

## Denken und Medien

*Zukunft der Medien*

Ulrich Sarcinelli/Simone Unger

### »Schöne neue Web 2.0-Welt«

*Das Web 2.0 ist im Grunde die ideale Plattform für die Generierung einer demokratischen Öffentlichkeit. Der Obama-Wahlkampf hat dies gezeigt. Doch wenn, wie hierzulande, einer kleinen Gruppe von Aktivisten eine breite Masse an bloßen Rezipienten gegenübersteht, ist demgegenüber durchaus auch die Gefahr von Kontrolle und Unterdrückung gegeben.*

Zu allen Zeiten mobilisierten medientechnische Entwicklungsschübe die Fantasie der jeweiligen Zeitgenossen, sei es in Richtung apokalyptischer Befürchtungen oder auch aufklärerischer Hoffnungen. Für letztere darf man Immanuel Kant in Anspruch nehmen: Wenn man ihm nur die Freiheit lasse, könne ein Publikum durchaus sich selbst aufklären. Dem einzelnen Menschen sei es hingegen schwer, sich selbst aus der zur Natur gewordenen Unmündigkeit zu befreien. Mit dieser Antwort auf die Frage, was Aufklärung sei, verweist der Königsberger Philosoph auf den Ort, an dem sich die Selbstbefreiung des Menschen aus seiner Unmündigkeit vollzieht – die Öffentlichkeit.

Ganz im Gegensatz dazu kritisiert Jürgen Habermas in seinem historisch ausgreifenden Klassiker den »Strukturwandel der Öffentlichkeit« als einen kontinuierlichen Verfallsprozess von der bürgerlichen Öffentlichkeit des rasonierenden, aufgeklärten, hin zum konsumierenden Publikum der modernen Massenpublizistik. Als regulative Idee benennt er zugleich die Kriterien, an denen sich die Sphäre einer demokratischen Öffentlichkeit messen lassen muss: prinzipielle Zugangsoffenheit, Ebenbürtigkeit der Beteiligten, Offenheit der Themenwahl und Unabgeschlossenheit des Teilnehmerkreises.

Doch was ist neu an der »Schönen



**Ulrich Sarcinelli**

(\* 1946) ist Professor für Politikwissenschaft an der Universität Koblenz-Landau. 2009 erschien im VS Verlag: *Politische Kommunikation in Deutschland. Zur Politikvermittlung im demokratischen System.*

sarci@uni-landau.de



**Simone Unger**

(\* 1980) hat Soziologie und Politikwissenschaft studiert und promoviert derzeit im Bereich der Politischen Kommunikation an der Universität Koblenz-Landau.

SimoneUnger@t-online.de

neuen Web 2.0-Welt«, was ist neu an den »Neuen Medien«? Unter dem Begriff »Neue Medien« werden seit den 90er Jahren alle elektronischen Medien zusammengefasst. Kennzeichen ist deren rechnergestützte Handhabung, die Digitalisierung der Daten und zunehmend auch die Chance zur interaktiven Nutzung. Im Gegensatz zu mehr und mehr aber auch in Verbindung mit den »klassischen« Massenmedien Zeitung, Hörfunk und Fernsehen, bietet das Internet die gemeinsame Plattform. Nun handelt es sich beim Internet nicht um ein Massenmedium, sondern um eine technische Infrastruktur für die Generierung von

Medien – zu nahezu beliebigen Zwecken. Die Herstellung von Öffentlichkeit, die Bildung eines Resonanzbodens für politisch relevante Informationen und Meinungen ist dabei nur eine der ansonsten überwiegend kapitalistischen Erwerbsinteressen folgenden Nutzungsmöglichkeiten.

### Der aktivierte Anwender

Nun zeigt die Geschichte, dass technologische Entwicklungsschübe nicht mehr reversibel sind. Das gilt auch für die Digitalisierung. Sie bietet inzwischen den traditionellen Massenmedien, die sich mehr und mehr auch als *Content-Provider* verstehen, neue internetgestützte Plattformen und Vertriebswege. Beeinflusst diese Entwicklung inzwischen auch Produktion und Qualität massenmedialer Inhalte, so könnte sich der Schritt zum Web 2.0 einmal als historischer Quantensprung mit heute noch nicht absehbaren medialen, gesellschaftlichen und politischen Folgen erweisen.

Mit Web 2.0 wird keine neue technische Ausführung des World Wide Web (WWW) benannt. Während das Web 1.0 aus Seiten zusammengesetzt ist, die über Hypertext verlinkt sind, besteht Web 2.0 aus dem, was Menschen im Netz offerieren und wie sie sich miteinander verbinden. Es geht nicht mehr um eine bloße Angebotsplattform, sondern um eine Anwendungsumgebung für Kommunikation, Interaktion und Partizipation. Das Web 2.0 besteht ausschließlich aus dem, was die Nutzer aus ihm und mit ihm machen, eigentlich die ideale Plattform für die Generierung einer demokratischen Öffentlichkeit.

Jedenfalls entwickelt sich das Netz weg von einer starren Informationsquelle, hin zu einem interaktiven Mitmachmedium, in dem jeder Inhalte einspeisen («User Generated Content») und mit anderen Inhalten, Sendern und Empfängern verknüpfen kann. Nutzergeneriert, interaktiv und beliebig vernetzend hält das Web 2.0 Inter-

netapplikationen mit vielen Gestaltungsmöglichkeiten und Kommunikationsmöglichkeiten bereit. Zentrale Elemente des Web 2.0 sind also Mitmach-Plattformen (z.B. soziale Netzwerke wie Facebook, Plattformen wie YouTube etc.) sowie neue interaktive Kommunikationsinstrumente (z.B. Chats, Podcasts, Weblogs und Wikis). Verbunden damit ist eine neue aktive Rolle der Anwender.

Wie verhalten sich die Bürger in der »Schönen neuen Web 2.0-Welt«? Sehr vereinfacht kann man zwischen zwei Typen von Internet-Usern unterscheiden: dem Internet-Citoyen und dem Internet-Bourgeois. Abgesehen von einer noch beträchtlichen Zahl von Internetverweigerern dürfte es sich eher um Mischungen zwischen der Nutzung und Produktion politisch relevanter (Internet-Citoyen) einerseits sowie privater und unterhaltender Informations- und Kommunikationsangebote (Internet-Bourgeois) andererseits handeln.

### Geringere mediale Fragmentierung

Was sagen Nutzeranalysen? Den ARD/ZDF-Onlinestudien zufolge nutzten im Jahr 2009 gut zwei Drittel der Erwachsenen in Deutschland zumindest ab und an das Internet. Im Jahr 1999 lag die gelegentliche Internetnutzung noch unter einem Fünftel der Erwachsenen. Allerdings informierten sich 2009 »nur« 29 % aller Wahlberechtigten im Internet über Politik, während zwei Drittel ihre politischen Informationen über die Tageszeitung und das öffentlich-rechtliche Fernsehen einholten, so eine Umfrage von infratest dimap im Auftrag der Initiative ProDialog.

Auch wenn Tageszeitung, Fernsehen und Radio als politische Informationsquellen leicht an Reichweite verloren haben, kann nur von einem langsam voranschreitenden digitalen Wandel die Rede sein. Deutschland orientiert sich nach wie vor sehr stark an der alten Leitmedien-

kultur. Diese wird von der meinungsführenden überregionalen Presse, von Hörfunk und Fernsehen bestimmt. Der Grad der medialen Fragmentierung ist weniger ausgeprägt als in anderen (post-)modernen Industrienationen wie beispielsweise in den USA. Darüber hinaus erweist sich die politische Information über das Internet größtenteils als Rezeption der klassischen Medien »in neuem Gewand«, z.B. von Nachrichtenportalen der Printmedien. Alle anderen Möglichkeiten, die das Internet bietet (z.B. Webseiten sozialer Netzwerke, Webseiten von NGOs, Weblogs, Webseiten von Regierungsstellen oder Parteien etc.), spielen nur für kleinere Gruppen eine nennenswerte Rolle.

Ist die »Schöne neue Web 2.0-Welt« also in politischer Hinsicht noch Zukunftsmusik? Eindeutig ja, zumindest in Deutschland. Aber die Entwicklung könnte schneller voranschreiten, als Skeptiker vermuten. Dabei sollte Obamas erfolgreicher Internet-Wahlkampf nicht über die strukturellen Beharrungskräfte der deutschen Parteiendemokratie hinwegtäuschen. Dennoch: Mehr Kommunikation, Interaktion und Partizipation sind – aus technologischer Sicht jedenfalls – möglich. Sie werden jedoch nicht, vielleicht noch nicht,

ausreichend genutzt. Das gilt für die gesellschaftlichen und politischen Organisationen und es trifft auf die Internetnutzer zu, auf multimediale Angebote zu reagieren oder solche selbst zu generieren.

### **Angst vor politischen Kontrollverlusten**

Für die Parteien waren die technischen Neuerungen im Superwahljahr 2009 mehr Experimentierfeld denn Konsequenz einer durchdachten Strategie. Dies lag vermutlich nicht nur an den begrenzten Verarbeitungskapazitäten in den Parteizentralen und an generellen Unsicherheiten, im Umgang mit den Neuen Medien. Die Strukturen institutionalisierter Willensbildung und Entscheidungsfindung der Parteiendemokratie in Deutschland scheinen derzeit auch nicht kompatibel mit einer Umstellung auf eine breite, internetgestützte Mobilisierung und Partizipation.

Ob im Jahr 2013 mit dem ersten »echten« Onlinewahlkampf zu rechnen sein wird, bleibt offen. Jedenfalls haben es die Parteien 2009 (bis auf wenige Ausnahmen) nicht geschafft, interessante Mitmach-Aktionen anzubieten und die Bürger über das

Netz hinaus für eigene Aktivitäten in nennenswerter Weise zu mobilisieren. Viel zu groß war und ist noch immer die Angst vor politischen Kontrollverlusten. Ein breit angelegter, internetgestützter politischer Dialog – zwar technisch möglich, war er wohl im Wahlkampf noch nicht einmal politisch gewünscht. Ganz abgesehen davon, dass die Präsenzen im Web 2.0 sowie politisch relevante Mitmach-Aktivitäten, sofern überhaupt schon vorhanden, zu stark auf Wahlkämpfe oder ähnliche Großereignisse fokussiert sind. Gerade in dieser schnelllebigsten Technologie muss kommunikative Dauerpflege erste Priorität haben, um die Potenziale der Neuen Medien ausschöpfen und die Nutzer dieser Medien nachhaltig binden zu können.

Doch wird ein Dauerdiallog von und mit Web 2.0-Usern überhaupt gewünscht? Analysen zeigen, dass einer kleinen Gruppe von Mitmachaktivisten die breite Masse bloßer Rezipienten gegenübersteht. Dem Prinzip von politischer Aktivität und Teilhabe sowie den Möglichkeiten des *User Generated Content* fühlen sich bisher nur wenige verpflichtet. Oftmals dienen die Portale dazu, um die eigene Unzufriedenheit mit der politischen Lage in Deutschland zu äußern. Eher gering war hingegen das Interesse an politisch relevanten Dialogen mit anderen Internetnutzern, mit Wählern oder mit den Parteien.

Was also bleibt von den Aussichten auf die »Schöne neue Web 2.0-Welt«? Wird das Internet zur Plattform für gesellschaftliche und politische Emanzipation oder aber zum Werkzeug von Kontrolle und Unterdrückung? Das technologische Potenzial selbst ist ambivalent. Kein Zweifel, dass Twitter und Facebook die Rebellion im Iran befeuert haben. Kein Zweifel aber auch, dass die internetgestützte Selbstorganisation kritischer Gegenöffentlichkeiten totalitäre Staaten zu massiven Repressionen veranlasst.

Das Internet wird langfristig die Strukturen des Öffentlichen (und des Privaten)

verändern. Technologisch bietet Web 2.0 die Chance zum »Strukturwandel« hin zu einer neuen Öffentlichkeit, die nicht allein von professionellen Anbietern »gemacht« wird, sondern in der sozialen Praxis der Beteiligten »entsteht«. Die große Herausforderung besteht darin, dass sich die mediale »Wissenskluft« (*knowledge gap*) nicht in einer »digitalen Spaltung« (*digital divide*) der Gesellschaft fortsetzt. Andererseits führt Web 2.0 zur Pluralisierung von Sichtweisen und zur Diversifikation von Öffentlichkeiten. Die schwachen Bindungen der sozialen Medien mögen den Entwicklungstrends moderner Gesellschaften entsprechen. Weil sich dabei aber Privates und Öffentliches, Relevantes und Irrelevantes mischen, sind Maßstäbe gefragt. Das gilt vor allem dann, wenn die Orientierungsfunktion professioneller journalistischer Informationsselektion und -verarbeitung an Bedeutung verliert.

Für die Zukunft der »Schönen neuen Web 2.0-Welt« wird es zunächst auf den politischen Mitgestaltungswillen der Bürgerinnen und Bürger ankommen. Doch müssen auch die politisch-institutionellen Mitgestaltungschancen in gesellschaftlichen Organisationen, in Parteien wie überhaupt im politisch-administrativen Apparat geschaffen werden. Das betrifft im weitesten Sinne das Regierungssystem (*government*) ebenso wie das Regieren (*governance*). Notwendig ist die Entwicklung und Erprobung von Gelegenheitsstrukturen, die der Deliberation und Partizipation in Willensbildung und Entscheidungsfindung Raum geben.

Der Wandel politischer Öffentlichkeit folgt nicht technologischen Zwängen. Er muss erkämpft werden, weil er mit Kontrollverlust und Machtteilhabe verbunden ist. Im Sinne von Emanzipation und Aufklärung wird der Wandel von Öffentlichkeit vorankommen, wenn es langfristig gelingt, das über Web 2.0 generierbare »soziale Kapital« (Robert Putnam) in politisches Kapital zu transformieren.