

hilfe von TOR einen Gärtner den Auftrag übermitteln, seinen Garten umzugraben, ohne dass die NSA davon erfährt. Oder für umgerechnet 500 Euro eine Dienstleistung einkaufen, die zur Verhaftung einer beliebigen Person führen wird, wie der polnische Journalist Lucasz Kaniewski bei seiner Recherche im Black Market Reloaded herausgefunden hat. Der Anbieter tätigt im Namen und unter Nutzung der IP-Nummer des Rechners der Opfer einen illegalen Einkauf im Internet und liefert so den Delinquenten direkt in die Hände der Polizei.

In der gleichen Dark-Webbörse sollte man übrigens auch die sogenannten Likes – die berühmten »Gefällt mir«-Bewertungen bei Facebook – kaufen können. Fünf-

tausend Facebooks-Fans soll man für läppische zehn Dollar erwerben können. Kein Grund daher, aus den Social Media aus Angst vor gegebenenfalls unliebsamer Kritik zu flüchten. Auch für die Bundesbeauftragten für den Datenschutz nicht. Dem Fluch digitaler Unbeliebtheit kann man offenbar entgegenwirken – mit wenigen Mitteln und ohne dabei Spuren zu hinterlassen. Noch jedenfalls.

**Literatur:**

*Byung-Chul Han: Im Schwarm. Ansichten des Digitalen. Matthes & Seitz, Berlin 2013, 107 S., € 12,80.*

*Ders.: Digitale Rationalität und das Ende des kommunikativen Handelns. Matthes & Seitz, Berlin 2013, 44 S.*



**Aleksandra Sowa**

leitete zusammen mit dem deutschen Kryptologen Hans Dobbertin das Horst-Görtz-Institut für Sicherheit in der Informationstechnik. Sie ist Autorin zahlreicher Fachpublikationen und in einem großen Telekommunikationskonzern tätig.

*Richard Meng*

## **Nebel im Netz**

### **Öffentlichkeit und Öffentlichkeitsarbeit in der »digitalen Moderne«**

Die eine Öffentlichkeit existiert schon lange nicht mehr, sagen die Fans der digitalen Moderne. Deshalb sei es auch kein Verlust, wenn über die neueren Internetmedien immer vielfältiger und unübersichtlicher kommuniziert wird. Ob man das nun für naiv hält oder nicht: Für politische Öffentlichkeitsarbeit stellt sich eine neue Herausforderung. Die Bedeutung der alten Kommunikationswege sinkt – aber auf den neuen wird es schnell unübersichtlich und selbstbespiegelnd.

Besonders böse war die Überschrift einer kleinen Meldung auf der Medienseite

des Tagesspiegel: »Twitter: (K)einer hört mir zu«. An Heiligabend wurde da gemeldet, dass ein US-amerikanischer »Daten-Journalist« mithilfe von 400.000 zufällig ausgewählten Accounts ermittelt habe, wie viele Follower im statistischen Durchschnitt auf einen durchschnittlichen Twitter-Nutzer kommen: genau einer. Der Grund: Die Follower-Masse in den neuen digitalen Netzwerken besteht überwiegend aus Karteileichen.

Die veröffentlichten immensen Nutzerzahlen sind also – altmodisch ausgedrückt – Propaganda. Die meisten Follower gibt's

gar nicht, jedenfalls nicht als Aktive. Erst wenn man, so der Bericht, diejenigen zur Grundlage nimmt, die im zurückliegenden Monat selbst mindestens einen Tweet abgesetzt haben, ändert sich das Verhältnis. Dann liegt die Gefolgschaftszahl bei 61 Accounts im Durchschnitt.

Mindestens zwei Botschaften hat dieser Befund, wenn er so denn stimmt. Erstens: Den Selbstbildern der Digitalkonzerne muss man misstrauen, wenn es um gesamtgesellschaftliche Relevanz geht. Aber zweitens: Innerhalb ihrer eigenen Welt funktioniert die digitale Öffentlichkeit sehr wohl. Und wie man weiß, spätestens seit zum Beispiel beim Springer-Konzern für die Tagesjournalisten die Social-Media-Pflicht gilt: Hier ist kein Entweder oder mehr. Öffentlichkeit hat heute sowohl analoge als auch digitale Facetten. Aber Politik und speziell Institutionen tun sich insgesamt auch ungeheuer schwer, diese immense Verbreiterung politikbezogener Kommunikationswege auch nur zu beobachten, geschweige denn zu nutzen.

Im politischen Alltag ist meist noch der klassische morgendliche Pressespiegel das Mittel des Überblicks. Pressespiegel, das bedeutet: Auswertung des Printjournalismus. Bereits das, was in Fernsehen und Hörfunk passiert ist, »versendet sich« – wie es so schön heißt. Statt Überblick wird hier nur partikular wahrgenommen, was zu sehen oder zu hören war. In der digitalen Welt wird die Unübersichtlichkeit nun komplett. Blogs und Facebook-Kanäle, Twitter-Themen und Youtube-Rankings, erst recht Trends und Tonlagen der Dialoge im Internet: All das lässt sich kaum mehr systematisch auswerten, es sei denn reduziert auf Einzelereignisse und eng begrenzte Themen. Überblick Fehlanzeige – aber auch Relevanz völlig offen.

Nun ist andererseits so mancher digitaler Impuls gar nicht so dialogisch gemeint, wie er sich gibt. Wenn Journalistinnen und Journalisten – sei es per Stallorder oder

freiwillig – vermehrt in den Dialogmedien des Internets unterwegs sind, dann geht es im Wesentlichen um zusätzliche Abspielstätten für das, was sie zu berichten haben. Um Publikumswerbung bei denen, die klassische Medien sonst nicht mehr wahrnehmen. Und nebenbei um Direktkommunikation mit Politikerinnen und Politikern, die ihrerseits im Internet unterwegs sind. Insofern werden Filter weggenommen, *gatekeeper* überspielt.

Das gilt gleich in doppelter Hinsicht. Die Sortier- und Erklärfunktion des klassischen Journalismus als kommunikatives Scharnier fällt weg, wenn im Netz alle mit allen direkt kommunizieren. Sie wird, hart ausgedrückt, überflüssig gemacht – und das hat Auswirkungen. Andererseits: Auch die professionellen Öffentlichkeitsarbeiter in den Pressestellen stehen nicht mehr souverän als Schleusenwärter zwischen den Nutzern aus Politik und Journalismus, wenn sich das Individuum Redakteur(in) in der Teilöffentlichkeit Twitter mit dem Individuum Parlamentarier(in) duelliert. Oder wenn das Individuum Politiker(in) Spaß am ganz persönlichen Auftritt entwickelt, freitwitternd sozusagen. Also: Da verändert sich etwas. Ob am Rande oder im Zentrum – das ist eine der noch offenen Fragen.

Gemessen an Relevanzfaktoren wird der klassische Pressespiegel im Tagesgeschäft mittlerweile zwar überschätzt. Aber daraus folgt noch lange nicht, dass die reine Netzkommunikation auch nur annähernd die meinungsbildende Bedeutung hätte, die die klassische Medienöffentlichkeit mit ihrer inhaltlichen Definitionsmacht und Rolle als *gatekeeper*.

Deren Medienlogik – die auch viel mit der Verfasstheit des Medienmarktes zu tun hat – hat mit all ihrer Personalisierung und Unterhaltungsfixierung die klassische Politikvermittlung längst »entgrenzt« (Thomas Leif). Das Bedienen dieser Medienlogik prägt inzwischen die Institutionenpolitik so weitgehend, dass daneben Inter-

netkommunikation immer noch eher wie ein Anhängsel wirkt. Auch hier gilt: Abspiegelkanal ja, aber noch nicht prägend für Inhalte und Stil.

Die Frage ist, ob und wann sich das ändert. In einem bei Suhrkamp erschienenen positiv-schwärmerischen Essay vertritt der Feuilletonist der Wochenzeitung »Zeit«,

*Urbane Öffentlichkeit* Hanno Rauterberg, die These, dass zumindest in den großen Städten in der digitalen Moderne Bewegungen entstehen, die sich via Internet tatsächlich »Räume für ihre geteilten, kollektiven Interessen« erobern. Dass darüber tatsächlich (und nicht nur virtuell) Gemeinschaft entsteht: urbane Öffentlichkeit – die er unterscheidet von der disputierenden politischen Öffentlichkeit.

Urbane digitale Öffentlichkeit als Lebensraum. Muss Politik nicht gerade solche neuen Welten erreichen wollen, weil es um den Lebensraum eines Teils der jüngeren Generation geht? Andererseits: Ist »erreichen« bereits ein Wert an sich – oder stellt sich nicht auch gerade hier die Frage des Warum und Wozu, wenn es nicht mehr um Auseinandersetzung (Disput) geht, sondern um unpolitische Urbanität, was immer das auch ist?

Gegen die digitale Euphorie steht die neue Verunsicherung durch die NSA-Affäre. Sascha Lobo, im Selbstbild der große »Internetklärer«, hat im Feuilleton der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung Anfang Januar scheinbar den Stab gebrochen: »Wir haben uns geirrt, unser Bild vom Internet entsprach nicht der Realität, denn die heißt Totalüberwachung.« Indes, auch da muss Hoffnung bleiben: »Das Internet ist kaputt, die Idee der digitalen Vernetzung ist es nicht.«

Die digitale Vernetzung bleibe und werde an Relevanz weiter gewinnen, gerade weil »der Mensch der Gegenwart zum Nomaden geworden« ist, weil er »urbane und digitale Sphären durchstreift« (Rauterberg) und dabei auch mit Begriffen wie

Urheberrecht und geistigem Eigentum nicht mehr viel anfangen will. Wahr ist: Es bleibt der professionellen politischen Kommunikation gar kein anderer Weg, als sich auch auf diese Welt einzulassen. So sehr sie »Neuland« bleibt, wie die Kanzlerin das ausdrückte und dafür prompt mit arroganter Häme aus einer Netzgemeinde bedacht wurde, die auch sonst sehr zu Selbstbestätigung neigt.

Wer die Response-Spalten beim Internetauftritt der klassischen Medien betrachtet, wird den Eindruck nicht los, dass sich hier überproportional Selbstdarsteller und Rechthaber tummeln, was wiederum die Relevanzfrage aufwirft. Das praktische Problem bei der politischen Onlinekommunikation bleibt gerade deshalb, auch nur annähernd den Überblick zu behalten und die Relevanz zu bewerten. Letztere liegt mitunter immer noch eher auf der Ebene der Metakommunikation als in der Kommunikation selbst: Seht her, auch ich bin modern und im Netz unterwegs.

Das alleine schien anfangs der Sinn der wöchentlichen Internetansprachen der Kanzlerin zu sein. Bis den Traditions-*gatekeepers* im Journalismus langsam dämmerte, wie sehr ihnen damit etwas oktroyiert wird. Zum einen eine Tagesnachricht. Zum anderen aber auch eine vom Bundespresseamt kontrollierte Bildschirmpräsenz, die zur allgemeinen Verwertung frei ist und damit direkte Begegnungen mit der Hauptstadtpresse aus Kanzlerinnensicht noch verzichtbarer macht.

Die digitale Welt, das lehrt auch dieses Beispiel, muss wahrlich nicht automatisch in einem kommunikativen Steuerungsverlust der Politik münden. In einen Demokratie- und Transparenzverlust kann sie gleichwohl führen – durch zwei scheinbar gegenläufige Effekte, die sich paradoxerweise gegenseitig verstärken. Es entsteht eine neue Kontrollierbarkeit, insbesondere wenn es um die Direktkommunikation von Bildern geht. Zugleich fehlt ja nicht nur der Absenderseite der Überblick über das,

was im Netz insgesamt passiert. Auch die Nutzer sind letztlich ja immer nur Partikularnutzer.

Gesellschaftsforscher wie der Brite In-golfur Blühdorn sehen den Zuwachs an Möglichkeiten da, wo es vorzugsweise um die mediengerechte Simulation politischer Aktivität (anstatt realer Impulse) geht. Und um Teilöffentlichkeiten im Internet, die vor allem auf Selbstbestätigung innerhalb einzelner Milieus hinwirken. In denen also Gleichgesinnte miteinander kommunizieren, die sich selbst und ihre Welt in den Mittelpunkt rücken. Was da Kommunikation ist und was Manipulation, bleibt schwer auseinanderzuhalten. Umso wichtiger ist die Sensibilität für dieses Thema.

Auf der einen Seite steht die Meldung aus Südkorea, wonach dort im zurückliegenden Wahlkampf Geheimdienste und Armee via Twitter recht erfolgreich die liberale Opposition bekämpft haben. Auf der anderen Seite steht die zentrale Rolle des Internet für Emanzipationsbewegungen von der arabischen Welt über Iran bis zur Ukraine. Was im Internet verdeckt und manipulativ möglich ist, weil professionelle staatliche oder nicht-staatliche Apparate alle technisch denkbaren Register ziehen – und was möglich ist, weil Menschen staatlichen Repressionsapparaten die freie digitale Kommunikation gegenüberstellen können: Beides erleben wir, nebeneinander.

Demokratische politische Öffentlichkeitsarbeit muss Information liefern – und sie sollte Debatte wollen. Auch die Kom-

munikationslogiken auf dieser Absenderseite sind aber höchst unterschiedlich. Sie sind mehr oder weniger offensiv bzw. defensiv, je nach Rollenverteilung. Parlamente, Verwaltungen, Gerichte, Experten, Wissenschaft, Regierungen: Alle müssen ihre Internetkommunikation von der eigenen Rolle und von ihrer inneren Hierarchie her denken.

Institutionen des demokratischen Staates insbesondere können sich auch im Internet nicht derart personalisieren, dass am Ende niemand mehr weiß, was eigentlich die offiziellen Informationen sind – und was Einzelmeinungen. Hier wäre es wahrlich kein Transparenzgewinn, die gesellschaftliche Individualisierung nachzuvollziehen. Das bedeutet dann aber auch: Verantwortung – politische wie kommunikative – muss zuordenbar bleiben. Das gilt auch beim wichtigen Versuch, Teilöffentlichkeiten anzusprechen, in denen die klassischen Medien kaum noch genutzt werden. Die Diskussion, was das praktisch bedeutet, steht erst am Anfang.

Die prinzipielle Verweigerung erweiterter Kommunikationswege ist unpolitisch. Und doch verschwindet so mancher Impuls schnell im Nebel des Netzes, sinn- und wirkungslos. Den eigenen Weg ohne Aktionismus und mit Seriosität zu finden – darum geht es. Dieser Weg ist nicht für alle gleich, im Gegenteil. Die digitale Moderne zwingt uns allerdings alle, die öffentliche Rolle und die Erwartungen an Kommunikation neu zu bedenken.



**Richard Meng**

ist Sprecher des Senats von Berlin und Beiratsmitglied der NG/FH.

sprecher@senatskanzlei.berlin.de