüber 2001, sprechen für den Wirtschaftsfaktor Internet. Das Social Web ist dabei ein wesentlicher Bestandteil. Die viel beschworene Formel von neuer Kommunikationsfreiheit bekommt einen fahlen Beigeschmack, wenn sich im Kern alles nur um die Werbefinanzierung dreht. Dass die freie Meinungsäußerung zu Kommerzialisierungszwecken missbraucht wird, ist einer der größten Kritikpunkte an der Funktionsweise der Social Media Anwendungen und schließt die Frage an, ob diese Anwendungen ihre Demokratisierungsversprechungen überhaupt halten können. Denn eine Profitstrategie, die das Internet bisher hervorgebracht hat, ist, dass sich große Unternehmen wie Google oder Facebook von ProsumentInnen (ProduzentInnen + KonsumentInnen) Inhalte auf ihren Seiten erzeugen lassen. Sie finanzieren sich, indem sie aus diesem User generated Content Profile der Communities und Nutzenden erstellen und diese dann zu

Werbezwecken verkaufen. Die ProsumentInnen dagegen bekommen keinen einzigen Cent.

In dieser Strategie sind die ProsumentInnen eine wichtige Ware geworden. "New media corporations do not (or hardly) pay the users for the production of content. One accumulation strategy is to give them free access to services and platforms, let them produce content, and to accumulate a large number of producers that is sold to thirdparty advertisers. No product is sold to the users, but the users are sold as a commodity to advertisers. The more users a platform has, the higher the advertising rates can be set." (Fuchs 2010: S. 147) Fuchs argumentiert, dass Wissen immer an Kapital gebunden ist (information capitalism): "The production process of knowledge is a social, common process, but knowledge is appropriated by capital." (Fuchs 2010: S. 142) Er spricht mit Bezug auf Hardt und Negri von einer neuen Klasse Ausgebeuteter. Firmen beuten die Bildung der ProsumentInnen, ihr Unterhaltungswissen, ihr praktisches und technologisches Wissen und auch ihr Wissen der öffentlichen Infrastruktur aus, da sie es umsonst konsumieren können. (Fuchs 2010: S. 142, 145-146) Fuchs bedient sich dabei der marxistischen Kritik. "If the users become productive, then in terms of Marxian class theory this means that they also produce surplus-value and are exploited by capital as for Marx productive labour is labour generating surplus." (Fuchs 2010: S. 147) Fuchs' Ausführungen lassen die Hoffnung auf mehr Demokratisierung durch mehr Partizipation im Internet äußerst fragwürdig erscheinen. "The category of the producer commodity does not signify a democratization of the media towards participatory systems, but the total commodification of human creativity." (Fuchs 2010: S. 148–149) Ähnlich argumentiert auch Jaron Lanier: "Ihre gesamte Kommunikation mit Ihren Freunden gehört einem Unternehmen. Facebook reduziert [die Nutzenden] zu Multiple-Choice-Identitäten, die an Marketing Datenbanken verkauft werden können. (...) Wer Web 2.0 Angebote wie Facebook nutzt, unterwirft sich der Maschinerie und merkt es noch nicht einmal." (Bethge 2010: S. 128) Dieses Marktkonzept, in dem der produzierte Content sofort als ausschließliches Nutzungsrecht in den Besitz der Internetfirma übergeht, firmiert auch unter dem Begriff Facebookisierung. Dean spricht in diesem Zusammenhang von

der "fantasy of participation." (Everitt et al. 2009: S. 762) Teilhabe sei ein Hirngespinnst.

Deutlich erkennbar wird die Vereinnahmung Content produzierender Individuen bei der Vermarktung von Produkten. Apple hat diese Strategie perfektioniert. Bei Erscheinen des iPads wurde binnen kürzester Zeit ein riesiger Medientumult veranstaltet, der durch Kommentare, erste Tests und Erfahrungen potenziert, einen globalen Eventcharakter bekam, der seines Gleichen suchte. Nutzende berichteten von ihren Erfahrungen mit dem iPad und machten somit völlig kostenlos Werbung für Apple.

2.2 Das Netz gehört nicht den Teilnehmenden

Die ProsumentInnen verlieren oftmals den Einfluss über den Besitz des von ihnen produzierten Content. Denn diejenigen, die in den Netzwerken aktiv sind, sind nicht die Besitzenden der Domains. BetreiberInnen können nach Belieben Domains abschalten oder von Nutzenden produzierte Inhalte verändern, neu zusammensetzen oder für beliebige Zwecke weiterverwenden. Dass damit zum Teil Wissen für immer verloren geht, kritische Stimmen zum Schweigen gebracht werden oder Inhalte manipuliert werden können, ist ein Problem. Darüber hinaus wird deutlich, dass im Netz Demokratiedefizite vorherrschen. "Web 2.0 is able to capitalize on and market a certain form of protocol in the network. This protocol enables companies to appropriate the content created by its users – the antithesis of an open, democratic network. When we recognize this, we see that the purported democratic nature of Web 2.0 must necessarily be false at an ontological level." (Everitt et al. 2009: S. 761) Social Media Anwendungen bieten viele Möglichkeiten, sich frei zu entscheiden und sich zu produzieren. Trotzdem ist es fatal, zu glauben, es handle sich beim Internet um einen demokratischen Raum.

2.3 Information Overkill und Informationskompetenz

Josef Weizenbaum vergleicht das Internet mit einem großen Müllhaufen oder mit einer Desinformationsflut. (Weizenbaum et al. 2006: S. 24, 25) Ähnliches wird auch im Medienbericht 2008 der Bundesregierung bemerkt: "(...) Vervielfältigung des Gleichen: Quantitatives Wachstum und Ökonomisierung der Medien gehen im Bereich der Massenkommunikation mit einer zunehmenden Uniformierung und Verflachung der Inhalte in Richtung Unterhaltung und 'Mainstream' einher." (Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien 2008: S. 11) Es wird langsam klar: Mehr Information im Netz bedeutet nicht unbedingt eine Verbesserung der Qualität der Demokratie, denn es handelt sich um einen Informationsüberfluss (Everitt et al. 2009: S. 762), d.h. es wird zunehmend schwerer, relevante von nicht relevanten Informationen zu unterscheiden. Ab einer bestimmten Menge an Informationen besteht für die Entscheidungsfindung kein Mehrwert mehr, sondern lediglich eine Überforderung.

Hunt spricht bei dieser Überforderung von einer Demokratisierung des Zweifels. Das Internet habe zu einer Traumatisierung geführt, da nun alle Informationen (Meinungen, Fakten, Vermeintliches, Gerüchte, Lügen, Ideologien, Gegeninformationen) explizit zugänglich sind. "The Web showed us there is no such thing as 'the end', or 'the conclusion'. (...) And with this knowledge came our new trauma: the 'there is too much to believe and know out there in the world' that is *implicit* in a library or reading a newspaper is *explicit* online. And so we turned to the populist, the myth-making, and the superficial. We had to in order that we cope." (Hunt 2008: S. 424) Ohne weiter darauf eingehen zu wollen, welche merkwürdigen Reduktionsblüten das Informationsüberangebot treibt, feststeht, dass Begriffe wie "Wissen" oder "Interpretation" ("Interpretation allows all of us to believe whatever we like." Hunt 2008: S. 438) neu austariert werden müssen. Im Internet werden relevante Informationen nicht gefiltert, es gibt nicht die eine Autorität, es gibt viele Meinungen.

Die vielen Informationen im Netz führen zu Schwierigkeiten in der eigenen (politischen) Entscheidungsfindung und Interpretationsfähigkeit. Der/Die Einzelne ist im Netz auf sich selbst zurückgeworfen. Er/Sie muss auf der

Basis unzähliger Meinungen eigene Entscheidungen treffen und Interpretationen leisten. Auch wenn verschiedene Nutzende mit denselben Fakten und Realitäten konfrontiert sind, so können sie diese dennoch höchst unterschiedlich interpretieren. Die Folge ist, dass Gewissheiten im Netz so gut wie nicht mehr existieren. "For if interpretation is all, then realities such as income disparity, global warming, democracy or evolution, not to mention 'who we are', are harder to 'prove'." (Hunt 2008: S. 438) Der Verlust von Gewissheiten und die Notwendigkeit, selbst Interpretationen leisten zu müssen, überfordern viele Nutzende. Kritische Informationskompetenz ist der einzige Filter, den man einsetzen kann, um Informationen zu bewerten. Wichtig dabei ist, sich zu fragen, von wem und zu welchem Zweck ein Text/eine Information verbreitet wird: "The function of criticism should be to show how it is what it is even that it is what it is, rather than to show what it means" (Sontag, 1967, p. 14)." (Hunt 2008: S. 439) Bezogen auf das Internet mit seinen Möglichkeiten der Anonymisierung und der sinnentstellenden Zusammensetzung von Informationsketten aus verschiedensten Quellen lässt sich aber feststellen: Eine solche Informationskompetenz ist heute kaum mehr möglich.

Unter diesen Voraussetzungen ist es auch fragwürdig, ob diejenigen, die in der Transparenz politischer Prozesse eine verbesserte Legitimation der Politik sehen, Recht behalten. Wintermann etwa vertritt die Meinung, dass mehr Transparenz die eine, "wahre" Interpretation letztlich hervorbringen wird: "Erst die sachlich nicht gerechtfertigte unterschiedliche und ideologisch begründete Interpretation ein und derselben Realität hat in der Vergangenheit Konflikte über die Klärung der 'wahren' Interpretation verursacht. Die stärkere Transparenz über 'die' Realität wird dies in Zukunft eher verhindern." (Wintermann 2009: S. 100) Aber führt, so muss doch gefragt werden, diese Transparenz nicht zwangsläufig wieder zu einer "sachlich nicht gerechtfertigten unterschiedlichen und ideologisch begründeten Interpretation ein und derselben Realität"? Denn mehr Transparenz bedeutet mehr Informationen, was wiederum zu mehr Interpretationen führen kann. Hinzu kommt, dass die viel beschworene Transparenz durchaus auf Basis von politischem Kalkül oder Meinungen und nicht unbedingt auf Faktenbasis geschaffen werden kann. Gerade das Internet bietet dafür ideale Voraussetzungen, da eben nicht mehr so leicht

nachvollzogen werden kann, wer warum welche Informationen produziert. Transparenz wäre somit ein Mythos.

2.4 Probleme der Online-Kommunikation

Kommunikation im echten Leben und Kommunikation im Internet unterscheiden sich stark voneinander. Im Internet sind Profile konstruiert, man weiß nicht, mit wem man es zu tun hat und Authentizität, Vertrautheit oder gemeinsame Sprache sind in vielen Fällen nicht gegeben. Eine sinnhafte Informationsverarbeitung geschweige denn Dialog ist unter solchen Bedingungen nur schwer erreichbar. Während des Lifestreamings der Beiträge auf der re:publica 2010 zeigte sich beispielsweise, dass es mitunter schwierig ist, einen ernsthaften Online-Dialog zu führen. Die re:publica ist die größte Social Media Konferenz in Deutschland mit über 2500 Teilnehmenden. Hier wurden im April 2010 viele netzpolitische Themen aus den Bereichen digitale Kultur, Recht und Internet, Medien etc. behandelt.¹² Die VeranstalterInnen hatten die Möglichkeit eines Chats während der Übertragung der Beiträge bereitgestellt. Trotz der Rahmenbedingungen des Chats (Veranstaltungsprogramm, Ablauf, Ziel, Ort, Thema etc.) war nicht einmal ansatzweise eine Auseinandersetzung mit den parallel gestreamten Vortragsinhalten erkennbar. Vielmehr wurden die RednerInnen beschimpft und diffamiert oder die gesamte Veranstaltung abgewertet. Die am Chat Teilnehmenden brauchten sich nicht anzumelden, blieben also anonym. Die Frage stellt sich schnell: Ist Kommunikation, geschweige denn politische inhaltliche Auseinandersetzung unter ähnlichen Bedingungen im Netz überhaupt möglich?

2.4.1 Authentizitäts- und Vertrauensproblem

Zwei Voraussetzungen für erfolgreiche Kommunikation sind Authentizität und Vertrauen, die im Netz schwer herzustellen sind. Eine britische Studie über das Surfverhalten einer Gruppe von zufällig ausgewählten Web-Nutzenden zeigt z.B., dass unter Bedingungen der Anonymität deviantes

¹² <http://re-publica.de/10/programm/> (Stand: 21.06.2010)

Verhalten zur Norm wird. (Demetriou et al. 2003: S. 214–222, zitiert in Frost 2006: S. 47) Auch niedrige Ausstiegsbarrieren aus Netzwerken führen zu einem Mangel an Vertrauen. Denn online gemachte Statements und Zusagen, noch dazu unter Pseudonymen, verpflichten nicht so stark wie persönliche Zusagen. Insbesondere für ernsthafte politische Diskussionsanliegen, für tiefgreifende gesellschaftliche Diskurse, sind diese Schwierigkeiten sehr hinderlich, da man anonym entweder die Diskussion einfach stören, die Etikette verletzen oder ohne Vorwarnung aussteigen kann.

Das bedeutet aber nicht, dass unter bestimmten Voraussetzungen sinnhafte Kommunikation im Netz nicht doch möglich ist. Netzwerkarbeit und in Kontaktbleiben kann auf vielen Ebenen erfolgen. Der wichtigste Faktor für erfolgreiche Internetkommunikation ist sicherlich der Kontakt zu der entsprechenden Person im echten Leben. Dieser Kontakt erzeugt Sinn und Zuordnung und trägt maßgeblich dazu bei, dass zukünftige Online-Kommunikation funktionieren wird. Bei der realen Begegnung kann man sich von der Echtheit des Gegenübers überzeugen, was wiederum zu der Überzeugung beiträgt, dass diese Person auch im Netz Authentizität aufweist. (Sebald 2008: S. 23)

Auf der reinen Online-Ebene gibt es zwar auch Möglichkeiten, Beziehungen zu festigen und Vertrauen und Authentizität der Teilnehmenden herzustellen. Vertrauen in und Authentizität von Online-Personen wird beispielsweise ersichtlich, wenn erkennbar ist, wie viele Kommentare, Artikel etc. eine Person schon veröffentlicht hat, wie sein oder ihr Content bewertet wurde oder wie lange die Person bereits Mitglied der Community ist. Weiterer Indikator für die Zuverlässigkeit der Informationen anderer ist die Reputation der Plattform selbst. Jedoch können diese Indikatoren trügerisch sein. Der Versuch, Vertrauen und Authentizität zwischen GesprächspartnerInnen zu vermitteln, erfordert einen Prozess des Kennenlernens und der Stetigkeit im Netz, der sich gegenüber dem echten Kontakt stark unterscheidet. Alle Wahrnehmung ist auf das Lesen und Schreiben reduziert, während andere Kommunikationsebenen wie Gestik, Mimik oder Tonfall wegfallen und Dinge wie z.B. Ironie nicht so leicht erkannt werden können. Das wiederum kann leichter zu Missverständnissen

und Widersprüchen führen, die schriftlich oft nicht befriedigend aufgelöst werden können. Themen werden nicht zu Ende diskutiert. Probleme von Täuschung und Wahrhaftigkeit können so nur bedingt online bereinigt werden.

Es gibt weitere Faktoren, die dafür sprechen, dass reine Online-Kommunikation funktionieren kann. Denn Online-Kommunikation bedient sich derselben Mittel, derer sich auch Massenmedien und andere moderne Kommunikationssysteme bedienen. Moderne Kommunikationssysteme funktionieren auf Grundlage von "symbolisch generalisierten Kommunikationsmedien" wie Geld, Macht, Werten, Wahrheit (in der Wissenschaft) oder Liebe. (Luhmann 2009: S. 34) Jeder Kommunikation liegen Übereinstimmungen über bestimmte Werte und Zuschreibungen zugrunde, die von den Kommunizierenden nicht explizit gemacht werden müssen, weil sie implizit ohnehin vorausgesetzt werden. "Symbolisch generalisierte Medien entstehen erst, wenn die Verbreitungstechnik es ermöglicht, die Grenzen der Interaktion unter Anwesenden zu überschreiten und Information auch für eine unbekannte Zahl von Nichtanwesenden und für noch nicht genau bekannte Situationen festzulegen." (Luhmann 2009: S. 34) Diese symbolisch generalisierten Medien werden für jede Kommunikation vorausgesetzt und können deswegen auch für die reine Online-Kommunikation vorausgesetzt werden.

Für den Aufbau von gegenseitigem Vertrauen in der Kommunikation (online und offline) ist auch die Zeitstruktur relevant. In einem "sequentiellen Prozess" wird Vertrauen "Zug um Zug kommunikativ aufgeschichtet". (Sebald 2008: S. 14) Luhmann spricht von einer Erleichterung der Schaffung von Vertrauen, "wenn [Vertrauen] auf beiden Seiten erforderlich wird, so dass das Vertrauen des einen am Vertrauen des anderen Halt finden kann." (Luhmann 1984: S. 181) Die Dauerhaftigkeit der Kommunikation sowie die gemeinsame Auffassung darüber, dass eine Kooperation erforderlich ist, dienen der Stärkung von gegenseitigem Vertrauen. Diese Mechanismen können auch online erfolgreich sein.

2.4.2 Voraussetzungen für funktionierende Online-Communities

Gemeinsame, aufeinander aufbauende Spielregeln sind für erfolgreiche Online-Kommunikation grundlegend. Wenger hat hierfür herausgearbeitet, dass es Communities nur unter bestimmten Kommunikationsvoraussetzungen gelingt, gemeinsames Lernen und Handeln zu erreichen. Er spricht bei diesen handlungs- und lernorientierten Communities von Communities of Practice (COP). "Essentially a Community of Practice is the site where collective learning is accumulated into social practices (Wenger 2000)." (Davies 2006: S. 104) Nach Davies ist die erste Voraussetzung für eine COP eine gemeinsame Definition darüber, wozu sie dient. Mitglieder erhalten so eine Vorstellung von etwas Gemeinsamem und von gemeinsamer Verantwortung. Gegenseitiges Engagement und dauerhaftere regelmäßige Kommunikation erzeugen Vertrauen und sind nach Davies die zweite Voraussetzung für eine funktionierende COP. Die dritte Voraussetzung ist schließlich, dass die Nutzenden ein gemeinsames Repertoire an Geschichten, eine bestimmte Sprache, bestimmte Codes etc. entwickeln, welche das Wissen der Community zum Ausdruck bringen und Mitglieder dazu befähigen, die Bedeutung der Community neu zu verhandeln. (Davies 2006: S. 105 oder hierzu auch Widén-Wulff et al. 2008: S. 347) Online-Kommunikation nach dem Kommunikationskonzept der COPs hat sich mittlerweile bewiesen. Das gilt für alle Formen der kollaborativen Organisation im Netz. Bei Internet-Netzwerken wird der Community of Practice Gedanke etwa in Fachblogs, die sich über ihre Blogrole verlinken, bei gemeinsam geplanten Veranstaltungen, sicherlich auch in Partnerbörsen oder in Themenforen erkennbar. Oftmals jedoch bleiben Dialogplattformen im Internet hinter den von Wenger aufgestellten Voraussetzungen für COPs zurück: Gemeinsames Lernen ist genauso fragwürdig, wie das Ergebnis, dieses Erlernte in Soziales Handeln umzusetzen.

2.5 Neue Diskursqualität durch neue Informationsanbieter?

Viktor Meyer-Schönberger hält die Wiedergeburt der Demokratie auf der Basis einer neuen Diskursqualität durch Social Media für einen absoluten Mythos. In seinem Vortrag für die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (Meyer-Schönberger 2010), führt er aus, dass sich die Qualität des Diskurses durch die neuen Social Media Möglichkeiten nicht verbessert habe. Die Agglomeration des Wissens von Vielen führe allenfalls zu Überzeugungen nicht aber zu mehr Weisheit oder gar zu einer kollektiven Intelligenz. Für die Weisheit der Vielen gebe es keinen empirischen Beweis. Die Hoffnung auf mehr Demokratie durch neue Medien wie Videotext, den Information-Highway oder das Web 2.0 habe in den letzten 30 Jahren immer wieder versagt.

Ein weiteres Problem sieht Meyer-Schönberger in dem Aufkommen neuer Informationsanbieter im Netz. Diese stellten nur noch die Plattform zur Verfügung und ließen andere, z.B. freie JournalistInnen, Inhalte produzieren. Informationen, die hier entstünden, folgten kommerziellen Interessen und würden nicht reguliert. "In der Internetlandschaft gibt es derzeit kein funktionierendes Geschäftsmodell für die faktisch relativ objektive Information der Menschheit." (Meyer-Schönberger 2010) Gerade um diese "objektive Information der Menschheit" ist Meyer-Schönberger besorgt. Er sieht die Dokumentation von Kultur und Geschichte durch freie Medien bedroht, wenn Informationen nur noch von Unternehmen gesammelt werden, und appelliert an die Landesmedienanstalten, ihren Aufgaben als Informationsvermittler zwischen Produktion, Bereitstellung und Archivierung von Informationen nachzukommen. Denn ihnen kommt die Verantwortung zu, die grundlegenden Informationen für den öffentlichen Diskurs zur Verfügung zu stellen und sie zu regulieren.

2.6 Kommunikationsdispositiv

Social Media Anwendungen erwecken das Bedürfnis nach Mitteilung der kleinsten Alltagsbeobachtungen, von Erlebnissen oder Gefühlen aller Art. Sie fördern das Kommentieren, Bewerten und Kategorisieren allen Inhalts. Wieso, so fragt man sich, ist es mittlerweile zum Standard geworden, dass so viele Nutzende diese Funktionen von Social Media Anwendungen in ihrer alltäglichen Kommunikation permanent benutzen? Eine maßgebliche Antwort auf diese Frage liefert Johanna Dorer mit ihren Ausführungen zum Kommunikationsdispositiv, weswegen ihre Darstellungen hier ausführlich zusammengefasst werden, denn sie hat genau dieses permanente Mitteilungsbedürfnis als den Höhepunkt des Kommunikationsdispositivs bezeichnet. Dorer beschäftigt sich mit der Geschichte der Medien und dem Wandel des Umgangs mit Informationen seit Beginn des 19. Jahrhunderts. Ein Dispositiv ist ein "(...) Schaltplan eines strategischen Netzes, das sich aus dem Wissen und den Praktiken zu einer technisch-strategischen Gesamtheit von Kontroll- und Regulierungsinstanzen zusammenfügt und auf den Körper und sein Begehren wirkt." (Dorer 2008: S. 357) Leitdiskurse des "herrschenden Bewusstseins" finden ihren Ausdruck in Herrschaftsstrategien und werden in "Kontroll- und Regulierungsinstanzen" Realität. Ein Dispositiv bildet das Koordinatensystem für die Normierung, Disziplinierung und Kontrolle des Individuums.

Dorer konstatiert, dass bis in die 1950er Jahre ein Informationsdispositiv vorherrschte. Erst danach brach die Zeit der Medienfreiheit an, die "(...) schnell zu einem Imperativ zur permanenten Rede und Gegenrede, zu einem 'Geständnis- und Kommunikationszwang' mutiert [ist]." (Dorer 2008: S. 357) Sie befindet, dass das Internet der vorläufige Höhepunkt der Herausbildung des Kommunikationsdispositivs ist. (Dorer 2008: S. 363)

Folgende Tabelle beschreibt nicht nur die Eigenschaften des neuen und des alten Dispositivs, sondern zeigt vor allem ihre Gegensätzlichkeit.

	Informationsdispositiv	Kommunikationsdispositiv
Kennzeichen	Repression Unterdrückung Schweigen Verschweigen Informationsverhinderung Idee der Aufklärung	Kategorischer Imperativ zur ständigen mehrdimensionalen Rede Öffentlichkeit "Geständniszwang" Informationsüberflutung Explosion der Kanäle, Aufhebung von Raum und Zeit (CNN 24h - Nachrichtenprogramm, Internet) Idee der Freiheit Kommunikationsideal der gleichberechtigten Rede und Gegenrede als Schlüssel zur Befreiung des Individuums
Kontrollinstanzen der öffentlichen Meinung	Zensurbehörden, Spitzelwesen	Zusammenspiel sämtlicher kommunikativer Instanzen
Ordnung des Dispositivs	Das Gesetz	Die Norm, das was als Norm Gültigkeit besitzt (Norm der Inhalte, der Form der Rezeption etc.)
Ziel/Funktion des Dispositivs	Ausgrenzung Ausschluss	Disziplinierung des Körpers (des Blicks, des Hörens) Normierung (der Inhalte, der Form) Anschluss an das Kommunikationsnetz global und lokal (durch Walkman, Internet) Beschlagnahme von Zeit Verwaltung des Selbst in Datenbanken und stete Verfügbarkeit als Reichweite, Auflage und Log-Ins
Machttypus	Strafmacht Repressionsmacht	Anreizmacht Wissensmacht Kontrollmacht

Abbildung 3: Vom Informations- zum Kommunikationsdispositiv (Dorer 2008: S. 362)

Dorer beschreibt, wie sich die gesellschaftlichen Vorgaben in Bezug auf Macht, Kontrolle und Ordnung seit Beginn des 19. Jahrhunderts grundlegend verschoben haben. Sie zeigt, dass im jetzigen Mediensystem nicht mehr Disziplinierung, Ausgrenzung oder Zensur unter einer zentralen Macht vorherrschen, sondern das genaue Gegenteil, nämlich die Verkehrung

in "mehrdimensionale Rede" und "unablässiges Sprechen". (Dorer 2008: S. 358) Innerhalb des Kommunikationsdispositivs ist der Machttypus nicht repressiv sondern produktiv. Nicht mehr Repression oder Zensur sind, so Dorer, Eigenschaften der vorherrschenden Machtsituation, sondern eine produktive Form im Umgang mit Informationen. "Der Wille zum Wissen" und "Realität authentisch zeigen zu wollen" trügen dazu bei, dass ein "Geständniszwang" allumfassend geworden sei. (Dorer 2008: S. 359) Anstelle der Verhinderung von Informationen durch Zensurbehörden oder Spitzelwesen geht es bei dem Dispositiv der Kommunikation um Produktion, Vervielfältigung, ja um die Inflation von Informationen. Kommunikation sei jetzt immer möglich, Individuen würden immer und überall dazu angetrieben. "Vermehrte Freizeit und verbesserte Speichertechnologien (...) führen zu einer Neustrukturierung der Zeit in der individuellen Mediennutzung und zu einem alle Lebensbereiche umfassenden Anschluss des Selbst an ein differenziertes Mediensystem (...)." (Dorer 2008: S. 359 f.) Medien beschlagnahmten Zeit, produzierten unaufhörlich Aufmerksamkeit sowie Überreizung. (Dorer 2008: S. 362)

Dorer sieht folgende Probleme im vorherrschenden Kommunikationsdispositiv. Medien verhinderten gesellschaftliche Kommunikation, indem sie bestimmte Themen besetzten und damit zugleich Kommunikation über andere Themen erschwerten. Zweiter Kritikpunkt ist, dass das Internet aufgrund vorherrschender Hierarchien wie "race, class, gender" weit von dem Ideal grenzenloser Kommunikation entfernt sei. (Dorer 2008: S. 363) Zudem ist es fragwürdig, wie die mit dem Dispositiv assoziierte Demokratisierung bei den bisher erwähnten Kritikpunkten (Ausbeutung der Nutzenden, Information Overkill, Probleme in der Online Kommunikation sowie der Mangel an neuer Diskursqualität) voranschreiten soll beziehungsweise, ob das Versprechen auf Demokratisierung durch das Kommunikationsdispositiv eingelöst werden kann. Wie hoch ist der Wert der einzelnen Meinung unter vielen unter den Bedingungen dieses Dispositivs noch einzuschätzen?

Trotzdem hält Dorer das Kommunikationsdispositiv für das vernünftigste Instrument im Zuge der Konstituierung einer globalen, partizipativen Weltgesellschaft. (Dorer 2008: S. 363)

2.7 Informationelle Selbstbestimmung adé

Informationelle Selbstbestimmung, das Recht, "(...) selbst über die Preisgabe und Verwendung seiner personenbezogenen Daten zu bestimmen (...)" (Wikipedia (D) 2010), ist im Internet nicht gegeben. Gaycken führt aus, dass niemand mehr durchschaut, welche persönlichen Daten wo landen. Dieses Thema werde leider kaum diskutiert. (Gaycken 2010: S. 4) "Der Verlust informationeller Selbstbestimmung erscheint bei der herrschenden Ökonomie der Privatsphäre als Sachzwang." (Gaycken 2010: S. 4) Sensible Daten sind "(...) Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbarer natürlichen Person (...)". (Landesbeauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit Nordrhein-Westfalen o.J.) Dabei haben Nutzende oft nur wenige Möglichkeiten, nachzuprüfen, ob und zu welchem Zweck ihre Daten von Unternehmen gespeichert oder sogar weiterverwertet werden. Bei der Menge an Accounts und Internet-Diensten, die man nutzt, ist es auch kaum verwunderlich, dass Nutzende den Überblick darüber verlieren, an welche Unternehmen sie welche Daten unter welchen Bedingungen abgegeben haben. Im Zeitalter der Smartphones (Multimedia-Handys und mobile Taschencomputer) werden permanent persönliche Daten an die Hersteller und Softwareanbieter gesendet, so beispielsweise bei Apple Informationen darüber, welche Apps man sich herunterlädt. In Smartphones integrierte GPS oder WiFi Antennen registrieren die Standorte der Nutzenden. Auch KundInnenbewegungen im Supermarkt können mittels der Identifizierung der IMEI Nummer (der Identifikationsnummer eines Handys) auf zwei Meter genau lokalisiert werden. (Hansen 2010: S. 10) Google und Apple kennen ihre NutzerInnen, da sie eine Monopolstellung durch die vielgenutzten Angebote einnehmen und entsprechend viele Möglichkeiten haben, NutzerInnendaten anzusammeln. Dienste wie Flurry¹³ und Pinch Media¹⁴ haben ein Monopol auf Smartphonetracking Software. Diese Software dient der Überwachung, welche Apps von wem, wann, wo und für welche Zwecke eingesetzt werden. (Hansen 2010: S. 11) Auch Twitter sendet Geoinformationen mit jedem Tweet und selbst gelöschte Tweets sind längst von "Sammlerprogrammen" kopiert und gespeichert worden. Mit jeder

¹³ <http://www.flurry.com/> (Stand: 21.06.2010)

¹⁴ <http://www.pinchmedia.com/#pinchanalytics> (Stand: 21.06.2010)

Internet- und Handybewegung werden alle entstehenden Daten irgendwo gespeichert, Sicherheitskopien angelegt oder die Daten auf anderen Servern gespiegelt. Damit befinden sich die Nutzenden in einem klassischen Dilemma. Sie möchten gerne partizipieren und sich mitteilen, wollen gleichzeitig aber nicht, dass ihre Daten unkontrolliert von irgendwem gespeichert werden, sind also an einem Datenschutz im Internet und der Kontrolle der Datenerfassung ihrer Handybewegungen interessiert. Hier zeigt sich das Problem, dass die Freiheit im Netz, die erst durch kommerzielle Interessen von Unternehmen ermöglicht wird, sich derart auswirkt, dass nicht nur der Content als kostenlose Fütterung der Plattform genutzt wird, sondern auch die Daten der Nutzenden für weitere gewinnbringende Unternehmungen eingesetzt werden.

Im vorangegangenen Teil wurden die folgenden negativen Aspekte von Online-Communities, Web 2.0 Aktivismus und des Internet im Allgemeinen herausgearbeitet:

- Das Internet ist kein freier demokratischer Raum, denn alle Plattformen, deren Domains nicht den Nutzenden selbst gehören, können abgeschaltet werden. Die Kehrseite freier selbstbestimmter Contentproduktion ist die Verwertung dieses Content durch Unternehmen.
- Die Inflation von Informationen sorgt für Überforderung und Zweifel bei Entscheidungsfindungen. Sie erschwert es, eine Wahl zu treffen.
- Reine Online-Kommunikation ist ungleich schwerer als die Kommunikation in der realen Welt.
- Weder kollektive Intelligenz noch das Versprechen einer neuen demokratischen Diskursqualität im Netz sind empirisch verifiziert.
- Im Rahmen der Normen des Kommunikationsdispositivs werden alle Nutzenden permanent dazu angehalten, Content zu produzieren. Diese Inflation der Mitteilungen mindert den Stellenwert der individuellen Meinung.

- Das Internet ist zurzeit wenig reguliert, so dass persönliche Daten zwangsläufig unkontrolliert verbreitet werden.

2.8 Zusammenfassung der positiven und negativen Aspekte des Social Web

Folgendes Schema verdeutlicht nochmal die positiven und negativen Aspekte des Einsatzes von Social Media Anwendungen, die in den vorangegangenen Abschnitten ausführlich dargestellt wurden.

Ebene	Pro	Kontra
Vernetzung	Dezentralisierung: Vernetzung über Grenzen hinweg	Zentralisierung: Wenige große Anbieter
Kommunikation	Mehr Freiheit im persönlichen Ausdruck Jeder kann Informationen produzieren Viele können erreicht werden	Begrenzte Aufnahmekapazität: Einzelne Stimmen werden nicht mehr wahrgenommen Ausbeutung des individuellen Contents durch die Macht der Ökonomie, Verwertung von Content für Dritte Datenschutzprobleme Verlust der informationellen Selbstbestimmung
Partizipation	Neue Möglichkeiten digitaler Beteiligung Bessere Vernetzung von Behörden und BürgerInnen Neue Techniken bieten neue Diskursmöglichkeiten	Beteiligungsangebote nur auf unterer und mittlerer Politikebene Auswirkungen auf die Politik nicht empirisch geklärt Netzaktivisten erhalten nur bedingt Einzug in politische Arenen Social Media Anwendungen müssen von EntscheiderInnen angenommen werden
Zugang zu Wissen	Explizite Ansammlung von Informationen (Wissen frei zugänglich) Offenheit, Chaos und Unkontrollierbarkeit	Zweifel, Interpretationsschwierigkeiten Kontrollverlust, Datenmüll Meinungen, nicht Fakten dominieren
Auswirkungen	Teilöffentlichkeiten besetzten neue Themen Spontane Netzwerke sind möglich Vereinfachung von Kommunikation (fluid corporation)	Plattformen bieten unregulierten, fremden Content an Qualität fragwürdig und marktmotiviert Kommunikationsdispositiv

3 Social Media in der Politik: Digitale Demokratieansätze

Mit digitalen Demokratieansätzen wird besonders der Begriff eParticipation in Verbindung gebracht. eParticipation beschreibt allgemein die Erleichterung politischer Teilhabe durch das Internet. In diesem Kapitel werden Modelle und Umsetzungsformen von eParticipation vorgestellt. Diese Modelle finden sich insbesondere in demokratisch verfassten Ländern und dienen vor allem dazu, die BürgerInnenbeteiligung an politischen Prozessen zu erleichtern. Im Vergleich zu Kapitel 4, in dem Social Media unter repressiveren Bedingungen in China betrachtet wird, wird die unterschiedliche Ausgestaltung und der unterschiedliche Stellenwert von Social Media Anwendungen deutlich.

Unter dem Stichwort eParticipation werden Modelle und Konzepte wie Open Book Government, Liquid Democracy oder eGovernment zusammengefasst, die im Folgenden kurz vorgestellt werden. Anschließend wird skizziert, mit welchen Umsetzungsschwierigkeiten von Social Media Anwendungen politische Parteien und Behörden konfrontiert sind. Darüber hinaus werden kurz internationale Projekte digitaler Demokratieansätze in Großbritannien und den USA vorgestellt, wobei es unter anderem um Linked Open Data Projekte geht. Es wird zudem darauf eingegangen, welche Schritte bisher in Deutschland in Richtung mehr eParticipation unternommen wurden.

3.1 eParticipation

Modelle von eParticipation und mehr demokratischer Teilhabe im Netz wurden bereits in den 2000ern stark diskutiert. (Norris 2000) Wer in der Politik mitreden will, möchte auch verstehen, wie Entscheidungen zustande kommen oder welche Daten Grundlage für bestimmte Meinungen oder Argumentationen sind. Diese Informationen sollen digital schnell und einfach verfügbar sein. "(...) Bürger [verlangen] zunehmend nach Transparenz des Regierungs- und Verwaltungshandeln [sic!] als Grundlage ihres potentiellen Engagements." (Kaczorowski 2009: S. 34) Kaczorowski

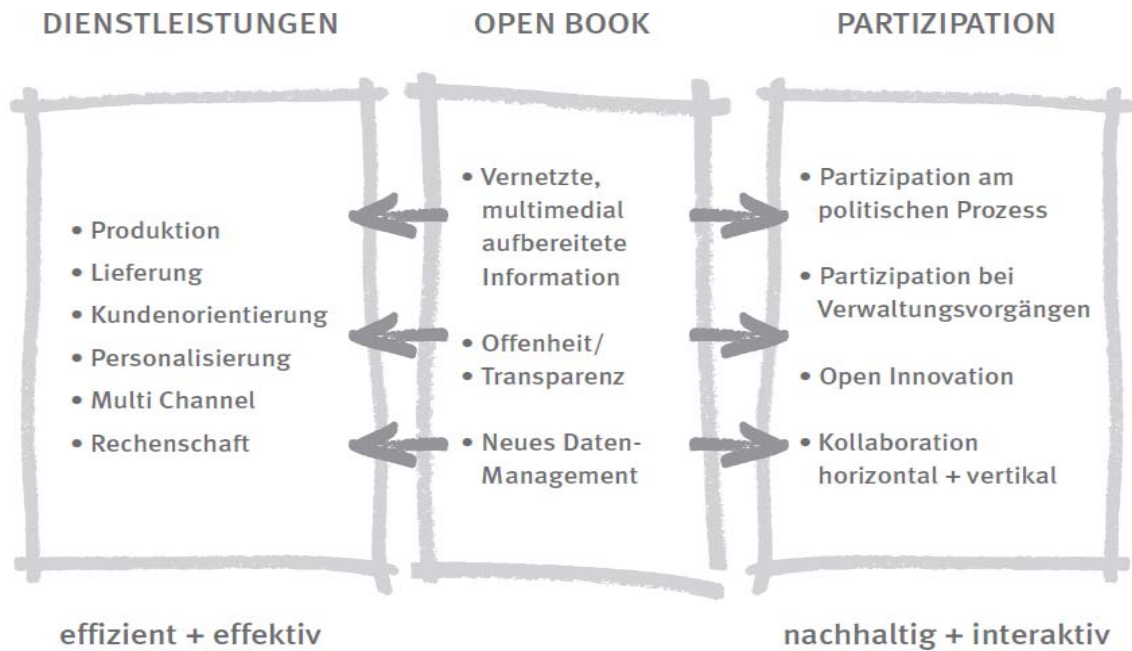
entwirft in seinem Aufsatz Möglichkeiten von eParticipation, die folgenden Bedingungen genügen sollen:

- "Erweiterung der Beteiligungsmöglichkeiten im politisch-parlamentarischen System
- Erweiterung der Partizipationsangebote im politisch-administrativen System
- Organisation von offenen sozialen Innovationsprozessen". (Kaczorowski 2009: S. 37)

"Moderne Innovationsstrategien setzen darauf, das Wissen und die Vorstellungskraft vieler Akteure, (...) auch (...) von den unmittelbar Betroffenen, den Bürgern und Unternehmen – in einem geordneten Prozess zu bündeln und einzubringen. Das Stichwort für diesen Ansatz heißt 'Crowdsourcing'. Es will bewusst die 'Weisheit der Massen' (...) nutzbar machen (...)." (Kaczorowski 2009: S. 39) Die Umsetzung oder Ausgestaltung dieses geordneten Prozesses und der drei Bedingungen bleiben bei Kaczorowski allerdings inhaltsleer. Jedoch unternimmt er eine nähere Bestimmung durch das Modell des Open Book Government.

3.1.1 Open Book Government

Die Demokratie des Open Book Government spielt sich in Kaczorowskis Modell auf dreierlei Ebenen ab, die sich gegenseitig befruchten und nicht nur dazu beitragen sollen, Politik bürgernah und bürgeroffen zu gestalten, sondern BürgerInnen als AktivistInnen für Politikbeteiligung und –gestaltung zu gewinnen.



Virtuelle Netzwerke als Plattform (Daten, Sprache, Video, Mobil)

Abbildung 4: (Kaczorowski 2009: S. 36)

Das Modell geht von der Grundprämisse aus, dass Informationen offen und einsehbar sind. Wenn Behörden, Parteien oder Ministerien ihre Pläne, Daten, Entscheidungen, Gutachten, Haushalte etc. offen legen und zur Weiterbearbeitung zur Verfügung stellen, ist es BürgerInnen möglich, Entscheidungen auf der Grundlage von Fakten besser beurteilen zu können. Je offener dieses "Open Book Government" gestaltet wird, so die Hoffnung, desto stärkere Synergie-Effekte können zwischen Politik und BürgerInnen entstehen. Dabei greifen Dienstleistungen, Open Book und Partizipation so ineinander, dass sich Qualität, Verarbeitung und Diskussion politischer und administrativer Informationen sowohl für BürgerInnen als auch für Behörden wesentlich verbessern.

Es entsteht eine Win-Win-Situation. Bei Open Book Government geht es um die Einbettung individueller Anstrengungen, Kritik und Ideen in (verwaltungs-)politische Prozesse. BürgerInnen erhalten mehr Möglichkeiten der politischen Mitbestimmung, indem sie z.B. ihre Meinung zu wichtigen Abstimmungsfragen vertreten können. Umgekehrt können politische Akteure sich sowohl durch ein verbessertes Dienstleistungsangebot als auch durch mehr Möglichkeiten von

Partizipationsangeboten einer stärkeren Legitimation durch die BürgerInnen versichern, wenn sie glaubwürdig die Offenlegung von Plänen, Gesetzesvorhaben, Gutachten und anderen Dokumenten, im Idealfall vor deren Inkrafttreten, zur Diskussion freigeben. Dies ist nur ein Beispiel. Das Ausfüllen eines komplizierten Formulars kann schnell und einfach online erfolgen, wenn Hilfe an den entsprechenden Stellen angeboten wird. Persönliche Fragen könnten z.B. schnell mittels Chat geklärt werden. Solche Optionen schaffen im Modell des "Open Book Government" Vertrauen, Legitimität und Transparenz. Die Ausgestaltung des Open Book Government wird von Kaczorowski nicht umfassend erklärt. So geht er nicht darauf ein, welche Anwendungen und Tools im Einzelnen eingesetzt werden sollten.

3.1.2 Liquid Democracy

Die Piraten Partei spielt ein neuartiges Abstimmungsverfahren mit dem Namen Liquid Democracy, einer "Mischform aus direkter und indirekter Demokratie" (Piraten Partei (A) 2010) für die deutsche parlamentarische Demokratie durch, einerseits theoretisch auf ihren Websites, andererseits praktisch innerhalb der eigenen Parteiorganisation. Ziel ist es, Anteile direkter Demokratie zu stärken.

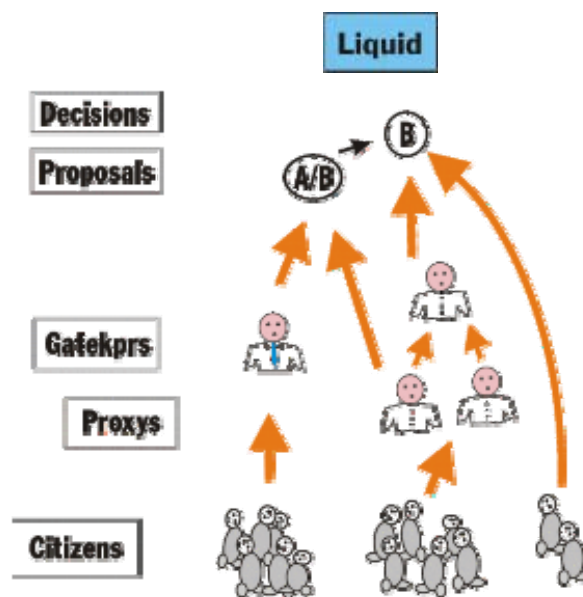


Abbildung 5: (Piraten Partei (B) 2010)

Im Unterschied zur indirekten repräsentativen Demokratie können BürgerInnen im Liquid Democracy Modell wählen, in welchem Maß sie sich direkt engagieren, beziehungsweise ihre Delegierten für sich entscheiden lassen. Es entsteht eine abgestufte Beteiligungskultur.

Es bleibt abzuwarten, ob solche Bemühungen umsetzbar sind und genügend gesellschaftlichen Rückhalt finden, um weiter verfolgt zu werden. Darüber hinaus müsste das Grundgesetz geändert werden, da die Verfahren und die Gültigkeit repräsentativer Demokratie hier festgeschrieben sind. Selbst die Piraten sehen Schwierigkeiten in der Umsetzung. Interessant an diesem Ansatz ist, dass dabei erstmalig Social Media Anwendungen (z.B. Wikis oder Blogs) als Werkzeuge genutzt werden. Mit ihrer Hilfe können sich Interessierte einbringen, ihre Vorschläge und Meinungen werden für alle sichtbar und diskutierbar und auch die Organisation der Verfahren und Arbeitsgruppen lässt sich erleichtern und nachvollziehen. Die Möglichkeit einer abgestuften direkten Partizipation ist durch die Professionalisierung des Social Media Einsatzes realisierbar, indem der/die Einzelne für bestimmte Politikbereiche festlegen kann, ob er/sie sich bei politischen Fragen in diesem Bereich direkt beteiligen möchte oder lieber durch einen Repräsentanten vertreten lassen will. Die konkrete Ausgestaltung des Modells ist aber noch nicht sehr weit vorangeschritten. Sicherlich schwingen hier die Hoffnungen mit, dass die Demokratie dadurch insgesamt besser den aktuellen Herausforderungen, der steigenden Komplexität der Themen, den vielen Meinungen und Interessen, entspricht. Trotzdem stellen sich offene Fragen:

- Werden BürgerInnen nicht durch die Komplexität und Vielzahl an politischen Themen in ihrer Meinungsbildung überfordert? Viele möchten sich wahrscheinlich im Sinne von Liquid Democracy engagieren, finden aber nicht die Zeit dafür.
- Wird mit Liquid Democracy nicht eine neue Expertokratie von Internet- und Social Media Affinen auf den Weg gebracht?
- Wie lassen sich zweckoffene Kommunikationstools mit fest vorgegebenen politischen Verfahren auf einen Nenner bringen?

3.1.3 eGovernment

eGovernment Projekte sind praktische Top-Down Angebote, mittels derer Behörden versuchen, den Zugang zu Politik und Verwaltung für die BürgerInnen zu erleichtern. Während das Internet in den letzten fünfzehn Jahren permanent an Popularität gewann, wurden im Rahmen des sogenannten New Public Managements neue Kommunikationskanäle eingerichtet, die bei BürgerInnen das Vertrauen in die Verwaltung verbessern sollten. (Pina et al. 2009: S. 1138) Websites von Behörden wurden in der Folge mit benutzerfreundlichen Elementen ausgestattet. Die Zufriedenheit der KundInnen mit der Qualität der Website der Behörde soll dafür sorgen, dass der politischen Administration mehr Legitimität zugesprochen wird. Indikatoren für benutzerfreundliche Behördenwebsites sind beispielsweise Interaktivität und Transparenz der Webangebote, verständlicher, aktueller und richtiger Inhalt oder eine verständliche Navigation und Präsentation der Site. (Pina et al. 2009: S. 1140) Seit es diese Projekte gibt, werden wissenschaftliche Analysen und empirische Untersuchungen über ihren Einfluss auf das Commitment der BürgerInnen durchgeführt.

Pina et al. untersuchten die Entwicklung von eGovernment in 75 EU-Kommunalverwaltungen zwischen 2004 und 2007. Das Ergebnis zeigt eine Verbesserung um 20% gegenüber 2004 bezogen auf die Dimensionen Transparenz, Interaktivität, Usability und Professionalität der Sites. Aber nur wenige Seiten zeigten eine echte Öffnung für den BürgerInnen-Dialog. Interaktive Elemente, so das Resümee von Pina et al., müssen weiter gestärkt werden. Ansonsten blieben Kommunalverwaltungen auf der Stufe des klassischen Front Office stehen. (Pina et al. 2009: S. 1162) Auch im Bereich elektronischer Formularverwaltung (Jobsuche, persönliche Dokumente, Steuerangelegenheiten etc.), die als Grundlage oder Vorstufe eines funktionsfähigen eGovernment verstanden werden kann, herrschen noch immer starke Defizite. Die Möglichkeiten der Beschleunigung elektronischer Formularverwaltung von Behörden sowie der elektronische Support beim Ausfüllen von Formularen sollten verbessert werden.

Das Schema von Wauters zeigt die Stufen der denkbaren Interaktionsmöglichkeiten mit Behördenwebsites in der Spannweite von "keine Online-Interaktion möglich" bis "vollständige elektronische Fallbearbeitung".

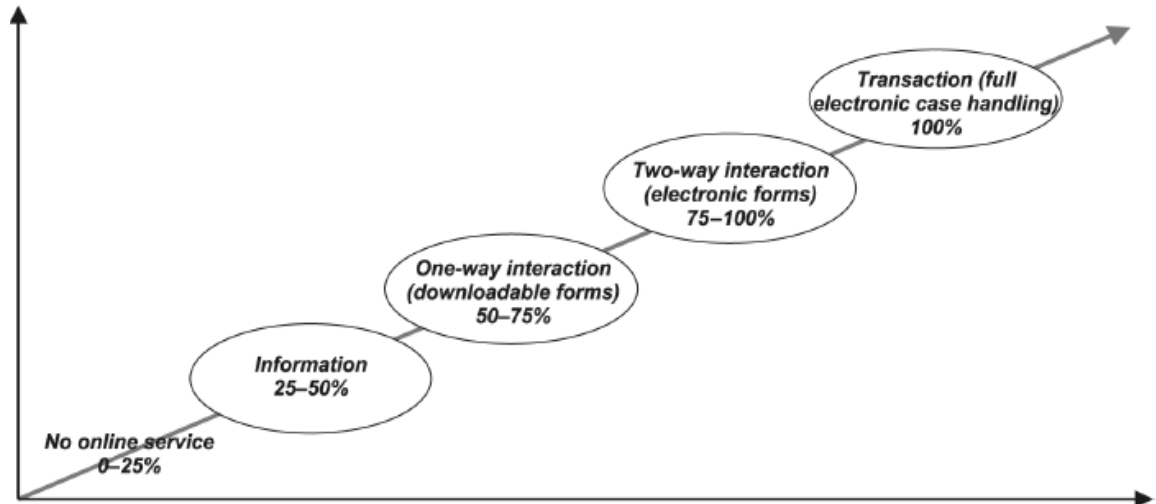


Abbildung 6: Online Sophistication (Wauters 2005: S. 394)

Die Möglichkeit, alle Behördenangelegenheiten vollständig elektronisch zu handhaben, ist Teil eines erfolgreichen eGovernment. 2005 ergab eine Untersuchung der Services der Kommunalverwaltungen der EU-Länder, dass lediglich Teilbereiche kommunaler Verwaltung zentral über die Websites der BürgerInnenbehörden abgewickelt werden konnten, während die meisten Ämter im EU-Raum nur dezentrale Anlaufstellen, also keinen zentralen elektronischen Service für sämtliche BürgerInnenaufgaben, boten. (Wauters 2005: S. 402) Die EU versucht nun im Rahmen ihrer "i2010 Initiative" die Verbesserung von "elektronischen Verwaltungen" im Sinne von eGovernment voranzutreiben.¹⁵ Empfehlenswert dabei wäre es, sich an den Prinzipien des Open Book Government zu orientieren.

¹⁵ http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/index_en.htm (Stand: 21.06.2010)

3.2 Umsetzungsschwierigkeiten auf politischer Ebene

Man muss deutlich trennen zwischen individuellem Web-Aktivismus und formal vorgegebenen Beteiligungsformen, die einer gesetzlichen Grundlage bedürfen. Dies ist der problematische Punkt bei der Umsetzung von Social Media Angeboten auf der staatspolitischen Ebene. Durch Social Media Anwendungen im politischen Prozess treffen Dynamik, Chaos, Vielfalt, Paradoxien und polyphone Kritik auf Fraktionszwang, Richtlinien, Verordnungen und interne Dienstwege. Das zusammenzubringen, ist die große Herausforderung. Kallmorgen geht in seinem Beitrag davon aus, dass besonders der diffuse Beteiligungsaktivismus derjenigen, die über Social Media Anwendungen partizipieren wollen, transparent in Handlungsvorschläge für PolitikerInnen umgesetzt werden muss. "Schließlich braucht (...) die ausführende Arbeits- und Beamtenebene (...) lesbare, präzise Handlungsvorschläge und Empfehlungen von Bürgern, die im Idealfall mit Expertenwissen angereichert werden. Entscheidend ist die systematische und transparente Einspeisung der Bürgervorschläge in den politischen Prozess." (Kallmorgen et al. 2009: S. 22) Das Problem dabei ist, wie destilliert man diffuse politische Meinungen zu politischen Handlungsvorschlägen? Doch nur, indem man diese Meinungen thematisch filtert und nach bestimmten Interessen aussiebt, womit der ursprüngliche Vorteil der Social Media Anwendungen in politischen Prozessen, nämlich einfachere Beteiligung und Interesseneinbringung, wieder aufgehoben wäre.

Die Abkehr von "altgedienten Top-down-Strategien" (Bieber 2009: S. 11) und die Aufweichung traditioneller Selbstreferenzialität des politischen Systems (Kallmorgen et al. 2009: S. 19) funktioniert nicht von heute auf morgen. Social Media Anwendungen müssen sich gerade in der Politik erst noch durchsetzen. Eine erfolgversprechende Strategie ist noch nicht in Sicht.

Ein weiterer Aspekt, der den Umgang der Politik mit Social Media erschwert, ist, dass die Politik über Parteien organisiert ist. "Parteien sind die Strukturgeber des politischen Systems." (Zeit Online 2010) Doch sie schaffen es heute nicht mehr, die Gesellschaft durch Polarisierung von Themen sowie eine wertorientierte Abgrenzung zu anderen Parteien zu organisieren. Dass sich Social Media Anwendungen gerade für die

öffentliche Diskussion von Parteithemen sehr gut eignen und darüber auch neue Mitglieder gewonnen werden können, zeigt die Piraten Partei, die binnen zwei Jahren zur siebtgrößten deutschen Partei mit 12.000 Mitgliedern angewachsen ist. Bisherige Versuche der Online-Mobilisierung anderer einschlägiger Parteien haben nicht viel Erfolg gehabt. Plattformen wie myfdp.de¹⁶ oder meinespd.de¹⁷ fanden so gut wie keine Resonanz und sind heute komplett verwaist: Es gibt keine ernsthafte Kommunikation, Blogs von PolitikerInnen sind altbacken, es gibt keinen wirklichen Austausch mit den WählerInnen. (Zeit Online 2010) Die Piraten Partei hat als erste die Chance ergriffen, mit Social Media Anwendungen sowohl neue (junge) Zielgruppen für sich zu gewinnen als auch das Social Web als relevantes gesellschaftspolitisches Thema zu besetzen. Die Popularität und der rasante Mitgliederzuwachs haben bestätigt, dass von den etablierten Parteien hier ein Thema komplett verschlafen wurde. Prognosen über den langfristigen Erfolg der Piraten als Ein-Themen-Partei sind hingegen ungewiss.

3.3 Deutschland im internationalen Vergleich

Mit politischer Transparenz und der Transparenz durch dialogorientierte Social Media Anwendungen ist es in Deutschland noch nicht sehr weit gediehen. Im internationalen Vergleich wird deutlich, dass Länder wie Großbritannien und die USA, auf die hier eingegangen wird, auf diesem Gebiet schon deutlich weiter sind. "Während in Großbritannien Spesenabrechnungen von Abgeordneten in einem Crowdsourcing-Projekt des Guardian von den BürgerInnen online überprüft wurden, wehrt man sich in Deutschland mit vorgeschobenen Datenschutzgründen gegen den 'gläsernen Amtsträger'." (Lindner 2009: S. 78) Der Spesenabrechnungsskandal in Großbritannien erhielt 2009 viel öffentliche Aufmerksamkeit und Projekte wie das Crowdsourcing-Projekt des Guardian ("Investigate your MP's expenses")¹⁸ haben zur Transparenz beigetragen.

Begriffe wie eParticipation und Liquid Democracy erhalten in letzter Zeit verstärkt Einzug in die politischen Arenen Deutschlands. Zunehmend wächst

¹⁶ <http://myfdp.de> (Stand: 21.06.2010)

¹⁷ <http://meinespd.de> (Stand: 21.06.2010)

¹⁸ <http://mps-expenses.guardian.co.uk/> (Stand: 24.06.2010)

in der Politik die Einsicht, das Social Web als notwendige Kommunikationsinstanz einzusetzen. Das drückt sich z.B. durch den Einsatz einer Enquete-Kommission "Internet und digitale Gesellschaft" (Spiegel Online 2010) aus, die sich mit den Herausforderungen der Netzpolitik, etwa mit Netzneutralität, Urheberrecht oder Datenschutz, beschäftigt, oder durch ein jährliches Politcamp, bei dem PolitikerInnen und Netizens zusammenarbeiten. (Tomaschek 2010) Die Diskussionen über die Verbindung von Bottom-up und Top-down Aktivismus sowie das gerade erst geweckte öffentlich-politische Interesse an digitalen Demokratieansätzen zeigen aber, dass die deutsche Politik noch am Anfang steht, das Medium Internet für Legitimation und Transparenz des eigenen Handelns zu entdecken.

Das ist schade, da andere Länder, wie Großbritannien oder die USA, aber auch Australien und die Niederlande, bereits erfolgreichere Angebote zur digitalen Verbindung von oben und unten entwickelt haben. Der Digital Britain Report¹⁹, der 2009 vom britischen Ministerium für Kultur, Medien und Sport veröffentlicht wurde und sich mit der Verbesserung internetbasierter öffentlicher Dienstleistungen, der netzbasierten Demokratieverbesserung und der Ökonomie der Zukunft auseinandersetzt, wird derzeit als Fake Digital Britain Report²⁰ in Form eines Wikis von allen zugänglich weiterverarbeitet. Dies ist eines der strategischen Ziele, die das Ministerium im Projekt der digitalen Zukunft Großbritanniens formuliert hat. Alle BürgerInnen sind angehalten, den veröffentlichten Report zu kommentieren und in ihrem Interesse zu verändern. "One striking aspect of the Digital Britain project has been the extent to which the online community has engaged with the issues." (Department for Media, Culture and Sports 2009: S. 3) So entsteht ein Parallelbericht, der durch die Vielzahl an AutorInnen und seine Öffentlichkeit an Einfluss gewinnt. Er wird durch die große Menge der sich daran beteiligenden BürgerInnen substantiell legitimiert.

¹⁹ http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/16_06_09digitalbritain.pdf (Stand: 21.06.2010)

²⁰ http://wiki.writetoreply.org/wiki/The_Fake_Digital_Britain_Report (Stand: 21.06.2010)

Großbritannien bietet auch viel im Bereich Open Data²¹ an. Dabei geht es insbesondere um die Offenlegung von Statistiken, Verzeichnissen und anderem Datenmaterial. Das Prinzip wurde bereits im umfangreicheren Modell des Open Book Government angedeutet und besagt, dass alle Behörden- und Regierungsdaten der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden sollten. Man kann sich die Daten systematisch aufbereitet anschauen und sich Auswertungen zu vielen Themen (unter anderem Statistiken zu Kriminalität, Bildung, Gesundheit) in verschiedenen Formaten (.pdf, .xls) herunterladen und entsprechend weiterverarbeiten. Das Ziel dieser Open Data Kampagne ist kurz umrissen: "(...) easy to find, easy to licence und easy to reuse (...). We are drawing on the expertise and wisdom of Sir Tim Berners-Lee and Professor Nigel Shadbolt to publish government data as RDF – enabling data to be linked together." (Her Majesty's Government: 2010) Das Resource Description Framework (RDF) ist ein Standardmodell für den Datenaustausch im Web. RDF bietet eine Struktur, mit deren Hilfe Beziehungen zwischen zwei Dingen (z.B. die Beziehung zwischen einem Ort in Google Maps und einer Behörde und deren Serviceangeboten), maschinell lesbar hergestellt werden können. So können strukturierte Daten aus unterschiedlichen Quellen verbunden und gemischt werden und in verschiedene Anwendungen einfließen. (World Wide Web Consortium (W3C) 2010) Oftmals werden hier Geodaten (z.B. ein Hotel in ...) mit anderen Daten (z.B. Sterne des Hotels, Webadresse, Kundenbewertungen etc.) verbunden. Im Rahmen der Linked Data Kampagne der britischen Regierung ist eine Zusammenarbeit mit den BürgerInnen explizit erwünscht. Open Data Projekte genießen auch in der Blogosphäre einen breiten Rückhalt, so z.B. auf showusabetterway.co.uk.²²

In den USA gibt es das erfolgreiche Apps for Democracy Projekt²³, bei dem Preise vergeben werden für Apps, die von BürgerInnen für eine verbesserte eParticipation entwickelt werden. Das sind beispielsweise Apps, mit denen sich BürgerInnen Karten über die gewerbliche und demographische Zusammensetzung ihres Wohnviertels in Washington D.C. anschauen und sich auch die Kriminalitätsstatistiken ihres Viertels anzeigen lassen

²¹ <http://data.gov.uk> (Stand: 21.06.2010)

²² <http://www.showusabetterway.co.uk/> (Stand: 21.06.2010)

²³ <http://www.appsfordemocracy.org/application-directory/> (Stand: 21.06.2010)

können²⁴. Ein weiteres Beispiel ist ein Wiki, über das man ständig aktualisierte Regierungsinformationen aller Art einsehen und auch kommentieren kann²⁵. Urban EcoMaps²⁶, die mittels des Zusammenführens verschiedener Anwendungen BürgerInnen anzeigen, wie hoch das Stauaufkommen, das Müllaufkommen und der Energieverbrauch in Amsterdam und San Francisco ist, wobei sich sogar einzelne Stadtteile miteinander vergleichen lassen, ist ein weiteres Beispiel für die vorteilhafte Verbindung von statistischen Daten und anderen Diensten.

Open Government Initiativen in den USA und Großbritannien gelten für den Bereich Open Data als Pionierarbeit. US-Präsident Barack Obama bietet beispielsweise Kerndaten der Regierungsarbeit zum Download an²⁷, zur freien Verwendung für neue Anwendungen. Aus dieser US Open Government Initiative ist eine Vielzahl von Webseiten hervorgegangen.²⁸ Interessierte können nun auf recovery.gov sehen, wie hoch die Einnahmen und Ausgaben des Staates sind.²⁹ Auch im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit hat die US-Regierung eine Development 2.0 Kampagne gestartet³⁰, um eine stärkere und demokratischer organisierte Verflechtung von Staat, Nichtregierungsorganisationen, Unternehmen, BürgerInnen und Hilfeempfangenden zu erreichen.

Die Bundesrepublik Deutschland versucht in letzter Zeit, den Abstand zu Ländern wie Großbritannien und den USA aufzuholen. Der deutsche Innenminister Thomas de Maizière hat zu den "Perspektiven deutscher Netzpolitik"³¹ im Rahmen der Gesamtstrategie der Bundesregierung "Deutschland Digital 2015" bis zum 28. Mai 2010 ein Beteiligungsforum schalten lassen. Bis dahin können BürgerInnen Vorschläge und Anmerkungen zu Themen wie "Datenschutz und Datensicherheit im Netz", oder "Staatliche Angebote im Internet" einbringen, von denen der Minister dann drei (!) mit "(...) unterschiedlichen netzpolitischen Akteuren (...) "

²⁴ <http://www.ilive.at/> (Stand: 21.06.2010)

²⁵ <http://www.wethepeoplewiki.com/> (Stand: 21.06.2010)

²⁶ <http://ams.urbanecomap.org/> (Stand: 21.06.2010)

²⁷ <http://www.recovery.gov/FAQ/Pages/DownloadCenter.aspx> (Stand: 21.06.2010)

²⁸ <http://www.whitehouse.gov/open/innovations> (Stand: 21.06.2010)

²⁹ <http://www.recovery.gov/Pages/home.aspx> (Stand: 21.06.2010)

³⁰ <http://www.whitehouse.gov/open/innovations/Development-2-point-0-Challenge> (Stand: 21.06.2010)

³¹ <http://www.e-konsultation.de/netzpolitik/> (Stand: 21.06.2010)

(Bundesministerium des Innern 2010) im Rahmen von Dialogveranstaltungen diskutieren wird. Dabei werden in dem Beteiligungsforum die Themen, Deadlines und Verfahren vom Minister vorgegeben. Daran kann man erkennen, dass das grundlegende Verständnis darüber, was eParticipation sein könnte, nämlich freier Dialog und gemeinsame Ausarbeitung der Agenda, beim deutschen Innenminister noch nicht angekommen ist.

Glücklicherweise ist der eDemocracy Prozess aber auch in Deutschland angestoßen. Das zeigt sich an dem regen Interesse an der bereits erwähnten re:publica 2010. Im September 2009 wurde zudem das Open Data Network "Netzwerk zur Förderung von Open Data, Open Government, Transparenz und Partizipation" gegründet, welches sich zur Aufgabe gemacht hat, Deutschland im Sinne der Open Data Bewegung voranzubringen.³² Die vorgestellten Beispiele sind lediglich eine Auswahl. Auch in Deutschland gibt es bereits wesentlich mehr Angebote, die aber im Rahmen dieser Arbeit nicht vorgestellt werden können.

3.4 Zwischenfazit: Was iPolitics bedeuten könnte

Die Politik wird durch die neuen Medien nicht neu erfunden. In einer repräsentativen Demokratie werden effiziente Entscheidungen von Wenigen durch deren Wahl legitimiert. Dabei spielen die Parteien die relevante Rolle, Themen der BürgerInnen in politische Handlungen umzusetzen. Ein Parlament wird in Deutschland im Normalfall aber nur alle vier Jahre gewählt, so dass die direkten Verbindungspunkte zwischen BürgerInnen und Politik in der Regel sehr gering sind. Deswegen ist es sinnvoll, neue Kommunikationswege zu finden, die es ermöglichen, eine bessere öffentliche Vermittlung von BürgerInneninteressen und Parteien zu erreichen.

Es ist nachvollziehbar, dass politische Entscheidungsfindungen in Rückzugsräumen erörtert werden müssen: "Die etablierte Politik braucht das Hinterzimmer, um die Fakten und nicht die Ideologie sprechen zu lassen. Dass ein solches Politikverständnis zu Parteienverdruss in der

³² <http://opendata-network.org/> (Stand: 21.06.2010)

Öffentlichkeit führt, ist die logische Konsequenz. Und sie führt zu einer Verflachung der demokratischen Kultur, weil Probleme eher verkleistert als offen diskutiert werden." (Avenarius 2009: S. 154)

An der grundlegenden Funktionsweise des politischen Systems werden auch neue Formen der Partizipation im Netz nicht viel ändern. Vielmehr setzen Social Media Anwendungen auf die BürgerInnen als Handelnde und zwar auf der unteren und mittleren Ebene politischer Entscheidungsprozesse (Petitionen, Arbeit in Verbänden und politischen Organisationen, Spendenorganisationen, Unterschriftenkampagnen etc.) an. Deswegen ist es sinnvoller, beim Thema Verwirklichung von eDemocracy von Teiltransparenz oder abgestufter Transparenz zu reden. Es kann auch bei eDemocracy nicht darum gehen, dass jetzt alle BürgerInnen politische Entscheidungen direkt beeinflussen sollen. Das würde den Staat de facto handlungsunfähig machen. Die Verbindung zwischen den BürgerInnen und ihren politischen RepräsentantInnen könnte aber durch Social Media Anwendungen wesentlich enger gestaltet werden. Sie könnten dabei helfen, politische Einstellungen und Anliegen von BürgerInnen effektiver in politische Prozesse einzuspeisen. Die Zeit und die Praxis werden zeigen, ob Social Media Anwendungen dafür wirklich die geeigneten Werkzeuge sind.

eDemocracy bedeutet nicht ausschließlich politische Beteiligung im herkömmlichen Sinn, also Partei- und Vereinsarbeit, Demonstrationen etc. Vielmehr geht es darum, dass durch Social Media ein einfacherer und verbesserter Zugang zu Informationen bzw. zur Weiterverarbeitung von Informationen gegeben wird. Dadurch verbessern sich auch die Möglichkeiten, sich (politisch) zu informieren und die Bereitschaft und die Fähigkeit zu Dialog, Kritik und Kommentar. Demokratische Prinzipien und Verfahren wie Meinungsfreiheit und Bildung von Interessengruppen können durch Social Media Anwendungen im Netz "gelernt" werden. Um die Wirksamkeit des Einsatzes von Social Media Anwendungen für politische Partizipation zu bestimmen, ist es deswegen nicht unbedingt erforderlich, dass Social Media Inhalte zwangsläufig politischen Inhalt haben.

Bakardjieva prägt in diesem Kontext den Begriff "subactivism", eine Art Teilhabe unterhalb der Ebene von politischem Aktivismus. Das Erstellen beliebiger Inhalte stellt bereits Möglichkeiten einer Gegenöffentlichkeit (counter publics) dar, unabhängig davon, ob es sich um politischen Inhalt handelt oder nicht. "Recently, Dahlberg (2007) has given this perspective a radical-democratic slant by emphasizing the ways in which the internet facilitates the emergence and growing visibility of 'counter publics' composed of groups and interests that are not represented in the mainstream public discourses." (Bakardjieva 2009: S. 91) Diese Gegenöffentlichkeiten suchen und eröffnen den Diskurs und tragen damit zu einer Konsensfindung bei. Durch die Möglichkeit, Meinungen zu äußern und zu kommentieren, in einen Diskurs einzutreten, gewinnen apolitische Themen damit politische Qualität (Bakardjieva 2009: S. 91), denn allein das wechselseitige Kommunizieren an sich, das Zulassen und auch Widerlegen anderer Meinungen, stärkt die demokratische Kommunikationskultur in der Zivilgesellschaft, was insbesondere repressiveren Gesellschaften zugute kommt. Damit, so Bakardjieva, hat das Web die Demokratie verändert: "My insistence in this article has been that first of all subactivism has to be recognized as an important dimension of democracy grounded in individuals' paramount reality, the point where they are capable of gearing into the world through talk, deed and interaction." (Bakardjieva 2009: S. 103)

iPolitics geht in diesem Sinne weit über das distanzierte Politikverständnis hinaus und betont die individuelle Politik- und Demokratiefähigkeit der/des Einzelnen, die besonders auf im Web angewandte Kommunikationsstrategien und dem versierten Umgang mit Social Media Anwendungen basiert.

4 Social Media unter dem Brennglas: China vs. China

Die bisherigen Ausführungen bezogen sich auf westliche Demokratien, die sich durch Gewaltenteilung, Rechtsstaatlichkeit, geheime und freie Wahlen und durch Freiheit der Medien und der Meinungsäußerung auszeichnen. Hier stellen die Social Media Anwendungen eine weitere (freie) Kommunikationsmöglichkeit unter vielen anderen dar. Die Bedeutung neuer Kommunikationsformen im Netz ist zwar groß, aber sie ist vielleicht nicht so entscheidend, wie sie es in autoritären Staaten wie z.B. China sein könnte. Wie also ist es um den Einsatz von Social Media Anwendungen in China bestellt, wo vollkommen andere Rahmenbedingungen für Kommunikation herrschen? Es stehen sich die Opposition, die ihre vorherrschende Organisationsform durch Social Media Anwendungen im Netz findet, und die Regierung, die diese Organisation im Netz zu unterbinden sucht, in einem permanenten Kampf gegenüber.

Evgeny Morozov führte im Vorfeld der re:publica 2010 in einem Interview aus, dass wir keine zuverlässigen Theorien oder genügend empirisches Material haben, um nachweisen zu können, auf welche Weise das Netz Demokratisierung fördert. "We are on a slippery slop of thinking!" (Deutschlandradio Kultur (C) 2010) Doch gerade Untersuchungen über die "digitale Dynamik" am Beispiel von autoritären Systemen können zeigen, wie sich Opposition und Regime hier mittels digitaler Kommunikationsmöglichkeiten gegenseitig beeinflussen.

Im Folgenden wird am Beispiel China versucht zu zeigen, wie deliberative Effekte des Internet Einfluss auf das Kommunikationsverhalten von Bevölkerung und Regierung ausüben. Im ersten Teil wird beschrieben, welche digitalen Mittel das chinesische Regime einsetzt um das Internet zu kontrollieren. Im zweiten Teil geht es darum, wie sich die Opposition der neuen Anwendungen bedient, und um den Zusammenhang von wirtschaftlicher Liberalisierung und Entstehen eines öffentlichen Diskursraums. Das sich daraus ergebende Dilemma für die chinesische Führung wird in einem dritten Teil beschrieben. Schließlich kann

herausgearbeitet werden, welches Potential das Internet und Social Media Anwendungen unter autoritären politischen Bedingungen haben können.

4.1 Informationskontrolle

China hat 384 Millionen Internet Nutzende (ohne die Provinzen Hongkong, Macao und Taiwan). 28,7% der Bevölkerung haben Zugang zum Internet. Zwischen 2000 und 2009 ist die Zahl der Nutzenden lediglich um 1,6% (!) gestiegen. Chinas Anteil am gesamtasiatischen Internetzugang beträgt 50,2%. (Internet World Stats et al. 2010) In China gab es im Juli 2008 107 Millionen Nutzende, die ein Blog betrieben. Das sind 42,3% aller Internet-Nutzenden in China. (Zhou 2009: S. 1004) Wenig ist bisher aber über den Einfluss politischer Blogs in China bekannt. "Hinzu kommen 750 Millionen Handynutzer, von denen viele über ihr Mobiltelefon online gehen. Das rasante Wachstum dieses Netzwerkes, gepaart mit der Kreativität und dem Wagemut seiner Nutzer, prägt das chinesische Web mindestens so stark wie die Repressionen der Regierung." (Talbot 2010)

Zwischen 1993 und 2006 wurde im Rahmen der Golden Shield Projekte, "Projekte, die die Informationstechnologie mit der Wirtschaft in Verbindung bringen und die Koordination der Marktökonomie fördern sollten" (Wikipedia (B) 2010), eine chinesische Firewall entwickelt, die auch als Great Firewall of China bekannt ist. Ziel ist die totale Überwachung sämtlicher Internetaktivitäten in China. "All activities involved in providing internet cultural products and services in the territory of China, commercial or non-commercial, must first be authorized by the local cultural administrative office, or they will be deemed 'unsanctioned activity' and penalized." (Li 2010: S. 71) Die chinesische Regierung setzt dieses Ziel durch tiefgreifende Zensur und Kontrollmaßnahmen des Internet durch. Das Golden Shield Projekt sorgt dafür, dass der Zugriff auf Seiten demokratischer AktivistInnen, chinakritischer Medien oder andere "subversive" Inhalte, z.B. beim Suchen nach bestimmten politischen "Reizwörtern" wie etwa Tiananmen, Tibet oder Falun Gong, stark erschwert wird. Blogs und andere Social Networkdienste werden immer wieder für längere Zeit von der Regierung gesperrt. Wer einen privaten Internetanschluss erwirbt, muss

sich polizeilich registrieren lassen und einen Vertrag unterschreiben, der dazu verpflichtet, diesen Zugang nicht für "illegale" Aktivitäten zu verwenden. Werden "illegale" Aktivitäten registriert, drohen Haftstrafen. (Epoch Times Europe GmbH 2005) "Die Angst der Regierenden vor freiem Informationsfluss ist (...) allgemein verbreitet." (Geppert 2009: S. 23) Das Amnesty-Journal berichtet für 2009 von 58 Festnahmen von "Online-Dissidenten". (Kreuz 2009: S. 29) Reporter ohne Grenzen spricht dagegen von bisher insgesamt 76 inhaftierten Netizens in China (Stand 1. Juni 2010). (Reporters Sans Frontières 2010) Die Angaben über die Menge von Mitarbeitenden der Zensurbehörden variieren zwischen 30.000 (Kreuz 2009: S. 29) und weit über 40.000. (Epoch Times Europe GmbH 2005) Die "(...) Mitarbeiter der Zensurbehörden wachen Tag und Nacht darüber, dass die digitale 'Chinesische Mauer' unerwünschte Inhalte von außerhalb abwehrt und sich kritische Strömungen im Inland nicht ausbreiten können." (Kreuz 2009: S. 29) Die chinesische Firewall bietet ein hohes Maß an Kontrolle über Internetnutzung, -zugang und -inhalte. Alle Zugangsprovider zum Internet (Internet Access Provider) befinden sich in staatlicher Hand. Das Kontrollsystem gilt als das am besten entwickelte weltweit. (Li 2010: S. 66)

Facebook und Twitter sind in China gesperrt. (Talbot 2010) Auch der Suchmaschinen-gigant Google hat sich vom Festland Chinas nach Hongkong zurückgezogen, nachdem im Auftrag der chinesischen Zensurbehörden GoogleMail Accounts gehackt worden waren. Nutzende konnten in der Folge über Hongkong für kurze Zeit auf ungefilterte Suchergebnisse in chinesischer Sprache zugreifen, indem alle Suchanfragen über Google.cn auf die Google Suche von Hongkong (Google.com.hk) umgeleitet wurden. (CHIP Online 2010) Diese Umleitung währte aber nur kurz, denn bald darauf fing China alle regimekritischen Anfragen aus Festlandchina, die an Google Hongkong gingen, ab, noch bevor sie den Server in Hongkong erreichen konnten. Mittlerweile wird täglich auf einer Google Statusseite angezeigt, welche seiner Dienste in China blockiert werden.³³ Zurzeit erhalten Festlandchinesen keinen Zugriff auf die Google Dienste Blogger,

³³ <http://www.google.com/prc/report.html> (Stand: 21.06.2010)

YouTube, Sites oder Picasa. Docs, Mobile, Groups, ja sogar die Websearch, sind teilweise blockiert.

Die Regierung und das Informationsministerium (Ministry of Information Industry) arbeiten zudem an einem Supervisionssystem, um BloggerInnen zu kontrollieren. Diese werden sich zukünftig, so ist es geplant, mittels Personalausweis authentifizieren müssen. Allerdings sind auch die chinesischen BloggerInnen flexibel und können (noch) unter einem Pseudonym veröffentlichen. (Zhou 2009: S. 1118) Falls es China gelingen sollte, das Bloggen total zu überwachen, wird eine wichtige und machtvolle Stimme der Opposition zum Schweigen gebracht werden.

Eine weitere Maßnahme der Internetzensurstrategie der Kommunistischen Partei Chinas (KPCh) ist die Einführung einer Content-Control-Software für die Zensur und Überwachung individueller PC-Tätigkeit, die vom Informationsministerium entwickelt wurde. Seit 2009 wird die Software Green Dam Youth Escort von asiatischen Firmen wie Acer, Sony, BenQ und Asus als fester Bestandteil des Softwarepakets beim Computervertrieb auf dem chinesischen Markt mitgeliefert. Die Softwareinstallation ist gesetzlich vorgeschrieben auf Schulcomputern, in Internetcafés und für den öffentlichen Gebrauch. Aus China ausgeführte Geräte werden registriert. Die Software kontrolliert und protokolliert alle am PC eingegebenen Begriffe. Offiziell geht es um die Beschränkung von Internetpornographie, aber die eigentliche Funktion ist die Kontrolle politischer Vokabulare, die Nutzende im Netz verwenden. Zudem aktualisiert die Software automatisch die Liste der verbotenen Seiten, die dann für den Zugriff gesperrt sind. (Wikipedia (C) 2010)

Im Jahre 2000 war in China der Raum im Internet noch nicht so stark reglementiert wie heute. Das zeigen etwa Petitionen zur Befreiung politischer Gefangener (Li 2010: S. 68), die damals noch möglich waren und öffentlichen Druck erzeugten, der auch in der Offline-Welt spürbar wurde. Der Staat versuchte, durch Reglementierungen gegen solche Mobilisierungseffekte vorzugehen, die online initiiert worden waren. Dafür wurden bis 2007 51 Richtlinien bestimmt, die eine möglichst lückenlose Kontrolle aller Internetanbietenden, Internetcafés, KulturproduzentInnen, JournalistInnen etc. einleiteten. (Li 2010: S. 71) Auch die "alten" Medien

(Fernsehen, Zeitungen, Radio etc.) wurden von der Führung dazu gedrängt, nicht mit "unautorisierten" Quellen zu arbeiten.

Ein anderes Mittel zur Lenkung und Eingrenzung von Aktivismus im Internet war das Forcieren von Medienkampagnen durch die KPCh, die das Internet als gefährlich brandmarkten, etwa durch die Problematisierung der Internetpornographie, den Suchtfaktor Internet oder durch Kampagnen gegen Internetkriminalität. (Li 2010: S. 72 f.) Um die Diskussion um öffentlich verbotene Themen zu vermeiden, werden andere Themen im chinesischen Online-Raum von MeinungsmacherInnen und BürgerInnen zum Zweck der Ablenkung zu wichtigen Themen "hochgeschrieben". Dazu gehören unter anderem die Themen Klassenkampf, Verräter an China, Anti-USA-, Anti-Japan-, Anti-Korea-Kampagnen sowie Skandale, Freakshows, und Kuriositäten. (Li 2010: S. 73 f.) Dabei werden BloggerInnen für regierungsfreundliche Beiträge bezahlt. Die staatlichen Institutionen in China versuchen, einen nationalen Cyberspace und damit eine "starke chinesische Identität" zu schaffen. "The folk society, the central figure of the Chinese web, once demonstrated the aspiration for civic virtue as well as the capacity to organize democratic practices and to generate deliberative discussions, now is preoccupied with a crave for mindparalyzing fun time." (Li 2010: S. 75) Durch die Abschottung des chinesischen Internet, das Forcieren national besetzter Themen und Unterbindung von unliebsamem Content, wird versucht, das Medium Internet zu einem Konditionierungsmittel der Identitätsbildung umzumünzen. Dadurch erscheinen die Technologien der Social Media unter dem Brennglas: Sie werden nicht für den freien Austausch, sondern für den thematisch vorbesetzten Austausch von Informationen genutzt. Ihre eigentliche Funktion wird pervertiert und das wesentlich instrumentalisiert als im Westen.

4.2 Opposition, Liberalisierung und das Entstehen eines öffentlichen Diskursraums

Während die KPCh versucht, das Internet durch tiefgreifende Zensur- und Sanktionsmechanismen zu beherrschen, sehen kritische JournalistInnen, MenschenrechtlerInnen und andere oppositionelle Akteure darin eine große Chance für das Entstehen von öffentlicher Meinungsbildung und -äußerung. Zum einen gibt es Mittel, um die Firewall auszutricksen, so dass regimekritische Inhalte trotz aller Kontrollen in den öffentlichen chinesischen Internetraum gelangen können. Zum anderen entsteht im Rahmen wirtschaftlicher Liberalisierung, etwa durch die Vielzahl aufkommender chinesischer Internetforen und Netzwerke sowie durch die zunehmende Ausstattung der Bevölkerung mit Mobiltelefonen, ein Kommunikationsraum, in dem kulturelle und öffentliche Werte verhandelt werden können. In diese doppelte Dynamik von wirtschaftlicher Liberalisierung und dem Aufkommen eines öffentlichen, nur schwer unterbindbaren Diskursraums, werden große Hoffnungen für das Entstehen einer chinesischen Zivilgesellschaft gesetzt.

KritikerInnen und nicht zugelassene Oppositionelle nutzen bestimmte Tricks, um Zensurmechanismen wie Filterung von Suchanfragen und Sperrung von Inhalten auszuweichen (z.B. die Benutzung von Informationen in Datenformaten, die von der Firewall nicht gelesen werden können,³⁴ oder die Nutzung von anonymitätsfördernden Techniken wie Tor³⁵, welche die ursprüngliche IP des Nutzenden nicht mehr nachvollziehbar macht). Isaak Mao hebt hervor, dass Techniken, die die Anonymität des Nutzenden gewährleisten, für die demokratische Opposition unerlässlich sind. (Reinhard et al. 2009: S. 90)

Da immer mehr Menschen an den neuen Medien teilhaben, steigt für die Zensurbehörden die Schwierigkeit, strukturiert zu definieren, welche Inhalte "kriminell" und welche "nicht kriminell" sind. Die Kontrollen des Regimes können erst auf einer bestimmten Stufe des Protests oder des Widerstandes einsetzen. So beschrieb es Shi Ming, chinesischer Journalist und Autor, auf

³⁴ <http://net.picide.net/> (Stand: 21.06.2010)

³⁵ <https://www.torproject.org/> (Stand: 21.06.2010)

dem Tag der Pressefreiheit 2010 in der Landesvertretung NRW in Berlin³⁶: Das Internet erzeugt, so Ming, eine ständige Bewegung von unten nach oben. Dass Zensur einsetze, sei immer ein Indikator für eine zu einflussreiche Bewegung. Hier liege das Potential für freie Meinungsbildung und -äußerung, da das Regime an dieser Stelle immer bloß reagieren könne. Zensur werde zunehmend schwieriger. Andererseits, so stellt auch Ming fest, versucht das Regime von oben nach unten zu mobilisieren, indem es sich bemüht, bestimmte Themen in die Diskurse von NetzwerkaktivistInnen zu implementieren.

Das Internet scheint sich, trotz aller Kontroll- und Manipulationsversuche, als neues Bottom-up Forum für öffentliche Debatten in China durchzusetzen. Das liegt auch daran, dass China selbst gemachte Alternativen zu YouTube (YouKu³⁷), Facebook (Douban³⁸) oder anderen Social Media Anwendungen zulässt, die sehr rege genutzt werden. "Und die chinesischen Forenseiten, allen voran QQ³⁹, die zweitgrößte Webseite Chinas und die zehntgrößte der Welt, brodeln förmlich vor Debatten – auch über aktuelles Zeitgeschehen." (Talbot 2010) Obwohl China also Debatten um bestimmte verbotene Themen zu unterbinden sucht, werden sie letztendlich doch gefördert, indem das Regime jene Akteure, die diese Social Media Plattformen betreiben, aus wirtschaftlichen Interessen unterstützt. Hier zeigt sich ganz deutlich die Verzahnung von wirtschaftlicher Liberalisierung und der Bildung einer öffentlichen Diskurskultur, was letzten Endes das Entstehen einer Zivilgesellschaft befördern kann. "Regardless of the debate, it would seem that the internet is at least a platform for bottom-up information and public debate." (Zhou 2009: S. 1006) Zhou spricht auch von einer Befreiung der Öffentlichkeit (public deliberation) durch das Internet. (Zhou 2009: S. 1017) Dabei befruchten sich Internet- und öffentlicher Diskurs gegenseitig. "In China gibt es vielleicht keine freie Rede, aber zumindest eine freiere Rede, weil das Internet für die chinesische Bevölkerung eine Plattform zur Kommunikation geschaffen hat. (Yasheng Huang)." (Talbot 2010)

³⁶ http://www.bdzv.de/bdzv_intern+M534dfe4fba2.html (Stand: 21.06.2010)

³⁷ <http://www.youku.com/> (Stand: 21.06.2010)

³⁸ <http://www.douban.com/> (Stand: 21.06.2010)

³⁹ <http://www.qq.com/> (Stand: 21.06.2010)

Welches machtvolle Potential die neuen Medien in einem autoritären Einparteiensystem haben, kommt in einem Interview mit dem chinesischen Bürgerrechtler Ai Weiwei zum Ausdruck: Das Bloggen, so Weiwei, ist, ganz im Gegensatz zu den Vorbehalten im hiesigen (westlichen) Social Media Diskurs, die neue Technik, die es den Chinesen erstmalig ermöglicht, Zensur zu umgehen. In China habe das Internet eine völlig andere Bedeutung als im Westen: "Bloggen ist ein Lichtstrahl in einem vollständig dunklen Zimmer." (Deutschlandradio Kultur (B) 2010) Durch Bloggen und Networking im Internet hätten sich das chinesische Leben und die Politik verändert. Totalitäre Gesellschaften hätten vor nichts mehr Angst als vor Offenheit und Transparenz. Weiwei berichtet, dass Blogs in derselben Sekunde, in der sie aufgesetzt werden, abgeschaltet werden. Er selbst verfüge über etwa 100 verschiedene Accounts und benutze an einem Tag bis zu 10 unterschiedliche IDs. In China droht ihm permanent willkürliche Verhaftung oder Schlimmeres. Das Internet, davon ist Weiwei überzeugt, kann das Ende der Verbrechen an der Menschlichkeit mit sich bringen. Das Medium sei unerlässlich. (Deutschlandradio Kultur (B) 2010)

Wirtschaftliche Liberalisierung und Marktwirtschaft bringen innerhalb Chinas nicht nur im Bereich neuer Kommunikationsmöglichkeiten unerwünschte Störfaktoren mit sich, sondern auch bei der expandierenden Vermarktung von Freizeitaktivitäten. Durch die Öffnung aller Kommunikationskanäle (Fernsehen, Internet, Mobilfunk) zur Schaffung stärkerer Kaufanreize in der Bevölkerung, öffnet sich China der globalen westlichen Konsumindustrie und deren Vermarktungsstrategien. Das chinesische Fernsehen adaptiert hierzu westliche Medienformate, um neue KundInnen zu generieren. Dabei erzeugt die Vermarktung der "westlichen Freizeitindustrie" neue VerbraucherInnenklassen mit "abweichenden" kulturellen Werten. "In the process of China's entry into the world market, the access, ability and the 'taste' to enjoy Western leisure products has become 'cultural capital' for certain groups of the Chinese television audience." (Xu 2007: S. 374) Kulturelles Kapital westlicher Prägung führt zu einer Pluralität kultureller Präferenzen (choices), die eine feste chinesische Einheitsidentität nach dem Leitbild marxistisch-leninistischer Lehre und Mao-Zedongscher und Deng-Xiaopingscher Theorie (Kommunistische Partei Chinas 2007: S. 1) aufweicht. Die Auswirkungen marktwirtschaftlicher Effekte auf die

Wertpluralität der chinesischen Bevölkerung sind deutlich erkennbar. Allerdings bedeutet eine Transformation kultureller Werte nicht zwangsläufig einen Trend hin zu mehr Demokratisierung. Dennoch hat jegliche kulturelle Praxis eine politische Perspektive. "Das Politische und das Kulturelle (...) bedingen sich gegenseitig (...)." (Dörner 2008: S. 223) Das hat bereits Bakardjieva (Bakardjieva 2009: S. 91) mit ihrer Definition von Gegenöffentlichkeiten (counter publics) herausgestellt, wie auf Seite 57 dieser Arbeit gezeigt wurde.

4.2.1 Dictator's Dilemma und Internet-Paradoxon

Das Dilemma "wirtschaftliche Liberalisierung vs. Kontrolle der Meinungen der BürgerInnen" lässt sich sehr gut am Beispiel China ablesen und anhand des theoretischen Modells des Dictator's Dilemma verdeutlichen. Das Dilemma eines Diktators besteht darin, dass er sein Land vollständig kontrollieren will und für die Stabilisierung des Status quo wirtschaftliches Wachstum benötigt. Wachstum setzt aber Investitionen in Infrastruktur (Straßen, Verwaltung, Datennetze) voraus, was auch die Optimierung der Kommunikationswege und damit des Internet einschließt. Eine gewisse Öffnung muss also stattfinden. Zugleich entgleiten dem Diktator dabei zentrale Kontrollmöglichkeiten, da nun neue wirtschaftliche Akteure ihre Ansprüche behaupten. Ist ein solcher Prozess erst einmal in Gang gesetzt, ist es schwer, auf Dauer weiterhin Kontrollmacht in allen Bereichen auszuüben. Um das Dilemma aufzulösen, bleiben dem Diktator letztlich nur zwei Möglichkeiten: entweder industrielle Revolution und Kontrollverlust oder Abschottung und Untergang. (Kedzie et al. 2002: S. 105)

Der Begriff "Internet-Paradoxon" (Talbot 2010) bringt das Phänomen des Dictator's Dilemma bezogen auf das Internet in China auf den Punkt. Einerseits will China Kommunikation im Internet kontrollieren, andererseits will es die Binnennachfrage nach Informations- und Telekommunikationstechniken ankurbeln. Mithilfe des Internet wird die Kommunikation vereinfacht und die Kontrolle der "Iron Hand" des Diktators entrissen, da hier ein Raum des öffentlichen Diskurses entsteht.

"On the one hand, the government desires an open, modern and efficient economy, including a state-of-the-art telecommunications and information infrastructure which capitalizes on the potential of a booming information sector to maintain China's impressive economic growth including a growing knowledge or digital economy. On the other hand, authorities desperately want to control the flow of news and opinion, especially dissent, within legally regulated channels because of the fear that a well-informed online citizenry could mobilize social groups for political protest, creating social instability." (Lu et al. 2007: S. 929) Aus der Intention, wirtschaftliche Interessen zu stärken, wird als unbeabsichtigtes Nebenprodukt auch die Kommunikationsfreiheit der BürgerInnen gestärkt.

China hat den Weg der wirtschaftlichen Liberalisierung eingeschlagen, bemüht sich aber noch immer, die Kontrollmacht bezüglich Meinungsbildung, öffentlicher Debatte und oppositionellem Engagement auszuüben. China ist sich des Dilemmas durchaus bewusst und versucht, den Liberalisierungsprozess kontrolliert zu begleiten. Die Frage ist, ob die KPCh in diesem Prozess adäquat anpassungsfähig bleibt, und damit die Macht behalten kann, oder ob der Kontrollverlust dazu beiträgt, dass das Verlangen in der Bevölkerung nach einer anderen Politikgestaltung langfristig übermächtig werden wird.

4.3 Das Netz hat eine Tür aufgestoßen

In Ländern wie China oder auch Iran, wo starke Zensur und Repressionsmechanismen durchgesetzt werden, ermöglichen die neuen Kommunikationsformen des Internet der Bevölkerung, ihre politischen Anliegen leichter sichtbar zu machen. Zugleich wird aber auch die Internetmacht des Regimes erkennbar, die Seite der Unterdrückten, die mit allen Mitteln versuchen, Inhalte zu zensieren, Seiten zu sperren und Oppositionelle via IP-Erkennung zu ermitteln und dann festzunehmen.

Nichtsdestotrotz hat das Internet das Potential für eine soziale Revolution. Kein Land kann sich mehr vollständig vom digitalen Datennetz abschotten. Eine totale Überwachung, welche Informationen die Grenzen des nationalen Cyberspace überschreiten, ist nicht mehr möglich. Zensur kann erst

einsetzen, wenn eine bestimmte Qualität an Informationen und eine bestimmte Quantität an Öffentlichkeit entstanden ist. Das Problem muss erst da sein, damit es bekämpft werden kann. Niedrigschwellige Opposition, d.h. Opposition knapp an der Grenze zur "Illegalität" und "Kriminalität" sowie im Rahmen einer Konsumkultur, die neben anderen kulturellen Werten auch andere Verhaltensweisen bedingen kann, kann nicht vollständig unterdrückt werden. "Wenn Sie ein Netz schaffen, das jederzeit neue Wege sucht, dann haben Sie keine Möglichkeit, (...) als Gatekeeper etwas in diesem Netz in der Hand zu halten. (...) Solange Sie die Netze nicht abschalten, werden die Netze immer Wege finden, die an (...) klassischen Kontrollmechanismen vorbeigehen." (Deutschlandradio Kultur (A) 2010) Peter Kruse behauptet, dass Möglichkeiten der Kommunikationskontrolle lediglich eine Hoffnung diktatorischer Regime sind. (Deutschlandradio Kultur (A) 2010)

Es bleibt die Frage bestehen, ob Online-Opposition das Potential besitzt, die Veränderung realer Lebensbedingungen herbeizuführen. Oppositionelle Macht im Netz muss der Realität standhalten. Die Kampagne "Eine Million Unterschriften"⁴⁰ für die Gleichstellung von Frauen im Iran hat im Internet und in der westlichen Öffentlichkeit große Wirkung gezeigt und die Frauenbewegung im Iran gestärkt. Abzuwarten bleibt, inwieweit das Regime sich davon beeindruckt lässt. Ob sich die Situation von Frauen im Iran tatsächlich verbessert hat, wird erst in einigen Jahren feststellbar sein und welchen Anteil diese Kampagne daran gehabt haben wird, wird ebenfalls schwer zu sagen sein. Inwieweit die "sachte Liberalisierung" (Neue Zürcher Zeitung Online 2006) von Frauenrechten durch die Online-Kampagne beschleunigt wird, lässt sich nur schwer belegen. Generell ist das Gewicht von Online-Aktivismus für die praktische Umsetzung von Anliegen in vielen Fällen kaum messbar. Trotzdem bleibt auf der Seite der AktivistInnen als Erfolg zu verbuchen, dass (gesellschafts-politische) Kommunikation und Organisation möglich und erfolgversprechend ist.

Für die Leitfrage, wie Social Media Anwendungen die Politik beeinflussen und welchen Einfluss sie auf Meinungsbildung und verbesserte Partizipation haben, kann nach den bisherigen Ausführungen folgendes Fazit gezogen

⁴⁰ <http://iranische-frauenbewegung.blogspot.com/> (Stand: 21.06.2010)

werden: In Ländern, in denen sich die Herausbildung einer Zivilgesellschaft gegenüber dem Regime als schwierig erweist und dies auch mittelfristig nicht zu erwarten ist, hat das Internet eine Tür aufgestoßen. Social Media Anwendungen können dazu benutzt werden, Kommunikationsräume zu eröffnen, die eventuell dazu dienen können, eine politische Kultur auch außerhalb des Internet entstehen zu lassen. Die im Internet erworbene Kommunikations- und Organisationsfähigkeit kann dazu eingesetzt werden, auch in der Offline-Welt Anliegen und Meinungen auszudrücken und zu organisieren. Langfristig kann die Internetaktivität wesentlich zur Herausbildung einer wehrhaften Oppositionsbewegung beitragen. Dabei ist aber noch völlig unklar, ob dieses Potential des Internet wirklich zu einer stärkeren Opposition in der Offline-Welt beitragen kann und ob die "Netz-Opposition" den gegebenen Repressionen des Staates besser standhalten kann als früher. Am Beispiel der Grünen Revolution im Iran lässt sich dies ablesen. Die Opposition organisierte sich zwar über das Internet und mobile Medien, trotzdem mussten sie sich gegenüber den staatlichen Repressalien in der realen Welt vorerst geschlagen geben. Die Organisation im Netz geht zwar weiter, ob sie sich langfristig durchsetzen wird, ist aber nicht abzusehen.

Schluss und Ausblick

Die Leitfrage dieser Arbeit, wie moderne Kommunikationstechnologien die Gestaltung von Politik transformieren, lässt keine eindeutige Antwort zu. Auch die Frage, inwiefern eine Demokratisierung durch den Einsatz dieser Technologien voranschreiten kann, lässt sich heute noch nicht abschließend beantworten.

Es zeigte sich, dass den modernen Kommunikationstechnologien (Social Media Anwendungen, mobile Kommunikationsmöglichkeiten) in unterschiedlichen politischen Systemen (autoritäre Staaten wie China gegenüber Demokratien) unterschiedlich große Bedeutung zukommt. In demokratisch verfassten Staaten, in denen NGOs, eine kritische Öffentlichkeit, Beschwerdeverfahren und Kritik im öffentlichen politischen Diskurs fest institutionalisiert und verankert sind, stellen die neuen Technologien alternative Möglichkeiten der politischen Beteiligung der BürgerInnen dar. Mit der Ausdifferenzierung einer pluralen Gesellschaft sind auch die Ansichten zu dem Thema, wie der Einfluss von Social Media Anwendungen auf politische Beteiligungsprozesse wirkt, aufgrund der Freiheit von Forschung und Lehre, der Freiheit von Medien und Meinungsäußerung offener, kritischer und komplexer. Die Demokratie ermöglicht einen komplexen Diskursraum auf vielen Ebenen, der ein ambivalentes Bild vom Nutzen der Social Media Anwendungen hinterlässt. So ist man sich z.B. bewusst und kritisiert auch, dass viele Social Media Anwendungen, und damit die mit ihnen verbundene Meinungsbildung und –freiheit, immer in einem kommerziellen Kontext funktionieren. Auch der politische Nutzen von Social Media Anwendungen wird zurzeit eher eingeschränkt gesehen. Die Dynamik der Internet-Kommunikation ist entfesselt und wenig lenkbar und die Parteien, Behörden und Verwaltungen in Deutschland tun sich bislang schwer, geeignete Instrumente für WählerInnen-Mobilisierung und BürgerInneninformation und –beteiligung im Netz zu entwickeln. Es stehen sich hier zwei entgegengesetzte Systeme unterschiedlicher Struktur gegenüber. Parteien und Behörden sind hierarchisch und intransparent, das Internet mit seiner "anti-elitären, saloppen Kommunikationsform" ist das genaue Gegenteil. (Zeit Online

Schluss und Ausblick

2010) Trotzdem können Social Media Anwendung für eine stärkere Verbindung und einen besseren Austausch im Dialog zwischen Politik und BürgerInnen sorgen. Auch wenn die Politik einen Rückzugsraum für Entscheidungen benötigt, so können Offenheit und Transparenz durch den Einsatz von Social Media Anwendungen gestärkt werden. Dabei sind die Parteien noch in einer "Orientierungsphase", die Praktikabilität neuer Anwendungen, welche die Kommunikation zwischen BürgerInnen und Parteien verbessern, ist noch nicht absehbar. (Zeit Online 2010) Hier besteht Handlungsbedarf, Legitimität und Transparenz durch entsprechende Angebote (wieder-) zu gewinnen, will die Parteiendemokratie nicht in eine abstruse Parallelwelt abdriften, in der sie trotz geringer Wahlbeteiligung und Mitgliederschwund die Verhandlung der Belange der Nation für sich beansprucht. Parteien und Regierungen westlicher Demokratien sollten sich als DienerInnen des Volkes darum bemühen, Social Media Anwendungen als Möglichkeit für verbesserte Rückkopplungsprozesse zwischen sich und der Zivilgesellschaft einzusetzen. Das gilt sowohl für die Weiterentwicklung von Dialog- und Partizipationsmöglichkeiten auf digitaler Basis, als auch für die Bereitstellung von politischen Informationen als Grundlage für die Entscheidungsfindung der BürgerInnen.

Die langsame deutsche Behördenwirklichkeit sollte offenen Plattformen nach dem Vorbild des Open Book Government weichen. Dabei sollte der Fokus weiterhin auf einer stärkeren Verflechtung von Bottom-up- und Top-down-Ansätzen liegen. "Die neuen Technologien ermöglichen es, viel mehr Menschen als jemals zuvor gemeinsam Ideen generieren und bewerten zu lassen. eParticipation [in welcher Form auch immer] wird eine realisierbare Beteiligungsoption." (Gebel et al. 2009: S. 107). Allerdings scheint die sinnvolle Anwendung von Social Media in der Politik auch von einem Generationenwechsel abhängig zu sein. Neue Dialogverfahren oder Open Book Government werden sich in der politischen Führung wohl erst mit der nächsten PolitikerInnengeneration als durchsetzungsfähig erweisen. Laut FAZ betrug das Durchschnittsalter der Abgeordneten 2007 68,5 Jahre. (Frankfurter Allgemeine Zeitung 2007)

Der China Exkurs hat demgegenüber deutlich gemacht, dass der Einsatz neuer Technologien in autoritären Systemen einen besonderen Wert

Schluss und Ausblick

darstellt und die Chance für die mögliche Herausbildung einer Zivilgesellschaft bietet. Eine schnellere, vernetztere und einfachere politische Kommunikation jenseits von Verboten und Ideologien wird durch Social Media Anwendungen ermöglicht. Eindeutig konnte für China als Beispiel für einen stark kontrollierten Netzraum gezeigt werden, wie wichtig Social Media Anwendungen für die Kommunikation jenseits der Staatsideologie sind. Öffentlichkeit und Kommunikation im Netz können nicht unterbunden werden und auch apolitische Themen können in einem öffentlichen Diskursraum zu neuen auch politischen Formen von Diskursen führen. "Man kann (...) annehmen, dass die Individuen neben ihrer wirtschaftlichen Freiheit langfristig auch ihre politische Mitsprache fordern werden und somit einen Wandel des politischen Ordnungsrahmens auslösen könnten. Allerdings ist anzumerken, dass der Freiheitsbegriff im Sinne der individuellen Freiheit in der chinesischen Gesellschaft einen geringeren Stellenwert als in westlichen Demokratien einnimmt. Ein Bewusstsein für die individuelle Entfaltung ist erst in den letzten Jahrzehnten erwachsen." (Schilling 2006) Der befreiende Wert von Social Media Plattformen und neuen Kommunikationsmöglichkeiten für Meinungsbildung und Meinungsäußerung steht trotzdem außer Frage. Formen der oppositionellen Kommunikation und Organisation können mithilfe des Social Web "erlernt" werden.

In der Forschung sind die als positiv gekennzeichneten Trends des Social Web (etwa freie Meinungsäußerung, Diskussionen, Vernetzung, Dezentralisierung) keinesfalls unumstritten. So besteht beispielsweise Uneinigkeit in den Punkten neue Diskursqualität, Zukunft der Massenmedien sowie in der grundsätzlichen Überlegung, ob das Individuum durch das Internet zu einer besseren Entscheidungsbefähigung gelangen kann.

Bezüglich einer neuen Diskursqualität gibt es verschiedene Meinungen. Die neue "Dynamik der Netze" lässt, so Peter Kruse, Diskussionen, Trends und Bewegungen entstehen, die nicht mehr kontrolliert werden können. Für den relativ "freien" Internetraum im Westen bedeute dies, dass ein Expertenmodell, in dem qualifizierte Einzelpersonen ihr Wissen der Gesellschaft zur Verfügung stellen, durch ein Modell kollektiver Intelligenz ersetzt werde. Damit widerspricht Kruse Meyer-Schönberger, der einer

Schluss und Ausblick

neuen Diskursqualität durch das Web eine klare Absage erteilt, weil kollektive Intelligenz nicht empirisch bewiesen ist und weil mehr Kommunikation nur zu mehr Meinungen nicht aber zu mehr Wissen führt. (Siehe hierzu auch Keen 2006) Informationsvermittlung wird auch weiterhin von professionellen Akteuren wie Rundfunk- und Medienanstalten gesteuert werden müssen. Die Massenmedien werden weiterhin die Funktion des unidirektionalen Informationsvermittlers einnehmen und zugleich versuchen, auch im dynamisch-kommunikativen Internetraum durch Angebote wie Internetfernsehen, -mediatheken oder -zeitungen vertreten zu sein. Kruse hingegen behauptet den Niedergang einer "reinen Expertokratie" und hofft zugleich darauf, dass das verteilte Wissen zu einer höheren Verantwortlichkeit der Individuen führt. "Diese Netze [i.e. Soziale Netzwerke] (...) führen zu einem relativ hohen Erkenntniswert und dieser Erkenntniswert repolitisiert die Gesellschaft. (...) Was kann uns in dieser Welt bei globalen Problemen besseres passieren, als verteiltes Wissen?" (Deutschlandradio Kultur (A) 2010)

Ob das Individuum durch die Neuen Medien besser dazu befähigt ist, im Internet politische Entscheidungen, im Sinne von iPolitics, zu verfolgen, zu kritisieren und mitzugestalten, muss sich erst noch zeigen. Denn, dass die Erhöhung des Informationsangebots die Erhöhung von Informationskompetenz mit sich bringt, ja sogar die politische Willensbildung der BürgerInnen professionalisiert, ist zwar wünschenswert, aber nicht selbstverständlich. Dagegen sprechen, zusätzlich zu der ohnehin schon vorhandenen allgemeinen Politikverdrossenheit und dem politischen Desinteresse, die behandelten negativen Aspekte von Social Media (Anonymität bei der Online-Kommunikation, Ausbeutung des eigenen Content durch Unternehmen, Interpretations- und Orientierungsprobleme bei zu viel Inhalt und vieles mehr).

Die Schwierigkeiten von gemeinsamen Rahmenbedingungen, Kontrollverlust, Kommerzialisierung und Informationsüberflutung sind Nebenwirkungen, die das junge Medium Internet mit sich bringt und die weiterhin kritisch beobachtet werden müssen. Die Vorteile des Einsatzes von Social Media werden aber überwiegen und sie werden, so ist zu hoffen, dazu genutzt, weiterhin adäquat gesellschaftliche Herausforderungen zu meistern. Eine

Schluss und Ausblick

Ausdifferenzierung der Gesellschaft erfordert ausdifferenzierte Kommunikationssysteme, die eine permanente Verhandlung darüber, was die Gesellschaft ist, eine permanente Kritik des Status quo, erlauben. Social Media Anwendungen sind hierfür maßgebende Tools mit zusätzlichen, dialogorientierten Kommunikationsmöglichkeiten in Ergänzung zu den bestehenden Massenmedien.

Literaturverzeichnis

Albrecht, Steffen / Hartig-Perchke, Rasco / Lübke, Maren (2008):

Wie verändern neue Medien die Öffentlichkeit? Eine Untersuchung am Beispiel von Weblogs im Bundestagswahlkampf 2005. In: Stegbauer, Christian / Jäckel, Michael (Hg.): Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 95–118.

Allison, Juliann Emmons (Hg.) (2002): Technology, Development and Democracy. International Conflict and Cooperation in the Information Age. Albany, NY: State Univ. of New York Press (SUNY Series in Global Politics).

Anderson, Benedict (1998): Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts. Erw. Ausg. Berlin: Ullstein.

Avenarius, Moritz (2009): "Gattung Mensch. Lebe so, dass die nach uns kommen auch noch ein gutes Leben haben können!". Moritz Avenarius im Interview mit Oswald Metzger (CDU). In: Heuermann, Hendrik / Reinhard, Ulrike (Hg.): Reboot_D - Digitale Demokratie. Alles auf Anfang. Neckarhausen: whois, S. 161–167.

Bakardjieva, Maria (2009): Subactivism: Lifeworld and Politics in the Age of the Internet. In: The Information Society 25 (2), S. 91–104.

Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien (2008): Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2008. 17. Dezember 2008. Berlin.

Bethge, Philip (2010): "Dynamik der Meute". Computerpionier Jaron Lanier über die entwürdigenden Folgen von Internetwerbung, Mobbing im Netz und die Geburt einer unmenschlichen Digital-Religion. In: Der Spiegel (4), S. 128–129.

Bieber, Christoph (2009): Twitter, Facebook, Politpiraten. Der Einfluss des Internets auf die Politik geht weit über Wahlwerbung hinaus. In: Internationale Politik (IP) 64 (7/8), S. 10–15.

Biehl, Heiko (2005): Wersigs Sicht der Informationswissenschaft. Virtuelles Handbuch Informationswissenschaft: Exkurs 4: Informationswissenschaft als postmoderne Wissenschaft. <http://is.uni-sb.de/studium/handbuch/exkurs4.html> (Stand: 15. Februar 2010).

Bowman, Shayne / Willis, Chris (2003): We Media: How Audiences Are Shaping the Future of News and Information. http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf (Stand: 20. Juni 2010).

- Bundesministerium des Innern** (2010): Informieren | www.e-konsultation.de/netzpolitik. <http://www.e-konsultation.de/netzpolitik/informieren#faq-item-3> (Stand: 25. Mai 2010).
- Chaffee, Steven H. / Metzger, Miriam J.** (2001): The End of Mass Communication? In: *Masscommunication & Society* 4 (4), S. 365–379.
- CHIP Online** (2010): Google beendet Zensur, China reagiert prompt. http://www.chip.de/news/Google-beendet-Zensur-China-reagiert-prompt_42091977.html (Stand: 07. Juni 2010).
- Current** (2010): About Current. <http://current.com/s/about.htm> (Stand: 14. März 2010).
- Dahlberg, Lincoln** (2007): The Internet and Discursive Exclusion: From Deliberative to Agonistic Public Sphere Theory. In: Dahlberg, Lincoln / Siapera, Eugenia (Hg.): *Radical Democracy and the Internet: Interrogating Theory and Practice*. London: Palgrave, S. 128–147.
- Dahlberg, Lincoln / Siapera, Eugenia** (Hg.) (2007): *Radical Democracy and the Internet: Interrogating Theory and Practice*. London: Palgrave.
- Davies, Elisabeth** (2006): Communities of Practice. In: Fisher, Karen E. (Hg.): *Theories of Information Behavior*. 2. print. Medford, NJ: Information Today (ASIST Monograph Series), S. 104–107.
- Dean, Jodi** (2005): Communicative Capitalism: Circulation and the Foreclosure of Politics. In: *Cultural Politics* 1 (1), S. 51–75.
- Demetriou, Christina / Silke, Andrew** (2003): A Criminological Internet Sting. In: *British Journal of Criminology* 43, S. 213–222.
- Department for Media, Culture and Sports** (2009): Digital Britain Unconference Outputs and Other Online Feedback on Digital Britain. http://www.culture.gov.uk/images/publications/onlinefeedback_ondigitalbritain.pdf (Stand: 20. April 2010).
- Deutschlandradio Kultur (A)** (2010): Deutschlandfunk - Kulturfragen - Demokratisierung des Wissens oder Informations-Overkill? Das Netz als neuer Kommunikations- und Kulturraum. Peter Kruse im Gespräch mit Karin Fischer. <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/kulturfragen/1170737/> (Stand: 14. Juni 2010).
- Deutschlandradio Kultur (B)** (2010): Chinesischer Künstler Ai Weiwei über die Rolle des Internets und sein Kampf für Menschenrechte. Ai Weiwei im Gespräch mit Liane von Billerbeck. Deutschlandradio Kultur - Fazit - "Das Bloggen ist für uns ein Lichtstrahl". <http://www.dradio.de/dkultur/sendungen/fazit/1144200/> (Stand: 26. April 2010).
- Deutschlandradio Kultur (C)** (2010): re: publica 2010: Evgeny Morozov: der Einfluss des Netzes auf autoritäre Staaten. <http://podcast->

mp3.dradio.de/podcast/2010/04/17/drk_20100417_1424_d5eb02ae.mp3
(Stand: 26. April 2010).

Dorer, Johanna (2008): Das Internet und die Genealogie des Kommunikationsdispositivs: Ein medientheoretischer Ansatz nach Foucault. In: Hepp, Andreas / Winter, Rainer (Hg.): Kultur - Medien - Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 4. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 353–365.

Dörner, Andreas (2008): Medienkultur und politische Öffentlichkeit: Perspektiven und Probleme der Cultural Studies aus politikwissenschaftlicher Sicht. In: Hepp, Andreas / Winter, Rainer (Hg.): Kultur - Medien - Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 4. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 219–236.

Epoch Times Europe GmbH (2005): Zensur in der Volksrepublik China. Epoch Times Europe GmbH.
<http://www.epochtimes.de/articles/2005/12/09/6991.html> (Stand: 08. Juni 2010).

Everitt, Dave / Mills, Simon (2009): Cultural Anxiety 2.0. In: Media, Culture & Society 31 (5), S. 749–768.

Feenberg, Andrew (2009): Critical Theory of Communication Technology: Introduction to the Special Section. In: The Information Society 25 (2), S. 77–83.

Fisher, Karen E. (Hg.) (2006): Theories of Information Behavior. 2. print. Medford, NJ: Information Today (ASIST Monograph Series).

Forsa (2009): Information statt e-Petition. IP-Forsa Umfrage. In: Internationale Politik (IP) 64 (7/8), S. 4.
http://www.internationalepolitik.de/ip/archiv/jahrgang-2009/juli-august-2009-/download/1de6621dc437062662111de8bb25b9524ba21002100/original_ip_07_index.pdf Stand: 06. März 2010

Fox, Susannah / Zickuhr, Kathryn / Smith, Aaron (2009): Twitter and Status Updating, Fall 2009. October 2009. Washington, D.C.
http://www.pewinternet.org/~media//Files/Reports/2009/PIP_Twitter_Fall_2009web.pdf (Stand: 08. März 2010).

Frankfurter Allgemeine Zeitung (2007): Polit-Pensionäre: Die Front der "alten Säcke". 08. Oktober 2007. FAZ Electronic Media GmbH.
<http://www.faz.net/s/Rub594835B672714A1DB1A121534F010EE1/Doc~E26AF41A5D08B420283017B6F279AEAD0~ATpl~Ecommon~Scontent.html> (Stand: 13. April 2010).

Frosh, Paul / Wolfsfeld, Gadi (2007): ImagiNation: News Discourse, Nationhood and Civil Society. In: Media, Culture & Society 29 (1), S. 105–129.

- Frost, Katrin** (2006): Internet Galaxy Meets Postnational Constellation: Prospects for Political Solidarity after the Internet. In: *The Information Society* (22), S. 45–49.
- Fuchs, Christian** (2010): Class, Knowledge and New Media. In: *Media, Culture & Society* 32 (1), S. 141–150.
- Gaycken, Sandro** (2010): Pervasive Computing und informationelle Selbstbestimmung - eine technikphilosophische Betrachtung. Der Verlust der informationellen Selbstbestimmung als Sachzwang. In: *Datenschutznachrichten (DANA)* (1), S. 4–8.
- Gebel, Thomas / Gercke, Martin** (2009): Mit kollektiver Intelligenz zu digitaler Demokratie? In: Heuermann, Hendrik / Reinhard, Ulrike (Hg.): *Reboot_D - Digitale Demokratie. Alles auf Anfang*. Neckarhausen: whois, S. 103–115.
- Geppert, Wolfram** (2009): "Reden ist Silber, Schweigen..."? In: *Amnesty Journal* (1), S. 23.
- Granick, Jennifer** (2006): Saving Democracy with Web 2.0: *Wired*. 25.19.2006.
<http://www.wired.com/software/webservices/commentary/circuitcourt/2006/10/72001> (Stand: 14. März 2010).
- Hansen, Markus** (2010): Wenn das Smartphone (nicht nur) nach Hause telefoniert. In: *Datenschutznachrichten (DANA)* (1), S. 9–11.
- Hardt, Michael / Negri, Antonio** (2005): *Multitude. War and Democracy in the Age of Empire*. London: Hamish Hamilton.
- Hepp, Andreas / Winter, Rainer** (Hg.) (2008): *Kultur - Medien - Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. 4. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Her Majesty's Governmet** (2010): About | data.gov.uk.
<http://data.gov.uk/about> (Stand: 21. April 2010).
- Heuermann, Hendrik / Reinhard, Ulrike** (Hg.) (2009): *Reboot_D - Digitale Demokratie. Alles auf Anfang*. Neckarhausen: whois.
- Höijer, Birgitta** (2004): The Discourse of Global Compassion: The Audience and Media Reporting of Human Suffering. In: *Media, Culture & Society* 26 (4), S. 513–531.
- Hunt, Robin** (2008): Civilisation and Its Disconnects. In: *Aslib Proceedings: New Information Perspectives* 60 (5), S. 417–443.
- Internet World Stats / Usage and Population Statistics** (2010): Asia Internet Usage Stats and Population Statistics.
<http://www.internetworldstats.com/stats3.htm> (Stand: 27. April 2010).
- Jochum, Uwe** (2007): *Kleine Bibliotheksgeschichte*. 3., verb. und erw. Aufl. Stuttgart: Reclam.

Jones, Bradley L. (2008): Web 2.0 Heroes. Interviews with 21 Web 2.0 Influencers. Indianapolis, IN: Wiley Pub.

Kaczorowski, Willi (2009): eGovernment neu ausrichten. Mehr Demokratie wagen – vor allem nach den Wahlen. Vorschläge zum Ausbau von Offenheit und Transparenz im alltäglichen Regierungs- und Verwaltungshandeln. In: Heuermann, Hendrik / Reinhard, Ulrike (Hg.): Reboot_D - Digitale Demokratie. Alles auf Anfang. Neckarhausen: whois, S. 31–43.

Kallmorgen, Jan-Friedrich / Bohnen, Johannes (2009): iPolitics: Wie Web 2.0. die Politik verändert. In: Internationale Politik (IP) (7/8), S. 18–25. <http://www.internationalepolitik.de/ip/archiv/jahrgang-2009/juli-august-2009-/wie-web-2-0--die-politik-verandert.html> Stand: 16. Februar 2010

Kammerl, Rudolf (2009): Web 2.0. Neue Medien - neue Chancen für Partizipation und Demokratieerziehung? In: Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspolitik (ZEP) 32 (3), S. 9–13.

Kedzie, Christopher / Aragon, Janni (2002): Coincident Revolutions and the Dictator's Dilemma. Thoughts on Communication and Democratisation. In: Allison, Juliann Emmons (Hg.): Technology, Development and Democracy. International Conflict and Cooperation in the Information Age. Albany, NY: State Univ. of New York Press (SUNY series in global politics), S. 105–130.

Keen, Andrew (2006): Web 2.0. The Second Generation of the Internet Has Arrived. It's Worse Than You Think. <http://www.weeklystandard.com/Content/Public/Articles/000/000/006/714fjcqz.asp> (Stand: 06. April 2010).

Keen, Andrew (2007): The Cult of the Amateur. How Today's Internet Is Killing Our Culture. 1. ed. New York, NY: Doubleday/Currency (A Currency book).

Kleiner, Dmytri / Wyrick, Brian (2007): InfoEnclosure 2.0. 29.01.2007. <http://www.metamute.org/en/InfoEnclosure-2.0> (Stand: 14. März 2010).

Kommunistische Partei Chinas (2007): Statut der Kommunistischen Partei Chinas (Abgeänderte Fassung). Teilweise abgeändert auf dem XVII. Parteitag der Kommunistischen Partei Chinas und angenommen am 21. Oktober 2007. <http://www.cctb.net/bygz/wxfy/200912/P020091230524977971601.pdf> (Stand: 18. Mai 2010).

Kreuz, Daniel (2009): Zugriff verweigert. In: Amnesty Journal (1), S. 28–31.

Landesbeauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit Nordrhein-Westfalen (o.J.): Was sind personenbezogene Daten?

https://www.idi.nrw.de/mainmenu_Datenschutz/Inhalt/FAQ/PersonenbezogeneDaten.php (Stand: 20. Juni 2010).

Lesser, Eric L. / Fontaine, Michael A. / Slusher, Jason A. (Hg.) (2000): Knowledge and Communities. Boston: Butterworth-Heinemann (Resources for the Knowledge-based Economy Series).

Lessig, Lawrence (2007): Lessig 2.0. Keen's "The Cult of the Amateur": Brilliant! 31.05.2007.

http://lessig.org/blog/2007/05/keens_the_cult_of_the_amateur.html (Stand: 14. März 2010).

Li, Shubo (2010): The Online Public Space and Popular Ethos in China. In: Media, Culture & Society 32 (1), S. 63–83.

Lindner, Martin (2009): Deutsche digitale Republik: Eine Neugeburt der deutschen Bürgergesellschaft. In: Heuermann, Hendrik / Reinhard, Ulrike (Hg.): Reboot_D - Digitale Demokratie. Alles auf Anfang. Neckarhausen: whois, S. 69–81.

Lindner, Martin / Reinhard, Ulrike (2009): Reboot_D - Die Idee. In: Heuermann, Hendrik / Reinhard, Ulrike (Hg.): Reboot_D - Digitale Demokratie. Alles auf Anfang. Neckarhausen: whois, S. 23–28.

Lobo, Sascha (2009): Die bedrohte Elite. Frank Schirmmacher und der Kulturpessimismus. Eine Gegenrede. In: Der Spiegel (50), S. 142–144.

Lu, Jia / Weber, Ian (2007): State, Power and Mobile Communication: A Case Study of China. In: Media, Culture & Society 9 (6), S. 925–944.

Luhmann, Niklas (1984): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. 2., erw. Aufl. Opladen: Westdt. Verl.

Luhmann, Niklas (2009): Soziales System, Gesellschaft, Organisation. 5. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (Soziologische Aufklärung; / Niklas Luhmann ; 3).

Meyer-Schönberger, Viktor (2010): Habermas 2.0 – Öffentlichkeit im digitalen Zeitalter. Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten DLM - Symposium 2010 am 10. März 2010 Berlin.

<http://www.tvonweb.de/kunden/dlm/sprecher3.html> (Stand: 13. April 2010).

Neue Zürcher Zeitung Online (2006): Frauenrechte - ein Dauerthema bei den Mutmaßungen über Iran.

<http://www.nzz.ch/2006/03/11/zf/articleDMJ5Z.html> (Stand: 08. Juni 2010).

Niedermaier, Hubertus (2008): Können interaktive Medien Öffentlichkeit herstellen? Zum Potential öffentlicher Kooperation im Internet. In: Stegbauer, Christian / Jäckel, Michael (Hg.): Social Software. Formen der

Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 49–69.

Norris, Pippa (2000): Democratic Divide? The Impact of the Internet on Parliaments Worldwide. Paper for Presentation at the Political Communications Panel 38.10 'Media Virtue and Disdain' Thursday 8.45-10.30 at the American Political Science Association Annual Meeting, Washington DC 31st August – 2nd September 2000.

Pina, Vicente / Torres, Lourdes / Royo, Sonia (2009): E-Government Evolution in EU Local Governments: A Comparative Perspective. In: Online Information Review 33 (6), S. 1137–1168.

Piraten Partei (A) (2010): Liquid Democracy – Piratenwiki. http://wiki.piratenpartei.de/Liquid_Democracy (Stand: 06. April 2010).

Piraten Partei (B) (2010): Datei:Liquid democr 123b2.gif – Piratenwiki. http://wiki.piratenpartei.de/Datei:Liquid_democr_123b2.gif (Stand: 20. April 2010).

Reinhard, Ulrike (2009): Editorial. In: Heuermann, Hendrik / Reinhard, Ulrike (Hg.): Reboot_D - Digitale Demokratie. Alles auf Anfang. Neckarhausen: whois, S. 6–9.

Reinhard, Ulrike / Fischer-Schreiber, Ingrid (2009): Democratic Participation in China - a Long Way to Go? Interview with Isaac Mao. In: Heuermann, Hendrik / Reinhard, Ulrike (Hg.): Reboot_D - Digitale Demokratie. Alles auf Anfang. Neckarhausen: whois, S. 83–90.

Reporters Sans Frontières (2010): 2010: 117 Netizens Imprisoned. <http://en.rsf.org/press-freedom-barometer-netizens-imprisoned.html?annee=2010> (Stand: 01. Juni 2010).

Roethler, David (2006): Netzkompetenz 2006. Das Web journalistisch nutzen. <http://www.slideshare.net/davidroethler/social-software-politik> .

Schilling, Markus (2006): China: Demokratisierung und Marktwirtschaft in der VR China. Beitrag im Rahmen einer Seminararbeit am Institut für Wirtschaftswissenschaften an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg im Wintersemester 2004 / 2005. http://www.chinaweb.de/china_politik/demokratie_china/demokratisierung_marktwirtschaft_china.htm (Stand: 08. Juni 2010).

Schroll, Willi (2008): Schwarmintelligenz. Ein paradoxes Organisationsmodell? 14.06.2008. http://swarmology.pbworks.com/f/Schwarm_Socialcamp08_Schroll.pdf (Stand: 16. März 2010).

Scolari, Carlos Alberto (2009): Transmedia Storytelling. Narrative Strategies, Fictional Worlds and Branding in Contemporary Media Production. <http://www.slideshare.net/cscolari/transmedia-storytelling->

narrative-strategies-fictional-worlds-and-branding-in-contemporary-media-production (Stand: 14. Mai 2010).

Sebold, Gerd (2008): Person und Vertrauen. Mediale Konstruktion in der Online-Kooperation der Free/Open-Source Bewegung. In: Stegbauer, Christian / Jäckel, Michael (Hg.): Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 11–26.

Sontag, Susan (1967): Against Interpretation. New York, NY: Farrar, Strauss & Giroux.

Spiegel Online (2010): "Internet und digitale Gesellschaft": Bundestag beschließt Web-Enquete.
<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,681799,00.html> (Stand: 06. April 2010).

Stegbauer, Christian / Jäckel, Michael (Hg.) (2008): Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Talbot, David (2010): heise online - Das chinesische Internet-Paradoxon.
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Das-chinesische-Internet-Paradoxon-1010073.html> (Stand: 07. Juni 2010).

Tempel, Silke (2009): Editorial - iPolitics. In: Internationale Politik (IP) 64 (7/8), S. 1.

Tomaschek, Valentin (2010): PolitCamp | Politik trifft Web 2.0: BarCamp zu Netzpolitik und politischer Kommunikation im Internet.
<http://10.politcamp.org/> (Stand: 06. April 2010).

Turow, Joseph (1992): On Reconceptualizing "Mass Communication". In: Journal of Broadcasting & Electronic Media 36, S. 105–110.

Wauters, Patrick (2005): Benchmarking e-Government Policy within the e-Europe Programme. In: Aslib Proceedings: New Information Perspectives 58 (5), S. 389–403.

Wehner, Josef (1997): Interaktive Medien - Ende der Massenkommunikation? In: Zeitschrift für Soziologie 26, S. 96–114.

Weizenbaum, Joseph / Wendt, Gunna (2006): Wo sind sie, die Inseln der Vernunft im Cyberstrom? Auswege aus der programmierten Gesellschaft. Freiburg im Breisgau: Herder.

Wenger, Etienne (2000): Communities of Practice: The Key to Knowledge Strategy. In: Lesser, Eric L. / Fontaine, Michael A. / Slusher, Jason A. (Hg.): Knowledge and Communities. Boston: Butterworth-Heinemann (Resources for the Knowledge-based Economy Series), S. 3–51.

Widén-Wulff, Gunilla et al. (2008): Information Behaviour Meets Social Capital: A Conceptual Model. In: Journal of Information Science 34 (3), S. 346–355.

Wikipedia (A) (2010): Partizipation.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Partizipation> (Stand: 14. März 2010).

Wikipedia (B) (2010): Internetkontrolle in der Volksrepublik China.

http://de.wikipedia.org/wiki/Internetzensur_in_China (Stand: 07. Juni 2010).

Wikipedia (C) (2010): Green Dam Youth Escort.

http://en.wikipedia.org/wiki/Green_Dam_Youth_Escort (Stand: 27. April 2010).

Wikipedia (D) (2010): Informationelle Selbstbestimmung – Wikipedia.

http://de.wikipedia.org/wiki/Informationelle_Selbstbestimmung (Stand: 21. Juni 2010).

Wintermann, Ole (2009): Digitale Lösungen für analoge Probleme? Kann das Internet Hilfestellung leisten bei der Lösung globaler

Herausforderungen? In: Heuermann, Hendrik / Reinhard, Ulrike (Hg.):

Reboot_D - Digitale Demokratie. Alles auf Anfang. Neckarhausen: whois, S. 93–100.

World Wide Web Consortium (W3C) (2010): RDF - Semantic Web Standards. <http://www.w3.org/RDF/> (Stand: 21. Juni 2010).

Xu, Janice Hua (2007): Brand-new Lifestyle: Consumer-oriented

Programmes on Chinese Television. In: Media, Culture & Society 29 (3), S. 363–376.

YouTube (2008): YouTube - Clay Shirky: Institutions vs. Collaboration.

<http://www.youtube.com/watch?v=sPQViNNOAkw> (Stand: 16. März 2010).

Zeit Online (2010): Netzkultur - Engagement 2.0.

<http://www.zeit.de/hoeren/dradio/zeit-online-talk> (Stand: 14. Juni 2010).

Zhou, Xiang (2009): The Political Blogosphere in China: A Content Analysis of the Blogs Regarding the Dismissal of Shanghai Leader Chen Liangyu. In: New Media & Society 11 (6), S. 1003–1023.

Erklärung über die selbstständige Anfertigung der Arbeit

Ich erkläre, dass ich die Facharbeit ohne fremde Hilfe angefertigt und nur die im Literaturverzeichnis angeführten Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

.....

(Ingo Caesar)

Potsdam, 29.06.2010