

Social Media – Equal Media?

Vorschläge zur Ermöglichung egalitärer Diskurse in Sozialen Medien

*Paper für die Teilnahme am Kongress „Momentum11: Gleichheit“, Track #6
„Gleichheit fordern!“, 27.-30. Oktober 2011, Hallstatt (A)*

Wien, 20. September 2011

Jakob Scholz
jakob.scholz@reflex.at

Inhaltsverzeichnis

1. Kommunikationsprozesse sehen statt Informationen.....	2
2. Massenmedien ignorieren.....	4
3. Neue Strukturen schaffen statt Alte adaptieren.....	6
4. Scheitern, Scheitern, Scheitern.....	7
5. Digital Divides entgegenwirken	9
6. Lokale Bezüge herstellen.....	10

Einleitung

Soziale Medien¹ haben das Potential, politische Diskurse und Prozesse auf Augenhöhe, unter gleichen Bedingungen für alle Beteiligten, zu ermöglichen. Um dieses Potential tatsächlich nutzen zu können, ist es allerdings notwendig, eine andere Sichtweise von Medien zu entwickeln, die es möglich macht, die Möglichkeiten zu erkennen und von ihnen Gebrauch zu machen. Die Massenmedien haben das gesellschaftliche Verständnis von dem was Medien können und was nicht, entscheidend beeinflusst. Mit der Entwicklung Sozialer Medien wird es notwendig, dieses Verständnis zu hinterfragen und zu erweitern.

Dieser Artikel soll Möglichkeiten aufzeigen, wie Soziale Medien als Versuchsraum für neue demokratische Strukturen und Prozesse genutzt werden können, die wiederum Gleichheit in politischen Diskursen ermöglichen und begünstigen. Es schlägt Richtlinien für die Einrichtung eines solches Versuchsraums vor, die die Durchführung politischer Diskussionen, Kampagnen und Entscheidungsfindungsprozessen in Sozialen Medien begünstigen sollen. Da dieser Artikel in wesentlichen Punkten auf meiner sich derzeit in Approbation befindlichen Diplomarbeit, *Die Nutzung Sozialer Medien durch die österreichischen Parteien*, aufbaut, wird das Thema vorwiegend aus medienwissenschaftlicher Perspektive beleuchtet – Aspekte anderer Disziplinen wie zum Beispiel der Politikwissenschaft, mit einzubeziehen, ist zwar unbedingt notwendig, würde aber den Rahmen dieses Artikels sprengen. Die hier zur Diskussion gestellten Richtlinien verstehen sich als Anregungen für eine breite Diskussion um die Nutzung des politischen Potentials Sozialer Medien, die wünschenswerter Weise nicht akademisch bleibt, sondern auch zu konkreten Versuchen und Projekten führt.

1. Kommunikationsprozesse sehen statt Informationen

Am Anfang muss eine neue Sichtweise auf Soziale Medien stehen. Da deren Strukturen sich fundamental von jenen der Massenmedien unterscheiden, ist es nicht zielführend, soziale Medien

¹ Ich folge in diesem Artikel Stefan Münkers Definition von Sozialen Medien als Medien, die "erst durch den gemeinsamen Gebrauch entstehen" (Für eine ausführlichere Betrachtung des Themas vgl. Münker 2009).

durch Vergleiche mit Massenmedien zu charakterisieren, wie etwa, Blogs als neue Form des Journalismus zu bezeichnen, oder YouTube als Fortschreibung des Fernsehens. Es braucht neue, eigenständige Charakterisierungen. Um den Unterschied zu illustrieren, greife ich auf einen Vergleich mit einem Bereich der Darstellenden Kunst zurück: Der Entwicklung des Improvisationstheaters.

Improvisation ist schon seit langer Zeit ein Bestandteil schauspielerischer Ausbildung. Lange Zeit wurde sie allerdings nur benutzt, um SchauspielstudentInnen die Grundlagen szenischen Handelns nahezubringen, oder um in Improvisationen Stücke zu entwickeln, die dann festgelegt und wiederholbar gemacht wurden, um als Theaterstücke aufführbar zu sein. Erst seit Mitte des 20. Jahrhunderts hat sich Improvisationstheater (oder "Theatersport") als eigenständiges darstellerisches Format etabliert. Dabei werden häufig Anregungen aus dem Publikum eingeholt, wie etwa ein Ort, an dem eine Szene stattfindet, oder der Beruf einer auftretenden Figur, und aus diesen Anregungen Szenen oder ganze Stücke entwickelt. Theatersport-Aufführungen sind oft der Kategorie Entertainment zuzurechnen, da viele der Improvisationsformate, die sich entwickelt haben, nur wenige Minuten dauern und darauf ausgelegt sind, das Publikum mit einer raschen Folge von Pointen zu unterhalten. Es gibt allerdings auch so genannte Langformen, in denen über mehrere Szenen ein Handlungsbogen sowie verschiedene Charaktere entwickelt werden. Diese Langformen können mitunter dramatische Qualitäten entwickeln, die jenen traditioneller Theaterstücke nicht nur in nichts nachstehen, sondern eine eigene Faszination entwickeln, da sie in Zusammenarbeit mit und als Reaktion auf die ZuschauerInnen entstehen. Allerdings ist es keineswegs so, dass für Improvisationstheater keine Vorbereitungen notwendig sind. Doch anstatt so lange an einem festgelegten Ablauf zu arbeiten, bis er beliebig oft auf die immer gleiche Weise wiederholt werden kann, werden Fähigkeiten wie Spontaneität, Gelassenheit und das Zusammenspiel der AkteurInnen trainiert, um in jeder Situation unmittelbar reagieren zu können.

Es ist wohl kaum nötig zu erwähnen, dass in dieser Analogie die Massenmedien das traditionelle Theater und die Sozialen Medien das Improvisationstheater darstellen. Die Parallelen sind unübersehbar: Auch in Sozialen Medien spielt die Interaktion mit den UserInnen eine zentrale Rolle, mehr noch als beim Improvisationstheater, da in diesem Fall die Grenzen zwischen AkteurInnen und Publikum gänzlich verschwinden. Alle UserInnen sind gleichzeitig ProduzentInnen und NutzerInnen, *ProduzterInnen*, wie Axel Bruns den englischen Begriff des *Producers* übersetzt.² Zudem gibt es auch in Sozialen Medien eine Tendenz zu Entertainment, um Inhalte zu vermitteln – in meiner Diplomarbeit habe Andreas Dörners Begriff des *Politainment*,³

2 Vgl. Bruns 2009.

3 Vgl. Dörner 2001.

den er für die Nutzung von Unterhaltungselementen für politische Kommunikation geprägt hat, auf die Sozialen Medien übertragen. Diese eignen sich für Politainment unter anderem deshalb, weil sie durch ihre Unmittelbarkeit und die Möglichkeit, verschiedenste Medien wie Fotos und Videos einzubinden, "knapp gewordene Aufmerksamkeit auf sich" ziehen, "Themen in den öffentlichen Raum" stellen und "zahlreiche Schnittstellen für Anschlusskommunikation" schaffen, wie Dörner eine der Funktionen des Politainment charakterisiert.⁴

Sobald diese Parallelen sichtbar geworden sind, ist der nächste logische Schritt, diese Analogie nicht nur im Ergebnis, sondern auch in der Vorbereitung fortzusetzen. Das heißt, davon auszugehen, dass Diskussionen und Kampagnen in Sozialen Medien nicht statisch planbar sind, dass es nicht zielführend ist, die eigene Vorgehensweise bis ins kleinste Detail festzulegen. Um die Rahmenbedingungen dafür zu schaffen, auf UserInnen eingehen zu können, also eine Kommunikation unter gleichen Bedingungen zu ermöglichen, ist es notwendig, Rahmenbedingungen (gewissermaßen das "Spielformat") festzulegen und sich die nötigen Kompetenzen anzueignen, um spontan, flexibel und unmittelbar auf die Entwicklungen reagieren zu können. Oder, um es mit den Worten von Keith Johnstone, einem der Begründer des Improvisationstheaters, zu sagen: "Ich verbringe mein Leben damit, die Dinge gefährlich zu machen, während die meisten Schauspieler um Sicherheit kämpfen."⁵

Dieser Vergleich mag auf den ersten Blick etwas unorthodox wirken. Sein Ziel ist es, durch diesen ungewöhnlichen Ansatz Aspekte sichtbar zu machen, die sonst vielleicht nicht sichtbar werden würden und den Blick auf das Thema gerade so weit zu verschieben, dass neue Zusammenhänge hergestellt werden können.

2. Massenmedien ignorieren

Die Feststellung, dass bestehende Strukturen das Experimentieren mit neuen Gegebenheiten beeinflussen und erschweren, mag selbstverständlich klingen. Ihre Bedeutung wird besser verständlich, wenn wir einen Blick auf konkrete Beispiele werfen, etwa die Art, in der Massenmedien das Auftreten von Parteien in Sozialen Medien beeinflussen. Medialisierungseffekte, also der Einfluss der Massenmedien, sind einer der Gründe dafür, dass das dort vorhandene Kommunikationspotential kaum genutzt wird, da die Parteien ihre Kommunikationsarbeit hauptsächlich auf die an GatekeeperInnen orientierten Strukturen von Zeitungen und Fernsehen ausrichten. Ein solches Vorgehen mag auf Blogs noch bedingt übertragbar sein – in Sozialen

4 ebd., S. 33.

5 Johnstone 2006, Umschlagrückseite.

Netzwerken wie Facebook und medienorientierten Plattformen wie YouTube und Flickr sind gänzlich andere Vorgehensweisen notwendig.

So neigen die österreichischen Parteien dazu, die Nutzung Sozialer Medien als Neuigkeit für Massenmedien zu inszenieren. Ziel ist es dabei nicht, über Soziale Medien zu kommunizieren, sondern die Tatsache, dass ein Soziales Medium genutzt wird, zu nutzen, um in Massenmedien erwähnt zu werden. So wird die Nutzung Sozialer Medien selbst zum Medialisierungseffekt. Als Beispiel dafür kann die Plattform "oe2020.at" der SPÖ gesehen werden. Sie bietet zwar theoretisch viele Möglichkeiten der Beteiligung: Beiträge können kommentiert oder mit "gefällt mir" bewertet werden, es gibt eine Facebook-Seite sowie einen Twitter-Account. Diese werden aber – rund eineinhalb Jahre nach Start der Plattform – kaum genutzt. Dafür wurde die Möglichkeit, sich über das Web an der Diskussion zu beteiligen, anfangs durchwegs positiv in Massenmedien und in Blogs erwähnt.⁶ Es liegt daher nahe, anzunehmen, dass tatsächliche Online-Partizipation nicht das primäre Ziel von oe2020.at war.

Auch das Projekt "Superpraktikant" von ÖVP-Vizekanzler Josef Pröll bzw. Der ÖVP ist ein Beispiel für diesen Effekt. Mit der Möglichkeit, sich auf superpraktikant.at zu bewerben und in Folge über die KandidatInnen abzustimmen, sollten "Neue Maßstäbe in der Polit-Kommunikation"⁷ gesetzt werden. Das Medienecho war beachtlich – auch auf Grund der Tatsache, dass sich neben Jugendlichen mit und ohne politischer Vergangenheit auch JournalistInnen sowie Personen, die deutlich machten, dass sie mit der inhaltlichen Linien der ÖVP nicht konform gingen, bewarben und rund um die Aktion immer wieder Vorwürfe der Manipulation des Votings laut wurden. Das brachte der ÖVP einige Aufmerksamkeit – die endgültige Entscheidung, wer "Superpraktikant"⁸ werden würde, wurde in einer Show getroffen, die auf dem Privatsender ATV ausgestrahlt wurde. Auch die anschließende "Praktikumswoche" wurde von ATV begleitet. Die Strategie der ÖVP war somit erfolgreich: Alleine die Tatsache, dass ein Teil der Aktion in Sozialen Medien stattfand, sicherte ihr die mediale Aufmerksamkeit – ohne die endgültige Entscheidung aus der Hand geben zu müssen, mit dem zusätzlichen Vorteil, dass im Anschluss die Praktikantin und damit auch Josef Pröll eine Woche lang von einem Fernsehsender begleitet wurde.

Allerdings funktionieren Soziale Medien nicht nur bei Parteien als Medialisierungseffekt: Auch Facebook-Seiten wie der "Seelenlose Ziegelstein" wurden vielfach in Zeitungsartikeln erwähnt. Der Unterschied hier ist allerdings: Das Vorgehen der Seite war – so behaupte ich – nicht auf massenmediale Effekte ausgerichtet. Und darum geht es: Massenmedien spielen in der politischen

6 Vgl. z.B. Knapp 2010, Osmancevic 2010, John 2010 und Pink 2010.

7 ÖVP Bundespartei 2009.

8 Die nicht geschlechtsneutrale Formulierung brachte der ÖVP war ebenfalls häufig Gegenstand von Diskussionen.

Kommunikation in Österreich immer noch eine wesentliche Rolle, zur Erreichung politischer Ziele ist es daher verlockend, sie zur Verbreitung der eigenen Anliegen zu nutzen. Von ihrer Struktur her sind sie aber auch hierarchische Kommunikation ausgelegt. Nimmt man also bei der Gestaltung Sozialer Medien auf ihre Gegebenheiten Rücksicht, so hat das zur Folge, dass nicht mehr die Kommunikation mit UserInnen im Vordergrund steht.

Um gleichberechtigt agieren zu können, ist es also erforderlich, unabhängig von Massenmedien zu agieren. Das mag bedeuten, dass anfänglich weniger Leute angesprochen werden können. Um die Potentiale Sozialer Medien zu nutzen, ist es aber unbedingt notwendig.

3. Neue Strukturen schaffen statt Alte adaptieren

Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, sich politisch zu organisieren, um gemeinsame Ziele zu erreichen. Das kann in politischen Parteien geschehen, in Gewerkschaften, in Nichtregierungsorganisationen (NGOs) oder durch zivilgesellschaftliche Initiativen. Hat ein politischer Zusammenschluss aber nicht nur den Zweck, ein Ziel zu erreichen, sondern auch, mögliche Organisationsformen auszuprobieren, gelten besondere Bedingungen. Dazu ist es notwendig, eine Umgebung zu schaffen, die größtmöglichen Raum für Experimente bietet. Aus diesem Grund sollte ein solches Projekt nicht im Rahmen bereits bestehender Organisationen realisiert werden. Längerfristig muss das Ziel zwar sein, Soziale Medien auch für die politische Arbeit und Organisation von Parteien oder Gewerkschaften zu Nutzen, um das Potential Sozialer Medien bestmöglich nutzen zu können, ist es zunächst aber notwendig, exakt auf deren Eigenschaften zugeschnittene Strategien zu entwickeln. Das ist am einfachsten möglich, wenn diese Strategien von Grund auf neu entwickelt werden, statt Organisationsformen, die auf völlig andere Ziele und Voraussetzungen zugeschnitten sind, zu adaptieren. Die so entwickelten Strategien können in Folge für die Erfordernisse von bereits bestehenden Organisationen adaptiert werden. Würden diese Organisationen jedoch als Ausgangspunkt für die Entwicklung dienen, wären von vornherein Kompromisse zu schließen, und die Wahrscheinlichkeit wäre hoch, dass zahlreiche Möglichkeiten auf Grund organisatorischer Beschränkungen gar nicht in Betracht gezogen werden würden.

Dass die an einem solchen Projekt beteiligten Personen mit hoher Wahrscheinlichkeit bereits in politischen Organisationen engagiert sind, ist naheliegend. Die Vorstellungen Verschiedene, die die Beteiligten von Strukturen haben, die Gleichheit fördern, würden auch ein solches Projekt prägen. Würde eine einzelne Organisation versuchen, eine partizipatorische Plattform im Web zu starten, würden die dort vorherrschenden Vorstellungen darauf übertragen. Kommen Personen mit

unterschiedlichen Vorstellungen, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sich eine Mischung daraus durchsetzt oder neue Ansätze entstehen.

Das bedeutet: Ein solches Projekt kann weder von einer Partei, noch einer Gewerkschaft oder NGO entstehen. Es muss anfänglich für sich selbst stehen, bis zu einem gewissen Grad Selbstzweck sein. Das hat mehrere Vorteile: Zum einen können solche Versuche ohne weiteres scheitern, da sich keine mediale oder öffentliche Aufmerksamkeit auf sie richtet und auch nicht richten soll (dazu weiter unten). Daher gibt es auch keinen Zeit- oder Ergebnisdruck, da es nicht das Ziel ist, ein abgeschlossenes Produkt hervorzubringen, sondern sich – wie beim Improvisationstheater – das Wissen und die Fähigkeiten anzueignen, um Gleichheit in Sozialen Medien leben zu können.

Damit wären die grundlegenden Rahmenbedingungen geklärt. Nehmen wir also an, es gibt einen Zusammenschluss engagierter Menschen, der eine Online-Plattform aufgebaut hat, auf der politische Inhalte diskutiert und verbreitet werden können. Diese Plattform ist ein für sich stehendes Projekt und nicht auf kurzfristige massenmediale Aufmerksamkeit angewiesen. Was ist nun im laufenden Betrieb zu beachten?

4. Scheitern, Scheitern, Scheitern

Scheitern gehört in den Sozialen Medien zum Alltag. Viele Blogs enthalten nur einen Eintrag, viele Facebook-Seiten werden nicht aktualisiert. Clay Shirky argumentiert, dass Scheitern sogar zentral für den Erfolg Sozialer Medien ist: Weil ein Versuch kaum Zeit und Geld kostet, werden Dinge ausprobiert, die mit anderen Mitteln schlicht zu aufwändig zu realisieren wären. Viele davon verschwinden wieder, aber einige werden erfolgreich. Der zentrale Punkt ist: Das Missverhältnis zwischen Erfolg und Misserfolg, das beispielsweise in einem wirtschaftlichen Kontext Grund genug wäre, erst gar keine Versuche zu starten, ist hier irrelevant: "Failure is free".⁹ Auch beim Improvisationstheater spielt Scheitern eine zentrale Rolle: "Es geht nicht darum, Scheitern zu vermeiden, sondern es weniger schmerzhaft zu machen."¹⁰

Diese Tatsache gilt es zu nutzen: Stellt sich heraus, dass eine bestimmte Struktur oder Kommunikationsweise nicht zum gewünschten Ergebnis führt, wird eine andere ausprobiert, und zwar so lange, bis das Ergebnis zufriedenstellend ist. Hier wird noch einmal deutlich, warum es notwendig ist, neue Strukturen zu schaffen: Innerhalb einer bestehenden Struktur wäre ein Misserfolg Grund genug, das Projekt als zu langwierig und komplex zu bewerten und es einzustellen. So kann probiert und verändert werden, bis man den gewünschten Effekt erzielt.

9 Shirky 2008, S. 236.

10 Johnstone 2006a, S. 97.

Auch Wikipedia verdankt sich diesem Umstand: Hervorgegangen ist sie aus einem Projekt namens *Nupedia*, das den selben Zweck – den Aufbau einer freien Enzyklopädie – hatte und vom späteren Wikipedia-Gründer Jimmy Wales mitinitiiert wurde. Die Vorgehensweise zur Erstellung von Artikeln unterschied sich allerdings deutlich. Der UserInnenkreis war auf wenige ExpertInnen beschränkt, und der Veröffentlichungsprozess eines Artikels umfasste sieben Punkte: "Assignment", "Finding a lead reviewer", "Lead review", "Open review", "Lead copyediting", "Open copyediting" und schließlich "Final approval and markup".¹¹ Nicht verwunderlich, dass die Zahl der Artikel und damit der Erfolg des Projekts sich in Grenzen hielt. Allerdings führte das dazu, dass die in *Nupedia* involvierten Personen begannen, über Änderungen am Erstellungsprozess nachzudenken und schließlich Wikipedia als Vorstufe für *Nupedia* ins Leben riefen. Der Erfolg von Wikipedia führte schließlich dazu, dass *Nupedia* eingestellt wurde.¹²

Nupedia war eine wichtige Voraussetzung für die Entstehung von Wikipedia: Sie zeigte, dass ein stark formalisierter und langwieriger Qualitätsprüfungs- und Freigabeprozess die Motivation der UserInnen, etwas beizutragen, massiv senkt. In Folge wurde ein anderer Ansatz ausprobiert: Veröffentlichungen so einfach wie möglich machen, und die Verbesserung, Erweiterung und Qualitätskontrolle der Artikel *danach* durchführen: „Publish, then filter“,¹³ also die exakte Umkehrung der Funktionsweise von *Nupedia*. Diese Vorgehensweise führte schließlich zum Erfolg, aber sie wäre vermutlich nicht ausprobiert worden, wenn es dafür eines aufwändigen Testprozesses oder des Einsatzes enormer finanzieller Ressourcen bedurft hätte. Daran ist zu sehen: Scheitern ist wichtig und notwendig, um aus Fehlern zu lernen und Konzepte zu verbessern.

Gerade bei einem Thema, das von sozialem Zusammenspiel und gleichberechtigter Kommunikation abhängt, ist es wichtig, sich ständig vor Augen zu halten, dass Scheitern zum Prozess gehört. Denn Scheitern heißt in diesem Fall, dass Menschen nicht einbezogen und benachteiligt werden, birgt also großes Potential für Frust, Enttäuschung, und den Rückzug von Personen, die sich nicht eingebunden fühlen. Doch für Soziale Medien ebenso wie für Politik ist die Beteiligung möglichst vieler Menschen aus möglichst vielen Bereichen, sozialen Schichten und Regionen essentiell. Daher muss allen Beteiligten von Anfang an klar gemacht werden, dass Misserfolge nichts ungewöhnliches sind, und dass die Bereitschaft, damit umzugehen, zentral für das Gelingen eines solchen Vorhabens ist. Denn ebenso schnell, wie sich eine Idee als nicht praktikabel herausstellen kann, kann eine neue ausprobiert werden. Zudem nimmt die Betonung von

11 <http://en.wikipedia.org/wiki/Nupedia> (18. September 2011).

12 Vgl. auch Shirky 2008, S. 109ff.

13 ebd., S. 81.

Scheitern als Mittel zum Erfolg den Druck, unmittelbare Ergebnisse erzielen zu müssen, und erlaubt es so, auch abwegigere Ideen und Konzepte auszuprobieren.

5. Digital Divides entgegenwirken

Obwohl es, wie oben erwähnt, wichtig ist, Medialisierungseffekte und die adaptionslose Übertragung bereits existierender Organisationsstrukturen zu vermeiden, bedeutet das nicht, dass Soziale Medien losgelöst von gesellschaftlichen Einflüssen und Zusammenhängen existieren. Im Gegenteil, es ist unabdingbar, in diesem Zusammenhang das Phänomen des digitalen Klüfte, oder Digital Divides, zu betrachten. Ich verwenden, Georg Aichholzer folgend, den Plural, um zu verdeutlichen, dass es nicht nur um die Frage des technischen Zugangs zu Computern und Internet geht, sondern unter anderem um Nutzungskompetenzen, die sozialen Unterstützung (also des sozialen Umfelds) und die Art der Internetnutzung geht.¹⁴ Digital Divides sind ein vielschichtiges Problem, dementsprechend komplex ist die Aufgabe, ihre Wirkung im Rahmen einzelner Projekte zu minimieren, da sie ihren Ursprung in gesellschaftlichen Realitäten haben, die nicht partiell umgehbar sind. Trotzdem gibt es Ansätze, ihre Wirkung abzuschwächen. Der Soziologe Mark Granovetter hat bereits 1973 das Konzept der *weak ties* eingeführt.¹⁵ Weak ties sind schwache soziale Bindungen, die die Eigenschaft haben, homogene soziale Gruppen überbrücken zu können: Während *strong ties* oft zwischen Menschen mit ähnlichen Interessen, Berufen oder Lebenssituationen entstehen, erstrecken sich *weak ties* quer durch Schichten, Altersgruppen oder Einkommensschichten. Mit dem Aufkommen Sozialer Medien hat Granovetters Konzept massiv an Bedeutung gewonnen, da es einen großen Teil des Erfolgs Sozialer Netzwerke wie Facebook erklärt.

danah m. boyd identifiziert die Tendenz Sozialer Gruppen zur Homogenität, die sie *homophily* nennt, ebenfalls als Problem für demokratische Prozesse in Sozialen Medien und schlägt vor, *weak ties* zu nutzen, um *homophily* entgegen zu wirken.¹⁶ *Digital Divides* und *homophily* sind zwei Seiten der selben Medaille: Durch erstes werden bestimmte Personengruppen von der Nutzung bestimmter Medien ausgeschlossen, letztere sorgt dafür, dass bereits existierende Gruppen von UserInnen sich nicht verbreitern. Beides sind Soziale Effekte – Soziale Medien an sich sind weder förderlich noch hinderlich für die Demokratie, oder, wie es boyd ausdrückt: "Although technology provides a public forum in which people can express different political views, this does not guarantee that those views are heard."

14 Aichholzer 2003, S. 186. Zu den spezifischen Perspektiven im Bereich *Gender* siehe auch Carstensen 2009.

15 Vgl. Granovetter 1973.

16 boyd 2005, S. 199f.

boyd identifiziert drei Arten der Nutzung von Technologie für demokratische Zwecke: Erstens die Nutzung vorhandener Technologien, um mit dem eigenen Sozialen Netzwerk zu kommunizieren, zweitens die Entwicklung von Technologien, um vorhandene Gruppen mit einander zu vernetzen, um so die Unterstützung für ein politische Ziel zu verstärken, und drittens die Entwicklung von Technologien, um Menschen zu bilden und um sie zu ermächtigen, selbst aktiv zu werden. Interessant für politische Online-Plattformen sind hier vor allem die letzten beiden Punkte, da die Nutzung von vorhandenen Technologien von den UserInnen ausgeht, also nicht im Handlungsspielraum einer Initiative zur Ermöglichung gleichberechtigter politischer Kommunikation liegt. Beide sind denkbare Mittel zur Abschwächung von Digital Divides: Sowohl die Vernetzung möglichst vieler und vielfältiger bereits existierender Gruppen durch Soziale Medien als auch die Aktivierung und Einbindung von Menschen, die sich noch nicht politisch engagieren, trägt zur Bildung einer Community mit unterschiedlichsten Mitgliedern bei.

Ein Beispiel für die massive Beeinflussung von Entscheidungsstrukturen durch Digital Divide ist Wikipedia und die Strukturen, die sich zur Qualitätssicherung und für den Umgang mit Meinungsverschiedenheiten und Konflikten gebildet haben. Bestimmte Rechte, wie etwa die Erlaubnis, Artikel zu sichten (d.h. Änderungen, die von neuen oder anonymen UserInnen gemacht wurden, zu genehmigen), werden abhängig vom Aktivitätsgrad vergeben, der unter anderem an der Erstellung und Bearbeitung von möglichst vielen Artikeln gemessen wird. Als Kriterium für die Kompetenz einer Userin durchaus sinnvoll, hat das jedoch zur Folge, dass Personen, die etwa aus Zeitmangel nur ab und zu Änderungen beitragen, es schwer haben, diesen so genannten „Sichterstatus“ zu erreichen. Zudem ist die Diskussionskultur oft wenig konstruktiv. Bei Löschanträgen für Artikeln beispielsweise prallen oft unterschiedlichste Sichtweisen aufeinander.¹⁷ Zudem sind die Mehrheit der aktiven UserInnen Männer, was sich auf Diskussionskultur und Themenspektrum auswirkt. Daran ist zu sehen, dass eine Organisationsstruktur, die weder auf massenmediale Aufmerksamkeit ausgerichtet ist noch ihre Organisationsform von einer anderen Einrichtung übernommen hat, nicht automatisch demokratisch, geschweige denn egalitär ist: Die Beachtung und Schwächung von Digital Divides ist also ebenso essentiell für eine egalitäre Kommunikation.

6. Lokale Bezüge herstellen

Der letzte Punkt, der hier angesprochen werden soll, ist die lokale Verortung politischer Aktivität. Gerade weil das Internet die Möglichkeit bietet, transnational und weltweit zu Agieren, ist es wichtig, politisches Handeln lokal zu verankern, um allen Beteiligten klar zu machen, was für

¹⁷ Vgl. Dahlmann 2011.

konkrete Auswirkungen ihr Engagement hat. Sonst entsteht unter Umständen das Gefühl, dass das eigene Handeln rein virtuell bleibt und keinen Effekt auf die eigene Lebensrealität hat. Auch boyd betont diesen Aspekt: "Localizing participation makes it feel far more visceral and important."¹⁸ Ein Beispiel dafür, wie eine solche lokale Verankerung aussehen könnte, zeigen Britt Blaser, David Weinberger und Joe Trippi in ihrem Artikel *Digital Government through Social Networks: A Natural Alliance?*¹⁹ auf: Sie schlagen vor, für jeden der 435 Kongressbezirke Amerikas ein virtuelles Gegenstück zu erschaffen, die als Plattform für politische Diskussionen und Kontakt mit den dortigen PolitikerInnen dienen sollen. Die Idee orientiert sich stark an vorhandenen politischen Strukturen, und wäre daher kaum für eine Plattform im Sinne dieses Papiers adaptiert, aber sie zeigt, dass das Bewusstsein für die Wichtigkeit der Lokalisierung politischer Aktivität vorhanden ist. Ein egalitärer politischer Raum in Sozialen Medien muss Anknüpfungspunkte an die Realpolitik haben. Ein Vorschlag danach boyds ist, Soziale Netzwerke zu nutzen, um UserInnen zu zeigen, wer aus ihrem Umfeld sich für die gleichen politischen Ziele einsetzt – eine Idee, die ihre praktische Umsetzung in der Facebook-Anwendung *Causes* findet.

Conclusio

In diesem Artikel wurden zwei Arten von Vorschlägen gemacht. Zuerst wurden drei Grundvoraussetzungen aufgestellt, um eine Plattform für egalitäre politische Kommunikation realisieren zu können: Eine neue, prozessorientierte Sichtweise der Kommunikation in Sozialen Medien, das Ignorieren von Massenmedien und damit die Minimierung von Medialisierungseffekten sowie die Schaffung komplett neuer Strukturen, die die Möglichkeiten Sozialer Medien ausnutzen.

Anschließend wurden drei Punkte besprochen, die im Betrieb einer solchen Plattform wesentlich sind: Das Begreifen von Scheitern und Misserfolg als integraler Bestandteil des Projekts, der Umgang und die Schwächung von Digital Divides und Schließlich die lokale Verankerung von politischer Aktivität in Sozialen Medien.

Diese Liste ist weder vollständig noch zwingend, sie ist vielmehr eine Diskussionsgrundlage, die Aspekte aufzeigen will und Ausgangspunkt für die Entwicklung weiterer Kriterien sowie konkreter Konzepte und Ideen sein soll. Demokratie ist nicht einfach – weder online noch offline. Dieser Artikel soll ein kleiner Beitrag dazu sein, die Möglichkeiten und Problemfelder politischen Engagements in Sozialen Medien aufzuzeigen, um in Folge hoffentlich Wege zu finden, die

¹⁸ boyd 2005, S. 208.

¹⁹ Blaser/Weinberger/Trippi 2009.

Potentiale zu nutzen und die Schwierigkeiten zu umgehen und so zu einer egalitären Kommunikationsweise zu finden.

Literaturverzeichnis

Georg Aichholzer, "'Digital Divides' in Österreich", in: *Breitband: Infrastruktur im Spannungsfeld mit Applikationen, Content und Services. Schriftenreihe der Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH, Band 4/2003*, hrsg. v. Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH, Wien: Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH 2003.

Britt Blaser/David Weinberger/Joe Trippi, *Digital Gouvernment through Social Networks: A Natural Alliance?*,
http://files.uniteddiversity.com/Decision_Making_and_Democracy/Digital_Government_Social_Networks.pdf 2009 (3. September 2011).

danah m. boyd, "Sociable technology and democracy", in: *Extreme Democracy*, hrsg. v. Jon Lebkowsky/Mitch Ratcliffe, Raleigh: Lulu.com 2005. <http://www.danah.org/papers/ExtremeDemocracy.pdf>

Axel Bruns, "'Anyone can edit': Vom Nutzer zum Produzter", in: *kommunikation@Gesellschaft*, Jg. 10, Beitrag 3/2009.

Tanja Carstensen, *Gender Trouble in Web 2.0. Gender perspectives on social network sites, wikis and weblogs*, http://www.informatik.uni-bremen.de/soteg/gict2009/proceedings/GICT2009_Carstensen.pdf 2009 (3. September 2011).

Frank Dahlmann, "Gelobt sei der Hausmeister", in: *brand eins*, September/2011.

Andreas Dörner, *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, edition suhrkamp 2001.

Mark Granovetter, "The Strength of Weak Ties", in: *American Journal of Sociology*, Volume 78, Issue 6, Mai/1973. <http://stanford.edu/dept/soc/people/mgranovetter/documents/granstrengthweakties.pdf>

Gerald John, "Die SPÖ will sich selbst abklopfen", in: *Der Standard*, 27./28. Februar/2010.
<http://derstandard.at/1267131886454/Oesterreich-2020-Die-SPOe-will-sich-selbst-abklopfen>

Keith Johnstone, *Improvisation und Theater*, Berlin: Alexander Verlag 2006.

Keith Johnstone, *Theaterspiele. Spontaneität, Improvisation und Theatersport*, Berlin: Alexander Verlag 2006.

Thomas Knapp, *Holt die SPÖ ins 21. Jh., ihr Webauftritt ist schon da*, <http://feuerhaken.org/holt-die-spoe-ins-21-jh-ihr-webauftritt-ist-schon-da/> 2010 (3. September 2011).

Stefan Münker, *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die Sozialen Medien im Web 2.0*, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, edition unseld 2009.

Ilda Osmancevic, *Oe2020.at – mehr Partizipation oder neue Mitmach-Illusion?*,
<http://ilosweb2null.wordpress.com/2010/02/25/oe2020-at/> 2010 (3. September 2011).

ÖVP Bundespartei, *Jugendkampagne - Josef Pröll sucht Österreichs Super-Praktikant - FOTO =*,
http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20091103_OTS0237/jugendkampagne-josef-proell-sucht-oesterreichs-super-praktikant-foto 2009 (18. September 2011).

Oliver Pink, "Sozialdemokratie: Die SPÖ denkt vor: 'Österreich 2020' für die Wahl 2013", in: *Die Presse*, 27. Februar/2010. http://diepresse.com/home/politik/innenpolitik/542898/Sozialdemokratie_Die-SPOe-denkt-vor_Oesterreich-2020-fuer-die

Clay Shirky, *Here comes everybody. The Power of Organizing Without Organizations*, New York: Penguin Press 2008.