

# Mehr Demokratie via Internet?

Von *Martina Tschirner*



Dr. *Martina Tschirner* ist Lehrerin und Mitarbeiterin am Institut für Qualitätsentwicklung (IQ) in Wiesbaden

Die Politikwissenschaft beschäftigt sich seit Beginn des „Internet-Zeitalters“ in den 1990er Jahren mit Fragen nach den politischen und gesellschaftlichen Konsequenzen des rasanten Wandels der Medienlandschaft. Anfänglich setzte man große Hoffnungen auf eine Stärkung der Demokratie durch das Internet, entwickelte Visionen von der Wiederbelebung der antiken Agora als „E-Gora“ und verband mit Begriffen wie „digitale Demokratie“, „Cyberdemokratie“ oder „E-Democracy“ Vorstellungen von direktdemokratischen Prozessen anstelle politischer Repräsentation. „Der Traum einer plebiszitären Demokratie sollte mit Hilfe des Internets wahr werden; der *volonté général* im Sinne Rousseaus von allen mitbestimmt werden können.“ (Gloe 2004, 94) Das kommunikative Potenzial des Internets liegt in der Interaktivität, in der man auch einzigartige Chancen zur politischen Teilhabe der Bürgerinnen und Bürger sah: Der politische Kommunikationsprozess, der in der Regel eine „top-down-Struktur“ aufweist, soll-

te via Internet durch eine Kommunikation von „unten“ nach „oben“ – durch E-Mails, Chats oder Diskussionen in Foren – ergänzt werden.

Ist es tatsächlich zur Verbesserung und Intensivierung der Kommunikation zwischen den Bürgerinnen und Bürgern, den politischen Akteuren und den politischen Institutionen gekommen? Kann man mit Hilfe des Internets den Prozess der politischen Willensbildung perfektionieren, nur weil die gewählten Abgeordneten und unzählige andere Gesprächspartner im politischen Raum einen Mausclick entfernt sind?

Die Antworten auf diese Fragen fallen in Abhängigkeit zum jeweiligen politischen und demokratietheoretischen Standpunkt unterschiedlich aus. Insgesamt darf man aber behaupten, dass die anfängliche „Euphorie der digitalen Erneuerer“ mittlerweile in einen „aufgeklärten Realismus“ umgeschlagen ist (Bieber 2007, 52) und die Modernisierungsansprüche, die mit diesem neuen Medium verbunden waren, insgesamt eher moderat ausfallen. Von einem „offenen und kritischen Diskurs zwischen Wählern und politischen Akteuren [kann] keine Rede sein“, der Umgang der politischen Akteure „mit der Online-Kommunikation [dient] vielmehr in erster Linie der eigenen Öffentlichkeitsdarstellung“, bilanziert Beate Hoecker bereits 2006 den Stand (Hoecker 2006, 297). Die Situation hat sich bis heute nicht grundlegend verändert: Hochzeiten erleben die Websites von Politikerinnen und Politikern und politischen Parteien vor allem in Wahlkampfzeiten.

Der demokratietheoretische Diskurs über die Chancen und Grenzen einer E-Democracy ist mithin noch nicht abgeschlossen und er erfährt eine Belebung mit der „Erfindung“ des Web 2.0, dem Update des Internets vor rund drei Jahren, von der viele die Vollendung der bisher aufgeschobenen „Internet-Revolution“ erwarteten.

## Mehr Demokratie via „Mitmach-Netz“?

Mit der „Erfindung“ des Begriffs Web 2.0 und der stetigen technischen Vereinfachung der Online-Nutzung wurden die Hoffnungen auf die Stärkung einer digitalen Demokratie weiter geweckt. Das Web 2.0 ist ein Beteiligungsmedium. Jetzt können auch Laien sehr einfach Inhalte in Form von Texten, Bildern, Audios oder Videos produzieren und diese im Internet veröffentlichen oder austauschen. Die anfängliche Begeisterung über das neue partizipative Internet war so groß, dass man bereits von einer „Revolution von unten“ sprach und beispielsweise das Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ im Sommer 2007 eine Sonderausgabe unter dem Titel „Wir sind das Netz – Wie das Internet die Gesellschaft verändert“ publizierte.

Weblogs (Blogs), eine Form digitaler Tagebücher, die mit den neuen technischen Möglichkeiten des Web 2.0 zum Massenphänomen wurden, erkannte man schließlich als das Medium mit den größten basisdemokratischen Potenzialen. Ein Weblog im Internet zu betreiben ist technisch unkompliziert und ohne Kosten möglich. In der Regel verfasst ein Autor einen Text zu einem bestimmten Thema, über den er mit anderen Nutzern in Austausch tritt oder eine kollektive Autorenschaft gründet. Durch die Kommunikationsform des Bloggens lassen sich die interaktiven Potenziale des Internets erst richtig erschließen, weil sie die Kooperation und Vernetzung unterschiedlicher Nutzer möglich macht. Da Blogs auch von Suchmaschinen erfasst werden, haben sie gute Chancen gelesen zu werden, wenn sie interessante Themen bieten.

Politische Weblogs können erhebliche Wirkungen erzielen. Das prominenteste Beispiel ist das Blog von „Salam Pax“, der während der Zeit des Irakkrieges neben dem offiziellen Journalismus aus Bagdad berichtete und schnell Nachahmer fand, die als Augenzeugen aus nahezu allen Kriegs- und Krisengebieten Informationen liefern. Blogs aus repressiven staatlichen Systemen sind mittlerweile zur wichtigsten Informationsbasis für ausländische Journalisten geworden. Weblogs bilden in nichtdemokratischen Staaten eine wichtige Ge-

genöffentlichkeit und es verwundert kaum, dass es beispielsweise im Iran eine sehr lebendige „Bloggerszene“ gibt, die maßgeblich von Frauen bestimmt wird und hochpolitisch ist. Dass das politische Potenzial der Weblogs dort besonders zutage tritt, wo Repressionen herrschen, zeigen auch die vielen chinesischen Blogger, denen es immer wieder gelingt, die staatliche Zensur zu umgehen und die Weltöffentlichkeit zu informieren.

Aus den US-amerikanischen Wahlkämpfen sind Weblogs mittlerweile nicht mehr wegzudenken. Sie tauchten erstmalig im Vorwahlkampf um die Präsidentschaft 2004 auf und läuteten ein neues Zeitalter der digitalen Wahlkämpfe ein. Im Vorwahlkampf des Jahres 2008 bloggen bereits alle Kandidaten und die Kandidatin.

In Deutschland erlebten politische Weblogs im Bundestagswahlkampf 2005 einen ersten Boom. Allerdings bloggten hier mehrheitlich politische interessierte Bürgerinnen und Bürger, Vertreter der zivilgesellschaftlichen Gruppen und der Medien, die den Wahlkampf kritisch verfolgten und kommentierten. Der Wahlkampf der Parteien selbst fand vor allem in den „alten Medien“ statt und schöpfte die Möglichkeiten des Internets kaum aus. Allerdings lässt sich beobachten, dass die folgenden Landtagswahlkämpfe – hier insbesondere in Hessen und Niedersachsen im Jahresübergang 2007/08 – auch und zunehmend mehr in der „Blogosphäre“ ausgetragen wurden.

Inzwischen gibt es unzählige deutsche Weblogs, die das politische Tagesgeschehen beobachten und kommentieren, zahlreiche Politikerinnen und Politiker führen ein Blog und kaum ein „altes Medium“ verzichtet heutzutage auf eine Internetpräsenz mit einem entsprechenden Angebot zum „Mitbloggen“. Die meisten zivilgesellschaftlichen Gruppen bieten Weblogs an und vernetzen sich vielfältig. Darüber hinaus haben sich zahlreiche politische Blogs etabliert, die in der Regel von gemeinnützigen Organisationen, aber auch von kommerziellen Anbietern betrieben werden. Allerdings stehen in der deutschen „Blogosphäre“ insgesamt politische Inhalte nicht im Zentrum des Geschehens. Bei den meisten Blogs dominieren Berichte aus

dem Privatleben und dem beruflichen, schulischen oder studentischen Alltag. Episodenhaftes und Skurriles stehen ganz oben an. Einer Infratest-Umfrage vom Oktober 2007 zufolge behandeln lediglich 13% der Weblogs überhaupt politische Themen. (tns Infratest 2007)

Die wohl prominentesten Weblogs politischen Inhalts sind die so genannten Watchblogs: Dazu zählt auch der Medienwatchblog [www.bildblog.de](http://www.bildblog.de), der als mediales Korrektiv dieser Boulevardzeitung fungiert. Auch die Internet-Plattform [www.abgcordnetenwatch.de](http://www.abgcordnetenwatch.de) lässt sich in diese Kategorie einordnen.

### Noch überwiegt Skepsis

Die reine Existenz von Weblogs und eine stetig steigende Zahl von aktiven Bloggerinnen und Bloggern sagen aber allein noch nichts über die Veränderung der Kommunikation oder gar über eine Intensivierung des politischen Diskurses aus. Eine Bewertung des „basisdemokratischen“ Potenzials gestaltet sich zurzeit noch äußerst schwierig. Da erst wenige empirische Untersuchungen vorliegen und die wissenschaftliche Forschung über das Web 2.0 noch in den Anfängen steckt, lassen sich allenfalls einige Trends beschreiben.

Allgemein ist festzustellen, dass das Internet seine Interaktivität immer weiter einbüßt. Die meisten Teilnehmerinnen und Teilnehmer nutzen die nahezu unendliche Vielfalt der im Internet angebotenen Informationen höchst selektiv über Abrufe per Suchmaschine, produzieren aber selbst kaum eigene Beiträge. (Kuhlen 2007, 205) Diese Feststellung wird auch durch die aktuelle ARD/ZDF-Online-Studie bestätigt: Weblogs werden in erster Linie als Informationsmedium genutzt. 89% der „Onliner“ in Deutschland haben noch nie ein Weblog besucht. Von denjenigen, die ein Weblog nutzen, gaben drei Viertel an, nur Informationen abzurufen, selbst aber keine Beiträge zu verfassen. (Gscheidle/Fisch 2007, 400f) Somit „bloggt“ nur eine verschwindend kleine Minderheit der Internetnutzer überhaupt aktiv, wobei damit noch keine Aussagen über die Inhalte der Blogs gemacht sind.

Auch andere Möglichkeiten der aktiven Gestaltung, wie zum Beispiel die

Mitarbeit bei der freien Online-Enzyklopädie „Wikipedia“ oder dem Videoportal „YouTube“, werden aktiv kaum genutzt. Auch hier gilt: Nur ein kleiner Teil der Nutzerinnen und Nutzer schafft Angebote für viele. Beispielsweise haben gerade einmal 6% der Besucher von Wikipedia bislang einen eigenen Beitrag dort eingestellt oder den Beitrag anderer kommentiert, obwohl knapp die Hälfte aller „Onliner“ Wikipedia besucht. (Ebda. 401)

Eine weit verbreitete Skepsis gegenüber einem möglichen Missbrauch der persönlichen Angaben wird allgemein als Grund für die deutliche Zurückhaltung genannt. Immerhin hegen 84% der Onliner diese Befürchtungen. Allerdings sind hier massive Unterschiede hinsichtlich des Alters festzustellen. Jüngere Nutzer sind eher bereit, persönliche Daten weiterzugeben. (Ebda. 402) Beispiele sind hier die so genannten sozialen Netzwerke (z.B. StudiVZ, MySpace), die bei jungen Erwachsenen äußerst beliebt sind und in denen eigene Profile, auch mit Fotos und Musik gestaltet, angelegt werden können. So hat jeder zweite unter 19-Jährige, der diese Netzwerke nutzt, dort bereits ein eigenes Profil mit zum Teil persönlichen Daten und Vorlieben preisgegeben. (Ebda. 400) Die Naivität und Unwissenheit im Umgang mit den persönlichen Daten sollten erschrecken machen.

Wenngleich die Untersuchungen „Wie ich blogge?“ der „Forschungsstelle für neue Kommunikationsmedien“ an der Universität Bamberg aus den Jahren 2005 und 2006 keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben, geben sie dennoch einigen Aufschluss über das soziale Profil der politisch interessierten Blogger: Die „politischen Blogger“ verfügen über einen formal hohen Bildungsabschluss, sind mehrheitlich männlichen Geschlechts und mittleren Alters. Sie sind auch im „realen Leben“ politisch weitaus aktiver als die restliche Bevölkerung. (Schmidt/Wilbers 2005, Schmidt 2006). Damit bestätigen sich die vielfach geäußerten Vermutungen, wonach sich in den politischen Weblogs nur die politisch Hochengagierten wiederfinden und die bisherigen Strukturen der politischen Öffentlichkeit widerspiegeln. (Leggewie 2006)

## Fazit

Insgesamt lässt sich zurzeit nur eine geringe aktive Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger am Prozess der politischen Meinungsbildung via Internet feststellen. Auch wenn die Weblogs gegebenenfalls einen zukünftigen Weg in eine demokratischere Öffentlichkeit weisen, macht bislang nur eine kleine Minderheit von den neuen interaktiven Möglichkeiten Gebrauch, sich in politischen Debatten Gehör zu verschaffen. Es sind vor allem diejenigen, die ohnehin schon am politischen Prozess partizipieren, die das Internet zusätzlich zur Artikulation ihrer Meinungen und Interessen nutzen. Weblogs scheinen nach derzeitigem Kenntnisstand nicht dazu beizutragen, dass sich die Agora erweitert, indem sich mehr Bürgerinnen und Bürger als bisher am politischen Diskurs beteiligen.

Politische Breitenwirkung erzielen Inhalte aus dem Internet und damit auch aus den Weblogs – zumindest bislang – nur dann, wenn sie von den „alten“ Massenmedien aufgegriffen und auf die politische Agenda gesetzt werden. Aber auch hier warnen erste empirische Untersuchungen vor allzu großer Euphorie. Sarah Genner hat in einer kürzlich veröffentlichten Untersuchung Deutschschweizer Printmedien den Nachweis geführt, dass es sich bei zwei Drittel aller Blogs, die Erwähnung in der Presse fanden, um solche handelt, die von Personen betrieben werden, die außerhalb des Internets über einen privilegierten Zugang zur politischen Öffentlichkeit verfügen, also zumeist Politikerinnen und Politiker und Journalisten. Die „breite Masse“ der Bloggerinnen und Blogger hat demnach in der Öffentlichkeit kaum Gehör gefunden. (Genner 2007, 62ff.)

Für die deutsche „Blogosphäre“ wurde festgestellt, dass es bisher nur in Ausnahmefällen gelungen ist, mit Weblogs Themen zu setzen. Weblogs bleiben deutlicher hinter dem zurück, was der „klassische Journalismus“ leistet. (Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2007, 107) Die publizistische Wirkung der Weblogs dürfte also insgesamt noch sehr gering sein.

Die „Beteiligungsrevolution“ hat bislang ebenso wenig stattgefunden wie die „heimliche Medienrevolution“ und es ist fraglich, ob es jemals gelingt, mit

„Weblogs, Wikis und freier Software die Welt zu verändern“ (Möller 2006). Sind nicht vielmehr die politischen Institutionen gefragt, mehr – auch interaktive – Beteiligungs- und Einflussmöglichkeiten zuzulassen? Erste Versuche in dieser Richtung konnte man im Bundestagswahlkampf 2005 beobachten, als FDP und Bündnis 90/Grüne die Wählerinnen und Wähler zur Online-Diskussion über die Wahlprogramme aufforderten. Die SPD richtete 2006/07 eigens eine „Online-Programmwerkstatt“ ein, um die Wählerinnen und Wähler in die Diskussion über das neue Grundsatzprogramm einzubeziehen und die CDU forderte die Bürgerinnen und Bürger auf, „Zehn Zeilen für Deutschland“ für das neue Parteiprogramm zu formulieren. Damit die Beteiligung an diesen Aktionen aber nicht zum reinen Zeitvertreib verkommt, ist es unabdingbar – und dies gilt unabhängig vom Artikulationsmedium –, transparent zu machen, ob und inwieweit diese Beteiligungen Auswirkungen auf den politischen Entscheidungsprozess haben. Anderenfalls steht zu befürchten, dass sich das Gefühl der Einflusslosigkeit und des „Nicht-Gehört-Werdens“ bei vielen Beteiligten verstärkt.

## Literatur

- Bieber, Christoph, Die Zukunft der Mediendemokratie, in: Herb, Karlfriedrich / Hidalgo, Oliver (Hg.), Die Zukunft der Demokratie. Politische Herausforderungen zu Beginn des 21. Jahrhunderts, München 2006, S. 61-78
- Bieber, Christoph, Zwischen Staat und Markt. Der Schlingerkurs um E-Voting, in: Neue Gesellschaft / Frankfurter Hefte, Heft 7+8 (2007), S. 52-56
- van Eimeren, Birgit / Frees, Beate, Internetnutzung zwischen Pragmatismus und YouTube-Euphorie. ARD/ZDF-Online-Studie 2007, in: Media Perspektiven Heft 8 (2007), S. 362-378
- Genner, Sarah, Politik 2.0 – Sind Blogs Motoren oder Bedrohungen für die Demokratie? Lizenzarbeit am Insti-

tut für Politikwissenschaft der Universität Zürich, 2007 (<http://politikblogs.files.wordpress.com/2007/12/politik-20.pdf>) (Abruf: 31.01.2008)

- Gloe, Markus, Mehr Demokratie durch die Neuen Medien?, in: Massing, Peter (Hg.), Mediendemokratie, Schwalbach/Ts. 2004, S. 94-108
- Gscheidle, Christoph / Fisch, Martin, Online 2007: Das „Mitmach-Netz“ im Breitbandzeitalter. PC-Ausstattung und Formen aktiver Internetnutzung: Ergebnisse der ARD/ZDF-Online-Studie 2007, in: Media Perspektiven Heft 8 (2007), S. 393-405
- Hoecker, Beate, Mehr Partizipation via Internet? in: Dies. (Hg.), Politische Partizipation zwischen Konvention und Protest, Opladen 2006, S. 289-307
- Kuhlen, Rainer, Potenziale einer politischen Kollaborationskultur, in: Leggewie, Claus (Hg.), Von der Politik- zur Gesellschaftsberatung. Neue Wege öffentlicher Konsultationen, Frankfurt am Main / New York 2007, S. 199-222
- Leggewie, Claus, Politische Beteiligung, bürgerschaftliches Engagement und das Internet. Interview der Stiftung Digitale Chancen vom 21.07.2006, in: <http://www.digitale-chancen.de/content/stories/index.cfm/key.2362/sectid.16/sectid2.48> (Abruf: 31.01.2008)
- Möller, Erik, Die heimliche Medienrevolution - Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern, Hannover 2006
- Neuberger, Christoph / Nuernbergk, Christian / Rischke, Melanie, Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration? in: Media Perspektiven Heft 2 (2007), S. 96-112
- Schmidt, Jan / Wilbers, Martin, Wie ich blogge?! – Erste Berichte der Weblogbefragung 2005, in: Berichte der Forschungsstelle Neue Kommunikationsmedien Nr. 06-01 2006, <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0601.pdf> (Abruf: 31.1.2008)
- Schmidt, Jan, Der Politblogger und sein Milieu, in: [http://www.politdigital.de/edemocracy/netzkultur/blogger/jschmidt\\_politblogs\\_061120.shtml](http://www.politdigital.de/edemocracy/netzkultur/blogger/jschmidt_politblogs_061120.shtml) (2006) (Abruf: 31.1.2008)
- tns infratest 2007, Web 2.0 – Wer sind die Nutzer des Mitmach-Webs? [http://www.tns-infratest.com/03\\_presse/presse/20071016\\_tns\\_infratest\\_bloggercharts.pdf](http://www.tns-infratest.com/03_presse/presse/20071016_tns_infratest_bloggercharts.pdf) (Abruf: 31.1.2008)