

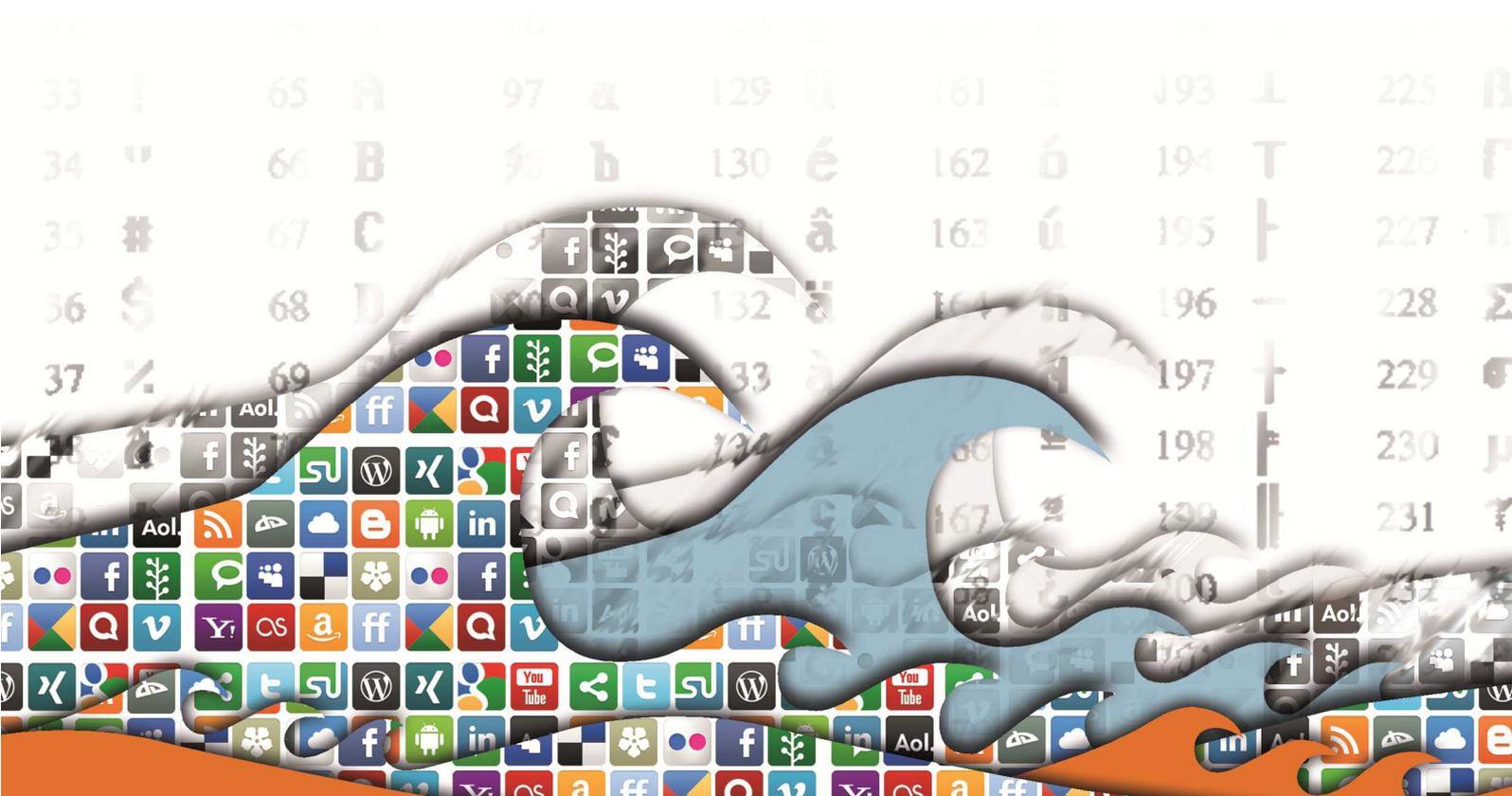


INTERNET-TSUNAMIS

Politische Massen im digitalen Zeitalter

Eine Studie von xaidialoge und der Europa-Universität Viadrina

Version 1.2





INTERNET-TSUNAMIS

Politische Massen im digitalen Zeitalter

Verantwortlich für den Inhalt:



xailabs **xaidialoge**

Projektlaufzeit: 15.09.2011 bis 30.06.2012.



xailabs GmbH
10969 Berlin, Oranienstraße 161,
Telefon: +49 (0)30 29 35 22 25, Fax: +49 (0)30 29 35 22 56

Geschäftsführer: Salvatore Vanasco
HRB 106070 B / AG Berlin-Charlottenburg



Kurzprofile



xaidialoge ist ein Unternehmensbereich der xailabs GmbH und widmet sich der unabhängigen Analyse politischer, gesellschaftlicher und medialer Strukturen. Theoretische Grundlage ist die interdisziplinäre Forschung kombiniert mit einem systemischen Grundverständnis. Die Mitarbeiter der xaidialoge verstehen sich als kritische und engagierte Bürger, sind Akademiker und verfügen über mehrjährige Erfahrungen im privaten, öffentlichen und dem Wissenschaftssektor. Dem eigenen Selbstverständnis folgend will xaidialoge Demokratieprozesse begleiten und transparent machen. Hierfür werden On- und Offline-Kommunikationsräume als Dialogplattformen geschaffen. Die notwendige Technologie zu entwickeln, in Betrieb zu halten und deren Qualität nachhaltig zu sichern sind ergänzende Kernkompetenzen der xailabs GmbH.



Europa-Universität Viadrina. Seit ihrer Neugründung im Jahre 1991 folgt die Viadrina konsequent ihrem Konzept, junge Menschen aus allen Teilen der Welt zusammenzuführen und hat sich damit im Kreis deutscher und europäischer Universitäten einen Namen gemacht. Der Forschung kommt an der Europa-Universität Viadrina eine ebenso fundamentale Bedeutung zu wie der Lehre, beide werden in ihrer Qualität als voneinander abhängig betrachtet. Dabei wird eine interdisziplinäre Arbeitsweise in den Vordergrund gerückt. Die fakultätsübergreifenden Forschungsinstitute - das Heinrich von Kleist-Institut für Literatur und Politik, das Frankfurter Institut für Transformationsstudien, das Interdisziplinäre Zentrum für Ethik, das Institut für transkulturelle Gesundheitswissenschaften, das Institut für Konfliktmanagement sowie das 2010 neu gegründete Frankfurter Institut für das Recht der Europäischen Union - sollen verschiedene disziplinäre Perspektiven verknüpfen und ein innovatives Forschungsumfeld schaffen.



Autoren xaidialoge/xailabs



Jan Lachenmayer hat an der Universität Stuttgart Politik- und Wirtschaftswissenschaften studiert. Im Anschluss arbeitete er bei einem Berliner Think Tank, begleitete internationale Forschungsprojekte und beriet Großkonzerne und Nicht-Regierungsorganisationen in Fragen der Weiterentwicklung, Veränderungsmanagement und Zukunftsgestaltung. Heute ist er für die Bereichsleitung von xaidialoge verantwortlich und beschäftigt sich mit der Gestaltung von Politik, Demokratie und Gesellschaft.



Timo Maier hat an den Universitäten Konstanz und Aachen Germanistik, Philosophie, Geschichte, Kunst- und Medienwissenschaften studiert. Anschließend arbeitete er für Agenturen und Unternehmen in den Bereichen PR, Strategie und Konzept mit Fokus auf digitale Kommunikation. Heute ist er bei xaidialoge für den Bereich Research and Development verantwortlich und erarbeitet Konzepte und Kommunikationsstrategien zur Förderung von Transparenz, Beteiligung und Diskursivität in der Gesellschaft.



Laszlo Puskas hat an der Technischen Universität Berlin Chemie und Informatik studiert. Nach seinem Studienabschluss arbeitete er 5 Jahre als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der TU-Berlin und forschte im Bereich Künstliche Intelligenz, hielt Vorlesungen und veröffentlichte Forschungsarbeiten. Danach arbeitete er bei führenden Unternehmen wie IBM, Lufthansa in der IT-Leitung und im Management. Heute ist er einer der beiden Gründer der xailabs GmbH und leitet den Bereich KI und Technologien.



Babette Lehmann hat an der Technischen Universität Berlin Informatik mit dem Schwerpunkt Künstliche Intelligenz, Wissensbasierte Systeme und Datenbanken studiert. Nach ihrem Abschluss arbeitete sie in der universitären Forschung und Lehre im Bereich künstliche Intelligenz und Expertensysteme. Im Anschluss wechselte sie in die freie Wirtschaft und arbeitete für verschiedene Arbeitsgeber in der IT Branche. Heute ist sie in den Bereichen Konzeption, Entwicklung und Qualitätsmanagement für die xailabs GmbH tätig.



Gabriele Horn hat an der Technischen Universität Chemnitz Technische Kybernetik und Automatisierungstechnik studiert. Seit Studienabschluss ist sie in der IT-Branche als Softwareentwickler, Dozent und Projektmanager tätig. Heute erarbeitet sie Konzepte im Bereich Softwareentwicklung für Medienunternehmen, übernimmt Aufgaben im Projektmanagement und ist aufgrund ihrer 25 Jahre Erfahrungen im IT-Bereich bei xailabs für das Qualitätsmanagement verantwortlich.



Fetsum Sebhat hat an der Universität Stuttgart Politikwissenschaften und Pädagogik studiert. Er arbeitet als freier wissenschaftlicher Mitarbeiter für xaidialoge. Im Rahmen des Forschungsprojekts übernahm er Aufgaben wie die Recherchen, Analysen und Textarbeiten an den Fallstudien. Fetsum ist ein international tourender und veröffentlichender Sänger und Musiker.

Autoren Europa-Universität Viadrina



Jens Holste war langjähriger leitender wissenschaftlicher Angestellter im Fachbereich Sozialwissenschaften der Universität Osnabrück. Im Rahmen dieser Tätigkeit war er für die Projektleitung in Bundesforschungsprojekten zu den Themen Partizipation und elektronischen Wahlen verantwortlich. Als wissenschaftlicher Angestellter arbeitete er im Forschungsprojekt für die Europa-Universität Viadrina und hält u. a. einen Lehrauftrag an der Universität Osnabrück in den Bereichen Professionalisierung und e-Governance.



Toni Perkovic studierte an der Universität Osnabrück Sozialwissenschaften und absolviert dort derzeit den Master in Soziologie mit dem Schwerpunkt für Öffentlichkeit und Neue Medien. Im Rahmen dieses Forschungsprojektes war er als wissenschaftlicher Assistent an der Europa-Universität Viadrina beschäftigt. Sein Forschungsinteresse bezieht sich vor allem auf die Anwendung von neuen Partizipationsformaten im kommunalen Bereich.



Inhaltsverzeichnis

EINFÜHRUNG

1 Die Ausgangslage: Politische Kultur im Wandel.....	10
1.1 Politikverdrossenheit passé	11
1.2 Digitalisierung der Gesellschaft.....	15
1.3 Was ist ein Internet-Tsunami?.....	18
1.4 Forschungsaufbau und -leitende Fragestellung	22

BLOCK I: EXPLORATION

2 Explorative Interviews	27
2.1 Untersuchungsdesign	28
2.2 Internet-Technologie und Kommunikationsnetzwerke	37
2.3 Die Neuordnung des Mediensystems	43
2.4 Internet und Gesellschaft.....	48
2.5 Aufmerksamkeitssteuerung: Campaigning, Aktivismus und Manipulation.....	53
2.6 Politische Massen und die Demokratie	56
3 Fallstudien	63
3.1 Plagiatsaffäre Guttenberg	64
3.2 Occupy Wallstreet	73
3.3 Arabischer Frühling in Ägypten.....	83
3.4 ACTA.....	113

BLOCK II: ANALYSE

4 Netzkultur.....	131
4.1 Der Begriff Netzkultur.....	132
4.2 Social Campaigning.....	133
4.3 Wechselwirkungen On-/Offline.....	144
4.4 Verteilungsmechanismen und Crowd-Verhalten.....	152
4.5 Der Tsunami-Effekt	166
4.6 Exkurs: Öffentlichkeit im Internet	176
4.7 Exkurs: Identität, Pseudonymität und Anonymität im Internet	183
5 Sozialwissenschaftliche Betrachtung	198
5.1 Einordnung des Phänomens – Eine soziologische Betrachtung	199
5.2 Die Entstehung einer neuen Öffentlichkeit.....	202
5.3 Plädoyer für eine Systemtheoretische Betrachtung	214
5.3.1 Exegese des Systemtheoretischen Frameworks	215



5.3.2	Kommunikation.....	215
5.3.3	Die Beobachtung.....	219
5.3.4	Soziale Systeme.....	221
5.4	Die Realität der Massenmedien	228
5.5	Das Internet als Erweiterung der klassischen Massenmedien?	236
5.6	Fazit und Ausblick.....	241

BLOCK III: BEWERTUNG

6	Politikfolgenabschätzung.....	247
6.1	Die Wirkungen von Internet-Tsunamis auf den Politikprozess	248
6.2	Die neue Beteiligungskultur	257
6.3	Regierungshandeln zwischen Überwachungstechnik und Demokratieförderung	262
7	Konklusion	268
7.1	Mechanismen der Internet-Tsunamis.....	269
7.2	Quo vadis, Demokratie: Revolution oder Evolution?	273
7.3	Ausblick	278

ANHANG

8	Verzeichnisse	282
8.1	Abbildungsverzeichnis.....	283
8.2	Bildquellen für die Collagen	288
8.3	Tabellenverzeichnis	294
8.4	Literatur- und Quellenverzeichnis	295





EINFÜHRUNG

Einführung



RELIGION PRIVATISIEREN JETZT

Massung der Religionszugehörigkeit
der Einzug von Kirchenbeiträgen
in staatliche Stellen sind zu beenden.

RATEN WÄHLEN



1 Die Ausgangslage: Politische Kultur im Wandel

Das Internet hat als Medium und Infrastruktur Menschen weltweit verbunden, die Kosten für Produktions- und Publikationsmittel nivelliert und die Kommunikation demokratisiert. Grundlegende gesellschaftliche wie auch politische Veränderungsprozesse wurden angestoßen. Gespräche, Ideen und Beziehungen entstehen und bestehen über Staatsgrenzen und Kulturräume hinweg. Die Folgen sind weltverändernd, global wie lokal.

Eine neue Art politischer Phänomene ist dabei zu beobachten, infolge derer sich Bürgerinnen und Bürger zu politischen Massen zusammenschließen und ihren Forderungen teils in Großdemonstrationen massiven Nachdruck verleihen. Oft reicht der Druck der Masse aus, um politische Entscheidungen zu beeinflussen und in manchen Fällen werden sogar ganze Staaten in ihren Grundfesten erschüttert. Eingübte Machtstrukturen werden auf die Probe gestellt, die Kommunikation zwischen Bürger und Politik werden grundlegend hinterfragt. Es sind Kommunikationsphänomene der Massen im Internet, die die politische Kultur im Hier und Jetzt verändern und maßgeblich prägen. Phänomene, die aufgrund ihres plötzlichen Auftretens und ihrer umwälzenden Folgen als Internet-Tsunamis bezeichnet werden können.

” Ihr werdet euch noch wünschen wir wären Politikverdrossen.“

- Tweet von Max Winde

1.1 Politikverdrossenheit passé



Die Jahre 2011-2012 werden als der Beginn einer neuen, globalen Protestkultur in Erinnerung bleiben. Eine Politisierung der Gesellschaft, wie sie die Welt lange nicht gesehen hat, an Intensität und Emotionalität vielleicht vergleichbar mit dem Zusammenbruch des Ostblocks. Während des Arabischen Frühlings gehen – angefangen mit Tunesien und Ägypten – in insgesamt 17 Staaten¹ des Nahen Ostens und Nordafrikas die Menschen auf die Straßen. Israel erlebt die größten Bürgeraufkommen seiner kurzen Geschichte. Ebenso gibt es Straßenproteste in Lateinamerika, in Russland, der Ukraine und selbst Europa bleibt nicht verschont. In Spanien und Ungarn wird auf öffentlichen Plätzen kampiert, in London, Athen und Rom arten Proteste gar zu Straßenschlachten aus. Die Occupy-Bewegung besetzt neben der Wall Street weltweit Straßen und Plätze auf allen fünf Kontinenten an insgesamt fast 1.000 Orten.² In Folge dieser Massenphänomene erklärt das Time Magazine den Protestler zur Person des Jahres (Coverbild oben).³

Etwas ist diesen Protestbewegungen gemein: Sie haben keine Gallionsfigur, keinen heroischen Anführer, sie organisieren sich aus sich selbst heraus. Wie ein Schwarm besteht die vermeintliche Stärke in der Anzahl der Mitglieder und ihrer dezentralen Organisation. Ob dieser Schwarm intelligent ist, mag dahin gestellt sein, doch welche kommunikativen Instrumente er in Zeiten von Internet und sozialen Medien verwendet, ist von wachsender Bedeutung. Noch mehr, als diese Instrumente nicht nur zur Mobilisierung politischer Massen eingesetzt werden, sondern auch neue Formen der Organisation und Kollaboration ermöglichen. Ein Beispiel für diese neuen Mechanismen lässt sich am Fall der Plagiatsaffäre Guttenberg untersuchen. Tausende „Plagiatsjäger“ organisieren und koordinieren sich über das Internet und fanden so innerhalb von einer Woche über 300 Plagiatsstellen in der Doktorarbeit des damaligen Außenministers. Damit wird klar, auch in Deutschland besteht eine neue Einflussgröße, die auf Politik einwirkt.

Waren die Nullerjahre des neuen Jahrtausends von Politikverdrossenheit geprägt, scheint es, dass die Gesellschaften der westlichen Demokratien gerade eine Repolitisierung erfahren. Allerdings werden für die politische Artikulation neue Kanäle verwendet, denn die Akzeptanz der traditionellen Beteiligungsformen nimmt kontinuierlich ab. In der Bundesrepublik Deutschland sinkt die Wahlbeteiligung bei den Bundestagswahlen seit 1953 stetig, von einem Höchststand 1972 mit 91,1 % auf einen historischen Tiefstand 2009 von 70,8 % (Abbildung 1-1). Zieht man Landtags- und Europawahlen hinzu, fällt eine Statistik noch deutlich negativer aus.

¹ Ägypten, Algerien, Bahrain, Dschibuti, Irak, Jemen, Jordanien, Kuwait, Libyen, Marokko, Mauretanien, Oman, Palästinensische Gebiete, Saudi-Arabien, Sudan, Syrien, Tunesien

² vergl. Süddeutsche Zeitung online (o. V) 15.10.2011: Occupy-Protestwelle weltweit. <<http://www.sueddeutsche.de/politik/occupy-bewegung-weltweit-protestwelle-infiziert-die-welt-1.1164535>> (20.12.2011)

³ Time online (Andersen, Kurt) 14.12.2011: Time Cover Story: The Protester. <<http://www.time.com/time/person-of-the-year/2011/>> (20.12.2011)

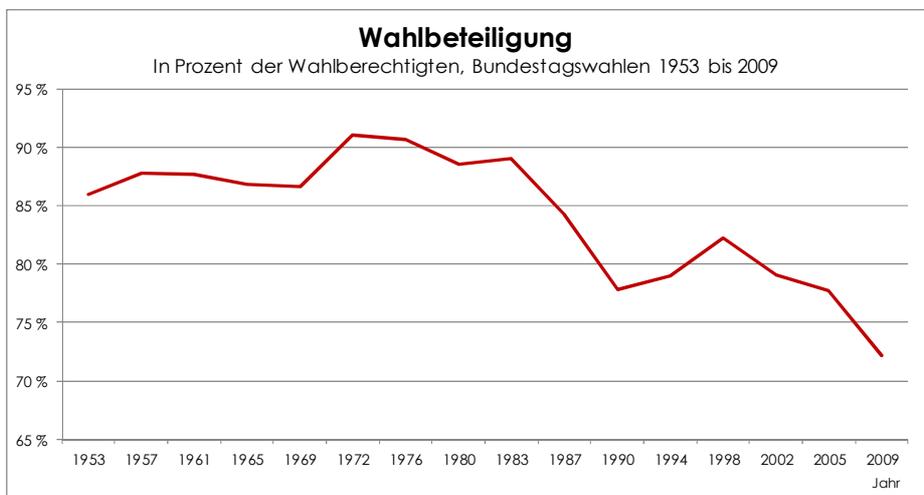


Abbildung 1-1: Wahlbeteiligung in der BRD von 1953 bis 2009⁴

Ein ähnlich negativer Trend lässt sich im Parteienengagement beobachten. So verzeichnen alle im Bundesparlament vertretenen Parteien, ausgenommen der Grünen, seit 1990 einen stetigen und beträchtlichen Mitgliederschwund. Abbildung 1-2 zeigt die prozentuale Veränderung von Parteienmitgliedschaften in einem Zeitraum von 1990 bis 2010, ausgehend von dem Basiswert 1990.⁵

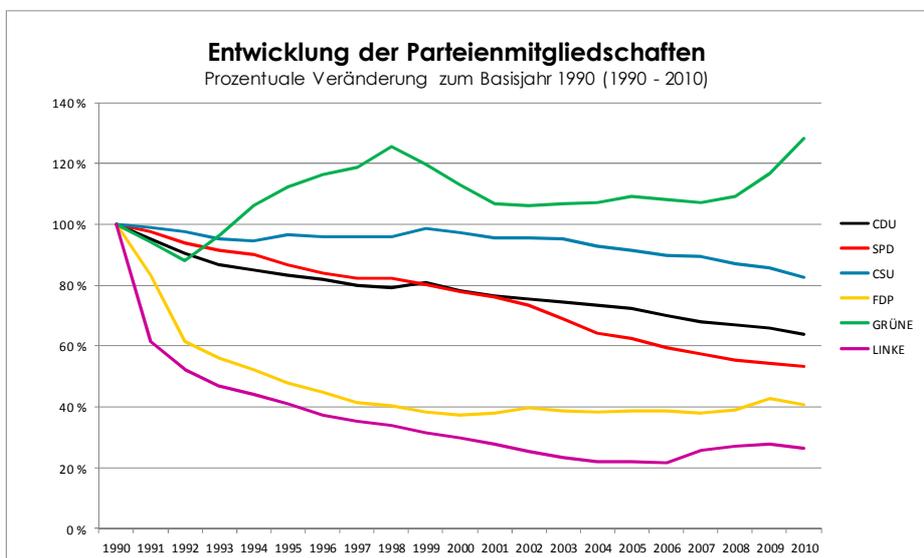


Abbildung 1-2: Veränderung der Parteienmitgliedschaft von 1990 bis 2010⁶

⁴ Der Bundeswahlleiter 2010: Bundestagswahlen (Statistik) < <http://www.bundeswahlleiter.de/> (17.02.2012)

⁵ vgl. Niedermayer, Oskar (2011): Parteimitglieder in Deutschland: Version 2011. <http://www.polsoz.fu-berlin.de/polwiss/forschung/systeme/empsoz/schriften/Arbeitshefte/Oskar_Niedermayer_-_Parteimitglieder_in_Deutschland__Version_2011.pdf> (14.02.2011)

⁶ ebd.

Ein wachsendes Misstrauen gegenüber den traditionellen politischen Institutionen und Funktionsträgern ist zu vermuten. Dies bereitet den Nährboden für neue Artikulationsformen aber auch Protagonisten.

Bei der Wahl zum Abgeordnetenhaus von Berlin am 18. September 2011 zieht erstmals mit 8,9 %, für viele überraschend, die Piratenpartei in ein deutsches Parlament ein. Schon ein halbes Jahr später scheint sich die junge Partei einen festen Platz in der Parteienlandschaft der Bundesrepublik Deutschland zu sichern. Sie zieht in die Landesparlamente des Saarlands, Schleswig-Holsteins sowie Nordrhein-Westfalens ein. Wie keine andere Partei haben es die Piraten geschafft, ein Thema zu besetzen, welches den Puls der Zeit zu treffen scheint: Transparenz. Die Blackbox des Politikprozesses stößt bei den Bürgerinnen und Bürgern verstärkt auf Unverständnis und Unmut. Die Bürgerinnen und Bürger wünschen sich Beteiligungs- und Mitgestaltungsmöglichkeiten. Unklar ist jedoch, wie diese ausgestaltet sein sollten. Eines steht allerdings fest, die tradierten Beteiligungsformate scheinen die Bedürfnisse vieler Bürgerinnen und Bürger nicht mehr ausreichend zu befriedigen.

Bei den neuen Artikulationsformen spielt das Internet eine immer wichtigere Rolle. 2012 ist das Internet in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Immerhin 75,9 %, das sind 53,4 Millionen Bundesbürger, sind laut ARD/ZDF-Onlinestudie 2012 online. Damit stellt Deutschland den größten europäischen Internetmarkt. Nicht übersehen sollte man dabei aber auch den Umkehrschluss, dass 24,1 % der deutschen Bevölkerung das Internet gar nicht nutzen. Damit liegen wir im europäischen Vergleich im oberen Mittelfeld. Führend sind die skandinavischen Länder und die Niederlande mit einer Internetdurchdringung von 90 %, also 9 von 10 Bürgern.⁷

Ein weiteres Merkmal spricht für die gestiegene Bedeutung des Internets. Dieses beeinflusst gesellschaftliche Kommunikation wie auch Meinungsbildung durch die Nutzung sozialer Medien, sog. Web-2.0-Angebote. Menschen vernetzen sich über das Internet, produzieren Inhalte, kommunizieren und informieren sich untereinander. 45 % der Internetnutzer in Deutschland sind bei einem sozialen Netzwerk angemeldet. Weit an der Spitze steht mit 22,1 Million aktiven Nutzern Facebook, Stand 01.01.2012.⁸ 58 % der Internetnutzer schauen sich Videos auf YouTube und anderen Videoportalen an, 18 % nutzen Fotoportale und 7 % betreiben oder informieren sich über sog. Weblogs.⁹

Doch Vorsicht ist bei allzu optimistischen Interpretationen dieser Zahlen geboten. Aus Internetnutzung folgt nicht gleich politische Beteiligung. Ganz im Gegenteil: Das Netz wird vorwiegend für private und wirtschaftliche Belange genutzt. Der im Netz politisch aktive Teil scheint weitaus kleiner. „Die sogenannte ‚Mobilisierungsthese‘, nach der es durch das Internet

⁷ vergl. Frees, Beate und van Eimeren, Birgit 2012: 76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituation durch mobile Endgeräte. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012. In: Media Perspektiven 7-8/2012: S. 362 - 379 <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Eimeren_Frees.pdf> (11.11.2012)

⁸ vergl. allfacebook (Roth, Philipp) 2012: Facebook Nutzerzahlen 2012 in Deutschland und Weltweit. <<http://allfacebook.de/news/facebook-nutzerzahlen-2012-in-deutschland-und-weltweit>> (17.02.2012)

⁹ vergl. Busemann, Katrin und Gscheidle, Christoph 2011: Web 2.0: Aktive Nutzung bleibt auf niedrigem Niveau. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. In: Media Perspektiven 7-8/2011: S. 360 - 369 <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online11/07082011_Busemann_Gscheidle.pdf> (17.02.2012)

in nennenswertem Umfang gelingen könnte, bisher uninteressierte Menschen für Politik zu interessieren, gilt als widerlegt“.¹⁰

Die Auswirkungen auf Politik sind dennoch real, denn das Internet erleichtert „als Kommunikations- und Protestmedium einerseits die Organisation klassischer Protestformen und ermöglicht andererseits die Erweiterung des Protestrepertoires hin zu Online-Protestformen.“¹¹ Aber das Internet führt noch zwei weitere grundlegende Veränderungen mit sich. Zum einen ist festzustellen, dass global heute lokal ist, sprich die Welt rückt näher zusammen, denn die Netzwerkgesellschaft ist eine globale Gesellschaft. Obwohl dies nicht gleichzusetzen ist mit der Teilhabe Aller an diesem globalen Netzwerk, sind Auswirkungen, Einflüsse und Durchdringung dieser Entwicklung bis in alle Gesellschaftsschichten spürbar.¹² Bilder, Meldungen und Informationen¹³ gehen schneller um die Welt und erreichen zeitgleich selbst entlegene Ortschaften. Dies führt verstärkt zu sog. Ansteckungseffekten (engl. spill-over effects), in dem Informationen, Bewegungen und Proteste über geografische, nationalstaatliche und kulturelle Grenzen hinweg Impulse setzen können. Zum anderen führt die Nivellierung der Produktions- und Publikationskosten zu einer grundlegenden Veränderung der Rahmenbedingungen, aus Konsumenten werden Produzenten, aus Nachfragern Anbieter, aus Empfängern Sender. Diese Entwicklung scheint eine Machtverschiebung zur Folge zu haben, Massenkommunikation verändert sich und ermöglicht fortan multidirektionale Informationsverbreitung von Vielen-zu-Vielen, in Echtzeit oder Zeit unabhängig, interaktiv und multimedial. Kontrollausübung von staatlichen Akteuren wird dabei in zunehmendem Maße schwierig.

So zeigt sich weltweit, dass unterschiedliche autoritäre Regime immer wieder Schwierigkeiten haben, die absolute Kontrolle über den Informationsfluss herzustellen. Die eigene Bevölkerung informiert sich untereinander über Blogs, durch Videoportale und baut Brücken nach außen zu internationalen Journalisten oder der im Ausland lebenden Diaspora. Die daraus gewonnene Hoffnung führt zur Rückkopplung, setzt Impulse für die Massenbildung im Inland und erschwert den Regimen die Isolation von Menschen bzw. die Zensur von Informationen.

Die Grundbedingung, die diese Prozesse der kommunikativen Verbreitung ermöglicht, viele unter vielen, ist die Digitalisierung der Gesellschaft.

¹⁰ Eisel, Stefan 2011: Internet und Demokratie. Freiburg im Breisgau: Herder: S. 50 - 57

¹¹ März, Annegret 2010: Mobilisieren: Partizipation – Vom „klassischen Aktivismus“ zum Cyberprotest. In: Baringhorst, Kneip, März und Niesyto 2010: S. 222

¹² vergl. Castells, Manuel 2010: The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture Volume I. Second edition, West Sussex: Wiley-Blackwell Publishers

¹³ So schreibt Frank Patalong, Leiter der Netzwelt von Spiegel Online, am 16.01.2009: „Es war eine Sternstunde für Twitter, den seltsamen Kurznachrichtendienst: Viel schneller als über die professionellen Medien verbreiten sich dort erste Informationen und Fotos über die Notlandung eines Airbus auf dem Hudson River.“ In: SPIEGEL ONLINE: Da ist ein Flugzeug im Hudson River. Verrückt. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,601588,00.html>> (10.02.2012)

1.2 Digitalisierung der Gesellschaft

Unter Digitalisierung der Gesellschaft wird allgemein eine irreversible Veränderung aller gesellschaftlichen Lebensbereiche und sozialen Interaktionsmuster aufgrund innovativer Technologien verstanden. Im Kern dieser Wandlungsprozesse steht die Digitalisierung von Daten bzw. des weltweiten Informationsaufkommens durch einen technologisch innovativen Prozess, der es ermöglicht, Medieninhalte (Text, Audio, Bild, Bewegtbild) in den Binärcode zu überführen und damit für die elektronische Datenverarbeitung bereitzustellen. Hinzu kommt das Internet als ein weltweites Kommunikationsnetzwerk und als ein Konvergenzraum, in dem alle bisherigen, nunmehr digitalisierten Medien, global und in Echtzeit¹⁴ für eine unbegrenzte Anzahl an Nutzern verfügbar werden.

Analoge Medienprodukte verlieren ihre Trägermedien und es kommt zu grundlegenden Veränderungen hinsichtlich der Kommunikations- und Informationsprozesse: „Heutige Technologien erlauben Individuen einen unkomplizierten Austausch von Informationen und machen diese Informationen in einem bisher unbekanntem Ausmaß öffentlich und global verfügbar.“¹⁵ In Bezug auf Medien ist „sowohl die produktiv-technische Ebene als auch die Rezeptionsebene“¹⁶ betroffen. Durch niedrigschwellige Produktions- und Distributionstools kommt es zu einer Verallgemeinerung der Publikationsmittel für breite Gesellschaftsschichten. Jeder Online-Nutzer ist potentiell in der Lage, Inhalte zu verarbeiten, zu verändern und weiterzugeben; diese privat erstellten Inhalte werden auch nutzergenerierte Inhalte oder abgekürzt UGC (User Generated Content) genannt. Dadurch verändern sich auch die klassischen Rollenbilder von Produzent und Rezipient, da Online-Nutzer fortan eine Doppelrolle einnehmen, indem sie gleichzeitig zu Produzenten und Konsumenten von Inhalten werden. Ein permanenter Mechanismus der Inhaltserstellung, -veränderung und -fortschreibung von privaten Online-Nutzern für private Online-Nutzer wird hierdurch ermöglicht.

Des Weiteren kann ein Trend zur Konsolidierung von Online-Nutzern auf Web-Plattformen, allen voran in sozialen Netzwerken, verzeichnet werden, die die Gesellschaft mittlerweile breit durchdringen. Inhalte, die in solchen Kommunikationsnetzwerken veröffentlicht werden, verändern sich wiederum hinsichtlich ihrer Verteilung von linear (1:n) zu polynomial (n:m), d. h. die Komplexität und damit die mögliche Berechnung der Verteilung wird extrem schwierig.

Das wesentliche Merkmal Sozialer Netzwerke ist, dass selbige Beziehungsnetzwerke darstellen, die wiederum Vertrauensnetzwerke erzeugen. Dies beeinflusst auch die Rezeption von Inhalten hinsichtlich ihrer Verbindlichkeit, da ein Vertrauensübertrag stattfindet, so dass von der Persönlichkeit des Veröffentlichenden auf den Inhalt geschlossen wird. Dieser Mechanismus greift auch bei der Multiplikation von Inhalten. Leiten mehrere Personen einen Inhalt weiter, mit denen ein Online-Nutzer in einem sozialen Netzwerk eine Vertrauensstruktur

¹⁴ Unter Echtzeit wird hier verstanden, dass eine Information, die im Internet publiziert wird, sofort für alle Internetnutzer auffindbar ist.

¹⁵ Reich, Sven; Weber, Arnd und Weinberger, Nora 2010: ITA-Monitoring „Klebrige Informationen“ (Kurzstudie). Karlsruhe: KIT: S. 6.

¹⁶ MedienKulturWiki (Großmann, Stefan und Grote, Lion) 2008: Digitalisierung. <<http://www.uni-lueneburg.de/medienkulturwiki/medienkulturwiki2/index.php/Digitalisierung>> (07.05.2012)

aufgebaut hat, misst er dem Inhalt automatisch eine höhere Bedeutung zu und ist eher geneigt, sich diesen anzusehen.

Allgemein führt die Ubiquität von Technologie und Inhalten zu einer radikalen Verkürzung von Informationsketten wie auch die Distribution von Inhalten in Echtzeit dazu führt, dass der zeitliche Abstand zwischen Ereignis und Wahrnehmung nahezu gegen Null geht. Dies wird noch zusätzlich durch die steigende Verwendung mobiler Endgeräte begünstigt, die es Nutzern ermöglicht, Informationen ortsungebunden zu verarbeiten, zu distribuieren und zu multiplizieren – längst ist von einer Mediatisierung des Alltags die Sprache. Der Online-Nutzer führt seine eigene portable Sendestation immer mit sich, die gleichzeitig nicht nur zur Sendung, sondern auch zur Erstellung medialer Inhalte direkt vor Ort eingesetzt wird. Das Smartphone wird zum mobilen Produktionsstudio für Videos und Fotos. Online-Nutzer sind dadurch in der Lage, Offline-Geschehnisse unmittelbar in digitalisierte Medieninhalte mit dokumentarischem Charakter zu überführen. Mit ihrer Veröffentlichung geht die Speicherung der Inhalte einher, so dass das Internet das größte dokumentarische Archiv der Welt darstellt, das zudem sekundlich in nie dagewesenem Ausmaß wächst.

Der immense Einfluss von Technologie auf die Individuen, die Gesellschaft formen, umfasst soziale Handlungen, prägt neue soziale Muster aus und fördert neue Kulturtechniken. Internetmedien werden generell non-linear und simultan präsentiert, so dass sich über Jahrzehnte eingeübte mediale Rezeptionsmuster verändern und sich neue Formen des Geschichtenerzählens wie auch der formal-ästhetischen Aufbereitung digitaler Daten ausbilden (Transmedia Storytelling, Remix, Mashup).

Die Simultaneität des Internets führt zu neuen Anforderungen hinsichtlich der Aufmerksamkeitsökonomie der Online-Rezipienten. Da alles immer und überall verfügbar ist, sich ständig wandelt und fortschreibt, wird die Fähigkeit des individuellen Filterns von Inhalten zunehmend wichtiger. Auch wenn die Archivfunktion des Internets dazu führt, dass theoretisch alle Inhalte verfügbar sind, sind diese dennoch höchst volatil, was in der begrenzten Aufmerksamkeitsspanne des Menschen begründet liegt. Darüber hinaus sind Internetmedien extrem emergent, was eine Kategorisierung zunehmend erschwert.

Hinsichtlich des Medienbegriffs sind generell ein Begriffs- bzw. ein Differenzierungsproblem zu beobachten. Die Begriffe traditionelle oder klassische Medien werden allgemein in Abgrenzung zu digitalen Medien gebraucht. Gemeint ist hier aber eigentlich die Unterscheidung von analogen und digitalen Medien. Die Bezeichnung digitale Medien wird wiederum synonym zu Neuen Medien verwendet, was sich aktuell auf Medien bezieht, die, wie oben definiert, in den binären Code überführt wurden. Der Begriff Neue Medien ist allerdings zeit- und kontextabhängig und wird meistens auf die neuesten medialen Entwicklungen bezogen; auch das Radio oder das Fernsehen wurden in der Zeit ihres Aufkommens als Neue Medien bezeichnet. Noch enger gefasst, meinen Neue Medien momentan eine Ansammlung von interaktiven und partizipativen Internet-Diensten wie z. B. soziale Netzwerke, Blogs, Foren, Image- und Videohoster oder Microblogging-Dienste. Diese werden auch wahlweise unter den Begriffen Web-2.0-Dienste, Social Media oder eingedeutscht Soziale Medien zusammengefasst.

Neue Medien werden jedoch begrifflich auch zur Abgrenzung von Social Media zu Medienformaten tradierter Medienanstalten verwendet, obgleich letztere auch zunehmend digital verfügbar sind. Hier bezieht sich die Unterscheidung in erster Linie auf den Medienproduzenten: Social Media meint von privaten Nutzern generierte Inhalte (UGC) im Gegensatz zu redaktionsgesteuerten Inhalten klassischer Formate wie z. B. die redaktionellen Angebote großer Tageszeitungen oder Fernsehsender. Die Grenzen sind indes fließend bis schwammig, da auch die sog. klassischen Medien (TV, Print, Radio) zunehmend in die neuen oder sozialen Medien überführt bzw. integriert werden. So bereiten Medienanstalten ihre Inhalte in Mediatheken auf, schaffen eigene Online-Angebote mit eigenständigen Redaktionen oder verwenden aktiv Social-Media-Dienste.

Die simpelste und treffendste Unterscheidung scheint die zwischen Off- und Online-Medien zu sein und innerhalb letzterer, zwischen redaktionell (also professionell) erstellten Medieninhalten und solchen, die von privaten Internetnutzern in Eigenregie produziert werden¹⁷.

An dieser Stelle wird deutlich, dass man in erster Linie von einer Digitalisierung der Mediengesellschaft sprechen sollte, da es im Kern um bisher neue Formen der vernetzten Erstellung, Distribution, Rezeption und Multiplikation von Inhalten privater Internetnutzer in der horizontalen Gesellschaft geht. Erst auf dieser Grundlage bilden sich auch neue Formen der medialen Öffentlichkeit heraus, begleitet von neuartigen Massenkommunikationsphänomenen, die ganz reale gesellschaftspolitische Auswirkungen haben können. Oftmals geht es hierbei um die Hinterfragung tradierter Herrschaftssysteme, die Kritik an selbigen wie auch an deren Vertretern und die Suche nach alternativen Modellen. Die Trennung zwischen privater und öffentlicher Sphäre gerät überdies zunehmend ins Wanken, so dass eine saubere Unterscheidung mittlerweile genauso schwierig erscheint, wie eine Unterscheidung in On- und Offline-Identitäten. Fakt ist, dass die Nivellierung der Produktionsmittel zur Medienerstellung, die vernetzte Publikation und Distribution medialer Inhalte und die neuen Möglichkeiten zur Selbstorganisation und kollaborativer Arbeit im Internet zu einer gesteigerten Einforderung von Partizipation an gesellschaftspolitischen Prozessen führen. Die technologische Innovation ermöglicht diese Prozesse in nie dagewesener Form und wirkt damit auf Politik und Demokratie ein.

¹⁷ „Die Kommunikationsprozesse des Internets sind, im Vergleich zu klassischen Medien, keine typischen Bereiche von professionellen oder bürokratischen Organisationen und verhalten sich auch in den meisten Fällen nicht zentralisiert“. In: Russ 2010: S. 157.

1.3 Was ist ein Internet-Tsunami?

Die Politik (in der BRD wie auch weltweit) sieht sich mit einem neuen, mächtigen Phänomen konfrontiert, der Mobilisierung von Menschenmassen über das Internet und die soziale Netzwerke. Ausläufer dieses Phänomens sind die bereits erwähnten globalen Straßenproteste, wie auch die europaweite Massenmobilisierung Anfang 2012, zu dem bei der europäischen Kommission entworfenen Anti-Produktpiraterie-Handelsabkommen kurz ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement). Doch nicht nur globale Themen werden in lokale Proteste übersetzt, sondern auch umgekehrt liefern lokale Themen Impulse zur Setzung der nationalen öffentlichen Agenda.

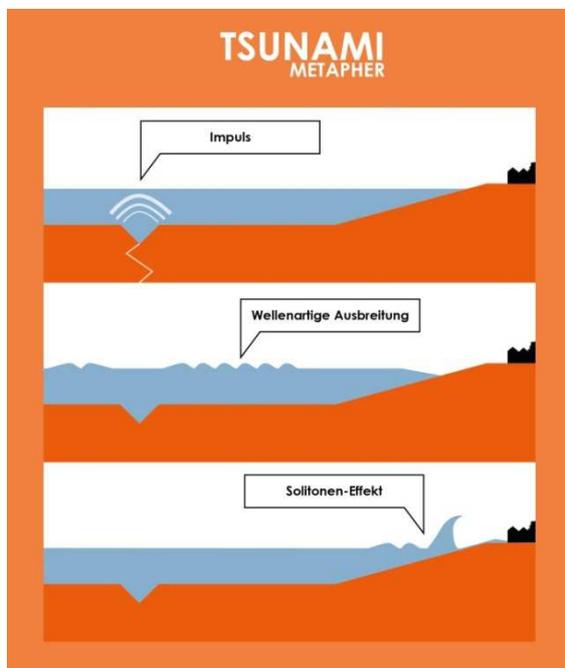
Dabei herrscht aus politischer Sicht Unklarheit und ein Mangel an gesichertem Wissen, wie solche Phänomene einzuschätzen sind bzw. wie mit diesen umgegangen werden soll. Auch die Wissenschaft konnte hierzu bisher nur begrenzt Antworten beitragen. Das zu untersuchende Phänomen ist in seiner Gesamtkomplexität größtenteils unerforscht, wissenschaftliche Studien sind in Arbeit, hinreichende Ergebnisse aus Forschungsprojekten sind allerdings erst mit einiger Zeitverschiebung zu erwarten. Auch diese Studie liefert keine endgültigen Antworten, sondern ist eher als der Beginn einer Diskussion zu verstehen.

Aufgrund verschiedener Eigenschaften wurde das zu untersuchende Phänomen Internet-Tsunamis getauft.

Definition

Ein Internet-Tsunami ist die themenbezogene Artikulation bestimmter politischer Meinungen bzw. Positionen von einer großen Anzahl an Menschen in einem sehr kurzen Zeitraum. Meinungsimpulswellen werden dabei durch einzelne Personen, Gruppen oder Mikronetzwerke erzeugt, stoßen im Internet auf verstärkende bzw. multiplizierende Resonanz und erzeugen Informationskaskaden. Diese werden durch die Leitmedien weiter verstärkt und münden in der Bildung politischer Massen in der Offline-Sphäre.

Der Begriff Internet-Tsunami ist eine Wortschöpfung von xaidialoge und in Anlehnung an das Naturphänomen metaphorisch zu verstehen. (siehe Abbildung 1-3)



(Bild 1) Tsunamis entstehen durch einen Impuls im Verborgenen, der unterschiedliche Ursachen haben kann (Unterwassererdbeben, Unterwasservulkanausbruch).

(Bild 2) Tsunamis verbreiten sich unauffällig in kleinen Wellen und sind daher in ihrem Ausmaß meist schwer oder gar nicht zu erkennen.

(Bild 3) Beim Übergang von einem Medium auf ein anderes (Wasser auf Erde, online zu offline) entsteht ein sog. Solitonen-Effekt, „die Riesenwelle“, die vermeintlich plötzlich auftritt, mit verheerenden, umwälzenden Folgen.

Abbildung 1-3: Tsunamimetapher

Die Tsunami-Metapher – Analogien zwischen realen und Internet-Tsunamis

Analog zu den Wasser-Tsunamis haben die Internet-Tsunamis einen Auslöser. Es gibt ein Ereignis in der realen Welt, über das im World Wide Web diskutiert wird und das damit der Ausgangspunkt von Internet-Tsunamis werden kann.

Technisch gesehen, kann der Auslöser eines Internet-Tsunamis nicht vorhergesehen werden. Die Ausbreitung von Internet-Tsunamis lässt sich nur im World Wide Web verfolgen. Mediensprünge innerhalb der virtuellen Welt können ggf. erkannt werden, der Übertritt und die Auswirkungen in der realen Welt sind software-technisch nicht analysierbar. (Abbildung 1-4: Internet-Tsunamis - Auslöser und Ausbreitungswege (beispielhaft))

Zu klären ist in diesem Zusammenhang auch, wann man von einem Internet-Tsunami überhaupt spricht. Nicht jedes Thema, das im World Wide Web diskutiert wird, „schlägt Wellen“ wie ein Tsunami. Ebenso muss geklärt werden, welche Themen für Politik, Gesellschaft, Demokratie relevant sind und damit auch beobachtet werden sollen.

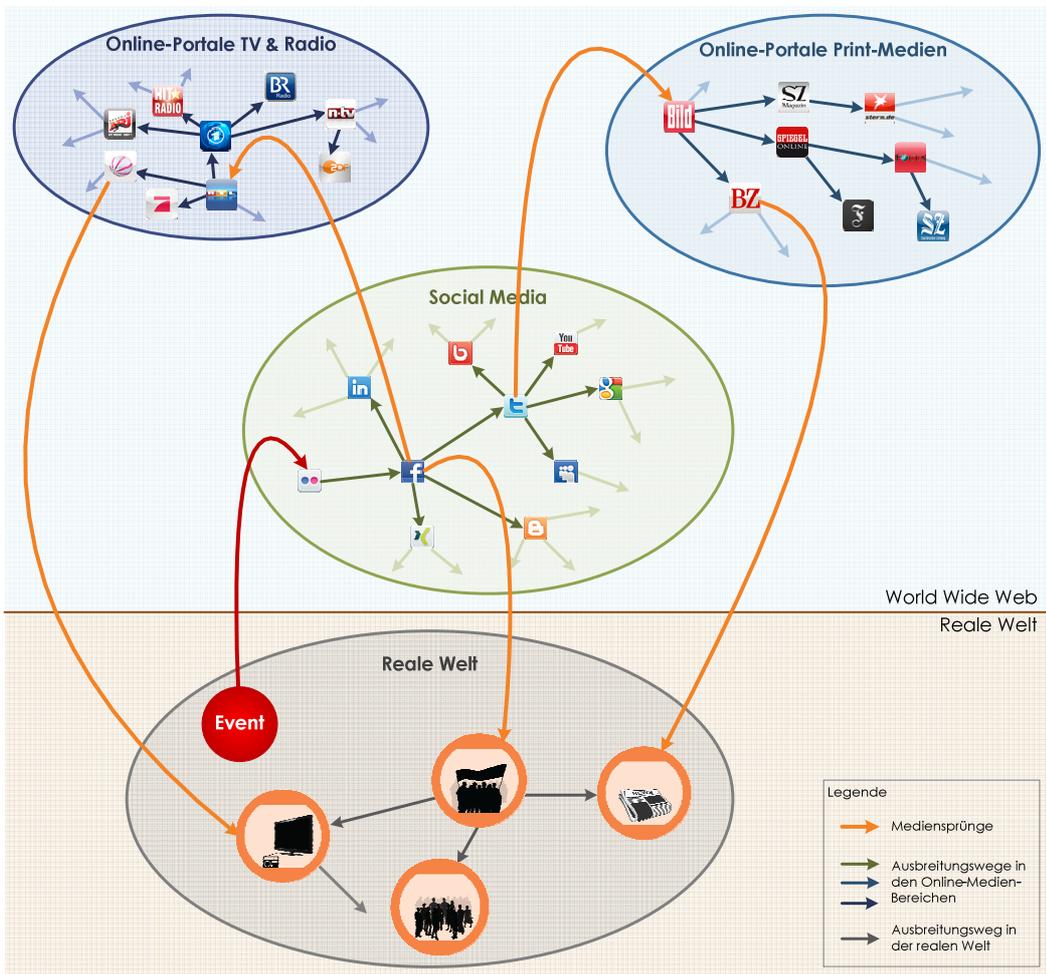


Abbildung 1-4: Internet-Tsunamis - Auslöser und Ausbreitungswege (beispielhaft)

Eine Metapher ist allerdings immer eine Vereinfachung der Realität, der Leser sollte nicht fehlgeleitet werden, dass es sich bei einem Internet-Tsunami um ein Naturphänomen handelt, dem wir ausgesetzt sind. Natürlich sind Internet-Tsunamis von Menschen gemacht, unter Nutzbarmachung elektronischer Hilfsmittel.

Der Gedanke an einen realen Tsunami weckt meist eine Reihe negativer Assoziationen. Eine Anspielung auf diese destruktive Kraft der Zerstörung ist im Rahmen dieser Studie jedoch keineswegs gewollt, auch wenn diese implizit mitschwingt. Hier geht es im Bedeutungshorizont der Metapher um die Kraft an sich, die ein Tsunami auf die reale Welt ausübt. Diese Kraft der Veränderung begegnet uns auch in Bezug auf Internet-Tsunamis, jedoch im Sinne gesellschaftspolitischer Veränderungen, die ein Internet-Tsunami anstoßen kann.

Im Fokus der hier vorliegenden wissenschaftlichen Untersuchung steht nicht die normative Bewertung der Folgen solcher Phänomene (Regimes-Stürze, Rücktrittserklärung o. ä.), sondern das Erkennen, Analysieren und Erklären von Mustern und Systemmechanismen.



Dabei gilt es insbesondere auch eine gesellschaftspolitische Perspektive einzunehmen, um der Frage nachzugehen, welche Folgen bzw. Einflüsse solche Massenkommunikationsphänomene auf unser politisches System und die Demokratie im allgemeinen haben kann. Etwas plakativ könnte man fragen, ob sich hier der „Volkswillen“ artikuliert oder ein paar wenige „Strippenzieher“ manipulativ agieren?



1.4 Forschungsaufbau und -leitende Fragestellung

Die hier präsentierten Ergebnisse gehen aus einem neunmonatigen, interdisziplinären Forschungsprojekt hervor, von Ende 2011 bis Mitte 2012 hervor. An dem Projekt beteiligt waren xaidialoge (Bereich der xailabs GmbH) und die Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder). xaidialoge war für die Leitung des Projekts verantwortlich.

Das primäre Ziel des Forschungsprojekts galt der Betrachtung und Analyse von Kommunikationsphänomenen politischer Massen im Internet, die als Internet-Tsunamis bezeichnet werden. Es handelt sich hierbei um vielschichtige, komplexe Phänomene, deren ausführliche Analyse unterschiedlicher Wissenschaftsdisziplinen bedarf. Ein interdisziplinärer und multiperspektivischer Forschungsansatz wurde gewählt, um Internet-Tsunamis aus unterschiedlichen Perspektiven zu untersuchen.

Aus kulturwissenschaftlicher Sicht werden die Auswirkungen des Internets auf das menschliche Verhalten und Zusammenleben, unter besonderer Beobachtung des Kulturraums Internet untersucht. Die sozialwissenschaftliche Perspektive dient der Rahmung und dem wissenschaftstheoretischen Überbau. Es geht um die Kommunikation und Konstitution sozialer Systeme und wie diese beobachtet werden können. Es scheint, dass Internet-Tsunamis eine neue Einflussgröße auf Politik bzw. den Politikprozess ausbilden. Diese zu bewerten ist Aufgaben der Politikwissenschaft. Bevor diese Bewertung vorgenommen werden kann gilt es zu evaluieren, wie das zu untersuchende Phänomen in der politischen Praxis wahrgenommen wird. Die geführten Interviews mit Politikern und politiknahen Akteuren liefern diese Politik Perspektive.

Die Untersuchung verfolgt in erster Linie zwei Zielsetzungen: Zum einen gilt es, ein scheinbar neues Phänomen der politischen Massenmobilisierung durch das Internet und die sozialen Medien zu untersuchen. Und zweitens sollen die Ergebnisse dieser Untersuchung dazu verwendet werden die Auswirkungen auf Politik, das politische System und die Demokratie zu bewerten.

Fragestellung

Die übergreifenden forschungsleitenden Fragestellungen lauten:

- Wie trägt das Internet dazu bei politische Massen zu mobilisieren und zu organisieren?
- Welche Auswirkungen haben Phänomene der Massenmobilisierung über das Internet auf die Politik und den Politikprozess, bzw. wie sind diese zu bewerten?

Diese übergreifenden Fragestellungen werden in den einzelnen Kapiteln nochmals genauer spezifiziert und verfeinert.

Hypothesen

1. Das Internet und die sozialen Netzwerke bilden neue Formen und Instrumente der Massenkommunikation und Massenmobilisierung aus.
2. Diese werden genutzt, um Bürgerinnen und Bürger für politische Themen zu aktivieren und zu mobilisieren sowie die dabei entstehenden politischen Massen zu organisieren. Ziel ist es dadurch Druck auf politische Entscheidungen und Entscheidungsträger auszuüben.

Die Kapitel der Studie entsprechen dem Forschungsverlauf, dabei wurden die insgesamt sieben Kapitel in drei Blöcke unterteilt. Die Blöcke geben die jeweilige forschungsstrategische Ausrichtung vor. Block I befasst sich mit der Themenfeldexploration, Block II mit der Analyse durch die unterschiedlichen Wissenschaftsdisziplinen, Block III bewertet die gewonnenen Erkenntnisse mit Blick auf Politik und Demokratie und fasst die Ergebnisse der Studie zusammen. Im Einzelnen bedeutet dies: Der Block I Themenfeldexploration beinhaltet die Kapitel 2 Explorative Interviews und Kapitel 3

Fallstudien. Die Phänomenbeschreibung in Kapitel 2 erfolgt anhand von einer breit aufgesetzten Interviewstaffel mit fast fünfzig Vertretern aus den Bereichen Politik, Wissenschaft, Medien, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Die Interviews dienten dazu das Themenfeld in seiner Breite und Diversität zu eröffnen und abzustecken. In Kapitel 3 galt es an konkreten Beispielen tiefgehende Phänomenbeschreibungen vorzunehmen und Grundlagen für spätere Analysen zu extrahieren, hierzu wurden Fallstudien über die Plagiatsaffäre Guttenberg, Occupy Wallstreet, den Arabischen Frühling sowie die Anti-ACTA-Proteste angefertigt.

Block II befasst sich mit der detaillierten Analyse der zu untersuchenden Phänomene aus der Sicht unterschiedlicher Wissenschaftsdisziplinen. In Kapitel 4 wird dabei aus einer kulturwissenschaftlichen Perspektive untersucht in wie fern Kampagnenstrukturen, On-/Offline-Wechselwirkungen, Verteilungsmechanismen und massenpsychologische Reaktionen eine mögliche Erklärungsgrundlage für das Phänomen der Internet-Tsunamis bieten. Kapitel 5 befasst sich mit einer soziologischen Betrachtung des Phänomens, darunter fallen unter anderem die theoretische Auseinandersetzung mit den Begriffsdefinitionen von öffentlich und privat sowie eine Analyse der Massenmedien auf Basis eines systemtheoretischen Frameworks. Im letzten Abschnitt wird dann auf die Erweiterung der klassischen Massenmedien durch das Internet eingegangen.

Block III behandelt die politischen Auswirkungen und beschäftigt sich mit deren Bewertungen. Dabei geht es in Kapitel 6 um die Bewertung der zu untersuchenden Phänomene mit ihrer Wirkung auf den Politikprozess. Es werden Veränderungen in der politischen Beteiligungskultur, ausgelöst durch das digitale Zeitalter aufgezeigt. Letztlich wird die Position der Bundesregierung gegenüber Überwachungstechnologien kritisch hinterfragt. Kapitel 7 schließt die Studie mit Konklusionen, unter Bezug auf die eingangs aufgeworfene Fragestellung ab und wagt einen Ausblick auf Basis von sieben Thesen.

Dem Anhang sind Abbildungs-, Tabellen- und Literaturverzeichnis zu entnehmen.



EXPLORATION

BLOCK I: EXPLORATION



2 Explorative Interviews

Im folgenden Kapitel wird das Phänomen der Internet-Tsunamis genauer untersucht. Da es sich um ein neues und daher weitgehend unerforschtes Phänomen handelt, wurden zur Themenfeldexploration eine breit aufgesetzte Interviewstaffel mit fast fünfzig Vertretern aus Politik, parteinahen Stiftungen, Wissenschaft, zivilem Aktivismus, NGOs, Medien und Wirtschaft durchgeführt.

Die Interviews dienten dazu, die Breite des Themenfelds zu erfassen, unterschiedliche, teils stark voneinander divergierende Positionen zu evaluieren und zu verstehen.

Die Interviewauswertung erfolgt um die Themenfelder Internet-Technologie und Kommunikationsnetzwerke, Veränderungen im Mediensystem, die Wirkung des Internets auf Gesellschaft, Mechanismen der Mobilisierung von Campaigning bis Manipulation sowie der Wirkung von Internet-Tsunamis auf Politik und Demokratie.

” Daß die Menschheit in diesem höchst instabilen und gefährlichen Zustand lebt und abhängig ist von einer Technik, die sie kaum noch durchschaut, ist keine zwangsläufige Folge der technischen und wissenschaftlichen Entwicklung – es ist eine Folge des moralischen und politischen Entwicklungsstandes der Gesellschaft.“

- Karl Raimund Popper (1902 – 94), Philosoph u. Wissenschaftslogiker

2.1 Untersuchungsdesign

Welchen Einfluss hat das Internet auf Demokratie und Gesellschaft? Inwiefern verändern online-basierte Kommunikationstechnologien Politik bzw. den Politikprozess? Wie wird das Phänomen der Internet-Tsunamis wahrgenommen und bewertet?

Die sind im Kern, die Fragestellungen, die am Anfang der Forschungsarbeit standen. Antworten auf diese Fragen sind an den Schnittstellen und Übergängen der Themenbereiche Politik, Technologie, Medien und Gesellschaft zu suchen. Eine wissenschaftliche Untersuchung, die dieser Komplexität gerecht werden möchte, muss daher auf ein breites Fundament gestellt werden und über Textanalysen hinaus, möglichst viele unterschiedliche Perspektiven erkunden. Das Forscherteam entschied sich daher für eine explorative Interviewstaffel, um ein möglichst hohes Maß an inhaltlicher Diversität zu generieren.

Explorative Interviews auf Basis einer narrativen Befragung eröffnen das Themenfeld. Anders als in den meisten klassischen Befragungen folgt die Auswahl der Interviewten für eine narrative Befragung nicht dem Kriterium der klassischen statistischen Repräsentativität. Ziel ist es vielmehr, durch die Auswahl der Stichprobe eine inhaltliche Repräsentativität zu erzeugen. Diese wird gewährleistet durch eine maximale Heterogenität der Stichprobe. Die Auswahl der Interviewten sollte dabei die Breite des Themenspektrums widerspiegeln. Ein Augenmerk war daher auf eine möglichst große Diversität der Interviewpartner gelegt.

Die Interviewpartner wurden aus den Bereichen Politik, Wissenschaft, Medien und Wirtschaft ausgewählt und später um die Bereiche NGO, Aktivisten und parteinahe Stiftungen ergänzt. Waren zunächst zwischen 20 und 30 Interviews geplant, so führte die zunehmende Erkenntnistiefe, wie auch das durchweg große Interesse der Interviewpartner in Bezug auf das Untersuchungsthema, zu einer Erweiterung auf 47 Interviews. Es zeigte sich, dass selbst im zuletzt geführten Interview noch neue, für die Untersuchung relevante Perspektiven eröffnet wurden. Dem Engagement und der Offenheit der Interviewten soll an dieser Stelle nochmal ausdrücklich gedankt werden. Die Interviewinhalte sind derart weitreichend, dass selbige in ihrer Gesamtheit hier nicht dargestellt werden können. Wir bitten daher zu entschuldigen, wenn einige der von den Interviewten getätigten Aussagen nicht in der finalen Auswertung enthalten sind.

Untersuchungsdesign und Auswertungsstrategie erfolgten in fünf Schritten:

1. Erste Interviewphase mit 20 geführten Interviews
2. Workshop zur Zwischenauswertung und Bildung materialorientierter Auswertungskategorien
3. Zweite Interviewphase mit 27 geführten Interviews
4. Codieren der einzelnen Interviews gemäß der Auswertungskategorien
5. Ausformulierung der Interviewauswertung

Erste Interviewphase

Die Interviewführung folgte einem narrativen Ansatz. Innerhalb eines vorgegebenen Themenkorridors steuerten die Interviewten, entsprechend des Erzählflusses und der eigenen Expertisen, den Gesprächsverlauf selbst. Die Interviewer hinterfragten und paraphrasierten die Antworten der Interviewten, ohne eigene Inhalte einzustreuen. Eine solche Methode wird als narrative Befragung bezeichnet und basiert auf sog. generativen (sich selbst erzeugenden) Interviews¹⁸, die mit der Methode des Storytellings¹⁹ verwandt sind. Auf einen zuvor angefertigten Fragekatalog wurde daher verzichtet. Zu Beginn der Interviews wurden die Interviewten in der Regel dazu aufgefordert von ihrem persönlichen Werdegang mit Bezug auf das Internet zu berichten. Im Anschluss wurde jeweils gefragt, in wie fern das Internet den Bereich des Interviewten (Politik, Medien etc.) verändert. Die Interviews wurden im Rahmen eines persönlichen Gesprächs vor Ort, per Telefon oder Skype von jeweils zwei Interviewern durchgeführt. Die Interviewdokumentation erfolgte in einigen Fällen durch Video- und Audioaufnahmen, andere Interviews wurden handschriftlich dokumentiert.

Workshop Zwischenauswertung

Nach 20 geführten Interviews kamen alle Interviewer für einen Workshop zur Zwischenauswertung der bisherigen Ergebnisse zusammen. Innerhalb dieses Workshops wurden Auswertungskategorien bestimmt. Auf Basis der geführten Interviews isolierten die Workshop-Teilnehmer Begriffe und Begriffskombinationen, aufgrund derer sich Inhalte und Zusammenhänge der Interviews in grundlegende Kategorien unterteilen ließen. Nach einer Sammlung aller für den Untersuchungsgegenstand relevanten Kategorien, wurden diese wiederum in einem diskursiven Prozess „geclustert“ und Meta-Kategorien bestimmt. Die so entstandene Landkarte enthält Aufmerksamkeitsfelder mit den entsprechenden Kausalitäten. Es konnten sechs Meta-Themen identifiziert werden, die sich jeweils schlagwortartig in weitere Unterbereiche gliedern ließen, wie der Auswertungsmatrix entnommen werden kann (vergl. nachfolgende Abbildung).

¹⁸ vergl. Scharmer, C. Otto 2007: Theory U. Cambridge: The Society for Organizational Learning: S. 11 ff.

¹⁹ vergl. Frenzel, Karolina; Müller, Michael und Sottong, Hermann 2004: Storytelling: Das Harun-al-Raschid-Prinzip. Die Kraft des Erzählens für Unternehmen nutzen. München Wien: Hanser Verlag.



Abbildung 2-1: Landkarte mit Meta-Themen und Unterkategorien

Zweite Interviewphase

Die Landkarte mit Meta-Themen und Unterkategorien wurde in den darauf folgenden 27 Interviews überprüft, weiter verfeinert und ergänzt. Sie diene zudem fortan als Grobraster zur Interviewführung, um Themenkorridore zu öffnen, ohne dabei in die inhaltliche Steuerung des Interviewverlaufs einzugreifen. Die sechs Meta-Themen dienten der Interviewauswertung als Struktur und entsprechen den sechs hier folgenden Unterkapiteln. Die Meta-Themen sind eng miteinander verbunden, wodurch sich eine klare Trennung als problematisch erwies. Die hier präsentierte Aufteilung ist daher der Subjektivität der verantwortlichen Forscher geschuldet.

Codieren der Interviews

Die Auswertungsmatrix mit Meta-Themen und Unterkategorien wurde zur Vorbereitung des Codierens in eine Mind-Map²⁰ überführt.

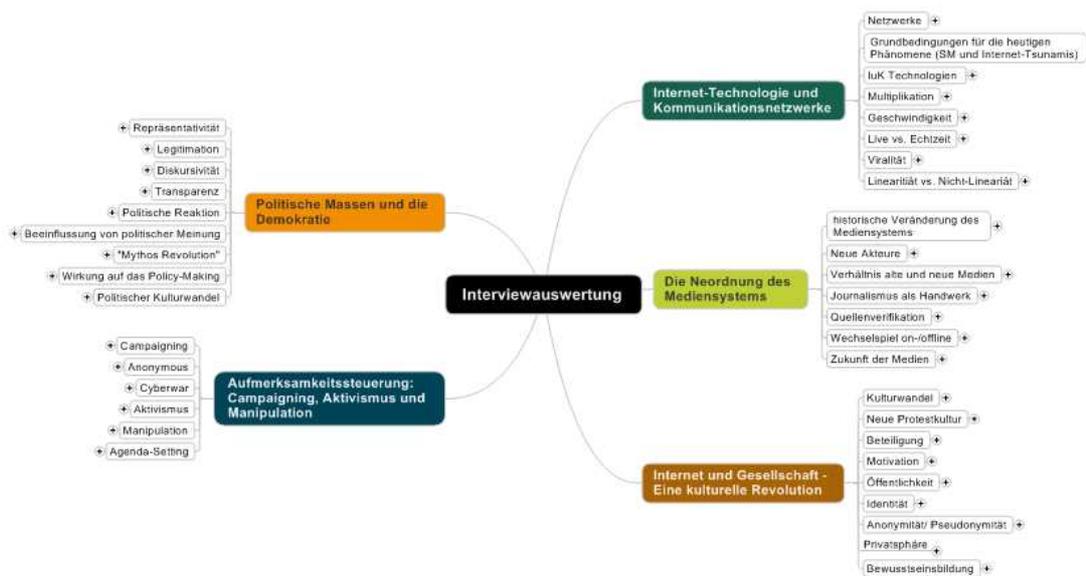


Abbildung 2-2: Mind-Map Interviewauswertung

Unter Verwendung der Interviewdokumentationen (Video, Audio und handschriftliche Vermerke) wurden die Inhalte jedes einzelnen Interviews klassifiziert und bedeutende Aussagen den jeweiligen Auswertungskategorien zugeordnet. Resultat ist eine alle relevanten Aussagen involvierende Mind-Map, die als roter Faden und Leitinstrument für die Ausformulierung der Interviewauswertung.^{21 22 23}

²⁰ Mind-Mapping ist eine von Tony Buzan in den 70er Jahren entwickelte Methode zum Erschließen und visuellen Darstellen von Themengebieten. Eine Mind-Map besteht aus beschrifteten Baumdiagrammen, die Hauptäste entsprechen dabei den Meta-Themen, die sich gemäß den Unterkategorien weiter verzweigen. Vergl. Kirckhoff, Morgens 1989: Mind Mapping: Die Synthese von sprachlichem und bildhaften Denken. 2. Auflage, 1. Auflage 1988, Berlin: Synchron Verlag.

²¹ Für weitere Details zum methodischen Vorgehen siehe: Flick, Uwe; von Kardorff, Ernst und Steinke, Ines (Hg.) 2010: Qualitative Forschung: Ein Handbuch. 8. Auflage, 1. Auflage 2000, Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag. Insbesondere die Beiträge von Schmidt, Christiane: Analyse von Leitfadenterviews: S. 447 - 456 und Böhm, Andreas: Theoretisches Codieren: Textanalyse in der Grounded Theory: S. 475 - 485

²² vergl. Glaser, Barney G. und Strauss, Anselm L. 2010: Grounded Theory: Strategien qualitativer Forschung. 3. Auflage, Bern: Huber Verlag

²³ vergl. Lachenmayer, Jan 2009: Explorative Culture Analysis [ECA] – Micro Anthropology Through Storytelling, <http://www.systemic-excellence-group.com/shared/files/papers/SEgroup_Explorative_Culture_Analysis.pdf> (18.05.2012)

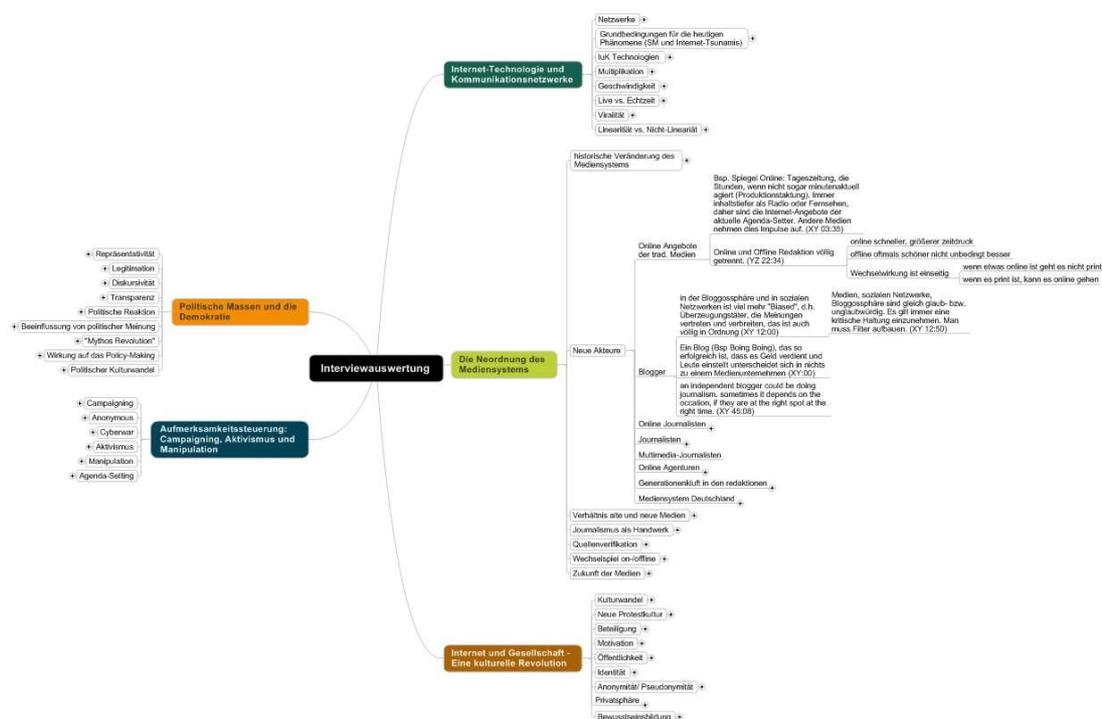


Abbildung 2-3: Mind-Map Interviewauswertung inkl. Einbindung der relevanten Aussagen

Präsentation der Interviewergebnisse

Die im Folgenden präsentierten Interviewergebnisse entsprechen den Aussagen der Interviewten und stimmen nicht notwendigerweise mit den Meinungen des Forscherteams überein. Alle Interviews sind streng vertraulich geführt worden, die Interviews wurden daher codiert und durchnummeriert. Im folgenden Teil wurde zu Gunsten der Lesbarkeit, auf Verweise zu den einzelnen Interviewnummern verzichtet. Im weiteren Verlauf der Studie erfolgt allerdings bei Textteilen, die sich auf Aussagen in den Interviews beziehen eine Referenz zur Interviewnummer (z. B. Interview 01, 02, 03, etc.).

Für die Darstellung der Interviewergebnisse wurde versucht, so nah wie möglich an den originalen Aussagen der Interviewten zu bleiben. Analysen und Bewertungen des Forscherteams erfolgen in den Kapiteln nach der Interviewauswertung.

Nach der Auflistung der Interviewpartner folgt die Interviewauswertung.

Die folgenden Personen wurden interviewt:

- **Bereich Aktivisten**

Person	Organisation, Position
Hans Hübner	Selbstständig Netzaktivist
Michael Seemann	Selbstständig Blogger, Netzaktivist
Thomas Stellig und Ulrich Riebe	Echte Demokratie jetzt Bürgerjournalisten

- **Bereich Medien**

Person	Organisation, Position
Beate Frees	ZDF Leiterin der Abteilung Online-Research
Falk Lüke	Selbstständiger Journalist Blogger, Netzaktivist
Frank Patalong	Spiegel Von 1999 bis 2011 Leiter der Netzwelt von SPIEGEL ONLINE
Katrin Busemann	ZDF Medienforscherin
Oliver Michalsky	WELT-Gruppe Stv. Chefredakteur
Dr. Tim Weber	BBC Business and technology editor, BBC News website
Zahi Alawi	Deutsche Welle Freier Journalist und Online-Medien Experte

- **Bereich Nichtregierungsorganisationen**

Person	Organisation, Position
Andy Müller-Maguhn	Chaos Computer Club e. V. ehem. Vorsitzender
Daniel Reichert	Liquid Democracy e. V. Vorstandsvorsitzender
Jacob Fricke	LobbyControl – Initiative für Transparenz und Demokratie e. V. Campaigner
Volker Gaßner	Greenpeace Redaktionsleiter Presse, Recherche und Neue Medien
Yves Venedey	Campact e.V. Pressesprecher

- **Parteinahne Stiftungen**

Person	Organisation, Position
Andreas Thomsen	Rosa-Luxemburg-Stiftung Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Netzpolitik
Boris Eichler	Friedrich-Naumann-Stiftung Online-Referent, Redaktion der Freiheit
Dr. Andreas Poltermann	Heinrich-Böll-Stiftung Leiter Politische Bildung Inland
Dr. Ronald Meinardus	Friedrich-Naumann-Stiftung Leiter des Regionalbüros in Kairo
Dr. Stephan Eisel	Konrad-Adenauer-Stiftung Projektleiter, ehem. MdB, Autor
Nicole Zeuner	Friedrich-Ebert-Stiftung BerlinPolitik im Forum Berlin
Norbert Bicher	Friedrich-Ebert-Stiftung Sprecher für das Themenportal Medien

- **Politik**

Person	Organisation, Position
Dr. Helge Braun	BMBF Parlamentarischer Staatssekretär
Dr. Peter Tauber	CDU MdB, Mitglied Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“
Dr. Reinhard Brandl	CSU MdB, Mitglied Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“
Fabio Reinhardt	Piratenpartei Mitglied des Abgeordnetenhaus von Berlin
Halina Wawzyniak	DIE LINKE MdB, Mitglied Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“
Jimmy Schulz	FDP MdB, Mitglied Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“
Dr. Konstantin von Notz	Grüne MdB, Mitglied Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“
Lars Klingbeil	SPD MdB, Mitglied Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“
Pavel Mayer	Piratenpartei Mitglied des Abgeordnetenhaus von Berlin
Ralf Lesser	BMI Projektgruppe Netzpolitik

- **Wirtschaft**

Person	Organisation, Position
Andreas Gebhard	newthinking communications GmbH Geschäftsführer
Benjamin Heidersperger	Ponton Lab GmbH Geschäftsführer
Dirk Lüsebrink	ART+COM AG Geschäftsleitung Entwicklung

• **Wissenschaft**

Person	Organisation, Position
Assoc. Prof. Alfred Hermida	University of British Columbia Associate Professor, UBC Graduate School of Journalism
Dr. Christian Russ	Alpen-Adria-Universität Klagenfurt Wirtschaftspsychologe, Autor
Dr. Jeanette Hofmann	WZB Sachverständige der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“
Dr. Jürgen Feick	Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung Managing Editor des Socio-Economic Review
Dr. Michael Nagenborg	Universität Tübingen, Internationales Zentrum für Ethik in den Wissenschaften Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Dr. Stephan Humer	Universität der Künste Berlin, Arbeitsbereich Internetsoziologie Universitätsdozent und Forschungsleiter
Marcus Michaelsen	Universität Erfurt Kommunikationswissenschaftler
Miguel Garcia	Richmond University, The American International University London Abchlussarbeit Arab Spring, Blogger, Soziale Medien und Kommunikationsexperte bei TechHub London
Prof. Debora Weber-Wulff	HTW Berlin Professor für Medien und EDV
Prof. Howard Rheingold	Selbstständig Sozialwissenschaftler, Autor
Prof. Karsten Weber	Brandenburgischen TU Cottbus Professor für Allgemeine Technikwissenschaften
Prof. Wolfgang Ernst	Humboldt Universität Professor für Medientheorien

2.2 Internet-Technologie und Kommunikationsnetzwerke

Im folgenden Kapitel werden die Aussagen der Interviewten zusammengefasst, die das Internet und die zu untersuchenden Phänomene der Internet-Tsunamis unter einer technischen Perspektive betrachten. Im Wesentlichen geht es dabei um technologiebedingte Mechanismen und Gesetzmäßigkeiten, die sich durch die Infrastruktur des Internets und die Kommunikation in Netzwerken ergeben.

Das Internet ist ein Netzwerk

Das Internet als permanentes Netzwerk ermöglicht es Menschen miteinander zu kommunizieren. Wollte man in Zeiten vor dem Internet Menschen zusammenbringen, zu unterschiedlichen Zwecken, um Geschäfte zu tätigen, Erfahrungen und Wissen auszutauschen oder Proteste zu organisieren, so war man in einem Defizit. Das Defizit nicht zu wissen, wer und wo die entsprechenden gleichgesinnten Interessenten sind und über welche kommunikativen Instrumente man diese erreichen kann. Die breitenwirksame Kommunikation war zwar möglich, aber kostenintensiv und von Gatekeepern versehen (Massenmedien) oder in Reichweite und Skalierung stark begrenzt (Marktplatz). Das Internet als permanente Kommunikationsinfrastruktur dreht diesen Prozess um. Ein Großteil der Bevölkerung ist über dieses Netzwerk miteinander verbunden, soziale Kontakte und Verbindungen bekommen so eine technisch-infrastrukturelle Entsprechung. War früher die einfachste Möglichkeit zur politischen Partizipation eine Partei zu gründen, zu suchen oder einzutreten, so ergeben sich heute weitere vielfältige Beteiligungsformen.

Schon vor den Zeiten des Internets stellte der Wissenschaftler Stanley Milgram in seinem „Kleine-Welt-Phänomen“ die These auf, dass über eine Kette von sechs persönlichen Kontakten zwei x-beliebige Menschen in den USA miteinander verbunden werden können.²⁴ Diese latenten Mensch-zu-Mensch-Verbindungen werden durch das Internet potenziell nutzbar gemacht. Vorbedingung für die Massentauglichkeit des Internets war die Senkung der technischen Barrieren. Einen Schlüsselschritt bei dieser Entwicklung stellt der Internet-Browser dar. Heute ist es für Internetnutzer selbstverständlich über MS Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome oder Apple Safari das Internet anzusteuern. Die Macht der Oberfläche kommt zum Tragen, da nur wenige Menschen Maschinensprachen beherrschen, kommuniziert die breite Masse über sog. Interfaces, die durch Einfachheit bestechen und Zugangshürden senken – man denke nur an die Eingabemaske von Google. Eine tiefere technische Expertise ist nicht notwendig, einfache Klienten machen es Jedermann möglich, unterschiedlichste Dienste im Internet zu nutzen.

Einen weiteren entscheidenden Entwicklungsschritt stellt die Einführung und breite gesellschaftliche Durchdringung durch soziale Netzwerke dar. Eine Entwicklungsstufe die unter

²⁴ vergl. Wikipedia (o. V.) 2012: Kleine-Welt-Phänomen. <<http://de.wikipedia.org/wiki/Kleine-Welt-Ph%C3%A4nomen>> (07.05.2012)

das Stichwort Web 2.0 fällt. Muster menschlichen Verhaltens und menschlicher Kommunikation, die vorher unsichtbar erschienen, werden sichtbar und öffentlich. Darunter fällt allerdings jegliche Form menschlicher Kommunikation, eben auch Klatsch und Tratsch oder das Flurgespräch mit dem Nachbarn (Informationen, auf die der eine oder andere auch gerne verzichten würde). Mensch-zu-Mensch-Verbindungen und soziale Kontakte sind heute durch das Internet in einer nie dagewesenen Breite nutzbar. Das Internet als Netzwerkinfrastruktur verkürzt Kommunikationswege und reduziert Kommunikationskosten.

Soziale Medien oder besser Internetkommunikationssysteme

Im Gegensatz zum Fernsehen, bei dem es sich um ein Konsummedium handelt, ist das Internet hauptsächlich ein Aktivitätsmedium. Im Internet müssen Informationen aktiv gesucht werden. Die Hyperlink-Struktur des Internets eröffnete gegenüber den bis dahin gängigen hierarchischen Ordnungssystemen völlig neue Wege, um gezielt an Informationen zu gelangen. War das Verschriftlichte im Vorinternetzeitalter linear mit einer klaren Hierarchie im Text, nach Textfluss, Seiten, Kapiteln und Fußnoten durch den Autor organisiert, so navigieren sich Nutzer (engl. User) nach ihrer eigenen nichtlinearen Textlogik durch das Internet. Geschuldet ist dies der Netzwerkstruktur des Internets und der damit verbundenen nichtlinearen Organisation. Mehr noch werden Nutzer selbst vielfach zu Produzenten, Autoren und Herausgebern. Sogenannter „User Generated Content“ oder kurz UGC füllt insbesondere die sozialen Medien mit Inhalten.

Ein wertvoller Beitrag bezüglich der Begrifflichkeit soziale Medien kam von einem Interviewten, der anmerkte, dass Medien per se nicht sozial seien. Im Gegenteil würde Facebook, aus seiner Sicht, eher „asoziale“ Mechanismen ausbilden, in dem gruppendynamische Zwänge und Datenoffenlegung als etwas grundlegend Gutes verherrlicht werden, wobei gleichzeitig die Nutzer Facebook-intern als Target bezeichnet würden und Menschen als Bedarfsträger an Werbekunden, Regierungen und Gemeindendienste verkauft werden. Als begriffliche und präzisere Alternative schlug er daher die Terminologie Internetkommunikationssysteme vor. Zweck und Anbieter unterscheiden sich dabei erheblich. Softwareanwendungen unterliegen zunächst den gleichen Gesichtspunkten wie alle anderen zu betrachtenden Kulturräume. Die grundlegende Fragestellung lautet daher, in welchem strukturellen Umfeld man sein Anliegen verarbeiten möchte?

Facebook ist bezüglich der Reichweite das tragfähigste soziale Netzwerk. Dabei stellt es vor allem eine niedrighschwellige Kontaktmöglichkeit her und schafft soziale Nähe, eine Einschätzung die nicht alle Interviewten teilten. Google Plus (google+) wurde dagegen als bisher noch elitär eingestuft. Einigkeit herrscht über die Einschätzung von Twitter, als Beschleunigungssystem dient es der Weiterleitung von Informationen, allerdings weniger der Diskussion.

Eine andere Perspektive auf diese Internetkommunikationssysteme ist die Möglichkeit des Profiling's von Nutzerkonten bei Facebook, Twitter und Co. In repressiven Staaten und durch Nachrichtendienste werden Protagonisten über Mustererkennung und Beziehungsstrukturen, teilweise in Echtzeit identifiziert. Gerade westliche Firmen machen mit Spionagetechnologien ethisch fragwürdige Geschäfte. Dies ist die Kehrseite des Hypes, um die „revolutionären“

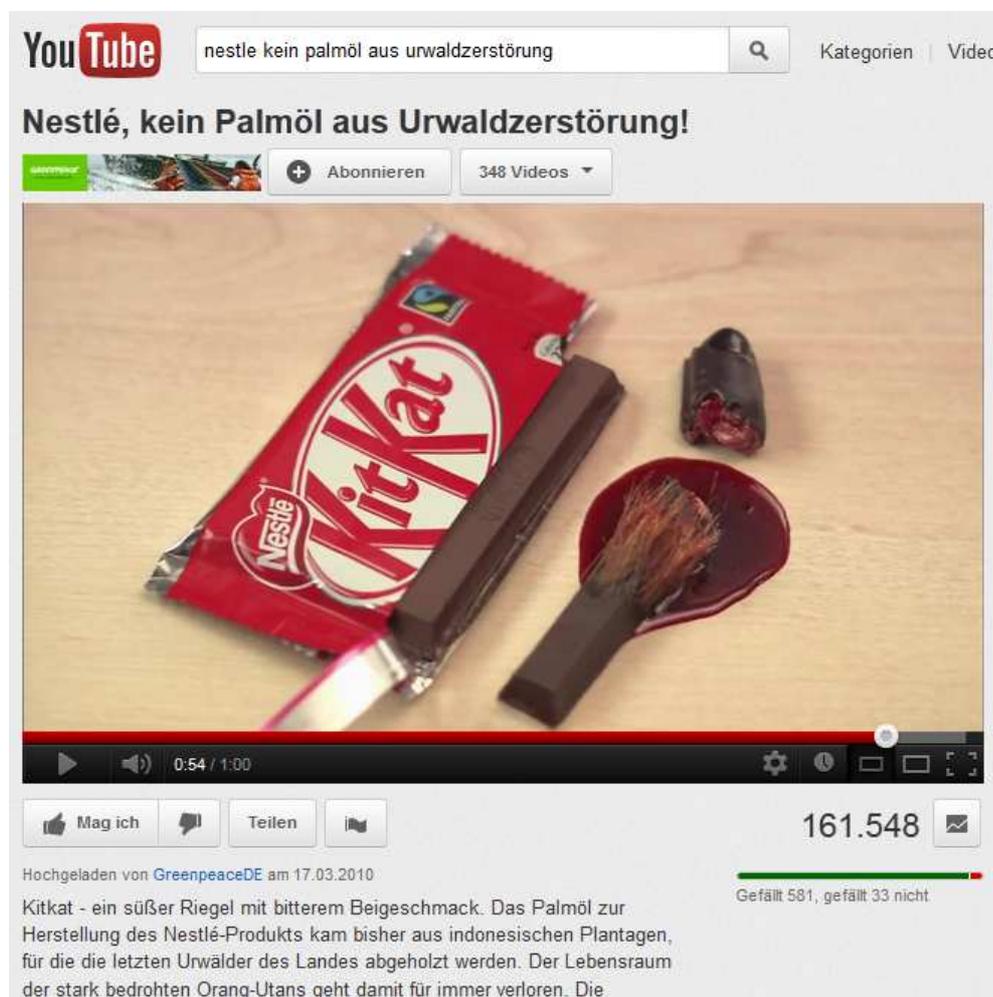
Potenziale sozialer Medien. Ein Medium bleibt ein Medium, was damit getan wird, hängt alleine vom Nutzer ab. Ein Interviewter machte die treffende Bemerkung: „Twitter- oder Facebook-Revolution macht so viel Sinn, wie zu sagen es war eine Telefon-Revolution“.

Dennoch verändern die Potenziale von UGC die Medienmacht. Massenmedien als Filter von Informationen verlieren ihr Alleinstellungsmerkmal. Gerade die Möglichkeit, durch Handyvideos Geschehnisse zu dokumentieren, bricht bei den Rezipienten die Distanz und kreiert eine Nähe zum Sachverhalt. Die Verbreitung von Smartphones und Flatrates vergrößern diesen Trend weiter. Der Bürgerjournalist kann heute direkt vor Ort Bericht erstatten und YouTube wird potenziell zum neuen Nachrichtenportal.

Etablierte Machtstrukturen scheinen sich aufzuweichen, denn das Internet gibt Menschen eine Stimme, die vorher keine hatten, oder mit einer Durchschlagkraft, wie dies vorher nicht möglich war. In Echtzeit mit 10 – 10.000 Menschen zu sprechen, ist heute möglich, allerdings ein zweiseitiges Schwert, denn es kann auch immer für manipulierende, negative Effekte ausgenutzt werden, wie im weiteren Verlauf der Studie genauer erläutert werden soll.

Multiplikation

Durch die Digitalisierung werden Daten bei gleichbleibender Qualität beliebig replizierbar. Sind Daten einmal veröffentlicht, können sie nicht mehr zurückgeholt oder kontrolliert werden. Das Rausnehmen oder Löschen verliert die intendierte Wirkung, ganz im Gegenteil bewirkt sie oft Gegenläufiges: weitere Vervielfältigung und dadurch mehr Aufmerksamkeit. Prominentes Beispiel ist hier die Greenpeace-Kampagne gegen Nestlé. Ein von Greenpeace hergestellter Werbespot für den Schokoriegel Kitkat macht dabei auf die Verwendung von Palmölen aufmerksam, die aus Bezugsquellen stammen, die zur Urwaldzerstörung beitragen. Als Nestlé den Werbespot von YouTube löschen ließ, war dieser bereits vielfach multipliziert und die Löschung löste einen negativen Aufschrei im Internet und einen damit verbundenen Imageverlust für Nestlé aus.



YouTube

nestle kein palmöl aus urwaldzerstörung

Kategorien | Video

Nestlé, kein Palmöl aus Urwaldzerstörung!

Abonnieren 348 Videos

0:54 / 1:00

161.548

Hochgeladen von GreenpeaceDE am 17.03.2010

Gefällt 581, gefällt 33 nicht

Kitkat - ein süßer Riegel mit bitterem Beigeschmack. Das Palmöl zur Herstellung des Nestlé-Produkts kam bisher aus indonesischen Plantagen, für die die letzten Urwälder des Landes abgeholzt werden. Der Lebensraum der stark bedrohten Orang-Utans geht damit für immer verloren. Die

Abbildung 2-4: Nestlé, kein Palmöl aus Urwaldzerstörung²⁵

Das revolutionäre Potenzial des Internet speist sich aus der beliebigen Multiplizierbarkeit von Daten gepaart mit einem globalen Verteilungsnetzwerk. Neben dieser Grundkonfiguration gibt es weitere Merkmale des Internets und der Netzwerkkommunikation, die im Folgenden beschrieben werden.

Datenbereitstellung und Verfügbarkeit

Im Internet stehen viele Daten zeitgleich, parallel zur Verfügung. Vorstellen kann man sich dies, wie Akustik im Raum, Geräusche sind permanent zugegen, dennoch kann man sich auf bestimmte einzelne Töne, wie eine Stimme fokussieren. Ebenso ist man im Internet von einer Flut von Informationen umgeben, entscheidend ist aber die Information, die wir suchen und wahrnehmen.

²⁵ YouTube (GreenpeaceDE) 17.03.2010: Nestlé, kein Palmöl aus Urwaldzerstörung. <<http://www.youtube.com/watch?v=IzF3UGOIVDc>> (07.05.2012)

Informationen stehen im Internet sofort nach Erfassung bzw. Änderung zur Verfügung. Dabei spielt es keine Rolle, in welcher Form die Speicherung erfolgt – analog wie auch erzeugte Geräusche sofort von jeder sich im Raum befindenden Person wahrgenommen werden können. Im Internet gespeicherte Informationen können grundsätzlich sofort von jeder im Internet befindlichen („surfenden“) Person „wahrgenommen“ (gefunden) werden.

Im Gegensatz dazu können die traditionellen Medien (Radio, Fernsehen, Zeitung) von der Politik zensiert werden. Traditionelle Medien werden über eine zentrale Stelle verbreitet (Radio- oder Fernsehanstalt, Zeitungsverlag etc.). Hier gibt es die Möglichkeit vor der Verteilung einzugreifen und die Verteilung von Informationen zu verhindern. Das Internet ist ohne zentralen Punkt konzeptioniert, es bestehen viele Informationsverteilungsknoten, die permanent online sind. Dementsprechend ist es nicht vorhersehbar, wo und wann neue Informationen im Internet bereitgestellt werden. Frei publizierte Informationen im Internet sind immer sofort für alle sichtbar. Es kann also immer erst nach der Verteilung der Information durch die Politik reagiert werden.

Allerdings kann die damit erzeugte Geschwindigkeit der Informationsverbreitung auch negative Auswirkungen auf Qualität und Durchdringungstiefe haben. Die Möglichkeit, schnell an Informationen zu kommen, erzeugt auch den Zwang, schnell an Informationen zu kommen. Symptome die sich unter anderem im Mediensystem bemerkbar machen (siehe Teil Mediensystem).

Die Geschwindigkeit des Mediums und der Verteilungscharakter machen entscheidende Differenzen: Die Verteilung von Flugblättern stößt zum Beispiel schnell an Kapazitätsgrenzen und kann regional eingegrenzt bzw. kontrolliert werden. Live-Übertragungen vergrößern den Spielraum, lassen sich aber letztlich durch zentralisierte Sendestationen und minimale Zeitdifferenzen der Signale weiterhin kontrollieren. Die Internet-Echtzeit²⁶ hingegen verändert die Bedingungen radikal.

Die Gegenwart wird durch das Online-Sein zu einer erweiterten Gegenwart. Online heißt, in einem zugleich elektrifizierten und mathematisierten, weil auf Algorithmen basierenden, Raum zu sein. Zu jeder Zeit, an jedem Ort steht im Prinzip jede Art von Information zur Verfügung. Zensur ist kaum möglich, denn Informationen suchen sich im Internet andere Wege. Das Eintreten und Dokumentieren von Ereignissen benötigt nicht mehr den Transmissionsriemen klassischer Medien. Der Nachrichtenfluss ist permanent vorhanden, unabhängig von den Absendern, die man noch vor 20 Jahren als die Absender für gesellschaftlich relevante Information betrachtet hätte.

Echtzeit ist damit in der Theorie zutiefst demokratisch, denn es gibt keinen Wissensvorsprung durch Zeit oder durch eine zeitliche Begrenzung. Allerdings wird damit auch klar, dass Systemarchitektur, Verfügbarkeit und Zugang zu Bandbreiten, Stichwort Netzneutralität, zu einem hoch politischen Thema werden.

²⁶ „Der Begriff Echtzeit legt lediglich fest, dass ein System auf ein Ereignis innerhalb eines vorgegebenen Zeitrahmens reagieren muss. Der Begriff sagt nichts über die Geschwindigkeit oder Verarbeitungsleistung eines Systems aus.“ In: Wikipedia (o. V.) 2012: Echtzeit <<http://de.wikipedia.org/wiki/Echtzeit>> (07.05.2012)

Viralität

Viralität beschreibt das Phänomen der exponentiellen Verbreitung von Nachrichten im Internet. Die Wissenschaft ist bisher in der Lage die Verbreitung von Nachrichten im Internet zu visualisieren, allerdings kann sie nicht erklären wie und warum bestimmte Meldungen so und nicht anders verbreitet werden. Ein Erklärungsmuster lautet wie folgt, Nachrichten treffen auf ein vorhandenes Kommunikationsnetzwerk, in Verbindung mit den Möglichkeiten der Multiplikation, der Geschwindigkeit des Mediums und dem Mechanismus der Echtzeit kann sich ein virales Verbreitungsmuster ergeben, d. h. Nachrichten werden, vergleichbar wie bei einem biologischen Virus, von Mensch zu Mensch weitergetragen. Warum sich spezielle Nachrichten exponentiell verbreiten, ist allerdings noch schwer fassbar. Zwar sind grundlegende Mechanismen bekannt²⁷ (vergl. Kapitel 4.1), aber die Wahrscheinlichkeit des Wirkens sind aktuell nicht kalkulierbar. Grund für die Schwierigkeiten der Vorhersagbarkeit ist u. a. der Schmetterlingseffekt, bekannt aus der Chaostheorie.

Im Prinzip ist die Grundbedingung für die Viralität eines Themas, dass dieses in irgendeiner Weise den Nerv der Zeit trifft und damit auf einen Resonanzboden stößt. Warum gerade dieses Thema und kein anderes, ist entweder dem Zufall geschuldet oder wurde durch Kampagnenmechanismen bewusst angestoßen. Den Garant für eine erfolgreiche Kampagne gibt es allerdings aus beschriebenen Gründen nicht. Wie solche Kampagnen vonstattengehen, wird im Kapitel zu Social Campaigning genauer beschrieben.

Eine bedeutende Rolle in diesem Zusammenhang wird Twitter zuteil. Twitter etabliert das Prinzip des Folgens (engl. follow), man folgt einer bestimmten Person auf Twitter, d. h., man abonniert dessen persönlichen Nachrichtenstrom, unabhängig davon, ob man diese Person persönlich kennt oder nicht. Menschen, die sich noch nie außerhalb des Internets getroffen haben und sich auch nie treffen werden, können so miteinander verbunden werden. Durch die Überbrückung von Freundes- und Bekanntenkreisen erhöht Twitter die soziale Reichweite (engl. social reach) und begünstigt Viralität. Nebenbei entstehen hierdurch neue Machtstrukturen, Personen mit vielen „Follower“ bekommen Einfluss und werden sog. Influencer.

²⁷ vergl. Pixelmechanics (Rohrmüller, Michael) 10.09.2010: Viralität im Internet - ein kleiner Stein schlägt grosse Wellen. <<http://pixelmechanics.de/pm-blog/item/204-viralit%C3%A4t-im-internet-ein-kleiner-stein-schl%C3%A4gt-grosse-wellen>> (09.05.2012)

2.3 Die Neuordnung des Mediensystems

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit den Äußerungen der Interviewten, zu den Veränderungen im Mediensystem, die durch das Internet hervorgerufen wurden. Darüber hinaus geht es um die Rolle der Medien innerhalb des zu betrachtenden Phänomens der Internet-Tsunamis.

Das Mediensystem im Wandel

Die historische Entwicklung des Mediensystems der letzten 200 Jahre basiert auf dem Modell der Massenmedien. Dieses zeichnet sich durch feste Strukturen und eine hierarchische Organisation aus, mit wenigen Sendern und vielen Empfängern, in dessen Mittelpunkt eine Gruppe von Medienberichterstatern (Journalisten und Redakteure) bestimmt, was für Nachrichten veröffentlicht werden bzw. welche Form diese haben. Professioneller Journalismus wurde zum Garant für Qualität und dominierte die Nachrichtenberichterstattung. Nachrichten wurde mit Journalismus gleichgesetzt.

Das Aufkommen des Internets veränderte das Verständnis von Nachrichten und weicht die Monopolstellung der Medienberichterstattung auf. Angefangen mit Blogs und durch die Entwicklung der sozialen Medien werden Nachrichten heute vermehrt zu einer persönlichen Erfahrung, die untereinander geteilt wird. Relevante und wichtige Nachrichtenbeiträge werden den jeweiligen eigenen sozialen Kontakten weiterempfohlen und bekommen somit ein persönliches Gütesiegel, abhängig von der Reputation des Empfehlenden. Die Welt der Medien heute ist offener und pluralistisch, da Nachrichten vermehrt horizontal und weniger von oben nach unten (top-down) durch das Netzwerk fließen, so einer der Interviewpartner.

Neue Akteure treten in Erscheinung – tradierte Rollenbilder ändern sich

Publishing-Tools wie Wordpress und Blogger ermöglichten es, einer breiten Bevölkerung selbst zu publizieren, ohne ein tieferes technisches Wissen oder Programmierungsfähigkeiten haben zu müssen. Der Blogger kristallisierte sich als neuer Rollentypus heraus. Dieser ist gleichzeitig Autor, Herausgeber und Verteiler seiner eigenen Werke. Viele Blogs beschäftigen sich mit privaten Themen, verlieren sich in den Untiefen des Internets und kommen über ein paar wenige Rezipienten nicht hinaus. Es gibt aber auch einige, die eine feste Rolle im Mediensystem eingenommen haben, Einnahmen generieren, Mitarbeiter anstellen und letztlich einer journalistischen Tätigkeit nachgehen. Ein Interviewpartner brachte es diesbezüglich mit folgender Formulierung auf den Punkt: „Ich neige nicht dazu, die Welt der Publizierenden in Profis und Nicht-Profis zu unterteilen. Es gibt seriöse Blogger, Leute die Handy-Videos veröffentlichen und es gibt Lügner unter Journalisten.“ Die Menschen haben erkannt, dass sie nicht nur konsumieren, sondern auch produzieren und kommentieren können.

Eine interessante Perspektive auf die Blogosphäre eröffnete einer der Interviewten, der meinte, die Blogosphäre neige dazu, tendenziell unausgewogen und stark polarisierend zu sein. Dies erkläre sich dadurch, dass es sich oftmals um Überzeugungstäter handeln würde, die eben bewusst ihre persönliche Meinung vertreten und verbreiten. Dies ist natürlich ihr gutes Recht, denn sie unterwerfen sich keinem journalistischen Kodex. Er meinte ergänzend allerdings, man

solle Medien, soziale Netzwerke und Blogosphäre gleichermaßen für glaub- bzw. unglaubwürdig befinden, denn grundsätzlich würde es immer gelten, eine kritische Haltung einzunehmen.

Nach anfänglicher Unsicherheit erweiterten viele der traditionellen Medienanbieter ihre Produktpalette um Online-Angebote. Laut einiger Interviewpartner sind aber insbesondere in Deutschland die Redaktionen on- und offline völlig voneinander getrennt. Die Wechselwirkung scheint dabei einseitig zu verlaufen, Medieninhalte, die in der Printversion veröffentlicht werden, haben zumindest die Chance auch online zu gehen, hingegen gehen Online-Publikationen in aller Regel nicht in eine Printversion.

Online-Medien zeichnen sich durch eine andere Produktionstaktung aus, Inhalte müssen Stunden, besser minutenaktuell sein. Der kontinuierliche Zeitdruck ist für Online-Redaktionen immens, dabei kommt ihnen durch die Geschwindigkeit in zunehmendem Maße die Rolle des Agenda-Setters innerhalb des Mediensystems zu. Andere Medien nehmen die Impulse der Online-Medien wiederum auf und nutzen diese für ihre eigene Berichterstattung.

In diesem Zusammenhang wandelt sich auch die Rolle des Journalisten bzw. der neue Typus des Online-Journalisten kristallisiert sich heraus, mit entsprechend neuen Anforderungen und Fähigkeiten. Waren Journalisten gewohnt vorzugeben, was rezipiert wird („we right, you read“), so führt das veränderte Medienangebot mit Blogs und sozialen Netzwerken zu einem neuem Rezeptionsverhalten. Die journalistische Deutungshoheit über Relevanz von Meldungen verändert sich hin zu einem partizipativen Ansatz. Medienberichterstattung erfolgt in Zusammenarbeit mit Rezipienten, die Einflussposition von Journalisten löst sich damit nicht auf, sondern transformiert sich. Online-Journalisten begeben sich in soziale Netzwerke und nutzen diese als Kommunikationsmedium, um in den direkten Kontakt mit Rezipienten zu gelangen. Die Attraktion für Online-Medien steigt dabei, so wurde uns gesagt, denn der Rückkanal führt zu einer qualitativen Verbesserung journalistischer Tätigkeit. Allerdings macht diese Offenheit auch angreifbar, Falschmeldungen werden schnell entlarvt und veröffentlichte Meinungen lautstark konterkariert.

Innerhalb der Redaktionen und Medienhäuser kommt es wiederum zu einem Generationenkonflikt, der sich als Kulturkampf entpuppt. Hier stehen sich Journalisten alter Schule und eine jüngere Generation internetaffiner Journalisten, die die Mechanismen des Internets automatisch berücksichtigen, gegenüber. Es scheint, so die Aussagen einiger Interviewten, dass die erste Gruppe vielfach Abwehrmechanismen aufbaut, da man sich in den Gefilden des Internets und der sozialen Netzwerke nicht auskennt und folglich Angst um die individuelle Reputation hat. Zu dem geht man davon aus, dass durch das Internet die traditionellen Medien kanalisiert werden und letztlich seien „diese“ jungen Leute, mit ihrer „Download- und Kostenloskultur“ nicht zu verstehen. Auf der anderen Seite geben Großdemonstrationen, wie gegen ACTA oder das Zugangerschwerungsgesetz (Zensursula-Kampagne), Journalisten der zweiten Gruppe die Möglichkeit, internes Agenda-Setting zu betreiben und Themen zu platzieren, die sonst eher weniger oder später den Eingang in die Medienberichterstattung fänden.

Zum Verhältnis Offline- und Online-Medien

Einer der Interviewten stellte berechtigt die Frage, wie lange man die Neuen Medien noch „neu“ nennen möchte? Vor diesem Hintergrund wurde in der Überschrift die Unterscheidung Offline- und Online-Medien gewählt. Aus Sicht verschiedener Interviewter hat jedes Medium die Pflicht sich des Rauschens im Internet anzunehmen. Dies falle vielen Medien- und Zeitungshäusern sehr schwer. Der zweite Schritt sei, das dort Wahrgenommene zu bewerten. Dabei gibt es scheinbar eine Art natürliche Arbeitsteilung. Soziale Medien sind schnellere Transmissionsriemen (insbesondere Twitter), durch diese werden aktuelle, teilweise auch plötzliche Meldungen als erstes übertragen. Die traditionellen Medien sorgen dann für die Verifikation der Meldungen. Diese Ansicht wurde vielfach gestützt. Eine belastbare Glaubwürdigkeit entstehe erst durch die Bearbeitung bzw. Verifikation durch die traditionellen Medien. In gleichem Maße gelte dies für die breite gesellschaftliche Durchdringung von Themen. Erst wenn die großen etablierten Mainstream-Medien berichten wird ein Thema für die Breite der Gesellschaft relevant.

Ein immer wieder in den Interviews aufgekommenes Thema ist das der Medienökonomie. In den meisten Redaktionen gibt es scheinbar Diskussionen über das Verkaufen von Inhalten. Redakteure, Schreiber und Autoren sind in der Regel zurückhaltender als die letztlich veröffentlichten Headlines vermuten lassen. Facebook- und Twitter-Revolution sind von Medien gebildete Schlagwörter, die dem Verkauf plakativer Themen dienen, um die Absatzzahlen anzukurbeln. Der Nutzwert der Nachrichten ist also ein primär wirtschaftlicher. Dieser Trend wirkt sich insbesondere auf Online-Medien aus, bei welchen Erfolg und Rückkopplung über Klickzahlen gemessen wird. Aus der Sicht eines der Interviewten führe dies zu einem Boulevardisierungsprinzip und einem Verfall der journalistischen Qualität. Gut recherchierter und investigativer Journalismus sei immer seltener vorzufinden, es fehle sowohl an Zeit als auch an finanziellen Mitteln. Im zunehmenden Maße herrsche daher eine Sekundärverwertungskultur, mehr noch, er gehe davon aus, dass von 40.000 Journalisten nur noch ein paar hundert primärrecherchefähig seien. Eine möglicherweise überspitzte Aussage, was jedoch von mehreren Interviewten bestätigt wurde, sind schrumpfende Redaktionen, kleinere Mitarbeiterstäbe und ein erhöhter Kostendruck. Die Korrespondentenstruktur der TV- und Printmedien erfuhren in den letzten zehn Jahren eine grundlegende Veränderung. In Folge dessen haben z. B. nur noch die Öffentlich-Rechtlichen als einige der wenigen Medienhäuser ein internationales Korrespondentennetzwerk. Andere Medienhäuser hingegen sind gezwungen auf Sekundärmeldungen von Presseagenturen zurückzugreifen. Letztendlich entsteht so ein Zitierkartell, unter welchem die Qualität des Journalismus und der Berichterstattung erheblich leidet.

Ein brisantes Thema in diesem Zusammenhang ist die Quellenverifikation. In zunehmendem Masse greifen die traditionellen Medien auf Quellen zurück, die letztlich nicht 100 % verifiziert werden können, da es sich um UGC handelt. Man denke an verwackelte Handybilder aus Syrien, die es bis in die Tagesthemen geschafft haben. Ein Interviewpartner führte aus, Bildquellen, wenn sie nicht solide sind, weil keine anderen Quellen zur Verfügung stehen (Bsp. Internet-Videos), müssen entweder dementsprechend gekennzeichnet werden oder eine sprachliche Kennzeichnung durch die Verwendung des Konjunktivs erfahren. Ein anderer fügte hinzu, dass es eigentlich keinen Unterschied zu vor 20 Jahren gebe, man denke nur an

die Berichterstattung der zwei Golfkriege, in deren Rahmen Journalisten Teil eines „durch orchestrierten Propagandakrieges“ waren. Jede seriös erarbeitete journalistische Leistung wurde einfach weggefiltert. Dies lag jedoch nicht daran, dass die Journalisten nicht glaubwürdig arbeiten wollten, sondern dass ihnen gar keine andere Möglichkeit geboten wurde. Letztlich können aber gewisse Schwachstellen in der Quellenverifikation nicht geleugnet werden. So forderte eine britische Medienanstalt ihre Leser auf, Bilder von aktuellen Waldbränden in Großbritannien einzusenden. Letztlich schmuggelten sich in die Auswahl auch Bilder von Waldbränden in den USA, die fälschlicherweise publiziert wurden.

Ein scheinbar gegensätzlicher Sachverhalt wurde von zwei Interviewten ausgemacht. Im Zusammenhang mit dem Aufkommen von UGC und sozialen Netzwerken sei die Marke das entscheidende Kriterium für Medienhäuser, sich von anderen Anbietern zu unterscheiden. Die Glaubwürdigkeit der Marke sei dabei der oberste Qualitätsstandard, an dem Verlässlichkeit und Gewichtung gemessen werde. Aus dieser Perspektive seien Medienhäuser gut beraten, Geschwindigkeit nicht als Dogma, sondern als einen Aspekt von vielen zu behandeln und der journalistischen Sorgfalt oberste Priorität einzuräumen.

Das Wechselspiel on-/offline im Zusammenhang mit den zu untersuchenden Phänomenen

Entscheidend scheint für viele der Interviewten zu sein, dass Medien nicht nur eine Beobachterrolle einnehmen, sondern einen maßgeblichen Einfluss auf die Phänomene haben. Die Occupy-Bewegung wurde durch die Berichterstattung der Medien zu einer weltweiten Bewegung geformt, so einer der Interviewten. Ebenso ist die Rolle von Al Jazeera und BBC eine extrem bedeutende im Arabischen Frühling sowohl zur Dokumentation und Berichterstattung der aktuellen Geschehnisse nach innen wie nach außen, als auch zur Mobilisierung von Menschen aller Schichten.

Ein anderer Interviewpartner führte aus, die traditionellen Medien seien ein Energielieferant, z. B. wären die Chaostage Mitte und Ende der 90er Jahre niemals so gewaltsam gewesen, hätte es nicht eine so große Medienberichterstattung gegeben.

Der Fall Guttenberg scheint für die Wechselwirkung von on- und offline ein besonders gutes Beispiel darzustellen. So wurden die ersten Plagiatsvorwürfe über die Presse publik gemacht. Das Echauffieren über die Gegendarstellung bzw. Leugnung des Ministers wurde anscheinend zum maßgeblichen Impuls für die Entstehung von GuttenPlag Wiki. Verärgert über die Unverfrorenheit Gutenbergs setzte eine Einzelperson das Plagiatsjägersystem GuttenPlag Wiki auf, so einer der Interviewten. Taten sich die Medien anfangs noch schwer damit, die Plagiatsjäger aus dem Internet bildhaft darzustellen, so änderte sich dies grundlegend durch die Nutzung des Barcodes, einem Strichcode mit der Seitenzahl der Dissertation, auf dem farblich alle von Plagiaten versehen Seiten markiert wurden. Anfangs entworfen, um die Arbeit der Plagiatsjäger zu vereinfachen, wurde der Barcode zu dem medialen Sinnbild der Plagiatsvorwürfe. So wurde GuttenPlag Wiki 2011 mit dem renommierten Grimme-Preis ausgezeichnet. Bei der Verleihung las Tim Barthel von Wiki die Namen der vielen tausend Plagiatsjäger vor, die sich an der Plagiatssuche beteiligt hatten. Mehr zur Plagiatsaffäre gibt es in der Guttenberg Fallstudie zu lesen (Kapitel 3.1).

Die Zukunft der Medien

Die Zukunft der Medien wurde unterschiedlich bewertet. Eine größere Gruppe der Interviewten geht davon aus, dass Breitenangebote der Medien zukünftig eine geringere Bedeutung zukommen werden. Insbesondere jüngere Nutzer unter 30 Jahren werden sich ihr Medienangebot aus unterschiedlichen Quellen selber zusammenstellen. Traditionelle Medien sind dann nur noch ein Bestandteil der individualisierten Informationssuche. Die Medienlandschaft werde sich zunehmend fragmentieren.

Ein anderer Interviewpartner geht von zwei verschiedenen Szenarien aus: Entweder komme es zu einer stärkeren Vernetzung der Sphären untereinander oder einem Wiedererstarken der traditionellen Leitmedien.

Einig waren sich die meisten Interviewten allerdings in dem Punkt, dass weiterhin eine deutliche Veränderung auf dem Nachrichten- und Fernsehmarkt auf alle Beteiligten zukommen werde. Eine interessante Fragestellung kristallisierte sich hier heraus: Wenn die traditionellen Medien als Leitmedien abgelöst werden, wer übernimmt dann deren Deutungshoheit? Gibt es überhaupt noch eine gemeinsame Öffentlichkeit oder sind wir längst auf dem Weg individuelle Teilöffentlichkeiten auszubilden?

2.4 Internet und Gesellschaft

Das folgende Kapitel subsumiert die Aussagen der Interviewten im Zusammenhang mit den Auswirkungen des Internets auf die Gesellschaft.

Das Internet verändert Verhaltensweisen und -normen

Innerhalb von weniger als zwei Jahrzehnten hat das Internet Einzug in fast alle Bereiche des gesellschaftlichen Zusammenlebens gehalten. Verschiedene Interviewte nannten das eine kulturelle Revolution, die durch die Veränderung der Kommunikationsmittel ausgelöst wurde und nachhaltigen Einfluss auf die Kommunikation selbst hat. Die kommunikativen Möglichkeiten determinieren, wie sich Gesellschaft organisiert. Diese befinden sich nun in einem nie dagewesenen Wandel. Viele Interviewte waren sich einig, das Internet verändere die Gesellschaft in ähnlichem Maße wie der Buchdruck oder das Fernsehen. Neue Produktions- und Lebensweisen bilden sich heraus, die direkte Auswirkungen auf die Art und Weise haben, wie sich Gesellschaft konstituiert. Einer der Interviewten machte diese Veränderung an einem zunehmenden Wandel der Wertesysteme fest. Die politische Verortung zwischen Mitte, Rechts und Links sei vielfach nicht mehr zutreffend und ungenau. Die neue politische Demarkationslinie verläuft nicht zwischen den traditionellen politischen Strömungen, sondern zwischen Positionen des Materialismus und Postmaterialismus. Für den Interviewten stelle diese den fundamentalen Konflikt unserer Gesellschaft dar. Die Bundesdeutsche Gesellschaft wurde im Rahmen desselben Interviews als aus 55 % Materialisten und 45 % Postmaterialisten bestehend eingeschätzt. Wertvorstellungen leiten sich demnach von Beziehungen zu Besitz und nicht mehr von politischen Strömungen ab. Für Materialisten seien Besitz, Einkommen und Sicherheit die primär erstrebenswerten Modelle. Postmaterialisten hingegen stufen die persönliche Freiheit, ein selbstbestimmtes Leben und die Möglichkeit auf Selbstverwirklichung als die fundamentalen Werte ein. Die Trennlinie sei allerdings nicht scharf und könne durch familiäre wie berufliche Situationen beeinflusst werden. Grundsätzlich erkläre sich durch diese Wertedifferenz auch die Veränderung der Parteienlandschaft. Die traditionellen Volksparteien bedienen sich noch primär materialistischer Wertevorstellungen, wohingegen jüngeren Parteien wie die Grünen und die Piraten stärker in einem postmaterialistischen Gedankengut verankert sind.

Veränderte Lebenswelten und Wertevorstellungen führen zu neuen politischen Forderungen. Die Möglichkeit zur politischen Kommunikation sei heute einfacher und günstiger als jemals zuvor, was demokratietheoretisch eine ganz große Chance darstelle, so einer der Interviewten. Das Internet ermögliche „ein mehr“ an Partizipation und Sachlichkeit, denn als Bürger könne man sich grundsätzlich differenzierter mit Themen auseinandersetzen. Das Internet biete (1) vielfältige Informationsquellen, (2) neue Organisationsformen, in dem durch Netzwerke und Themenplattformen neue Kooperationsmöglichkeiten eröffnet werden und (3) eine neue Qualität des gemeinsamen Austauschs, das sog. „Mitmach-Web“.

Auf der anderen Seite führe die zunehmende Beschleunigung im Informationsaustausch zu einer Abnahme an Reflexionsmöglichkeiten. Es bestehe die Gefahr, dass Entscheidungsprozesse vorschnell abgekürzt und Entscheidungen auf emotionaler Basis getroffen werden. Menschen können zwar heute zum Teil Politik in Echtzeit mitverfolgen,

allerdings können sie keine Politik in Echtzeit mitgestalten. Da dies aber nicht kommuniziert werde, entstehen falsche Vorstellungen und Hoffnungen, so einer der Interviewten. Eine weitere Gefahr bestehe darin, dass bestimmte soziale Gruppen und Milieus ihre Interessen prominenter artikulieren können als andere und damit an Einfluss gewinnen. Dies ist allerdings eine Grundproblematik von Demokratie, unabhängig jeglicher On- und Offline-Logik.

Die digitale Spaltung (engl. digital divide) sei nicht nur zwischen Internetnutzern und Nichtinternetnutzern ein kritischer Punkt, sondern vor allem zwischen denen, die das Internet ausschließlich zum Konsum und für private Zwecke nutzen und jenen, die im Internet politisch aktiv sind. Letztere sind oftmals versierter im Umgang mit den technischen und kommunikativen Werkzeugen des Internets.

Das Entstehen einer neuen Protestkultur

Viele der Interviewten beobachteten das Aufkommen einer neuen globalen Protestkultur innerhalb der letzten Jahre. Waren das Internet und soziale Bewegungen bereits gegen Ende der 90er Jahre ein relevantes Thema, insbesondere im Rahmen der Antiglobalisierungsproteste um „Battle for Seattle“ mit einer tendenziell negativen Medienberichterstattung, so gab der arabische Frühling Straßenprotesten eine positive Konnotation. Die verstärkte Medienaufmerksamkeit und Protestbilder, die um die Welt gingen, bewirkten Nachahmungseffekte, sowohl in der Region als auch global. Zum Beispiel beziehe sich die Occupy-Bewegung direkt auf die Straßenproteste im arabischen Raum, so einer der Interviewten.

Essentieller Bestandteil dieser Protestkultur sei ein neues Verständnis für die Medien. Die Protestler schaffen sich über Blogs und soziale Netzwerke ihre eigenen Publikationskanäle und läuten damit das Ende der Broadcast-Ära ein. Der grundsätzliche Vertrauensverlust in die klassischen Medien treibe diesen Trend weiter voran. Neu sei auch die Qualität der Proteste. Es gehe nicht nur darum gegen etwas zu protestieren, sondern auch aktiv Gestaltungsvorschläge einzubringen, so ein anderer Interviewpartner.

Neben neuen Wegen der Publikation sei die Rolle von sozialen Netzwerken hinsichtlich der Massenmobilisierung und Protestorganisation entscheidend. Die Kommunikation über soziale Netzwerke fördere die Bildung kritischer Massen, (1) da sie einen Schutzraum biete, in dem man sich „unbeobachtet“ fühle und echten Leidensdruck artikulieren könne, (2) man träfe andere mit gleicher Gesinnung und könne sich austauschen, Mut und Bestätigung zusprechen und (3) durch die Geschwindigkeit des Austauschens im Internet sei eine Echtzeitorganisation möglich, die den Organisationsformen der „traditionellen“ Opposition weit überlegen sei. Wichtig an diesem Mechanismus sei, dass jeder Einzelne sich einer Anzahl von Menschen vergewissern könne, die mit ihm zusammen den Protest artikulieren. Diese Vergewisserung sei enorm wichtig, da erst, wenn sich eine kritische Masse bildet, die Polizeiapparate und Geheimdienste (hier Revolution in Nordafrika) überfordert werden und für die Sicherheit der Einzelnen garantiert werden könne. Der Schutz durch die Masse, die Bildung der kritischen Masse, werde vorher durch digitale Kommunikation gewährleistet. Durch die vorherige Zusage würde so die Wahrscheinlichkeit steigen, dass ein Protest zustande komme. Die digitale Masse diene daher als vorgebildete Realmasse. Im virtuellen Raum existiere die Freiheit, kritische

Massen mit hoher Geschwindigkeit zu organisieren sowie durch den Austausch den Mut zu fördern, um die virtuelle Masse in eine reale zu überführen.

Diskrepanz von virtueller und realer Beteiligung

Allerdings wäre es eine Illusion, so einer der Interviewten, wenn man von reinen Online-Zahlen direkt auf eine reale Beteiligung schließen würde. Erst, wenn die Leute auf die Straße gehen und sich tatsächlich zu erkennen geben, hätten die Zahlen Relevanz. „Netzstimmen“ seien relativ wenig wert, es gebe keine Übereinstimmung von Online-Crowds und Real-Crowds. Physis und Zeugenschaft existieren im Internet nicht; man werde lediglich projiziert. 50.000 Klicks auf „Ich mag Guttenberg“ kann man zwar unwidersprochen bestätigen, aber dies entspräche keinem realen Wert. Reale Anwesenheit sei ein Faktor, der nicht durch ein IT-Programm zu ersetzen sei.

Gerade bei internetaffinen Gruppierungen herrsche hier eine grobe Fehleinschätzung, die reale Entsprechung einer Beteiligung werde unterbewertet und dementsprechend die virtuelle überbewertet. Wohl referiere die Medienlandschaft auf solche Gruppen, wenn es opportun erscheine. Eine breite mediale Berichterstattung fände allerdings nur bei Offline-Massenphänomenen statt. Das Problem der Online-Massen sei die Anonymität, da sich die Zahlen nicht durch echte Personen belegen lassen, so ein Interviewpartner.

Motivation, Beteiligung und das Internet

Einer der Interviewten führte aus, dass 30 % der Bevölkerung nicht an Bürgerentscheiden interessiert seien und auch nicht daran teilnehmen. Bei Wahlen lege die Zahl der grundsätzlichen Verweigerer bei rund 10 %, wenn Bürgerentscheide ausschließlich im Internet stattfinden würden, wären dies gar 55 %.

Ein entscheidendes Kriterium für den Erfolg bzw. Misserfolg der Massenmobilisierung sei die persönliche Betroffenheit. Es sei schwierig Aufmerksamkeit auf ein politisches Anliegen zu lenken, wenn es nicht eine kritische Masse an Menschen gäbe, die das Thema bewegt und die sich dafür engagieren. Je größer die Betroffenheit, desto größer sei auch das Engagement der Beteiligten. Emotionen spielen hierbei eine entscheidende Rolle.

Des Weiteren zeige sich, so verschiedene Interviewte, dass das Internet keine Massenmobilisierung auslöse, wohl aber die Massenmobilisierung kommunikativ unterstützen könne. Das Internet sei damit Instrument aber nicht selbst der Mobilisator, so einer der Interviewten.

Öffentlichkeit im Internet

Auf die Frage, was Öffentlichkeit im Internet bedeute und wie eine mögliche Definition aussehen könne, gingen die Antworten der Interviewten weit auseinander. So erläuterte einer der Interviewten, Facebook und Twitter seien öffentliche Räume mit Zensurfunktion. Kritisch sei hierbei, dass Facebook, Twitter aber auch Apple per „Terms and Conditions“ bestimmen, was veröffentlicht bzw. verkauft werden darf und was nicht, d. h. Inhalte können entgegen der jeweiligen nationalen Gesetzeslage zensiert werden. Das Beispiel eines Stern-Covers im

Apple Store wurde angeführt, auf Grund dessen Apple die Stern-App zensierte, da auf dem Coverbild eine entblößte Frauenbrust zu sehen war. Die Schwierigkeit des Sachverhalts liege hierbei in der Übertragung von offline geprägten Öffentlichkeitsdefinitionen in die Bereiche des Internets. Facebook sei einerseits ein Raum der privatwirtschaftlich organisiert wird und einer amerikanischen bzw. in Europa einer irischen Gesetzeslage unterliegt, aber andererseits auch ein gewisses Maß an politischer Öffentlichkeit erzeugt. Definitionen nach Hanna Arndt oder Jürgen Habermas würden aus juristischen, ökonomischen aber auch wertebezogenen Verständnissen heraus nicht mehr zutreffen. Die Auffassung des öffentlichen Raums verändere sich. Eine Veränderung, die man auch an Orten wie Shopping Malls, Flughäfen oder Bahnhöfen beobachten könne. Es sei eben nicht mehr alles nationalstaatlich organisiert, was Öffentlichkeit betreffe. In zunehmendem Maße gebe es Hybridformen sowie eine globale Öffentlichkeit. Der öffentliche Raum hänge von den Menschen ab, die den Raum gestalten und nicht von denjenigen, die den Raum bereitstellen.

Ein anderer Interviewpartner meinte, es gebe nicht die Öffentlichkeit, sondern viele Teilöffentlichkeiten. Bei Facebook sei dies zum Beispiel davon abhängig, wer bestimmte Inhalte sehen könne und wer nicht. Die Differenzierung zwischen Online- und Offline-Öffentlichkeit sei zudem heute einfach nicht mehr haltbar.

Ein weiterer Interviewter versuchte politische Öffentlichkeit wie folgt zu definieren: Es handle sich um einen Bereich, in dem sich Bürger eines Landes an der politischen Willensbildung beteiligen. Ein politischer Raum, sei der Raum, in dem Menschen, die es angeht, Dinge besprechen und diskutieren, die in irgendeiner Form in einem politischen Prozess beschlossen werden müssen. In Nordafrika gehe es um eine neue Form des Regierens, welche Rechte die Bürger in einem zukünftig demokratischen Staat haben. Es könne aber auch um kleinteiligere Themen, wie zum Beispiel die wissenschaftlichen Standards für Doktorarbeiten gehen, wie dies im Fall Guttenberg geschehen ist.

Digitale Identitäten

Das Internet würde die Ausbildung multipler Identitäten fördern, so ein Interviewpartner. Es gebe sehr große Einflüsse durch das Digitale auf das Selbst des Menschen. In der Politik sei dieser Zusammenhang noch nicht erkannt worden, denn die Unterscheidung zwischen digital und real sei grundlegend falsch. Eine solche Aussage käme aus dem analogen Denken. Die Digitalisierung habe auf die Persönlichkeitsentwicklung Einfluss, sie sei nicht wie das Fernsehschauen lediglich ein Ein- und Ausschalten. Die Digitalisierung erfordere neue Herangehensweisen – und dies sei für Menschen erfahrungsgemäß schwer. Der Mensch orientiere sich in der Regel nach Vorbildern, bei der Digitalisierung funktioniere dieses Vorgehen nicht mehr.

Anonymität und Pseudonymität

Kontroversen gab es bezüglich der Frage nach Anonymität im Internet. Ein der Interviewten meinte, ein Pseudonym sei keine Manipulation. Jeder Name sei letztlich ein Pseudonym für eine DNA. Wenn man sich allerdings bewusst für eine andere Person ausbebe, dann wäre dies Manipulation. Die Manipulation lege aber nicht am Pseudonym an sich, sondern an dem Verhalten der dahinterstehenden Person. Pseudonyme funktionieren im klassischen politischen

Kontext eigentlich nicht, so der Interviewte weiter, dort wären es eher authentische Pseudonyme, die einer Person zugeordnet werden können. Es gehe dabei um die Zurechenbarkeit, nicht die einzelnen Attribute, wie Name, Herkunft oder Ähnliches. Wenn jemand unter einem Pseudonym immer „wichtige“ Beiträge schreibe und diese mit einer Historie verbinde, dann sei der Name egal.

Ein anderer führte aus, durch die Anonymität haben viele Menschen in der ersten Phase des Internets den Eindruck gehabt, man könne sich anders, weniger moralisch verhalten, als man sich im realen Leben verhalte.

Es sei allerdings so, dass jeder, der an einer wirklichen Öffentlichkeit im Internet partizipieren möchte, seine Privatsphäre aufgeben müsse. Alles, was digital erfasst werde, sei ohnehin abrufbar. Mehr Öffentlichkeit ins Internet zu bringen sei wünschenswert. Dafür müsse man dann aber auch seine Identität ins Internet bringen und sich seinen Ängsten stellen, ähnlich wie man auch seine Sicherheit aufgibt, wenn man zu Protesten auf die Straße geht. Es sei die Pflicht jedes Einzelnen, dieses Risiko einzugehen. Öffentlichkeit und öffentlicher Raum bedinge Verbindlichkeit. Das reale Miteinander-am-Tisch-sitzen brauche eine virtuelle Entsprechung.

2.5 Aufmerksamkeitssteuerung: Campaigning, Aktivismus und Manipulation

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit der Nutzung von Internet-Technologien zur Massenmobilisierung und Aufmerksamkeitssteuerung. Dabei werden die zugrundeliegenden Mechanismen thematisiert, hinterfragt und bewertet.

Mechanismen des Campaigning

Viele der Interviewten machten darauf aufmerksam, dass die Mobilisierung von Massen im Internet oftmals durch Kampagnenstrukturen erfolgt. Mit anderen Worten, Menschenmassen finden sich meist nicht spontan und zufällig zusammen, sondern werden bewusst aktiviert. Akteure platzieren bestimmte Themen, die sie für wichtig erachten und versuchen, um diese herum Aufmerksamkeit zu generieren. Dabei haben sich bestimmte Muster und Mechanismen bewährt, die unter dem Begriff Campaigning zusammengefasst werden können. Laut eines Interviewten gebe es grundsätzlich keine großen Unterschiede zwischen Online- und Offline-Kampagnen, die verwendeten Mechanismen seien die gleichen. Allerdings sei die Glaubwürdigkeit bei Online-Medien tendenziell geringer als bei Offline-Medien. Das Internet habe dabei zu zwei Entwicklungen beigetragen: Zum einen seien Kampagnen sehr viel einfacher und kostengünstiger geworden und zum anderen könne man Manipulationen leichter durchschauen, denn Sachverhalte lassen sich im Internet leichter überprüfen. Außerdem würden sich im Verdachtsfall schnell viele Leute zusammen finden, die sich mit überprüfenden Recherchen beschäftigen (siehe hierzu auch die Fallstudie zur Plagiatsaffäre Gutenberg: Kapitel 3.1).

Grundsätzlich gehe es im Campaigning immer darum, mit einer Aktion eine Reaktion zu bewirken. Ziel sei es, Bewegung in ein Thema zu bekommen. Das klassische Vorgehen innerhalb einer Kampagnenstruktur sei dabei emotional aktivierende Bilder zu erzeugen und saubere O-Töne festzuhalten. Beide zusammen können es dann in die Nachrichten schaffen und damit breitenwirksam Aufmerksamkeit auf ein Thema lenken.

Emotionalisierung ist dabei eine der wichtigsten Komponenten. Wenn ein Thema Menschen bewegt, werden sie automatisch aktiv, engagieren sich, verbreiten die Nachricht weiter und mobilisieren so weitere Personen: eine Masse entsteht. Der Spaßfaktor spielt bei der Beteiligung eine zunehmend wichtigere Rolle, so einer der Interviewten. Dem würde durch Gamification-Ansätze in Kampagnen Rechnung getragen, d. h. Kampagnen haben ähnliche Strukturen, wie sie aus Computerspielen bekannt sind. Eingübte Muster wie das Lösen von Missionen bzw. Quests werden mit einem Community-Ansatz zusammen gebracht, so dass Kollektivstrukturen und -motivationen entstehen können.

Es sei grundsätzlich problematisch, Nutzer zum Mitmachen zu animieren, wenn sie nicht an etwas interessiert sind. Es müssen also immer einfache Andockstellen geschaffen werden, um Menschen an ein Thema heranzuführen. Hierfür werden dann unter anderem die Social-

Media-Kanäle (Facebook, Twitter, YouTube etc.) strategisch eingesetzt. Social Media dient dabei nicht nur als Kommunikationstool, sondern insbesondere auch zur Verknüpfung von On- und Offline-Kommunikation. Gruppen organisieren und verabreden sich online, um offline Aktivitäten zu planen und durchzuführen. Reine Online-Kampagnen hätten keine Aussichten auf Erfolg, ein Mediensprung ist zwingend notwendig für eine durchschlagende Kampagne. Ansonsten werde „nur die Sau durch Dorf getrieben“, so einer der Interviewten.

Zensur sei dabei ein probates Mittel um Aufmerksamkeit zu generieren. Wenn Inhalte zensiert werden, gebe es im Internet immer einen Aufschrei, egal um welches Thema es sich handelt (siehe hierzu den Fall Nestlé Kitkat). Dabei sei es für Kampagnenmacher oft ein schmaler Grat, zwischen dem Provozieren einer Reaktion und der bewussten Meinungssteuerung. Wird eine bewusste Manipulation durch Internetnutzer aufgedeckt, so führt dies unweigerlich zu einem Reputationsverlust und Imageschaden für die Marke. Dabei entscheidet die Glaubwürdigkeit der Marke oft darüber, ob Meldungen weitergeleitet werden oder nicht und bildet damit das „Grundkapital“, welches möglicherweise gefährdet wird.

Cyberwar, Anonymous und Co.

Eine andere Form des Aktivismus machte die letzten Jahre medial auf sich aufmerksam: Das Hacken. Ein Phänomen, welches in der Berichterstattung in direkten Zusammenhang mit Gruppierungen wie Anonymous, LulzSec und AntiSec gestellt wurde. Es handelt sich hierbei um anonyme Hackerkollektive, die mit Einbrüchen in Softwaresysteme auf Sicherheitslücken in Netzwerken aufmerksam machen bzw. durch DDoS- Attacken (Distributed-Denial-of-Service) Webseiten überlasten und dadurch blockieren. Bekannt wurde insbesondere Anonymous durch deren Proteste gegen Scientology sowie Angriffe auf die Kreditkartenunternehmen Visa und MasterCard, da diese zuvor der Whistleblowerplattform WikiLeaks den Zugang zu deren eigenen Konten gesperrt hatten. Weitere Attacken wurden auch auf autokratische Regime in Tunesien, Simbabwe und Syrien geführt, aber auch gegen den Playstation-Hersteller Sony, nachdem dieser einige Hacker für die Preisgabe von Informationen zu Kopierschutzfunktionen verklagte.

Während einige der Interviewten die Aktionen der Hackerkollektive eher als zivilen Ungehorsam und damit als legitime Protestform bewerteten, sahen andere dies als Ausnutzung technologischer Mittel zur Durchsetzung von Partikularinteressen. Im Sinne einer ernsthaft operierenden Organisation mit klar artikulierten politischen Zielen sei Anonymous, LulzSec oder AntiSec keine große Bedeutung beizumessen. Es wurde darauf hingewiesen, dass es Politiker gebe, die bei solchen Bewegungen von Terrorismus sprechen.

Interessant an diesem Phänomen seien aber weniger die Aktionen an sich, als vielmehr die Sympathiebekundungen unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen, so einer der Interviewten. Die teils wohlwollende Rezeption komme zum einen aus dem Robin-Hood-Klischee, der Möglichkeit, das einzelne Bürger Staaten und Konzerne immerhin kurzzeitig die Stirn bieten können und zum anderen aus dem Unbehagen einiger Bevölkerungsschichten mit der Sammlung persönlicher Daten durch privatwirtschaftliche Unternehmen. Eine gewisse Verwandtschaft mit einer neuen globalen Protestkultur sei hier zu beobachten.

Manipulation und Astroturfing

Bis zu welchem Grad ist eine Kampagne eine legitime Vertretung von Partikularinteressen und ab wann werden Aktionen manipulativ? Eine klare Antwort scheint schwierig, die Interviewten waren sich hier nicht einig. Fakten so darzustellen, dass sie nicht mehr der Wahrheit entsprechen, könnte eine mögliche Definition von Manipulation sein. Aber wie sieht es mit Aktionen aus, bei denen die Initiatoren bewusst im Verborgenen bleiben? Die Absicht ist sichtbar, die Akteure agieren jedoch aus dem Verborgenen. Ein Phänomen, das unter dem Begriff Astroturfing firmiert. Astroturfing bedeutet „Kunstrasenbewegung“, also die Herstellung einer vermeintlichen Graswurzelbewegung, bei der Bürgerinteressen artikuliert werden, die allerdings im Ursprung nicht von Bürgern, sondern von beauftragten PR-Agenturen und anderen Organisationen angestoßen werden. Auch hier ist in der Praxis oft keine saubere Trennung möglich, d. h. eine Bewegung kann mittels Astroturfing angestoßen werden, entwickelt sich dann jedoch zu einer echten Bürgerbewegung, von der die Beteiligten überzeugt sind, dass sich die Bewegung aus ihnen selbst heraus entwickelt hätte.

Gerade hier zeigt das Internet eine hohe Anfälligkeit, so einer der Interviewten. Die Medienberichterstattung kann über das Internet zusätzlich gesteuert werden, zum Beispiel durch fingierte Augenzeugenberichte, Videos, Blog-Beiträge und vermeintlich authentisches Bildmaterial, welches durch Nutzer generiert wurde.

Einer der Interviewten erwähnte das Beispiel der Deutschen Bahn, die berlinpolis, eine inzwischen aufgelöste Berliner Denkfabrik, im Zuge der Bahnprivatisierung mit versteckter Lobbyarbeit auf Basis von Meinungsumfragen, Leserbriefen, Beiträgen in Online-Foren und Blogbeiträgen beauftragte. Bei diesen Inhalten waren weder Urheber noch Auftraggeber ersichtlich.

Öffentliche Meinung wurde schon immer manipuliert, allerdings werden die Methoden und Technologien ausgefeilter und Bürger gerade im Internet leichtgläubiger, so ein anderer der Interviewpartner. Organisierte und finanzkräftige Interessensgruppen machen sich diese Entwicklung gezielt zu nutze. Heute könne man sich ohne Probleme 5.000 Freunde bei Facebook kaufen oder über Botnetze ganze Armeen an vermeintlichen Internetnutzern steuern. Den Ausgangspunkt einer Initiative klar zu verorten, sei in diesen Fällen nahezu unmöglich.

Agenda-Setting für Jedermann?

Neben Gefahren der Manipulation ergeben sich durch das Internet und die Neuen Medien auch neue Möglichkeiten. So bekommen heute zum Beispiel mehr Menschen die Möglichkeit Themen auf der öffentlichen Agenda zu platzieren. Alte Agenda-Setter verlieren dabei nicht an Bedeutung, die Grundanzahl an potenziellen Agenda-Settern erhöht sich aber deutlich. Die Zahl derer, die Agenden setzen können, hat deutlich zugenommen. Eine solche Entwicklung geht damit einher, dass es eine noch größere Anzahl an verschiedensten Gruppierungen gebe, die jeweils mit unterschiedlichen Agenden adressiert werden können. Zudem sei das Modell einer Agenda für die große politische Öffentlichkeit überholt. Heute gebe es viele Agenden, für viele politische Teilöffentlichkeiten. Dies mache die Lage natürlich unübersichtlicher wie auch eine klare politische Meinungsbildung zunehmend komplizierter werde. Der Einfluss des Internets auf politische Prozesse wird deutlich und wird im folgenden Kapitel vertieft.

2.6 Politische Massen und die Demokratie

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit den politischen Implikationen, die sich durch Massenkommunikationsphänomene wie Internet-Tsunamis ergeben. Grundlegend geht es dabei um die Frage der Auswirkungen auf Politik und Demokratie.

Repräsentativität

Für eine politische Bewertung stellt sich zunächst die Frage der Repräsentativität solcher Massenphänomene, inwiefern artikuliert sich hierbei die Mehrheit der Bevölkerung oder entsteht nur der gut inszenierte Schein und in Wirklichkeit schaffen sich Partikularinteressen unter dem Mantel einer vorgetäuschten Bürgerbewegung lautstark Gehör?

Einer der Interviewten meinte hierzu, wenn sich 100.000 Bürger über ein Thema echauffieren, muss man sich die Frage stellen, ob es sich hierbei um das wirkliche Abbild einer weit verbreiteten Sorge handelt oder ob dies eine mobilisierte sozio-demographische Gruppe ist, die bestimmte politische Überzeugungen vertritt und die Meinungshoheit über ein Thema gewinnen möchte. Wenn Demokratie bedeute, dass am Ende eine Mehrheit entscheide, dann muss man sich immer fragen, ob die jeweilige Gruppierung auch die Mehrheit abbildet.

Ein anderer Interviewpartner führte aus, was im Netz passiert, sei nicht repräsentativ, da dürfe man sich als Politiker nicht verleiten lassen, denn wer im Netz laut ist, sei oft nicht in der Mehrheit. Stuttgart 21 sei ein gutes Beispiel, laut der überwiegenden Mehrheit im Netz hätte der Bürgerentscheid deutlich gegen einen Bau des Bahnhofs Stuttgart 21 ausfallen müssen. Zieht man hieraus nun den Schluss, das Netz nicht mehr ernst zu nehmen oder folgt daraus, dass man die Stärken des Internets nutzt, um Bürger qualitativ besser einzubinden? Natürlich gelte es wahrzunehmen, dass auch das Internet nur einen Teil der Gesellschaft erreiche, viele Leute seien weder auf Facebook noch Twitter unterwegs, manche gar überhaupt nicht im Internet. Deshalb dürfen sich politische Beteiligungsangebote niemals nur auf diese Plattformen bzw. rein auf das Internet reduzieren. So würde man zwangsläufig Personen ausschließen und dies sei per se undemokratisch. Vor diesem Hintergrund sei auch der Begriff der Öffentlichkeit zu bewerten. Es handle sich hierbei sehr wohl um eine politische Öffentlichkeit, allerdings eben nur für diejenigen, die mit den technischen Mitteln umgehen können und sich darin bewegen. Angebote nicht zu nutzen, genauso wie nicht wählen zu gehen, sei ein demokratisches Grundrecht, welches jedem Bürger zustehe.

Ein dritter Interviewteilnehmer vertrat eine deutlich progressivere Meinung, zu glauben die Netzgemeinde bestünde aus einer völlig elitären Schicht, halte er für eine krasse Fehleinschätzung. Heute seien mehr als 99 % der unter 20-jährigen im Internet unterwegs, „nichts haben junge Leute in diesem Alter mehr gemein“, so der Interviewte. Die Netzgemeinde und die Bevölkerung würden im Laufe der Zeit deckungsgleicher werden, aber natürlich werde es immer Meinungsführer geben. Wenn in einer Woche gegen ACTA 1,5 Millionen Unterschriften gesammelt werden, dann sei dies definitiv ernst zu nehmen und habe auch eine politische Bedeutung.

Bezüglich der Repräsentativität müsse man sich vielmehr die Frage stellen, wie repräsentativ der Deutsche Bundestag sei, so ein weiterer Interviewter. Wie viele Abgeordnete haben einen Migrationshintergrund oder Harz-IV-Erfahrungen? Die Untersuchung einer der parteinahen Stiftungen habe ergeben, dass in den 80 größten deutschen Städten, die Abgeordneten in den Stadtparlamenten nur zu 4 % einen Migrationshintergrund haben, im Vergleich zu einer Ausländerquote an der Bevölkerung derselben Städte von ca. 20 %. Das Schlagwort Repräsentativität sei meistens völlig fehl am Platz, man sehe dies an der Besetzung der Parlamente ebenso, wie an der Berichterstattung der Leitmedien, diese seien ebenso wenig repräsentativ. Selbst Wahlen seien nur bedingt repräsentativ, wohl könnten sich theoretisch alle wahlberechtigten Bürger beteiligen, de facto gehen aber die schlechter gebildeten, aus niedrigeren Einkommensschichten nicht zur Wahl und sind damit unterrepräsentiert.

Nichtsdestotrotz müsse man sich demokratietheoretisch mit dieser Problemstellung auseinandersetzen. Die Frage, wer sich überhaupt beteiligt bzw. beteiligen kann, sei genauso wichtig wie auch die Frage möglicher Manipulationspotenziale. Natürlich gebe es bevorteilte Gruppierungen auf Basis finanzieller, technischer oder Wissensressourcen. Das Internet trage nicht dazu bei, mehr Bürger in demokratische Prozesse einzubeziehen, wohl kann es aber die Qualität der Beteiligungsprozesse steigern.

Wiederum ein weiterer Interviewter meinte, er glaube nicht daran, dass das Internet die Grenzen der Kommunikation in der Vertikalen grundlegend verschieben könne. Die direkte Kommunikation zwischen Politiker und Bürger werde sich nicht grundlegend ändern, auch durch Twitter reden Politiker immer nur mit einem kleinen nichtrepräsentativen Teil der Bevölkerung. Die Nichtrepräsentativität der digitalen Medien sei naturgegeben. Im Hinblick auf politische Gleichheit führen soziale Netzwerke eher noch zu einer verstärkten Ungleichheit. Twitter mache diejenigen kommunikationsmächtig, die schon kommunikationsmächtig sind. Entscheidend für die Demokratie sei aber etwas anderes, der politische Diskurs würde bei denjenigen stattfinden, die an ihm teilnehmen und wenn dieser Diskurs mit mehr Teilnehmern und einer gesteigerten Qualität geführt werden kann, dann mache dies sehr wohl einen bedeutenden Unterschied. Repräsentativität sei selten wirklich relevant, denn es handle sich eigentlich immer um Partikularinteressen. Die entscheidende Frage sei viel mehr, wie sich eine Agenda erstellt, welche Gruppen hinter der Artikulation bestimmter Meinungen stehen bzw. wie groß diese sind und woher sie kommen? Aus einer historischen Perspektive sei die Repräsentation viel entscheidender als die Repräsentativität. Denn die kommunikativen Möglichkeiten der jeweiligen Zeit (Buchdruck, Radio, Fernsehen, Internet) entscheiden über die Repräsentation von Entscheidungen und Entscheidern. Vor diesem Hintergrund ist die Demokratie, wie wir sie kennen überhaupt nur ein medienhistorisches Produkt.

Insgesamt scheinen die Positionen der Interviewten sehr divergent. Einer der Interviewpartner resümierte passend, man solle immer eine grundlegend kritische Position gegenüber den Möglichkeiten von Kommunikationsmedien für die Demokratisierung einnehmen, denn letztlich sind dies nur Instrumente und es komme darauf an, wie und von wem diese genutzt werden. In den Anfangsjahren des Internets war die Grundstimmung zu den Potenzialen des Internets für die Demokratie übertrieben positiv und teils utopisch, heute herrscht dagegen viel Skeptizismus. Das Internet sei aber weder inhärent demokratisch noch repressiv oder undemokratisch, es sei inhärent ein Instrument zur Kommunikation.

Legitimation

Mit Bezug auf die Legitimation von Massenkommunikationsphänomenen antwortete einer der Interviewten, demokratisch legitimiert seien Meinungsimpulswellen im Internet mit Sicherheit nicht. Demokratisch im Sinne einer Meinung unter vielen und der legitimen Äußerung dieser Meinung allerdings schon, so lange das Geäußerte keinen Anspruch auf Wahrheit, Wirklichkeit oder Repräsentativität erhebt. Dabei sei das Internet als Infrastruktur diskriminierungsfrei, denn sowohl Experten als auch Otto Normalbürger können hier gleichermaßen publizieren. Was die Legitimation für politische Entscheidungen angehe, so liege diese letztendlich bei den gewählten Repräsentanten. Allerdings fange die Bevölkerung an, die Legitimation der Politik in Frage zu stellen. Dies könne zu einer Legitimationskrise führen, die möglicherweise in eine Unregierbarkeit münde. Tea Party und Wutbürger zeigen im Subtext die Aufkündigung der Demokratie, auch wenn Entscheidungen demokratisch legitimiert sind, werden diese trotzdem nicht angenommen. Der Glaube bzw. die Akzeptanz von Repräsentanten als Volksvertreter werde zunehmend in Frage gestellt.

Ein anderer Interviewpartner erklärte, wenn man daran glaube, dass ein essentielles Prinzip von Demokratie lautet, alle Stimmen sollen gehört werden, dann sei jegliche Art von Massenbewegungen legitimiert, so lange sie friedlich ablaufen. Wie repräsentativ diese dann sind, hänge von den jeweiligen Umständen ab. Es gebe gerade eine Grundtendenz, nach der die Meinung des Volkes, im Sinne einer kollektiven Intelligenz sehr wichtig genommen werde. Deshalb würde der Druck zukünftig mehr Mitglieder- und Bürgerentscheide (siehe Stuttgart 21) einzuplanen weiter steigen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, Massenkommunikationsphänomene im und aus dem Internet sind wohl nicht repräsentativ, aber bedeutend, nicht demokratisch legitimiert aber durchaus legitim und jede Bewegung jeglicher Art ist mit ihrer Artikulation erst einmal ernst zu nehmen.

Diskursivität und Kommunikationsräume

Diskursfähigkeit sei die Grundlage für demokratische Entscheidungen. Das Internet könne durch seine basisdemokratische Struktur, bei der alle die gleichen Informationen einsehen können, Diskurse fördern. Das jeder Mensch am politischen Diskurs teilhat, sei allerdings nicht vorstellbar, egal, welche kommunikativen Mittel zu Verfügung stehen, weil a) eine mangelnde Skalierbarkeit bestehe. Es sei kaum vorstellbar, dass mehr als eine Millionen Menschen gleichzeitig im Internet miteinander kommunizieren würden. b) Eine mangelnde Bereitschaft zur Beteiligung bestehe, der allzeit politisch aktive Bürger sei ein Trugschluss. Und c) eine Komplexitätsdiskrepanz bestünde, nach der es nicht möglich sei, dass eine breite Bürgerschaft an fachlich komplexen und tiefgehenden Themenfeldern arbeite bzw. diese sich im Umkehrschluss nicht auf ja/nein-Lösungen reduzieren lassen.

Dies bedeute allerdings nicht, dass sich nicht neue Beteiligungsformate und –möglichkeiten entwickeln, ganz im Gegenteil seien neue Diskursräume und Beteiligungsplattformen im Entstehen, so mehrere der Interviewten. Die große Frage, die dabei bestehe sei, in wie fern ein Mit- und Einwirken der Bürger reale Auswirkungen auf Politik entfalten könne oder ob die Beteiligung nur zu einer Partizipationsillusion verkomme. Die jüngere Generation an Politikern

glaube wirklich an die Chancen der Bürgerbeteiligung durch das Internet, allerdings werde es immer auch Partizipationsangebote aus reinen PR-Gründen geben, wie dies zum Beispiel der Dialog der Kanzlerin sei, so einer der Interviewten. Nehmen die Partizipationsangebote überhand, die keinen echten Dialog erzeugen, so bestünde die Gefahr eines weiteren Vertrauensverlusts.

Alle neueren Beteiligungsformate müssen sich erst einmal der Debatte stellen, ob deren Beteiligungszahlen ausreichend seien. Die Beteiligung falle dabei, im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung gering aus. Dennoch müsse man zum einen berücksichtigen, dass die Beteiligungshürden bei Wahlen denkbar gering seien (ja/nein Stimme), je diffiziler ein Thema sei, desto mehr Vorwissen und Zeitressourcen müssen die Beteiligten dann mitbringen. Dementsprechend sinke die Grundgesamtheit an potenziellen Beteiligungskandidaten. Zum anderen gebe es keinen Zwang politisch aktiv zu werden, weder im Internet noch in der Offline-Welt. Dies habe sich durch das Internet nicht geändert, es werde nur sehr viel deutlicher, wenn sich Bürger nicht im großen Maße beteiligen. Dementsprechend gebe es unterschiedliche Instrumente (engl. Tools) für unterschiedliche Beteiligungsformen. Auf einer Skala verortet sei an einem Ende ein einfaches und niedrigschwelliges Beteiligungsangebot, mit dem man eine breite Masse der Bevölkerung ansprechen kann (Wahlen) und am anderen Ende eine tiefe, detaillierte, themenintensive Diskussion, die eben nur ein kleinerer Teil der Bevölkerung mitgestalten kann und mitgestalten möchte (Bürgerexperten Crowdsourcing).

Erste Formate finden Eingang in den Politikprozess, so ernannte die Enquete Kommission Internet und digitale Gesellschaft den Bürger zum 18. Sachverständigen. In der Ausschreibungsphase für die zu verwendende Software setzte sich Adhocracy gegen Liquid Feedback durch. Die Vorboten eines zukünftig bevorstehenden Kulturkampfes ließen sich hierbei erahnen, denn trotz eines parteiübergreifend einstimmigen Beschlusses für den Einsatz der Software stoppte der Ältestenrat deren Anwendung, durch das Verhängen einer Haushaltssperre. Ein Novum innerhalb der Geschichte der Enquete Kommissionen, so einer der Interviewten. Auf die Bitte der Abgeordneten und Experten kam die Software dann doch zum Einsatz, da sich die Betreiber bereiterklärten, ihr Engagement ehrenamtlich zu vollziehen. 2.500 registrierte Nutzer arbeiteten mehr oder minder intensiv am Wirken der Enquete Kommission mit. Je nach Leseart, handelt es sich hier um einen Erfolg bzw. Misserfolg. Es handelte sich in jedem Fall um einen sehr themen- bzw. fachspezifischen Beteiligungsprozess und die Zugangshürden für die Beteiligung wurden für die Anmeldung relativ hoch gesetzt. Eine breite Beteiligung der Bevölkerung war daher nicht zu erwarten. Interessant sind hierbei nicht die Beteiligungszahlen, sondern eher die Öffnung von ehemals Geheimgremien, die hinter verschlossenen Türen abgehalten wurden zu einer transparenten Berichterstattung mit Live-Übertragungen im Internet, bei der sich der Bürger potenziell beteiligen konnte. Es wird sich zeigen, ob bei einer weiteren Veränderung der politischen Kultur, die Bürgerbeteiligung innerhalb solcher Gremien deutlich steigt.

Resümierend bleibt festzuhalten, das Internet bietet nach Ansicht der meisten Interviewten die Möglichkeit, erweiterte Kommunikationsräume bereitzustellen und damit die Diskursfähigkeit innerhalb der Gesellschaft anzuregen. Inwiefern sich dadurch die Beteiligung des Bürgers an politischen Prozessen fundamental verändert bleibt abzuwarten.

Transparenz

Transparenz sei das zentrale Gut des Internets, so einer der Interviewten, denn jeder kann jedes sehen, jeder kann mit jedem kommunizieren, alle wissen theoretisch über allem Bescheid, wenn sie es denn im Internet finden. Wie tief das Internet in die Lebensrealität vieler Menschen eingedrungen sei, zeige unter anderem der Erfolg der Piratenpartei, die es schließlich geschafft habe, rein über Internetthemen eine Partei zu formieren.

Die Angst der Politiker sei dabei der Kontrollverlust und dies sei verständlich, denn es brauche Zeit, bis diese sich an die veränderten Rahmenbedingungen anpassen, so ein anderer der Interviewten. Im speziellen gelte dies für Politiker, die nicht mit dem Internet aufgewachsen sind, man müsse diesen Zeit für einen Lernprozess zugestehen. Den Eindruck, dass Politik heute verstrittener sei als früher, halte er für eine Nebenwirkung von Transparenz. In der Tat wurde immer gestritten, nur seien die diskursiven Aushandlungsprozesse heute sichtbarer als dies noch bis vor ein paar Jahren der Fall war.

Der Versuch, Transparenz über technische Mittel herzustellen, sei allerdings eng mit Bedingungen an den Datenschutz verknüpft. Dabei sei der Wunsch, Sicherheit mittels mathematischer Verfahren herzustellen, zum Scheitern verurteilt, denn man könne keine Zugriffsmöglichkeiten auf Daten schaffen und dann gleichzeitig behaupten, dass diese Zugriffsmöglichkeiten nicht bestehen. Außerdem liegen Daten immer auch unverschlüsselt vor und können dann kopiert werden, dies sei weder auszuschließen noch zu überprüfen. Die sicherste Methode Transparenz zu schaffen sei demnach nicht über technische Mittel zu erreichen, sondern über soziale Normen.

Einflüsse auf den Politikprozess

Betrachtet man den Politikprozess als ein System, so lässt sich eine Input-Seite und eine Output-Seite unterscheiden, in deren Mitte das politische System politische Entscheidungen verarbeitet. Auf der Input-Seite werden durch die Gesellschaft bzw. die Bürger Forderungen gestellt und Probleme aufgeworfen, die durch das politische System bearbeitet werden sollen. Auf der Output-Seite gehen aus dem politischen System die Entscheidungen und deren Umsetzung hervor, um dadurch in den jeweiligen Adressatensystemen (Wirtschaftssystem, Gesundheitssystem o. ä.) die intendierten Wirkungen zu entfalten.

Aus Sicht der Interviewten haben die beschriebenen Massenkommunikationsphänomene verschiedene Auswirkungen auf der Input-Seite. Die Repräsentative Demokratie werde zwar nicht abgelöst, aber die der Partizipation vorgelagerten Säulen, wie zum Beispiel die Informationsgewinnung aber auch der politische Diskurs, verändere sich. Das Engagement bzw. die Mitarbeit in Parteien, als bisher primäre Form der Beteiligung am politischen Geschehen, sei unpopulär geworden und es entwickeln sich neue Formen der Beteiligung. Dabei seien durchaus auch vermehrt plebiszitäre Elemente denkbar.

Zudem sei eine Internationalisierung von politischen Bewegungen zu beobachten, wie dies beispielsweise bei der Occupy-Bewegung oder den Anti-ACTA-Protessen zu sehen war. Besonders in Europa entwickle sich auf Bürgerebene eine neue politische Beteiligungskultur. Das Internet als Medium ermögliche eine breite Partizipation, bewirke diese aber nicht

notwendigerweise. Eine Stärke des Internets liege weiterhin in der Möglichkeit zur schnellen Mobilisierung und Reaktion auf aktuelle Ereignisse. Das Internet mache es einfacher, sich zu informieren und an politischen Aktionen teilzunehmen.

Die Chance der Politik liege dabei, Anregungen aufzunehmen sowie ein schnelles Feedback zu bekommen, teilweise auch von Leuten, die sich gewöhnlich nicht an politischen Prozessen beteiligen.

Außerdem könne die Basis, auf der politische Entscheidungen getroffen werden, durch verschiedene Beteiligungsmechanismen, wie z. B. Experten-Crowdsourcing, verbessert werden.

Auf der Output-Seite schaffen Open-Data-Bemühungen die Möglichkeit, staatliche Entscheidungen und Daten einzusehen. Es sei sogar denkbar, dass man an einen Punkt käme, an dem Gesetze nach der ersten Lesung für einen Zeitraum von 14 Tagen für Einwände, Vorschläge, Verbesserungen und Lob der Bürger ins Netz gestellt werden, die dann wiederum in der zweiten und dritten Lesung mitberücksichtigt werden müssen. Damit könne man auch der Komplexität gerecht werden, dass heute verabschiedete Gesetze viel mehr Lebenswelten, als noch vor 50 Jahren betreffen.

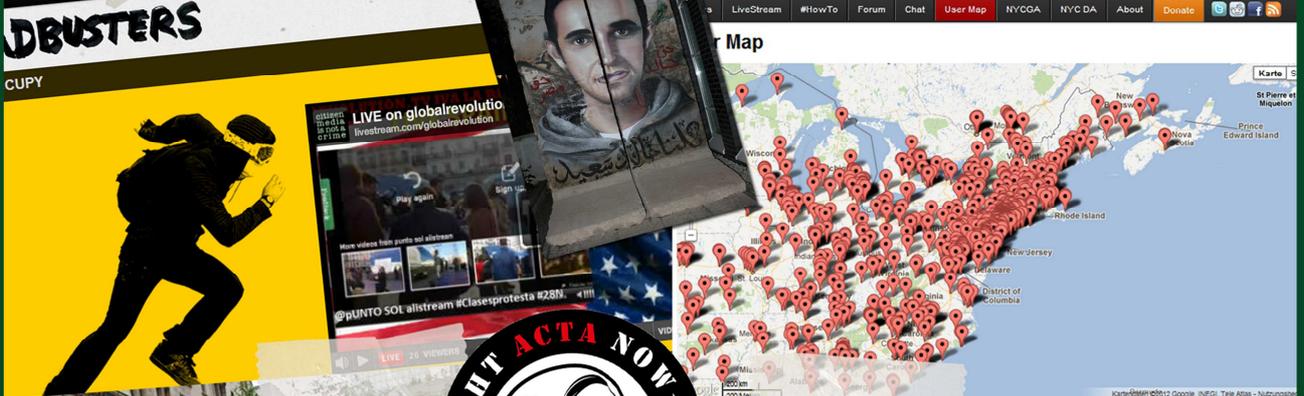
Mit Blick auf den gesamten Politikprozess verändern sich die Verlaufszyklen. Politik, gesellschaftlicher Diskurs und Debattenverläufe werden schnelllebiger und vielschichtiger.

Chancen und Risiken

Internet-Technologien können Demokratiemotor sein, wenn sie es ermöglichen, Machstrukturen aufzulösen, so einer Interviewpartner. Es ist denkbar, dass Nachwuchspolitiker durch das Internet bekannt und gestärkt werden, anstatt die traditionellen und elitären Parteilaufbahnen zu beschreiten. Politik mache Fehler und Gesellschaft werde komplexer, die große Chance des Internets bestehe heute darin, mehr Akteure mit unterschiedlichen Perspektiven in den Politikprozess einzubinden.

Auf der anderen Seite halte er es für einen Trugschluss, zu denken, dass sich durch die digitalen Medien die Kommunikationsstrukturen in der Politik grundsätzlich verändern. Die Massendemokratien können durch soziale Netzwerke nicht umgebaut werden, die Idee skalieren sich nicht, denn niemand könne mit 70.000 Followern in Kontakt treten. Es ändere sich eher die horizontale Beziehung zwischen den Bürgern. Bürger können sich heute besser selbst untereinander organisieren. Der Bürger werde individueller und engagiere sich kurzfristig und themenbezogen, weniger langfristig. Diese Entwicklung habe grundlegende Folgen für die Parteienlandschaft. Waren Parteien ursprünglich zur Beantwortung und Repräsentation von Systemfragen gegründet worden, so müssen sie sich heute von Grund auf neu organisieren, um den Lebensrealitäten und Ansprüchen einer Gesellschaft im 21. Jahrhundert gerecht zu werden.

Die große Gefahr für die Demokratie bestehe darin, dass sich immer mehr Bevölkerungsteile nicht mehr durch die parlamentarischen Kompromisse repräsentiert fühlen und ausbrechen. Das Internet verstärke diese Spannungen eher als sie zu nivellieren. Ein neuer gesellschaftlicher Vertrag sei gefragt, ansonsten steigen größere Teile der Bevölkerung aus dem parlamentarischen Konsens aus.



3 Fallstudien

Im folgenden Kapitel sollen gesellschaftspolitisch relevante Ereignisse der jüngeren Geschichte, als explorative Fallbeispiele für Internet-Tsunamis aufbereitet werden. Die untersuchten Fälle sind die Plagiatsaffäre Guttenberg, die Revolution in Ägypten im Kontext des Arabischen Frühlings, die Bewegung um Occupy Wall Street und die europaweiten Anti-ACTA-Proteste. Es wurden gerade diese Fälle ausgewählt, da allen eine ausgeprägt politische Komponente inhärent ist, sie eng in Zusammenhang mit Internetmassenkommunikation sowie anschließenden realen Protesten stehen. Des Weiteren wurde darauf geachtet, dass die untersuchten Fälle hinsichtlich geographischen, kulturellen und politischen Rahmenbedingung möglichst divergieren, so dass sich verschiedene Ausprägungen und Entwicklungen des gleichen Phänomens untersuchen lassen. Der Aufbau der Fallstudien folgt grundsätzlich einer zuvor festgelegten Gliederung in Klimafaktoren (Rahmenbedingungen), Input-Funktion (notwendige Bedingungen), Tsunami-Funktion (hinreichende Bedingungen), Repressives Moment (Gegenmaßnahmen), Output (direkte Auswirkungen) und Outcome (Auswirkungen im Nachgang). Diese Gliederung ist Ergebnis der Erkenntnisse aus den Interviews und der weiterführenden Recherche.

” Viele kleine Leute, die in vielen kleinen Orten, viele kleine Dinge tun, können das Gesicht der Welt verändern.“

- Afrikanische Weisheit

3.1 Plagiatsaffäre Guttenberg

Was am 16. Februar 2011 zunächst wie eine Lappalie aussah, sollte kurze Zeit später in der Aberkennung des Dokortitels und dem Rücktritt von Karl-Theodor zu Guttenberg als Verteidigungsminister enden. Ins Visier von Plagiatsjägern geraten sah sich der ehemals beliebteste Minister, innerhalb von gerade mal zwei Wochen, gezwungen, alle seine Ämter niederzulegen. Ein bis dahin beispielloser Prozess in der Geschichte des deutschen Politikbetriebs. Nie zuvor musste ein Minister in Deutschland auf Druck einer im Internet organisierten Interessengruppe zurücktreten. Was genau geschehen ist und welche technischen und sozialen Mechanismen dazu beigetragen haben, soll Thema der folgenden Fallstudie sein.

Klimafaktoren: Medienkritik um Gorch-Fock- und Kunduz-Affäre

Laut Umfragen genoss Karl-Theodor zu Guttenberg während seiner gesamten Amtszeit als Verteidigungsminister eine hohe Popularität in der Bevölkerung^{28 29} und galt auch in den Medien als „Shootingstar“ oder gar als „Superstar“.^{30 31} Jedoch wurde nach der Kunduz- und besonders nach der Gorch-Fock-Affäre Kritik in den Medien laut.^{32 33 34} Seine hohen Beliebtheitswerte bei den Bundesbürgern blieben davon unberührt,^{35 36 37} allerdings stieß zu Guttenberg vor allem nach der Gorch-Fock-Affäre in der Opposition, aber auch innerhalb der eigenen Reihen, auf breite Kritik.^{38 39} Selbst ein ehemaliger Fürsprecher, Altkanzler Helmut

²⁸ vergl. SPIEGEL ONLINE (hen/dpad) 16.10.2010: Guttenberg wundert sich über Guttenberg-Hype.
<<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,723524,00.html>> (08.11.2011)

²⁹ vergl. ZEIT ONLINE (o. V.) 2010: Das Volk beklatscht Guttenberg.
<<http://www.zeit.de/politik/deutschland/2010-08/guttenberg-3/seite-1>> (08.11.2011)

³⁰ vergl. Stern.de (AP/AFP) 2009: Guttenberg ist der Shootingstar.
<<http://www.stern.de/wahl-2009/umfrage/politiker-beliebtheitskala-guttenberg-ist-der-shootingstar-703451.html>> (08.11.2011)

³¹ vergl. SPIEGEL ONLINE (Gebauer, Matthias) 27.10.2009: Feuerprobe für den Superstar.
<<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,657642,00.html>> (09.11.2011)

³² vergl. WELT ONLINE (AFP/dpa/ks) 14.12.2009: Karl-Theodor zu Guttenberg schließt Rücktritt aus.
<<http://www.welt.de/politik/article5522765/Karl-Theodor-zu-Guttenberg-schliesst-Ruecktritt-aus.html>> (09.11.2011)

³³ vergl. SPIEGEL ONLINE (Fischer, Sebastian und Gathmann, Florian) 08.12.2009: Popstar Guttenberg patzt
<<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,665892,00.html>> (09.11.2011)

³⁴ vergl. BILD DIGITAL (Backhaus, Michael) 13.12.2009: Schwere Tage für Guttenberg.
<<http://www.bild.de/politik/2009/afghanistan/zu-guttenberg-wegen-luftangriff-unter-druck-10801810.bild.html>> (09.11.2011)

³⁵ vergl. FOCUS Online (gxs/APD) 06.01.2010: Umfrage – Guttenberg dicht hinter Merkel.
<http://www.focus.de/politik/weitere-meldungen/beliebtheitskala-umfrage-guttenberg-dicht-hinter-merkel_aid_468374.html> (10.11.2011)

³⁶ vergl. FOCUS Online (dpa) 10.03.2011: Umfrage: Guttenberg weiter beliebtester Politiker.
<http://www.focus.de/politik/deutschland/parteien-umfrage-guttenberg-weiter-beliebtester-politiker_aid_607406.html> (10.11.2011)

³⁷ vergl. Infratest dimap (o. V.) 2010: Zwei Drittel sehen in Guttenberg ein Vorbild für andere Politiker.
<<http://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/umfragen/aktuell/zwei-drittel-sehen-in-guttenberg-ein-vorbild-fuer-andere-politiker/>> (10.11.2011)

³⁸ vergl. n-tv (dpa/ADP) 30.01.2011: „Gorch Fock“ segelt gen Heimat: Breite Kritik an Guttenberg.
<<http://www.n-tv.de/politik/Gorch-Fock-segelt-gen-Heimat-article2489911.html>> (10.11.2011)

Schmidt, ermahnte den damaligen Verteidigungsminister. „In der ZEIT, deren Herausgeber er ist, sagte der frühere Politiker: ‚Um einen Rat gebeten, würde ich sagen: Sorge dafür, dass die Vorschriften eingehalten werden. Zu den Regeln gehört beispielsweise auch, dass über niemandem der Stab gebrochen wird, ehe er angehört wurde‘.“⁴⁰ Dabei bezog sich der frühere Bundeskanzler einerseits auf die Abberufung des Gorch-Fock-Kapitäns Norbert Schatz im Januar 2011 und andererseits auf die Entlassungen des Staatssekretärs Peter Wichert und des Generalinspektors Wolfgang Schneiderhahn. Letztere waren kurz nach Guttenbergs Amtsantritt, im November 2009, ihrer Ämter enthoben worden.⁴¹

Im Dezember 2010 sorgte die Reise des ehemaligen Verteidigungsministers an den Hindukusch für weitere Schlagzeilen. Guttenberg flog zusammen mit seiner Frau und TV-Moderator Johannes B. Kerner zum Truppenbesuch nach Afghanistan. Nach der Talkshow-Aufzeichnung im Feldlager Masar-i-Sharif überschlug sich die Presse mit negativen Kommentaren.^{42 43 44} DER SPIEGEL titelte „Minister für PR und Pathos“⁴⁵, Die Süddeutsche Zeitung schrieb „Staatsschauspieler ohne Gespür“⁴⁶, in der FAZ lautete die Überschrift „Einer flog über das Wespennest“⁴⁷, um nur einige zu nennen. Kabinettsmitglied Elke Hoff, ihres Zeichens sicherheitspolitische Sprecherin der FDP-Bundestagsfraktion, kommentierte den Truppenbesuch folgendermaßen: „Ich würde dem Minister zu mehr Zurückhaltung raten [...] Das Letzte, was die Truppe jetzt braucht, ist die Anwesenheit von geschätzten Talkshow-Moderatoren.“⁴⁸ Doch gemessen an den Umfragewerten der großen Meinungsforschungsinstitute galt es auch Ende 2010 festzustellen: Guttenberg – umstritten in den Medien, aber unumstritten in der Gunst des Volkes. „Er lässt alle anderen Politiker in den Meinungsumfragen weit hinter sich: Verteidigungsminister zu Guttenberg ist so etwas wie der

³⁹ vergl. WELT ONLINE (Sturm, Daniel Friedrich) 24.01.2011: Für Guttenberg beginnt die Woche der Wahrheit. <<http://www.welt.de/politik/deutschland/article12313722/Fuer-Guttenberg-beginnt-die-Woche-der-Wahrheit.html>> (10.11.2011)

⁴⁰ ZEIT ONLINE (o. V.) 2011: Altkanzler Schmidt mahnt Guttenberg. <<http://www.zeit.de/politik/deutschland/2011-01/gorch-fock-missstaende-bundeswehr-schmidt>> (14.11.2011)

⁴¹ vergl. ebd.

⁴² vergl. Financial Times online (Steinmann, Thomas) 13.12.2010: Paarlauf an die Front. <<http://www.ftd.de/politik/deutschland/:afghanistan-reise-paarlauf-an-die-front/50205148.html>> (21.11.2011)

⁴³ vergl. Süddeutsche Zeitung online (Kisler, Kurt) 13.12.2010: Ego-Feldzug am Hindukusch. <<http://www.sueddeutsche.de/politik/guttenberg-in-afghanistan-ego-feldzug-am-hindukusch-1.1035771>> (21.11.2011)

⁴⁴ vergl. SPIEGEL ONLINE (Gebauer, Matthias; Medick, Veit und Wittrock, Philipp) 14.12.2010: Minister für PR und Pathos. <<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,734517,00.html>> (21.11.2011)

⁴⁵ vergl. ebd.

⁴⁶ Süddeutsche Zeitung online (o. V.) 14.12.2010: Staatsschauspieler ohne Gespür. <<http://www.sueddeutsche.de/politik/guttenberg-in-afghanistan-reaktionen-staatsschauspieler-ohne-gespuer-fuer-grenzen-1.1035889>> (23.11.2011)

⁴⁷ Frankfurter Allgemeine online (Hahnfeld, Michael) 16.12.2010: Einer flog über das Wespennest. <<http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/2.1756/guttenberg-bei-kerner-einer-flog-ueber-das-wespennest-11087032.html>> (23.11.2011)

⁴⁸ WELT ONLINE (dpa/dpad/cn) 14.12.2010: Auch die FDP kritisiert Guttenbergs Afghanistan-Reise. <<http://www.welt.de/politik/deutschland/article11614571/Auch-die-FDP-kritisiert-Guttenbergs-Afghanistan-Reise.html>> (23.11.2011)

politische Gewinner des Jahres. Auch radikale Positionswechsel haben sein Ansehen nicht beschädigt, Kritik perlt an ihm ab.“⁴⁹

Input-Funktion: Fischer-Lescano und die Süddeutsche Zeitung

Für die juristische Fachzeitschrift „KRITISCHE JUSTIZ“ (Heft 1, 44. Jahrgang, Februar 2011) rezensierten die Verfassungsrechtler Andreas Fischer-Lescano⁵⁰ und Felix Hanschmann⁵¹ die Dissertation des CSU-Politikers. Der Titel der 2009 im Fachverlag DUNCKER & HUMBLOT erschienenen juristischen Arbeit lautet: „Verfassung und Verfassungsvertrag. Konstitutionelle Entwicklungsstufen in den USA und der EU“.

Das, worauf Fischer-Lescano und Hanschmann beim Rezensieren der Doktorarbeit stießen, legte den Grundstein für ein bisher beispielloses Wechselspiel zwischen traditionellen und neuen Medien. In Ihrem am 13. Februar 2011 veröffentlichten Artikel erhoben „die zwei Juristen aus Bremen und Frankfurt schwere Plagiatsvorwürfe gegen Guttenberg“⁵². Dabei bezogen sich ihre Vorwürfe auf insgesamt neun Passagen in der Doktorarbeit. Fischer-Lescano, Professor der Rechtswissenschaften an der Universität Bremen und Mitherausgeber der Fachzeitschrift KRITISCHE JUSTIZ, setzte, nach eigenen Angaben, einen Tag vor der Veröffentlichung des Plagiatsvorwurfs, die Süddeutsche Zeitung und die beiden Gutachter der Dissertation von Guttenberg - Peter Häberle und Rudolf Streinz - in Kenntnis.⁵³ Schließlich griff die Süddeutsche Zeitung den Plagiatsvorwurf auf und berichtete darüber, zusammen mit einer ersten Stellungnahme des damaligen Verteidigungsministers in der Ausgabe vom 16. Februar 2011. In seiner darin enthaltenen Erklärung kommentierte der ehemalige Minister die Anschuldigung wie folgt: „Der Vorwurf, meine Doktorarbeit sei ein Plagiat, ist abstrus!“⁵⁴ Diese Gegenüberstellung von „Vorwurf“ und „Zurückweisung“ ist als Geburtsstunde der Plagiatsaffäre zu werten. Einen Tag nach Erscheinen des Berichts am 17. Februar 2011 wurde das „GuttenPlag Wiki“ gegründet. Ziel dieses offenen Wikis war die kollaborative Plagiatsdokumentation. Debora Weber-Wulff, Professorin für Medieninformatik an der HTW Berlin, schrieb in ihrem Artikel „Kopienjäger“ auf „heise online“, dass es anfangs eine kleine Gruppe Interessierter war, vor allem Doktoranden und Promovierte, die sich da

⁴⁹ tagesschau.de (Ueberbach, Stephan) 21.12.2010: Karl-Theodor zu Guttenberg – Der Aufsteiger. <<http://www.tagesschau.de/inland/guttenberg504.html>> (24.12.2011)

⁵⁰ Fischer-Lescano, Andreas: Professor für öffentliches Recht, Europa- und Völkerrecht an der Universität Bremen; Mitherausgeber und geschäftsführender Chefredakteur der Fachzeitschrift KRITISCHE JUSTIZ; Gründungs- und Kuratoriumsmitglied des ISM (Institut Solidarische Moderne); Vertrauensdozent in der Friedrich-Ebert-Stiftung

⁵¹ Hanschmann, Felix: Lehrbeauftragter am Fachbereich Rechtswissenschaft der Goethe-Universität Frankfurt am Main; Mitherausgeber und Redaktionsmitglied der Fachzeitschrift KRITISCHE JUSTIZ

⁵² Süddeutsche Zeitung online (Kotyneck, Martin; Preuß, Roland und Schultz, Tanjev) 16.02.2011: Guttenberg soll auch in Einleitung abgeschrieben haben. <<http://www.sueddeutsche.de/politik/plagiatsvorwurf-guttenberg-soll-auch-in-einleitung-abgeschrieben-haben-1.1061084>> (27.11.2011)

⁵³ vergl. ZEIT ONLINE (Fischer-Lescano, Andreas) 2011: Ich wollte es nicht glauben. <<http://www.zeit.de/2011/09/Interview-Fischer-Lescano>> (27.11.2011)

⁵⁴ Süddeutsche Zeitung online (Kotyneck, Martin; Preuß, Roland und Schultz, Tanjev) 16.02.2011: Guttenberg soll auch in Einleitung abgeschrieben haben.

zusammenfanden.⁵⁵ Doch dabei sollte es nicht bleiben. Zum Zeitpunkt der ersten öffentlichen Stellungnahme Guttenbergs am 18. Februar 2011 waren bereits weitere Plagiatsstellen entdeckt worden. Guttenberg beteuerte jedoch, dass „zu keinem Zeitpunkt bewusst getäuscht oder bewusst die Urheberschaft nicht kenntlich gemacht“⁵⁶ wurde.

Tsunami-Funktion: Der Barcode

Das Dementi Guttenbergs, stetig neuauftretende Belege von Plagiatsstellen und die flächendeckende Berichterstattung der Massenmedien rief eine rasch wachsende Schar selbsternannter Plagiatsjäger auf den Plan. Zur besseren Weiterverarbeitung und Visualisierung der Plagiatsfunde in Guttenbergs Dissertation entwickelte eine Kerngruppe von 20 Aktivisten eine nützliche Art der Prozessstand-Darstellung: den „Barcode“.⁵⁷ Dieser sollte fortan zum Symbol der Plagiatsjäger werden. Der Barcode funktionierte folgendermaßen: eine Fundstelle, im Fall von „GuttenPlag Wiki“ eine Zeile, wurde als „Fragment“ bezeichnet und mit der jeweiligen Seite, gefolgt von einer Von-Bis-Notation, im Plagiat benannt. Beim Aneinanderreihen der Seiten ergaben die markierten, im Kontrast zu den nichtmarkierten Fundstellen die Struktur eines Strichcodes bzw. Barcodes. Da es für die Erstellung und Bearbeitung eines Fragments eine klare Definition und Anleitung gab,⁵⁸ konnte eine einheitliche, gemeinschaftliche Suche verschiedener unabhängiger Plagiatsjäger im Netz gewährleistet werden. Der Barcode bedeutete für die freiwilligen Helfer des Wikis eine hervorragende Darstellungsmöglichkeit des aktuellen Prozessstands und lieferte gleichzeitig den traditionellen Medien eine geeignete visuelle Übersetzung des „Falls Guttenberg“. Wie effektiv außerdem das Crowdsourcing auf dem „GuttenPlag Wiki“ vorstättenging, zeigte der Vergleich mit dem SPIEGEL-Archiv. In der Zeit, in der die SPIEGEL-Rechercheure 60 Plagiatsstellen fanden, kamen die Plagiatsjäger des „GuttenPlag Wikis“ auf 300 Funde.⁵⁹ Der erste Zwischenbericht der inzwischen vielzitierten Recherche-Plattform wies am 21. Februar 2011 teilweise verifizierte Plagiate in 68,96 % der gesamten Doktorarbeit aus.⁶⁰

⁵⁵ vergl. heise online (Köhler, Katrin und Weber-Wulff, Deborah) 2011: Kopienjäger. <<http://www.heise.de/ix/artikel/Kopienjaeger-1245288.html>> (27.11.2011)

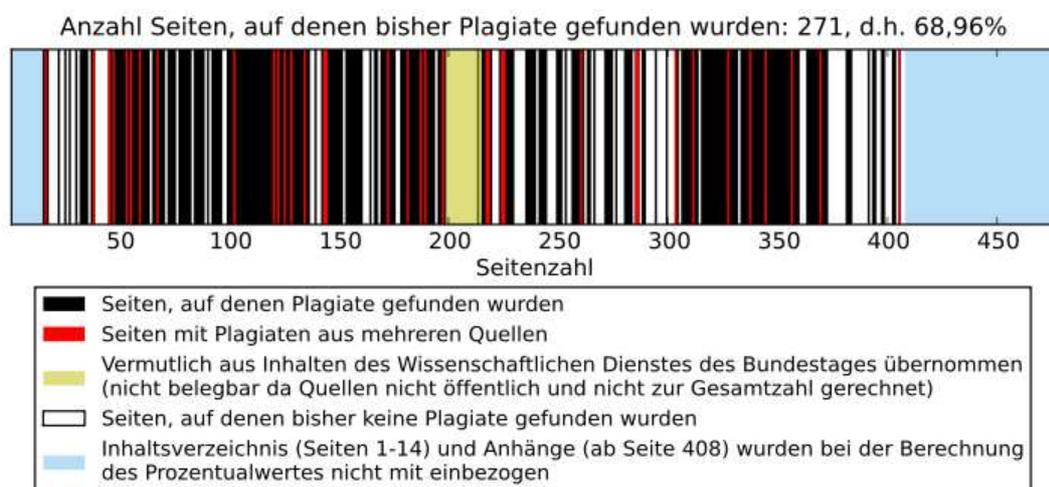
⁵⁶ ZEIT ONLINE (o. V.) 2011: Guttenbergs Stellungnahme im Wortlaut: Dokumentation. <<http://www.zeit.de/politik/deutschland/2011-02/guttenberg-erklaerung-wortlaut->> (28.11.2011)

⁵⁷ vergl. heise online (Köhler, Katrin und Weber-Wulff, Deborah) 2011: Kopienjäger.

⁵⁸ vergl. Wikia.com (o. V.) o. J.: GuttenPlag Wiki: FragmenteDokumentieren. <<http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/FragmenteDokumentieren>> (29.11.2011)

⁵⁹ vergl. Tagesspiegel Online (Pohlmann, Sonja) 22.02.2011: Schwarm und Schwärmer. <<http://www.tagesspiegel.de/medien/schwarm-und-schwaermer/3872214.html>> (29.11.2011)

⁶⁰ vergl. Wikia.com (o. V.) 21.02.2011: GuttenPlag Wiki: 1. Zwischenbericht. <http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/1._Zwischenbericht> (29.11.2011)



Stand: 21.02.2011 16:45

Abbildung 3-1: Barcode GuttenPlag (Stand: 21.02.2011 16:45)⁶¹

In den Medien war die Plagiatsaffäre zu diesem Zeitpunkt bereits zum Flächenbrand avanciert. Eine Woche nach Gründung des „GuttenPlag Wikis“ durch den PlagDoc⁶², war die Zahl der freiwilligen Plagiatsjäger auf über 1.000 angestiegen.⁶³ Am 1. März, der Tag Guttenbergs Rücktritt aus allen Ämtern, hatte sich der Barcode auf verifizierte Plagiatsstellen in 82 % der gesamten Dissertation verdichtet.⁶⁴

„Wir wollen Guttenberg zurück“

„Wenn das Internet ihn ‚gestürzt‘ hat, dann kann das Internet ihn auch wieder zurückholen!“ wird Andreea Velcelean, Gruppenmitglied einer Pro-Guttenberg-Seite bei Facebook, in einem STERN-Artikel zitiert.⁶⁵ Der Rücktritt des Ministers kam für viele seiner Anhänger und Parteimitglieder überraschend.^{66 67} Dennoch war das Besondere am Fall Guttenberg nicht, dass es dazu kam, sondern vielmehr wie. Im Absatz „INPUT-Funktion: Fischer-Lescano und die Süddeutsche Zeitung“ wurde bereits geschildert, dass die Plagiatsaffäre klassisch durch die Berichterstattung in den traditionellen Medien initiiert wurde. Allerdings war es eine organisierte Interessengruppe im Netz, die maßgeblich dazu beigetragen hat, dass die

⁶¹ Wikia.com (o. V.) 21.02.2011: GuttenPlag Wiki: 1. Zwischenbericht.

⁶² PlagDoc: Anonymer Initiator des Guttenplag Wikis

⁶³ vergl. Grimme Institut Online (o. V.) 2011: Grimme Online Award: Preisträger 2011: Begründung der Jury. <<http://www.grimme-institut.de/html/index.php?id=1344>> (29.11.2011)

⁶⁴ vergl. Wikia.com (o. V.) 2011: GuttenPlag Wiki: 2. Zwischenbericht. <http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/2_Zwischenbericht> (29.11.2011)

⁶⁵ stern.de (Heiböhmer, Carsten) 02.03.2011: Konservative Apo läuft Sturm: Guttenberg-Sympathisanten bei Facebook. <<http://www.stern.de/politik/deutschland/guttenberg-sympathisanten-bei-facebook-konservative-apo-laeufft-sturm-1659356.html>> (05.12.2011)

⁶⁶ vergl. Tagesspiegel Online (dpa/AFP/dapd/sib/lvt/Tsp) 01.03.2011: „Schock“ und „Riesenblamage“: Reaktionen auf Guttenberg-Rücktritt. <<http://www.tagesspiegel.de/politik/schock-und-riesenblamage/3895722.html>> (06.12.2011)

⁶⁷ vergl. ZEIT ONLINE (o. V.) 2011: Merkel wirft Guttenberg-Gegnern Scheinheiligkeit vor. <<http://www.zeit.de/politik/deutschland/2011-03/guttenberg-ruecktritt-doktorarbeit-2>> (06.12.2011)

Plagiatsaffäre nicht folgenlos für den Verteidigungsminister blieb (siehe Absatz „TSUNAMI-Funktion: Der Barcode“). Hans Leyendecker beschrieb die Motivation der Netzaktivisten in einem Artikel für die Süddeutsche Zeitung wie folgt: „Akademiker fühlten sich in ihrer Ehre gekränkt, und diese Gruppe ist im Internet besonders versiert. So hat die Netzgemeinde die alten Gesetzmäßigkeiten gesprengt und zu neuen Allianzen geführt. Die Dynamik dieser besonderen Affäre erlahmte nicht, sondern nahm ständig an Tempo zu.“⁶⁸ Als der mediale Druck auf Guttenberg zu groß wurde, beugte er sich diesem mit den Worten: „Ich war immer bereit zu kämpfen, aber ich habe die Grenzen meiner Kräfte erreicht.“⁶⁹ Und doch waren es nicht nur Guttenberg-Gegner, die das Internet als Crowdsourcing-Plattform nutzten, sondern auch Pro-Guttenberg-Aktivisten. Tobias Huch, Unternehmer aus Mainz und Vorsitzender des Bezirksverbands der „Jungen Liberalen“ (Rheinhausen-Vorderpfalz), startete am 17. Februar 2011 die „Gegen die Jagd auf Karl-Theodor zu Guttenberg“-Initiative auf Facebook. Diese Pro-Guttenberg-Gruppe sorgte bereits wenige Tage später für Gesprächsstoff, da sie genau eine Woche nach ihrer Gründung am 24. Februar 2011 über 280.000 „Likes“ zählte.⁷⁰ Dieser immense Zulauf von Unterstützern warf sofort die Frage nach der Echtheit der Guttenberg-Fans auf, „schließlich gibt es mittlerweile PR-Agenturen, die Zuneigungsbekundungen auf Facebook im 1000er-Paket feilbieten.“⁷¹ Es war in der Tat keinem anderen Politiker in Deutschland vorher gelungen, online so viel Zuspruch in so kurzer Zeit zu generieren. Noch rasanter ging es bei der Ende Februar gegründeten Guttenberg-Fan-Gruppe „Wir wollen Guttenberg zurück“ zu. Diese Gruppe kam im Verlauf einer Woche auf über 550.000 „Fans“. Aber auch hier bestätigte Facebook „als erste Zweifel an dem rasanten Wachstum der Fan-Zahlen laut wurden, [...] dass dabei alles mit rechten Dingen zugeht.“⁷² Zum Vergleich: Joachim Gauck kam im gesamten Jahr 2010 (das Jahr seiner Nominierung für das Amt des Bundespräsidenten) auf 40.000 Facebook-Fans und Kanzlerin Angela Merkel gar auf 72.000 im gleichen Zeitraum.⁷³ Als einziger Journalist erhielt Marcus Schwarze von der Rhein-Zeitung einen Admin-Zugang zur Facebook-Seite „Wir wollen Guttenberg zurück“. „Ich konnte einen Teil der Guttenberg-bei-Facebook-Mechanik überprüfen, einen Blick in den Maschinenraum der Seite werfen. Der Betreiber hat mir vertrauensvoll einen Admin-Zugang zu der Seite und damit zur Facebook-Statistik eingeräumt.“⁷⁴

⁶⁸ Süddeutsche Zeitung online (Leyendecker, Hans) 01.03.2011: Der Ex-Doktor im Netz der Affäre. <<http://www.sueddeutsche.de/digital/guttenberg-ruecktritt-die-rolle-des-internets-der-ex-doktor-im-netz-der-affaere-1.1066155>> (01.03.2011)

⁶⁹ WELT ONLINE (dapd/jm) 01.03.2011: Die Rücktrittserklärung Guttenbergs im Wortlaut. <<http://www.welt.de/politik/deutschland/article12670596/Die-Ruecktrittserklaerung-Guttenbergs-im-Wortlaut.html>> (07.12.2011)

⁷⁰ vergl. Süddeutsche Zeitung online (Wagner, Peter) 24.02.2011: „Alle Unterstützer sind echt“. <<http://jetzt.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/520401>> (12.12.2011)

⁷¹ ZEIT ONLINE (Marohn, Anna) 2011: Guttenbergs bester Freund ist ein Erotikunternehmer. <<http://www.zeit.de/2011/10/Guttenberg-Freundeskreis>> (12.12.2011)

⁷² WELT ONLINE (dpa/jw) 01.03.2011: Facebook-Aufbruch – „Wir wollen Guttenberg zurück“. <<http://www.welt.de/politik/deutschland/article12674862/Facebook-Aufbruch-Wir-wollen-Guttenberg-zurueck.html>> (12.12.2011)

⁷³ vergl. Süddeutsche Zeitung online (Wagner, Peter) 24.02.2011: „Wo kommen all die Guttenberg-Fans her?“. <<http://jetzt.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/520399>> (12.12.2011)

⁷⁴ Rhein-Zeitung (Schwarze, Marcus) 05.03.2011: Guttenberg-Seite bei Facebook ein Fake? Ein exklusiver Blick in die Statistik. <<http://blog.rhein-zeitung.de/?p=14083>> (12.12.2011)



Abbildung 3-2: Statistiken – Wir wollen Gutenberg zurück – Nutzer ⁷⁵

Bei seiner eingängigen Überprüfung der internen Facebook-Statistik kam Schwarze zum Schluss, dass der Schwarm Substanz zu haben scheint. Obgleich er festhielt, dass sich aus der Statistik nicht feststellen lässt, wie „groß der Anteil dieser manipulierenden Nutzer und Fake-Accounts ist“.⁷⁶ Gleichzeitig traute er aber auch keiner Partei zu, in der Lage zu sein, „das Fachwissen zum Ankaufen oder Selbsterstellen von Facebook-Fake-Accounts gezielt für eine Ad-hoc-Nummer, wie nach Gutenbergs Rücktritt, in diesem Ausmaß zusammenzustellen und so gezielt und heimlich zu nutzen.“⁷⁷ Die hohen Zugriffszahlen würden außerdem durch die verfeinerten Einzeldaten der internen Statistik gestützt, fügte er an. „32 Millionen Beitragsaufrufe, 463.000 mal Feedback zu Beiträgen werden von der Facebook-Statistik

⁷⁵ ebd.

⁷⁶ ebd.

⁷⁷ ebd.

genannt.“⁷⁸ Doch was bedeuten diese Zahlen tatsächlich, sind Online-Crowds auch Real-Crowds und würden Guttenbergs Facebook-Fans auch auf die Straße gehen, um für den zurückgetretenen Verteidigungsminister zu demonstrieren? Wie hoch ist die Diskrepanz zwischen virtuellem Engagement und physischem Aktivismus im Fall Guttenberg? Als es am 05. März zur von Guttenbergs Facebook-Freunden angekündigten deutschlandweiten Demo kam, zeigte sich, dass es im Falle des Ex-Ministers eine große Differenz zwischen einer Meinungsäußerung im Netz und realer Partizipation gibt. In Hamburg gingen 300 Leute auf die Straße, um für Guttenberg zu demonstrieren⁷⁹, in München mehrere hundert, in Berlin ein paar Dutzend und Köln waren es gerade mal 50.⁸⁰ Lediglich in Guttenberg, dem oberfränkischen Heimatort des CSU-Politikers, waren es, laut Polizeiangaben, 1.500 Demonstranten.⁸¹

Was bedeutet also ein Schwarm, der sich nur im Netz findet, im Fall Guttenberg?

„Zunächst einmal, dass viele Menschen eine Meinung zur Guttenberg-Diskussion haben. Ein Klick auf die Gruppe sei ein ‚Signal an das eigene Netzwerk‘, erklärt Jan Schmidt vom Hans-Bredow-Institut für Medienforschung in Hamburg. Denn die Solidaritätsbekundungen werden für Facebook-Freunde sichtbar. ‚Früher hat man ein Button an die Jacke gepinnt, heute drückt man einen Button im sozialen Netzwerk‘, sagt Schmidt, der sich auf das Web. 2.0 spezialisiert hat.“⁸²

Output: Der Rücktritt

01. März 2011: Karl-Theodor zu Guttenberg zieht die Konsequenz aus der Plagiatsaffäre und tritt von allen Ämtern zurück. Im Nachhinein lässt sich eines sicher sagen: Guttenbergs Rücktritt ist lediglich das Ergebnis eines bisher einmaligen Prozesses politischer Willensbildung in Deutschland.

„Zunächst haben die Menschen das Internet nur als Zugang zu Information betrachtet, dann als fantastisches Netzwerk zum Hinterlassen von persönlichen Spuren. Heute begreifen sie, dass dieses Netzwerk zu einer Machtverschiebung in der Gesellschaft geführt hat [...] Es ist nicht mehr wichtig, wer die Information bereitstellt, sondern entscheidend ist die Reaktion auf die Information.“⁸³

⁷⁸ ebd.

⁷⁹ vergl. SPIEGEL ONLINE (Reinbold, Fabian und Reßmann, Ole) 05.03.2011: Guttenberg-Gegner verhöhnen Guttenberg-Fans. <<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,749271,00.html>> (12.12.2011)

⁸⁰ vergl. Süddeutsche Zeitung online (Sonnabend, Lisa) 05.03.2011: „Schluchz!“: Pro-Guttenberg-Demo in München. <<http://www.sueddeutsche.de/muenchen/pro-guttenberg-demo-in-muenchen-schluchz-1.1068364>> (12.12.2011)

⁸¹ vergl. SPIEGEL ONLINE (Reinbold, Fabian und Reßmann, Ole) 05.03.2011: Guttenberg-Gegner verhöhnen Guttenberg-Fans.

⁸² FOCUS ONLINE (jd/dpa) 07.03.2011: Facebook-Freunde versagen auf der Straße. <http://www.focus.de/digital/internet/facebook/karl-theodor-zu-guttenberg-facebook-freunde-versagen-auf-der-strasse_aid_606288.htm> (12.12.2011)

⁸³ Cicero ONLINE (Kruse, Peter) 11.02.2011: Revolution 2.0 - Facebook und die Mobilisierung von Gesellschaften. <<http://www.cicero.de//salon/revolution-20-facebook-und-die-mobilisierung-von-gesellschaften/41577>> (13.12.2011)

Im Fall von Guttenberg war die Reaktion in den neuen Medien so immens, dass den traditionellen Medien nichts anderes übrig blieb, als darüber zu berichten, denn noch spielen die großen Medienhäuser, mit den Bereichen Print und TV, eine zentrale Rolle in der Verteilung und Deutung von Information. Die Zukunft wird allerdings zeigen, inwiefern organisierte Internet-User bei der Gewichtung von Themen entscheidend mitbestimmen und ob investigative Aufgaben nicht effizienter durch qualitatives Crowdsourcing, ergo durch die Intelligenz des Schwarms, gelöst werden.

Outcome: Weitere Plagiatsdokumentationen

Doch was hat der Ausgang des Falls Guttenberg für Folgen für die Politik? Inwiefern wird die Themenpriorisierung der klassischen Medien zukünftig von Interessengruppen aus dem Internet mitgestaltet oder gar vorgegeben, und ist die Plagiatsaffäre um den ehemaligen Verteidigungsminister ein Indiz für eine neue „Gewalt des Volkes“?

Was in diesem Zusammenhang sicher gesagt werden kann ist, dass das „GuttenPlag Wiki“ zumindest weitere Plattformen der Plagiatsdokumentation nach sich gezogen hat. Z. B. das VroniPlag. Es wurde vier Wochen nach dem Rücktritt Guttenbergs, am 28. März, gegründet. Das VroniPlag Wiki wurde von Martin Heidingsfelder nach dem Vorbild von „GuttenPlag Wiki“ initiiert und nach der ersten untersuchten Doktorarbeit von Veronika Saß, der Tochter Edmund Stoibers, benannt.

3.2 Occupy Wallstreet

Die „Occupy Wall Street“-Bewegung ist eine Serie von Demonstrationen, die von der kanadischen Kulturaktivistengruppe „Adbusters“ initiiert wurde. Inspiriert wurden die OWS-Initiatoren⁸⁴ dabei besonders vom „Arabischen Frühling“ und den spanischen „Indignados“. Als Auslöser der Bewegung werden die wachsende soziale Ungleichheit und Ungerechtigkeit in den USA als Resultat der nationalen aber auch globalen Finanzpolitik angeführt. Wie allerdings eine Demonstration im New Yorker Zuccotti Park, mit dem Leitspruch „We are the 99 percent“ innerhalb von vier Wochen weltweit viele hunderttausende Nachahmer finden und Solidaritätsmärsche an fast 1.000 Orten auslösen konnte, soll in dieser Fallstudie untersucht werden.

Klimafaktoren

Die globalen Langzeitfolgen der Banken- und Finanzkrise von 2008 sind bis heute noch nicht in vollem Umfang erkennbar. Allerdings ist seit Beginn der Protestbewegung der „Indignados“ in Spanien am 15. Mai 2011 und den Occupy-Wall-Street-Demonstrationen in New York am 17. September 2011 eines deutlich geworden: Die Betroffenen, ergo ein Großteil der Bürger, sind nicht mehr bereit, die Ohnmacht der Politik⁸⁵ gegenüber den globalen Finanzakteuren stillschweigend hinzunehmen. „40 Millionen Amerikaner sind inzwischen auf staatliche Lebensmittelunterstützung angewiesen – das ist jeder achte Bürger. Solche Zahlen in einem der reichsten Länder der Erde machen deutlich, dass die Schere zwischen arm und reich in den USA immer weiter aufgeht. In der Mitte bleibt nicht viel übrig.“⁸⁶ Der ehemalige Auslandskorrespondent der New York Times und Pulitzer-Preisträger Chris Hedges äußerte seinen Unmut über den Zustand der amerikanischen Gesellschaft unlängst in einem Pamphlet: „Unsere Eliten haben wie alle anderen Eliten gehandelt. Sie haben clevere Mechanismen ausgearbeitet, um die Wünsche des Volkes zu blockieren, die Arbeiterschaft und in zunehmendem Maße die Mittelschicht zu entrechten, uns passiv zu halten und um uns dazu zu bringen, ihren Interessen zu dienen. Das kurze demokratische Erwachen unserer Gesellschaft wie zu Beginn des 20. Jahrhunderts, ermöglicht durch radikale Bewegungen, Gewerkschaften und energische Presse, wurde erneut erstickt. Wir waren hypnotisiert von politischen Schattenspielen, von billigem Konsum, von Spektakeln und dem Glauben an Magie, während wir rücksichtslos entrechtet wurden.“⁸⁷ Aus einer Datenerhebung des „US Department of Labor“ (Bureau of Labor Statistics) geht hervor, dass sich die Arbeitslosenquote in den Vereinigten Staaten, im Verlauf des Jahres 2011, um einen halben Prozentpunkt zurückentwickelt hat. Jedoch ist der Anteil der arbeitslosen Bürger im Vergleich zum Januar 2007, also Prä-Finanzkrise, nach wie vor fast doppelt so hoch (vergl. Abbildung 3-3).

⁸⁴ OWS: Occopy Wall Street

⁸⁵ vergl. Die Süddeutsche Zeitung online (Koch, Moritz) 30.09.2011: Protest gegen Finanzbranche: "Besetzt die Wall Street!" <<http://www.sueddeutsche.de/geld/protest-gegen-finanzbranche-besetzt-die-wall-street-1.1153382>> (30.09.2011)

⁸⁶ tagesschau.de (Müller, Sabine) 24.08.2010: Folgen der Finanzkrise in den USA: Gestern Eigenheim, heute Lebensmittelhilfe. <<http://www.tagesschau.de/wirtschaft/usa306.html>> (25.08.2010)

⁸⁷ Adbusters online (Hedges, Chris) 23.11.2011: Chris Hedges: Strategie für die Endzeit. <<http://www.adbusters.org/magazine/96/chris-hedges-revolution-in-america-german.html>> (23.11.2011)

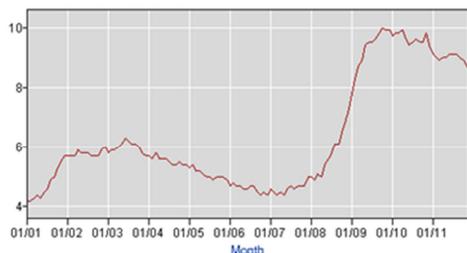
Databases, Tables & Calculators by Subject

Change Output Options: From: 2001 To: 2011 include graphs

Data extracted on: June 27, 2012 (11:42:51 AM)

Labor Force Statistics from the Current Population Survey

Series Id: LNS14000000
Seasonally Adjusted
Series title: (Seas) Unemployment Rate
Labor force status: Unemployment rate
Type of data: Percent or rate
Age: 16 years and over



Download: [.xls](#)

Year	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Annual
2001	4.2	4.2	4.3	4.4	4.3	4.5	4.6	4.9	5.0	5.3	5.5	5.7	
2002	5.7	5.7	5.7	5.9	5.8	5.8	5.8	5.7	5.7	5.7	5.9	6.0	
2003	5.8	5.9	5.9	6.0	6.1	6.3	6.2	6.1	6.1	6.0	5.8	5.7	
2004	5.7	5.6	5.8	5.6	5.6	5.6	5.5	5.4	5.4	5.5	5.4	5.4	
2005	5.3	5.4	5.2	5.2	5.1	5.0	5.0	4.9	5.0	5.0	5.0	4.9	
2006	4.7	4.8	4.7	4.7	4.6	4.6	4.7	4.7	4.5	4.4	4.5	4.4	
2007	4.6	4.5	4.4	4.5	4.4	4.6	4.7	4.6	4.7	4.7	4.7	5.0	
2008	5.0	4.9	5.1	5.0	5.4	5.6	5.8	6.1	6.1	6.5	6.8	7.3	
2009	7.8	8.3	8.7	8.9	9.4	9.5	9.5	9.6	9.8	10.0	9.9	9.9	
2010	9.7	9.8	9.8	9.9	9.6	9.4	9.5	9.6	9.5	9.5	9.8	9.4	
2011	9.1	9.0	8.9	9.0	9.0	9.1	9.1	9.1	9.0	8.9	8.7	8.5	

Abbildung 3-3: Labor Force Statistics from the Current Population Survey⁸⁸

In einem Interview der „taz“ erklärt die US-Soziologin Frances Fox Piven, dass in ihrer Heimat seit geraumer Zeit alle Zeichen auf Sturm stehen und eine Protestbewegung wie die Occupy Wall Street nur eine Frage der Zeit war.⁸⁹

Input-Funktion: ADBUSTERS

Am 13. Juli 2011 riefen die Kulturaktivisten um den Herausgeber und Mitbegründer Kalle Lasn, mit einem Blogbeitrag auf der eigenen Homepage (adbusters.org) erstmalig zur Besetzung der Wall Street am 17. September 2011 auf.

⁸⁸ U. S. Bureau of Labor Statistics 2012: Labor force characteristics: Unemployment. (Database: Retrieve historical data series)

<<http://www.bls.gov/cps/lfcharacteristics.htm#unemp>> (27.06.2012)

⁸⁹ vergl. taz.de (Interview Dorothea Hahn) 31.10.2011: „Niemand will Arbeiterklasse sein“.

<<http://www.taz.de/180929>> (27.06.2012)



Abbildung 3-4: Adbusters – #OCCUPYWALLSTREET⁹⁰

Ob und in welchem Umfang diese stattfinden würde, konnten die geistigen Urväter des „Amerikanischen Herbstes“ zu diesem Zeitpunkt sicherlich noch nicht erahnen.

Doch wer und was sind die Adbusters? Die Adbusters Media Foundation (AMF) wurde 1989 von Kalle Lasn und Bill Schmalz in Vancouver, Kanada, gegründet. Lasn und Schmalz beschreiben ihre Organisation als gemeinnützig, konsumkritisch, „nicht-profitorientiert“ und global vernetzt. Mit dem Adbusters-Magazin verlegt und publiziert die AMF ein zweimonatlich erscheinendes Blatt mit einer Auflage von 120.000 Exemplaren, das werbefrei und, nach Lasns Bekunden in einem Interview der kanadischen Tageszeitung „National Post“, zu 95 % durch Abonnenten finanziert wird.⁹¹ Einen Namen hat sich die AMF in den vergangenen 20 Jahren u. a. durch das Bewerben des „Buy Nothing Day“⁹² (Kauf-Nichts-Tag) und der „Screen-Free-Week“⁹³ (Fernsehfremde Woche) gemacht. Beide Aktionen finden jährlich und mit beachtlichem Erfolg auch weltweit statt. Die Idee dahinter ist, Menschen zum bewussteren Konsum anzuhalten. Auf die Frage hin, wer der Urheber des Occupy-Gedankens sei, wird Kalle Lasn in einem Bericht der Nachrichtagentur Reuters folgendermaßen zitiert: „It came out of these brainstorming sessions we have at Adbusters [...] We were inspired by what happened in Tunisia and Egypt and we had this feeling that America was ripe for a Tahrir moment.“⁹⁴ Die physische Ausgabe des Adbusters-Magazins #97, mit dem Titel „THE POLITICS OF POST ANARCHISM“ und dem Aufruf zur Besetzung der Wall Street erschien am 02. August 2011.

⁹⁰ Adbusters (Adbusters) 13.07.2011: #OCCUPYWALLSTREET.

<<http://www.adbusters.org/blogs/adbusters-blog/occupywallstreet.html>> (27.06.2012)

⁹¹ NATIONAL POST online (Reuters) 13.10.2011: George Soros did not fund Occupy Wall Street: spokesman. <<http://news.nationalpost.com/2011/10/13/did-george-soros-fund-occupy-wall-street/>> (29.06.2012)

⁹² Der Buy-Nothing-Day ist eine weltweite Anti-Konsum-Bewegung, zu der jährlich, am 25. November, für einen Tag aufgerufen wird.

⁹³ Screen-Free-Week (ehem. TV-Free-America und TV-Turnoff-Week)

⁹⁴ REUTERS online (Egan, Mark; Nichols, Michelle) 13.10.2011: Who's behind the Wall Street protests. <<http://www.reuters.com/article/2011/10/14/us-wallstreet-protests-origins-idUSTRE79C1YN20111014>> (29.06.2012)



Abbildung 3-5: Titelbild Adbusters #97⁹⁵

„Real Crowd“-Erschließungsmärsche

Mit der „Real Crowd“⁹⁶-Mobilisierungskampagne zur Ankündigung des OWS wurde in Form von Solidaritäts- und Erschließungsmärschen am 02. August 2011 (Erscheinungsdatum des Adbusters Magazins #97, s. Abbildung 3-5) in New York City begonnen. Hierfür gab es einen Schulterschluss der AMF mit MoveOn.org⁹⁷, den Initiatoren und Organisatoren der „Debt Ceiling Protest“⁹⁸-Versammlungen. Weitere „Real Crowd“-Erschließungsmärsche fanden in Kooperation mit der „NYC Rally To Fukushima“⁹⁹, der „Anti Fracking Rally“¹⁰⁰ und dem „Million Man March In Harlem“¹⁰¹ im Wochentakt statt und mündeten in der ersten Occupy-Wall-

⁹⁵ Adbusters (Adbusters) 13.07.2011: #OCCUPYWALLSTREET.

⁹⁶ Real Crowds – von Christian Russ geprägter Begriff zur Beschreibung von Massenphänomenen in der realen Welt im Vergleich zu Internetphänomenen In: Russ, Christian 2010: Online Crowds: Massenphänomene und kollektives Verhalten im Internet. Boizenburg: Verlag Werner Hülsbusch.

⁹⁷ MoveOn.org – US amerikanische Non-Profit Organisation mit dem Leitspruch „Democracy in Action“

⁹⁸ Debt Ceiling Protests – Von MoveOn.org intiierte Protestmärsche im Zusammenhang mit der Überschreitung der Schuldenobergrenze in den USA im August und September 2011

⁹⁹ NYC Rally To Fukushima – Protestaktion In New York City zur Schließung des Kernkraftwerks „Indian Point“ am 11.08.2011

¹⁰⁰ Anti Fracking Rally – Protestaktion der britischen „Frack Off“-Non-Profit Organisation gegen die Energiegewinnung durch die „Hydraulic Fracturing“-Methode

¹⁰¹ Million Man March – Massenkundgebung afroamerikanischer Männer organisiert von über 200 amerikanischen Bürgerrechtsbewegungen, wie z. B. der NAACP (National Association for the Advancement of Colored People)

Street-Protestaktion am 17. September 2011. Ausgewiesenes Ziel dieser Mobilisierungskampagne war es, am Stichtag eine „Real Crowd“ von 20.000 Demonstranten am Zuccotti Park, in Lower Manhattan, zu versammeln.¹⁰² Im „Volksblatt“-Interview vom 27. August 2011 bekräftigte Christian Russ, Autor des Buches „Online Crowds – Massenphänomene und kollektives Verhalten im Internet“, seine Theorie, dass „Real Crowds“ der Ursprung der Internetphänomene sind, „[...] die wir heute sehen. Jedoch bietet das Internet ein Biotop, in dem Crowds noch viel schneller und umfassender gedeihen können [...] Das war ja eindrucklich bei den letzten US-Präsidentchaftswahlen oder bei den Umstürzen im arabischen Raum zu sehen.“¹⁰³

Tsunami-Faktor: Der 17. September

Nach Monaten der Vorbereitung und Massenmobilisierung versammelten sich die ersten Demonstranten am 17. September 2011 zur friedlichen Besetzung des Liberty Square¹⁰⁴. Am Ende des Tages fanden sich aber lediglich um die 1.000¹⁰⁵, statt der von Kalle Lasn erhofften 20.000¹⁰⁶, OWS-Teilnehmer ein. Und dennoch, dies sollte nur die Initialzündung eines weltweiten Massenphänomens sein. Denn wie bereits zu Beginn am 13. Juli 2011 auf adbusters.org angekündigt, war es nicht die Idee der AMF, dass das Rudel dem Alphatier folgt, sondern dass der Schwarm sich selbst organisiert und aus dem Dialog heraus seine Ziele formuliert.¹⁰⁷ Die Netzwerk- und Medienexpertise der AMF sollte dem Schwarm allerdings ein wichtiges Werkzeug mit auf den Weg geben: „Den LIVESTREAM“! Mit der Implementierung eines permanent aktiven und dokumentierenden Videokanals auf adbusters.org und occupywallst.org, in Kooperation mit der Videoplattform Livestream, entrissen und unterwanderten die Initiatoren des OWS die Deutungshoheit der Geschehnisse den großen Medienanstalten und legten diese in die Hände des Schwarms. Gleichzeitig signalisierten sie so aber auch den Protestlern, nach dem Vorbild des Arabischen Frühlings, alle Aktionen audiovisuell festzuhalten und die Kanäle des Internets zur Verbreitung zu nutzen.

NYPD: Pfefferspray-Zwischenfall

Ein Vorfall sollte durch die Medien gehen und durch seine Symbolkraft ein Feuer der Entrüstung entfachen. Am 24. September wurden drei friedliche Demonstrantinnen von Gesetzeshütern des NYPD aus der Masse isoliert und unter keiner offensichtlichen Bedrohung mit Pfefferspray angegangen. Weitere Demonstranten hielten diesen Zwischenfall audiovisuell fest und veröffentlichten das Video auf YouTube, wie Matt Wells in seinem „The Guardian“-

¹⁰² vergl. Adbusters (Adbusters) 13.07.2011: #OCCUPYWALLSTREET.

¹⁰³ Christian Russ 2011: Persönliches Interview. Geführt von Kornelia Pfeiffer In: Volksblatt (27.08.2011): S.17 (Online: <http://wwwu.edu.uni-klu.ac.at/cruss/research/pubs/017_VBHP_4c_2011-08-27.pdf> (27.06.2012)

¹⁰⁴ Liberty Square – Im Zuge des OWS kreierte, informelle Bezeichnung für den Zuccotti Park in Anlehnung an den ehemaligen Namen Liberty Park Plaza

¹⁰⁵ vergl. CBS News online (o. V.) 17.09.2011: Protesters in N.Y.C. blast money in politics. <http://www.cbsnews.com/2100-201_162-20107772.html> (27.06.2012)

¹⁰⁶ vergl. CNN online (Pepitone, Julianne) 27.09.2011: Hundreds of protesters descend to 'Occupy Wall Street'. <http://money.cnn.com/2011/09/17/technology/occupy_wall_street/index.htm> (27.06.2012)

¹⁰⁷ vergl. Adbusters (Adbusters) 13.07.2011: #OCCUPYWALLSTREET.

Artikel vom 25. September 2011 zu berichten weiß.¹⁰⁸ Nach der Solidarisierung der sogenannten „Hacktivisten“-Gruppierung ANONYMOUS mit der OWS-Bewegung via YouTube-Videobotschaft¹⁰⁹ am 23. August 2011 war dies die zweite YouTube-Veröffentlichung, die sich rasant im Netz verbreitete. Das Pfefferspray-Video generierte mehr als 1 Millionen Klicks innerhalb der ersten Woche (s. Abb. 4) und löste eine menschliche Reaktion auf eine, nach Meinung der Internetgemeinschaft, unmenschlichen und ungerechten Aktion der Polizei gegenüber wehrloser Demonstranten aus.¹¹⁰ „Jedes Mal, wenn die Polizei auf friedliche Versammlungen mit Verhaftungen und Pfefferspray reagiert hat, bekam die Occupy-Bewegung mehr Zulauf.“¹¹¹



Abbildung 3-6: YouTube-Videostatistik: PEACEFUL FEMALE PROTESTORS PENNED IN THE STREET AND MACED¹¹²

Bedeutende Ereignisse für Erkennung

Datum	Veranstaltung	Aufrufe
A	Zuerst eingebettet in – www.naosalvo.com.br	35.429
B	Zuerst eingebettet in – www.deathandtaxesmag.com	36.187
C	Zuerst eingebettet in – www.huffingtonpost.com	287.761
D	Erster Aufruf durch ein Mobilgerät	119.895
E	Zuerst eingebettet in – occupywallst.org	63.774
F	Erste Weiterleitung von YouTube – www.youtube.com/	62.891
G	Erste Weiterleitung durch – www.facebook.com	48.491
H	Zuerst eingebettet in – gawker.com	33.196
I	Zuerst eingebettet in – www.guardian.co.uk	29.971

Tabelle 3-1: YouTube-Videostatistik: PEACEFUL FEMALE PROTESTORS PENNED IN THE STREET AND MACED¹¹³

¹⁰⁸ vergl. the Guardian online (Wells, Matt) 25.09.2012: Police crack down on ‚Occupy Wall Street‘ protests. <<http://www.guardian.co.uk/world/blog/2011/sep/25/occupywallstreet-occupy-wall-street-protests>> (27.06.2012)

¹⁰⁹ vergl. Adbusters (Anonymous) 23.08.2011: Anonymous Joins #Occupy Wall Street. <<http://www.adbusters.org/blogs/adbusters-blog/anonymous-joins-occupywallstreet.html>> (27.06.2012)

¹¹⁰ vergl. the Guardian online (Wells, Matt) 25.09.2012: Police crack down on ‚Occupy Wall Street‘ protests.

¹¹¹ ZEIT ONLINE (Eller, Carmen) 17.11.2011: „Occupy hat ein neues Stadium erreicht“. <<http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2011-11/occupied-journal-levitin>> (27.06.2012)

¹¹² vergl. YouTube (TheOther99Percent) 24.09.2011: Peaceful Female Protestors Penned In The Street And Maced. <http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=moD2JnGTTtoA> (24.06.2012)

¹¹³ ebd.

THE OCCUPIED WALL STREET JOURNAL

Infolge der unzulänglichen Berichterstattung der traditionellen Medien über die Geschehnisse am Liberty Square entstand das Verlangen nach einer eigenen, unabhängigen Zeitung.¹¹⁴ Arun Gupta, seines Zeichens Mit-Herausgeber und Chefredakteur des „The Independent“ und einige weitere Journalisten starteten das Projekt The Occupied Wall Street Journal. Eine Zeitung von der Bewegung, für die Bewegung. „Dies ist der Versuch einer Gruppe von Journalisten, die die Besetzung unterstützen, der Allgemeinheit einen Zugang zu den Geschichten, Perspektiven und Ideen der Bewegung zu ermöglichen“¹¹⁵, heißt es in der Projektbeschreibung auf kickstarter.com. kickstarter.com ist eine Crowdsourcing-Plattform, auf der das Spendenkonto eingerichtet wurde, um die benötigten Gelder in Höhe von 12.000 US\$ für eine Erstauflage des OWSJ¹¹⁶ zu generieren.¹¹⁷ Das Spendenkonto wurde am 28. September 2011 eröffnet. Ziel der Initiatoren um Arun Gupta, war es, die Summe innerhalb von 10 Tagen zu generieren. In einem Skype-Interview mit „What's Trending“, einem ehemaligen Web-TV-Projekt des US-Senders CBS, berichtete der Medienmacher, dass es durch die tatkräftige Unterstützung populärer Mitstreiter, wie Michael Moore (US-amerikanischer Filmregisseur), Naomi Klein (Kanadische Schriftstellerin), Code Pink (US-amerikanische Bürgerrechtsbewegung), The Yes Men (Netzkunst- und Aktivistengruppe) u. v. m. gelang, den Betrag in gerade mal acht Stunden einzuwerben.¹¹⁸ Nach drei Wochen und der Unterstützung von knapp 1.700 Spendern (sog. „Backern“) war die Marke von 75.000 US-\$ erreicht.¹¹⁹ Nach der Veröffentlichung der ersten Ausgabe des The Occupied Wall Street Journal (OWSJ) am 1. Oktober 2011 mit einer Auflage von 50.000 Exemplaren kam Gupta zum Schluss: Das persönliche Aushändigen von Zeitungen kreiert eine Verbindung, die durch das Internet nicht entsteht.¹²⁰

Repressives Moment: Brooklyn Bridge Blockade

Der 1. Oktober 2011 war nicht nur das Erscheinungsdatum der ersten OWSJ-Ausgabe, sondern auch der Tag einer bis dahin beispiellosen Massenverhaftung von Demonstranten der „Occupy Wall Street“-Bewegung.¹²¹ Es sollte ein folgenreicher Tag werden. Die Konfrontation zwischen Staatsgewalt und Demonstranten oberhalb des East Rivers war der finale „Tipping-Point“¹²² der OWS-Bewegung. Die OWS hatte nun das, was jedes „dringliche“ Anliegen

¹¹⁴ vergl. The New York Observer online (Stoeffel, Kat) 26.09.2011: Occupy Wall Street's Media Problems. <<http://observer.com/2011/09/occupy-wall-streets-media-problems/>> (24.06.2012)

¹¹⁵ vergl. kickstarter.com 2011: Occupy Wall Street Media. <<http://www.kickstarter.com/projects/610964639/occupy-wall-street-media>> (24.06.2012)

¹¹⁶ OWSJ – Abk. für The Occupied Wall Street Journal“

¹¹⁷ vergl. kickstarter.com 2011: Occupy Wall Street Media.

¹¹⁸ vergl. What's Trending (Sarine, Douglas) 12.10.2011: Occupy Wall Street, The Newspaper! <<http://whatstrending.com/2011/10/occupy-wall-street-newspaper/>> (24.06.2012)

¹¹⁹ vergl. kickstarter.com 2011: Occupy Wall Street Media.

¹²⁰ Freie Übersetzung von: What's Trending (Sarine, Douglas) 12.10.2011: Occupy Wall Street, The Newspaper!

¹²¹ vergl. FOX News online (o. V.) 02.10.2012: 700 arrested after Wall Street Protest on Brooklyn Bridge. <<http://www.foxnews.com/us/2011/10/01/500-arrested-after-wall-street-protest-on-nys-brooklyn-bridge/>> (24.06.2012)

¹²² Tipping Point – Nach Morton Grodzin der Moment, in dem eine vorher lineare Entwicklung durch eine Art Rückkopplung abrupt abbricht, die Richtung wechselt oder stark beschleunigt wird.

braucht und zwar eine großflächige Berichterstattung der Leitmedien. Die Verhaftung von 700 mehrheitlich dem Mittelstand angehörigen Bürgern bei der Blockade der Brooklyn Bridge, entging auch der internationalen Presse nicht.¹²³ Derweil dokumentierten Livestreams, YouTube-Videos, klassische Berichtersteller und die verschiedensten Netzaktivisten das Geschehen, was die Occupy-Bewegung an die Spitze der Aufmerksamkeit katapultierte.¹²⁴

Output-Funktion: Konsolidierung der Kräfte

Am 05. Oktober 2011 fand die bis dahin größte Kundgebung im New Yorker Finanzdistrikt statt. Dieser Tag ging als großer Solidaritätsmarsch der Gewerkschaften (Union March) in die junge Geschichte der Occupy Wall Street ein. Geschätzte 15.000 Protestler marschierten Richtung Wall Street.¹²⁵ „An den Demonstrationen beteiligten sich inzwischen der große Gewerkschaftsverband AFL-CIO, die Automobilgewerkschaft UAW, die Transportarbeitergewerkschaft TWU und viele Einzelgewerkschaften. Auch lokale Gruppen wie Vereinigungen von Krankenschwestern, Lehrern und anderen Berufsgruppen sind dabei.“¹²⁶ Die Soziologen Neal Caren und Sarah Gaby von der UNC (University of North Carolina) stellten in ihrer Untersuchung von Facebook-Statistiken fest, dass über 400 Occupy-Gruppen/Seiten mehr als 170.000 Nutzer aktiviert und 1,4 Millionen „Likes“ generiert haben.¹²⁷ Dabei gab es mindestens eine lokale Facebook-Occupy-Seite in jedem der 50 US-Bundestaaten.¹²⁸ Am 11. Oktober 2011 erreichte die Aktivität aller Occupy-Gruppen auf Facebook ihren vorläufigen Höhepunkt mit einem Durchschnittswert von 73.812 Kommentaren insgesamt pro Tag.¹²⁹

¹²³ vergl. the Guardian online (Gabbatt, Adam) 03.10.2012: Occupy Wall Street protests – Monday 3 October 2011. <<http://www.guardian.co.uk/world/blog/2011/oct/03/occupy-wall-street-protests-live>> (27.06.2012)

¹²⁴ vergl. ABC News online (Farnham, Alan) 04.10.2011: Declaration: Occupy Wall Street Says What It Wants. <<http://abcnews.go.com/Business/occupy-wall-street-declaration-york-protesters/story?id=14656653#.T-mll5Gndxo>> (27.06.2012)

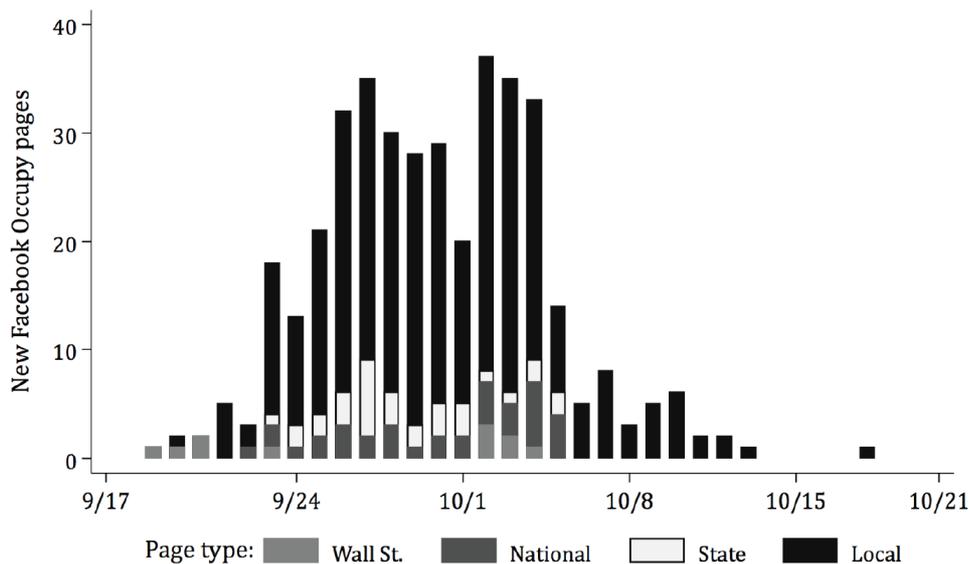
¹²⁵ vergl. the Guardian online (Wells, Matt und McVeigh, Karen) 05.10.2011: Occupy Wall Street: thousands march in New York. <<http://www.guardian.co.uk/world/2011/oct/05/occupy-wall-street-new-york-march?newsfeed=true>> (27.06.2011)

¹²⁶ Handelsblatt online (dpa/rtr/afp) 06.10.2011: Tausende ‚ausgeraubte‘ US-Bürger gehen auf die Straße. <<http://www.handelsblatt.com/politik/international/occupy-wall-street-tausende-ausgeraubte-us-buerger-gehen-auf-die-strasse/4689874.html>> (27.06.2011)

¹²⁷ vergl. Social Science Research Network (Caren, Neal; Gaby, Sarah) 24.10.2011: Occupy Online: Facebook and the Spread of Occupy Wall Street. <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1943168> (27.06.2011)

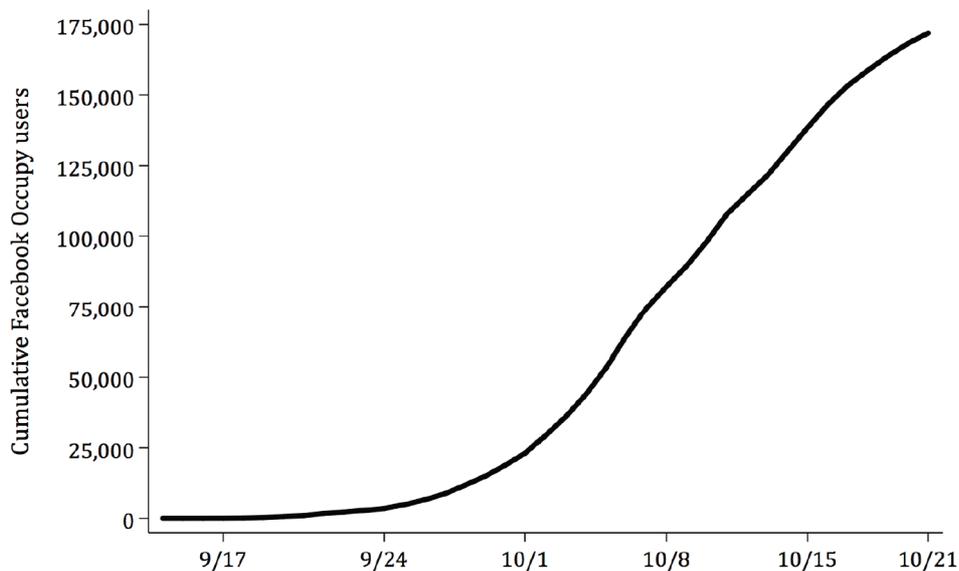
¹²⁸ vergl. ebd.

¹²⁹ vergl. ebd.



Note: Based on data from 408 Facebook Occupy pages, 9/13-10/21, 2011.

Abbildung 3-7: New Facebook Occupy pages created prior to October 20th.¹³⁰



Note: Based on data from 408 Facebook Occupy pages, 9/13-10/21, 2011.

Abbildung 3-8: Cumulative number of Facebook Occupy users.¹³¹

¹³⁰ Caren und Gaby 2011: S. 6

¹³¹ ebd.: S. 7

In den Occupy-Twitter-Trends lässt sich im Vergleich zu den Facebook-Statistiken deutlich erkennen, dass es starke themen- und ereignisbezogene Schwankungen gab. Wie in der Trendistic-Statistik (Abbildung 3-9) aufgeführt, waren die Aktivitätshöhepunkte am 1. Oktober 2011, bei der Festnahme von 700 Demonstranten auf der Brooklyn Bridge, und am 15. Oktober 2011, als hunderte von Solidaritätsmärschen weltweit stattfanden.

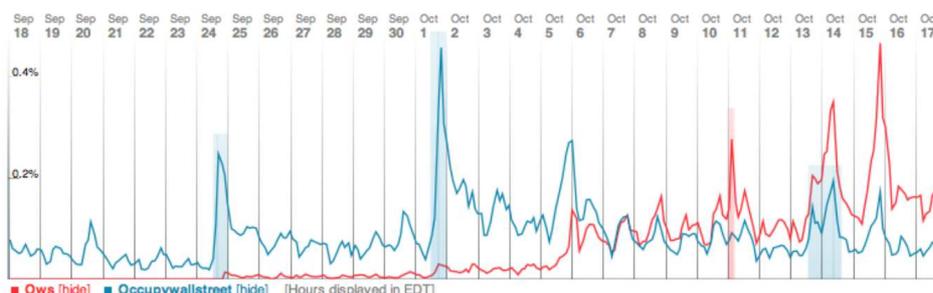


Abbildung 3-9: Twitter trends in national Occupy hashtags, based on data from Trendistic.¹³²

Outcome: Occupy Worldwide

Am 15. Oktober 2011 schloss sich die Welt dem Occupy-Wall-Street-Protest in New York an und verhalf einer lokalen Demonstration, zu einem internationalen Massenphänomen zu avancieren. 951 Städte in 82 Ländern hatten Märsche angekündigt.¹³³ In Madrids Plaza de Cibeles fanden sich 10.000 Demonstranten¹³⁴ ein, in Dänemark skandierten 3.000 Protestler¹³⁵ „We are the 99 percent“, deutschlandweit marschierten 40.000 Sympathisanten¹³⁶ und in Rom waren es sogar 100.000¹³⁷, die gegen das Banken- und Finanzsystem auf die Straße gingen. „Ich bin bereit, die Steuern zu zahlen, die der Staat mir auferlegt. Das eigentliche Problem liegt, wie schon gesagt, woanders: Es gibt zu viele schlechte Vorbilder. Das schlimmste Beispiel sind Finanz- und Bankmanager, über die regt sich das Publikum zu Recht auf. Wie heißen diese Jungs, die da in Manhattan die Investmenthäuser belagern? [...] Occupy, ja. Deren Protest kann ich sehr gut nachvollziehen. Und die politisch verantwortlichen Abgeordneten sollten diese Bewegung ernst nehmen“¹³⁸, erklärte Altkanzler Helmut Schmidt in einem Zeit-Interview.

¹³² ebd.: S. 4

¹³³ vergl. CNN online (Karimi, Faith und Sterling, Joe) 15.10.2011: Occupy protests spread around the world; 70 injured in Rome. <<http://edition.cnn.com/2011/10/15/world/occupy-goes-global/index.html>> (27.06.2012)

¹³⁴ ebd.

¹³⁵ ebd.

¹³⁶ Deutsche Welle Online (Griebeler, Monika und Moog, Insa) 15.10.2011: Occupy Germany: Proteste auf den Straßen. <<http://www.dw.de/dw/article/0,,15463496,00.html>> (26.06.2011)

¹³⁷ Frankfurter Allgemeine Online (dpa/AFP) 15.10.2011: Über 100.000 „Empörte“ protestieren in Rom. <<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/krawalle-ueber-100-000-empoerte-protestieren-in-rom-11494751.html>> (26.06.2011)

¹³⁸ ZEIT ONLINE (di Lorenzo, Giovanni) 14.01.2012: Verstehen sie das, Herr Schmidt? <<http://www.zeit.de/2012/03/Fragen-Helmut-Schmidt/seite-3>> (27.06.2012)

3.3 Arabischer Frühling in Ägypten

Unter dem Begriff „Arabischer Frühling“ wird allgemein eine Vielzahl an revolutionären Vorgängen, von vereinzelt Protesten über Massendemonstrationen bis hin zu Regimestürzen, im Nahen Osten und in Nordafrika zusammengefasst. Die hier vorliegende Fallstudie konzentriert sich im Wesentlichen auf einen Ausschnitt dieser vielschichtigen, ineinander verschachtelten und sich aufeinander beziehenden Geschehnisse, nämlich auf die Revolution in Ägypten und daran angrenzend, die Revolution in Tunesien. Oft wurden diese in unmittelbarem Zusammenhang mit den Kommunikationsmöglichkeiten des Internets, insbesondere der sozialen Netzwerke gestellt. Der Einfluss sogenannter Web-2.0-Dienste, maßgeblich von Blogs, Facebook und Twitter, erhielt in einer Vielzahl von Publikationen einen enorm hohen Stellenwert, sodass die Wortneuschöpfung Revolution 2.0 im Nachgang an die revolutionären Veränderungen in Tunesien und Ägypten zu einem geflügelten Wort wurde. Im Sinne der Tsunami-Betrachtung wird hier besonderes Augenmerk auf die vielfältigen Vorbedingungen der angeblichen Revolution 2.0, ihre archetypischen Protagonisten, den Medienkontext und die Funktionsweise von (Internet-)Inhalten als eigens für revolutionäre Zwecke formatierte Geschichten gelegt.

Klimafaktoren: Sozioökonomischer, politischer und kultureller Kontext

Für eine Betrachtung der Rolle von sozialen Medien und deren Gewichtung innerhalb politischer Prozesse scheint es zunächst einmal unerlässlich, den kulturellen, sozioökonomischen und politischen Kontext zu betrachten, in den die einzelnen Fälle jeweils zu verorten sind, da selbiger Aufschluss über die maßgeblichen Vorbedingungen für Massenmobilisierungen über Soziale-Netzwerk-Strukturen gibt. Diese sollen im Folgenden kurz skizziert werden.

Gerade im Fall Ägyptens ist voranzustellen, dass es sich hier um ein autokratisches Regime handelte, in dem oppositionelle Strömungen, freie Meinungsäußerung und gerade politische Willensbekundung massiv unterdrückt wurden. Die staatlichen Repressionen machten in diesem Zusammenhang auch vor willkürlicher Inhaftierung und Folter keinen Halt. In einem solchen Kontext erfahren die sog. Neuen Medien eine ganz andere Gewichtung als in demokratischen Systemen. Für eine Revolution in Ägypten entscheidende Faktoren sind – fern ab mangelnder politischer Partizipationsmöglichkeiten – vor allem Armut, Inflation der Lebensmittelpreise und ein extrem niedriger Lebensstandard für das Gros der Bevölkerung zu nennen. Am deutlichsten wird das von Korruption begünstigte Auseinandergehen der sozialen Schere am Beispiel der extremen Lohnungerechtigkeit. Im Rahmen der Interviews wurde folgender Vergleich aufgemacht.¹³⁹ Im vorrevolutionären Ägypten soll ein Angestellter der städtischen Entsorgungsunternehmen ca. 120 Ägyptische Pfund im Monat verdient haben. Im Gegensatz zu einem ungelerten Arbeiter soll ein Spezialist, zum Beispiel ein Arzt, ca. 750 Pfund verdient haben und musste zudem alle zusätzlichen Ausgaben, die für seine Arbeit unerlässlich sind, wie Auto, Mobiltelefon oder Spesen, selbst tragen. Die Wohnungskosten in Kairo betragen allein mindestens 500 Pfund, um einen Vergleichswert zu nennen. Ein dem Regime

¹³⁹ vergl. Interview 08

nahe stehender Universitätsprofessor soll dagegen ca. 700.000 Pfund monatlich verdient haben, Dienstwagen, Mobiltelefon und Spesen extra.¹⁴⁰ Für die Minderheit bedeutete dies also einen unverhältnismäßigen Reichtum, während ein Fünftel der Bevölkerung unter einer Armut zu leiden hatte, die bis zum Entzug der Lebensgrundlage, also zur Bedrohung der puren Existenz führen konnte.¹⁴¹ Hinzu kommt eine Analphabetenquote von 29 %, also einem knappen Drittel der Gesamtbevölkerung, welche ein Durchschnittsalter von 24 Jahren aufweist.¹⁴² Es ist weiter anzumerken, dass es für die männlichen Familienoberhäupter im hier betrachteten Kulturkreis eine große Schande bedeutet, wenn sie der Verpflichtung, ihre Familien ausreichend zu versorgen, nicht mehr nachkommen können.¹⁴³ Und das nicht aus eigenem Verschulden, sondern aus einer dem politischen System inhärenten, etablierten Ungerechtigkeit.

Die Komposition aus solch fatalen, hoffnungslosen Lebensumständen hinsichtlich der reinen Versorgungssituation, die zusätzliche, kulturell bedingte Aufladung der privaten Situation mit einem psychologischen Moment der Selbstgeringschätzung und das Fehlen jeglicher politischer Freiheiten, die einen Veränderungsprozess hätten anstoßen können, sowie die systematische Unterdrückung der Regierung begleitet von massiven Menschenrechtsverletzungen, bildeten zuvorderst die Grundvoraussetzungen nicht nur für die ägyptische Revolution, sondern für nahezu sämtliche Proteste, Aufstände oder Revolutionen in der arabischen Welt¹⁴⁴, für die sich hierzulande der Sammelbegriff Arabischer Frühling¹⁴⁵ durchgesetzt hat.

Klimafaktoren: Staatlich kontrollierte Medien, existierende Blogger-Opposition und Vernetzung

Zudem entwickelte sich eine vernetzte Austauschkultur in den arabischen Ländern im Internet auf Basis von Informationstechnologie als Gegenöffentlichkeit zu den staatlich kontrollierten Medien nicht etwa erst im Prozess der Revolution - mit dem eine hohe Durchdringung der ausländischen Massenmedien einherging - sondern weitaus früher. So wurde zum Beispiel in Tunesien bereits 1998 ein sog. Cyber-Think-Tank mit Namen Takriz gegründet, deren Mitglieder sich Takrizards oder Taks nannten und überwiegend über das Internet kommunizierten, wie in einem am 28.10.2011 veröffentlichten Artikel in der Technology Review¹⁴⁶ erläutert wird. Dort heißt es weiter: „Die Freiheit im jungen Medium Internet war nur von kurzer Dauer: Im August 2000 wurde die Takriz-Website innerhalb Tunesiens von der Regierung gesperrt. Doch andere

¹⁴⁰ Die hier angeführten Zahlen entstammen dem im Rahmen der Studie geführten Interviews.

¹⁴¹ vergl. „About 20% of the population is below the poverty line“. In: Attia, Ashraf M.; Aziz, Nergis; Friedman, Barry und Elhousseiny, Mahdy F. 2011: Electronic Commerce Research and Applications, Commentary: The Impact of social networking tools on political change in Egypt's „Revolution 2.0“. S. 370

¹⁴² vergl. ebd.

¹⁴³ vergl. Interview 08

¹⁴⁴ vergl. Garcia, Miguel A. 2011: The 'Cosmoholotech' Approach: The Impact of Social Media on Real-World Activism and Social Transformation. London: Richmond University: S. 43 ff.

¹⁴⁵ In Anlehnung an Arab Spring aus dem anglophonen Sprachraum. Hier tauchten äquivalent auch Bezeichnungen wie Arab Spring and Winter, Arab Awakening und Arab Uprisings auf (http://en.wikipedia.org/wiki/Arab_Spring). In Deutschland wurden ebenfalls äquivalente Begriffe wie arabische Revolution, Arabellion oder Proteste in der MENA-Region verwendet. (http://de.wikipedia.org/wiki/Arabischer_Fr%C3%BChling#Bezeichnung).

¹⁴⁶ heise online (Mattke, Sascha und Pollock, John) 2011: Die Technik des Aufstands. <<http://www.heise.de/tr/artikel/Die-Technik-des-Aufstands-1364854.html>> (14.02.2012)

Angebote schlossen die Lücke. Ein Kern-Tak namens SuX startete das erste arabisch-afrikanische soziale Netzwerk, genannt SuXydelik. Und Zouhair Yahayaoui, damals ein Tak in den Dreißigern mit dem Online-Namen ‚Ettounsi‘ – der Tunesier – gründete das satirische Webmagazin TuneZine.“ Dieses Beispiel soll verdeutlichen, wie früh sich bereits eine gut ausgebildete, technologisch affine Gruppe junger, vom politischen System enttäuschter Menschen dem Internet als Kommunikations- und Vernetzungswerkzeug über die Ländergrenzen hinweg bediente, als Voraussetzung für den Arabischen Frühling im allgemeinen und Ägypten im speziellen.

Hinzu kommt ein zum größten Teil kontrolliertes bzw. der Regierung gegenüber unkritisches Mediensystem, das auch gezielt zu Desinformation und Manipulation der öffentlichen Meinung genutzt wurde. Ein populäres Beispiel dafür ist die schon als dreist zu bezeichnende Bildmanipulation der ägyptischen Zeitung Al-Ahram geworden, eine sich „mehrheitlich in Staatsbesitz befindliche und vom Informationsministerium kontrollierte Zeitung“¹⁴⁷, die zugleich die auflagenstärkste¹⁴⁸ in Ägypten sein soll. Diese soll eine Fotografie zum Auftakt der Nahost-Friedensgespräche in Washington vom 01. September 2010 verarbeitet haben, auf der zu sehen war, wie Husni Mubarak die Gruppe der teilnehmenden Staatsoberhäupter (Barack Obama, Benjamin Netanjahu, Mahmud Abbas, König Abdullah) beim Gang durch das Weiße Haus anführt.



Abbildung 3-10: Bildfälschung: Mubarak, der vorgeschobene Präsident¹⁴⁹

¹⁴⁷ SPIEGEL ONLINE (Reinbold, Fabian) 16.09.2010: Mubarak, der vorgeschobene Präsident. <<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,717867,00.html>> (17.02.2012)

¹⁴⁸ vergl. Wikipedia (o. V.) 2012: Liste der auflagenstärksten Zeitungen. <http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_der_auflagenst%C3%A4rksten_Zeitungen> (17.02.2012)

¹⁴⁹ SPIEGEL ONLINE (Reinbold, Fabian) 16.09.2010: Mubarak, der vorgeschobene Präsident.

Die Originalfotografie, auf der US-Präsident Barack Obama die Gruppe anführt, stammte von der Internetseite gettyimages (<http://www.gettyimages.com/>) der gleichnamigen US-amerikanischen Bildagentur. Im Zuge der Bildbearbeitung wurde Mubarak von hinten links in der Originalfotografie gespiegelt an die Spitze der Staatsmänner versetzt.



Titel: Obama, Mideast Leaders Deliver Statements On Peace Process

Bildunterschrift: WASHINGTON - SEPTEMBER 01: (L-R) Egyptian President Hosni Mubarak, Israeli Prime Minister Benjamin Netanyahu, U.S. President Barack Obama, Palestinian Authority President Mahmoud Abbas, and King Abdullah II of Jordan walk toward the East Room of the White House for statements on the first day of the Middle East peace talks September 1, 2010 in Washington, DC. The White House has kicked off a new round of direct peace talks for the Middle East, the first one in more than 18 months. (Photo by Alex Wong/Getty Images)

Erstellt am: 01 Sep 2010

Editorial-Bild-Nummer: 103775563

Beschränkungen: Bei kommerzieller Verwendung sowie für verkaufsfördernde Zwecke kontaktieren Sie bitte Ihr lokales Büro. Vollständige redaktionelle Rechte in Großbritannien, USA, Irland, Kanada (außer Quebec). Eingeschränkte redaktionelle Rechte für Tageszeitungskunden in allen anderen Ländern. Bitte kontaktieren Sie uns. (AFP OUT)

Lizenztyp: Lizenzpflichtig

Fotograf: Alex Wong/Fest angestellter Fotograf

Kollektion: Getty Images News

Bildnachweis: Getty Images

Abbildung 3-11: Bildfälschung: Originalfoto¹⁵⁰

¹⁵⁰ gettyimages (Wong, Alex) 2010: Obama, Mideast Leaders Deliver Statements On Peace. <<http://www.gettyimages.de/detail/nachrichtenfoto/egyptian-president-hosni-mubarak-israeli-prime-nachrichtenfoto/103775563>> (03.04.2012)

Die Entdeckung der Bildfälschung wird dem ägyptischen Blogger Wael Khalil zugesprochen¹⁵¹. Tatsächlich ist auf dessen Blog eine Bilderstrecke zu sehen, die die besagte Bildmanipulation auf der Website von Al Ahrām sowie der dazugehörigen Printausgabe im Gegensatz zur Originalfotografie dokumentieren¹⁵². Noha Atef merkte bezüglich dieses Vorfalls im Zuge ihres Vortrags auf der re:publica X¹⁵³ an, dass der amerikanische Fernsehsender Cable News Network (CNN) den Blogger kontaktiert und anschließend über den Fall berichtet habe. Auf der offiziellen Website des Fernsehsenders findet sich ein mittlerweile aktualisierter Artikel vom 17. September 2010, der die Bildmanipulation aufgreift und sich dabei auf Wael Khalil als Entdecker der Manipulation bezieht.¹⁵⁴ Der Blogger übernahm in diesem Zusammenhang also eine wichtige Korrekturfunktion innerhalb einer staatlich kontrollierten Medienlandschaft. Wenn man die oben angeführte Analphabetenquote von 29 % der Bevölkerung betrachtet, darf die Rolle bildlicher Darstellung als Mittel zur Machtstabilisierung nicht unterschätzt werden. Im weiteren Verlauf wird noch näher auf den Zusammenhang von Bild- und Videoinhalten hinsichtlich ihrer Instrumentalisierung und Wirkung in sozialen Netzwerken eingegangen werden.

Wael Khalil steht exemplarisch für eine Vielzahl von Internetaktivisten, denen eine entscheidende Rolle innerhalb der Revolutionen in der arabischen Welt zugesprochen wird. In diversen Studien, journalistischen Artikeln und den im Rahmen der hier vorliegenden Studie geführten Interviews zur ägyptischen Revolution tauchen eine Vielzahl von Namen sog. Internetaktivisten (alternativ auch Blogger oder Cyber-Dissidenten genannt) auf, wie oben genannter Wael Khalil, aber auch Wael Abbas, Alaa Abd El-Fattah, Mahmoud Salem oder Wael Ghonim. An dieser Stelle kommt es jedoch nicht darauf an, diese sukzessive aufzuführen. In dem hier zu untersuchenden Zusammenhang interessieren vielmehr die Charakteristika dieser für die Umstürze anscheinend so wichtigen Persönlichkeiten, verstanden als Archetypen. Wenn man sich mit der Vita dieser Personen auseinandersetzt, stößt man auf erstaunliche Ähnlichkeiten. Alle hier Benannten sind mit modernen Kommunikationstechnologien hinsichtlich Aufbau, Organisation und Publikation bestens vertraut. Khalil ist wie auch El-Fattah Software-Entwickler, Ghonim technischer Informatiker, Salem Experte für Kampagnen und Abbas ein in der Anwendung von Internetkommunikationstechnologie versierter Journalist und Menschenrechtsaktivist. Sie alle sind mindestens zweisprachig, weltweit on- wie offline hervorragend vernetzt und verfügen zudem über Kontakte zu Journalisten diverser Medienanstalten in der westlichen Hemisphäre. Populäre Beispiele sind Wael Ghonim oder Mahmoud Salem, der in den USA ein Studium in Business Administration abgeschlossen hat und im Internet unter dem Pseudonym „Sandmonkey“ publiziert. Sein Blog „Ratings of a Sandmonkey“

¹⁵¹ NZZ Online (Bergmann, Kristina) 22.09.2010: Mubarak sieht sich immer gerne vorne. <http://www.nzz.ch/nachrichten/politik/international/mubarak_sieht_sich_immer_gerne_ganz_vorne_1.7642978.html> (17.02.2012)

¹⁵² vergl. WaELK (Khalil, Wael) 14.09.2010: Obama. <<http://waelk.net/node?page=2>> (17.02.2012)

¹⁵³ Atef, Noha 2011: Egyptian Social Media Stories. Revolting in the time of New Media. Vortrag auf der re:publica XI in Berlin am 14.04.2011

<<http://re-publica.de/11/blog/panel/egyptian-protests-and-social-media-use-in-egypt>> (21.02.2012)

¹⁵⁴ CNN online (Wedeman, Ben) 17.09.2010: Altered photograph in Egyptian newspaper continues to make waves. <http://articles.cnn.com/2010-09-17/world/egypt.altered.photo_1_president-hosni-mubarak-wael-khalil-middle-east-peace?_s=PM:WORLD> (21.02.2012)

(<http://www.sandmonkey.org/>) gehört zum meistgelesenen in der arabischen Welt. Wael Ghonim hingegen ist beim Konzern Google Inc. In leitender Funktion beschäftigt und gründete zudem 2005 eines der führenden Finanzportale im arabischen Raum.¹⁵⁵ Sein Wohnsitz ist in Dubai¹⁵⁶, wo sich gleichzeitig der Firmensitz von Google Inc. befindet. Dubai selbst ist einer der weltweiten Knotenpunkte internationalen Austauschs.¹⁵⁷ Interessanterweise scheint auch das Mubarak-Regime einen Anteil an der Herausbildung einer solchen Elite¹⁵⁸ gehabt zu haben. Im Rahmen eines Programms unter Regierungsbeteiligung¹⁵⁹, den technologischen Fortschritt in Ägypten zu beschleunigen und Attraktivität für ausländische Investoren und Unternehmer zu generieren, wurde bereits 2003 in der Nähe von Kairo das sog. Smart Village eröffnet, der wohl bis dato größte Technologiepark Nordafrikas mit einer geplanten Beschäftigung von 25.000 - 30.000 Mitarbeitern und einer Bürokapazität von 336.000 qm², als ein „konkurrenzfähiges Zentrum von hoher Qualität in den Bereichen Informationstechnologie und Telekommunikation“¹⁶⁰ in dem sich über 120 Technologieunternehmen ansiedelten, darunter auch Schwergewichte wie Microsoft, Oracle und Hewlett-Packard.¹⁶¹ Es ist zu vermuten, dass es an solchen Orten auch zu einem lebhaften Austausch hinsichtlich politischer Vorstellungen kommt.

Dies alles sei vorangestellt, um zu verdeutlichen, dass es sich hinsichtlich der Benutzung sozialer Medien für die Organisation von Widerstand gegen Regimes einhergehend mit einer Massenmobilisierung auf der Straße in Ägypten nicht um ein Phänomen handelte, in dem die Breite der Bevölkerung sich über das Netz organisierte. Dies geschieht meist nur im Nachgang. Die dazu entscheidende Vorarbeit wurde von einer Spitze geleistet, die über ein tiefgehendes technologisches Know-how und die für gezielten Aktivismus im Internet nötigen Ressourcen verfügt, im Inland wie im Ausland und die bis in den Westen hinein bestens vernetzt ist, nicht nur online sondern auch offline, meist akademisch gebildet und die oft zu der Berufsgruppe des freien Unternehmers gehört. Diese Gruppe ebnete zunächst den „digitalen Weg“ und bildete Knotenpunkte im Internet, über die dann gezielt gegen das bestehende System agitiert werden konnte. Für die Aufbereitung der Inhalte hinsichtlich einer möglichst intensiven Wirkung ist ebenfalls ein tiefes, meist journalistisches Wissen nötig. Bezogen auf die oben angeführten sozioökonomischen Verhältnisse verwundert es nicht, dass es sich in Ägypten nicht um eine „Digitale Revolution“ in der Horizontalen handelte, sondern eben eine in der Vertikalen. Innerhalb der Interviews (siehe 2.1) wurde die Meinung vertreten, dass weder Facebook noch Twitter sondern die Blogger-Netzwerke entscheidenden Anteil an der Revolution in Ägypten hatten. Diese sollen bereits ab 2004 sehr präsent in den arabischen Ländern gewesen sein und fokussierten sich insbesondere auf politisch tabuisierte Themen,

¹⁵⁵ vergl. Wikipedia 2012: Wael Ghonim <http://de.wikipedia.org/wiki/Wael_Ghonim> (22.10.12)

¹⁵⁶ ebd.

¹⁵⁷ vergl. Lachenmayer, Jan 2011: The Future of Dubai: Exploring Society, Future Pathways, and Alternatives. <http://www.xaidialoge.de/wp-content/themes/xaidialoge/docs/FUTURE_OF_DUBAI.pdf> S. 6 (21.02.2012)

¹⁵⁸ „Egypt has developed an important IT outsourcing business with young, well educated, high-tech savvy and English-speaking population.“ In: Attia, Aziz, Friedman und Elhusseiny 2011: S. 370

¹⁵⁹ vergl. Papyrus Magazin online (Affifi, Christa) 2004: "Egypt goes smart" - Besuch im "Smart Village", dem zukünftigen IT-Knotenpunkt Ägyptens, am Stadtrand von Kairo.

<http://papyrus-magazin.de/archiv/2003_2004/mai/smart_village.html> (17.02.2012)

¹⁶⁰ ebd.

¹⁶¹ vergl. Attia, Ashraf M.; Aziz, Nergis; Friedman, Barry und Elhusseiny, Mahdy F. 2011: S. 370

über die sonst nirgends berichtet wurde. Damit ist im Speziellen Folter, Inhaftierung, Unterdrückung von staatlicher Seite, Missachtung der Menschenrechte und Korruption gemeint. Besonders die Verbreitung und Sichtbarkeit von Berichten rund um Foltermethoden in Gefängnissen scheinen eine wichtige Rolle gespielt zu haben. Zunächst sollen die Autoren der einzelnen Blogs anonym aus Angst vor staatlichen Repressionen publiziert, dann jedoch zu ihren richtigen Namen gewechselt haben, um eine höhere Verbindlichkeit zwischen ihnen und den Lesern herzustellen.¹⁶² Neben der Publikation ging es auch um den gezielten Aufbau digitaler Infrastrukturen im eigenen Land. So sollen die Blogger auch intensiv zum Einrichten weiterer Blogs aufgerufen und ermutigt und sogar Hilfestellung bei der technischen Einrichtung geboten haben.¹⁶³ Auch ausländische Stiftungen boten hier Unterstützung, wie etwa die Friedrich-Naumann-Stiftung, die in Kairo einen Workshop abhielt, „der 30 ägyptische Menschenrechtsaktivisten und Mitglieder liberaler politischer Parteien in die für sie neuartige Welt des Bloggens einführte“¹⁶⁴. Die staatliche Repression und die fehlenden politischen Freiheiten wie das Recht auf freie Rede und Versammlungsfreiheit führten dazu, dass Blogs nicht nur für die Organisation von Widerständen gegen das Regime an Wichtigkeit gewannen, sondern zunächst als Ventil und Kompensationsmöglichkeit für eine junge Generation, die weitestgehend in apolitische und apathische Zustände gezwungen worden war. So bemerkt auch Noha Atef, dass bereits ab 2001 eine Tendenz in der Hinwendung zu Online-Kommunikationsmedien zu verzeichnen ist, als Form der Realitätskompensation im Virtuellen.¹⁶⁵

Im Rahmen der Interviews wurde auf die Vernetzungsdichte der arabischen Blogger untereinander sowie international aufmerksam gemacht. Einer der Knotenpunkte für die internationale Vernetzung ist die Plattform GlobalVoices¹⁶⁶, als eine weltweite Community sogenannter Bürgerjournalisten, die aus ihren jeweiligen Ländern heraus über Missstände berichten. Nach Schätzung eines der Interviewten¹⁶⁷ sind 80 % aller wichtigen arabischen Blogger hier registriert. Als einen ebenfalls ausschlaggebenden Faktor wurde oft die Vernetzung und der Informationsaustausch mit Emigranten genannt, die als Exilanten aus den Ländern heraus operieren, in die sie immigriert sind und dort neue Netzwerke aufbauten, um internationalen Druck zu erzeugen.¹⁶⁸ Da ein Großteil der benannten Blogger auch auf Englisch oder Französisch publizierten, bedienten sich die internationalen Medien dieser als Informanten, wie in dem obigen Beispiel der Bildmanipulation gezeigt wurde. Dadurch wurde auch im weiteren Verlauf der ägyptischen Revolution eine konstante Durchdringung der internationalen Medien bewerkstelligt, da Informationen ohne Sprachbarriere schnell übermittelt werden konnten. Der Mechanismus ist hier also auch nach außen gerichtet:

¹⁶² vergl. Interviews 08 und 21

¹⁶³ ebd.

¹⁶⁴ Kölling, Anna 2009: Web 2.0 am Nil: Kooperation mit ägyptischen Bloggern. <http://www.freiheit.org/webcom/show_article_bb.php/_c-617/_nr-9883/_p-1/i.html> (27.02.2012)

¹⁶⁵ vergl. Atef 2011

¹⁶⁶ vergl. GlobalVoice: Home. <<http://globalvoicesonline.org/>> (27.02.2012)

¹⁶⁷ vergl. Interview 21

¹⁶⁸ „The GCC Countries [...] primarily prefer to use English on Facebook, most likely of their large English-speaking expatriate population.“ In: Salem, Fadi und Mourtada, Racha 2011: Arab Social Media Report: Civil Moments: The Impact of Facebook and Twitter. Dubai School of Governance: S. 14. <http://www.dsg.fohmics.net/en/Publication/Pdf_En/DSG_Arab_Social_Media_Report_No_2.pdf> (27.02.2012)

Blogger-Netzwerke geben Informationen über das Leben und die Situation der ägyptischen Bevölkerung, Methoden staatlicher Repression, Korruption der Regierung und Methoden selbiger im Umgang mit Oppositionellen an die internationale Presse weiter, um für Transparenz zu sorgen. Diese berichtet wiederum darüber und informiert die Weltöffentlichkeit über die herrschenden Verhältnisse in den einzelnen Ländern, insbesondere über die Brutalität der Regime gegen die eigene Bevölkerung, was eine Solidarisierung der westlichen Bevölkerung nach sich ziehen kann und damit einhergehend die Forderung nach politischer Intervention. Neben der inländischen Bevölkerung sind die Zielgruppen der Blogger also vor allem Exilanten, ausländische Journalisten, Blogger des arabischen Raums, internationale Blogger und die internationale Bevölkerung. Die Blogger-Netzwerke sorgen also in erster Linie für Information und Meinungsbildung außerhalb der Propaganda der staatlich kontrollierten Medien und bemühen sich gleichzeitig um Transferleistungen zu internationalen Medien.¹⁶⁹ Dies kann funktionieren, da Blogger den Vorteil gegenüber inländischen Journalisten genießen, nicht einer wie auch immer gearteten Zensur durch Redaktionen zu unterliegen. Im Gegenzug sehen sie sich Repressalien oder sogar strikten Sanktionierungen der Regierung ausgesetzt, die bis zu Inhaftierung und Folter führen kann. Der Gründer der weiter oben erwähnten tunesischen Website TUNEZINE¹⁷⁰, der nur unter seinem Pseudonym Ettounsi oder Yahyahouis bekannt war, wurde schon im Jahr 2002 in einem Internetcafé von den Behörden aufgegriffen, inhaftiert und gefoltert¹⁷¹.

Für Ägypten kann wiederum Ghonim als Beispiel herangezogen werden, der nach Ausbruch der Massenproteste in Ägypten am 28. Januar 2011, dem vorläufigen Höhepunkt der Protestwelle, gegen 1 Uhr morgens in Kairo auf offener Straße vom Regime gekidnappt und verhaftet wurde, was auch innerhalb der internationalen Medienlandschaft, gerade aufgrund seiner Führungsposition bei Google, für Aufsehen sorgte¹⁷². Das gleiche widerfuhr Alaa Abd El-Fattah, der bereits 2007 inhaftiert wurde, wie Peter Glaser in einem Artikel in der *Technology Review* (mit dem vielsagenden Untertitel: Wie man den revolutionsfördernden Wert technischer Kommunikationsmittel zugleich über- und unterschätzen kann) berichtet.¹⁷³ Glaser schreibt weiter: „Im September desselben Jahres wurde die Tarifstruktur für Internetverbindungen drastisch geändert. Der zuvor unbeschränkte Standard-Tarif wurde begrenzt, die Gebühren stiegen von 20 ägyptischen Pfund auf ein Minimum von 45 Pfund.“¹⁷⁴ Setzt man das mit den Aussagen innerhalb der Interviews über ein Durchschnittseinkommen eines ungelerten Arbeiters in Korrelation, ergibt sich ein weiteres Indiz dafür, dass die „Digitale Revolution“ nicht von einer breiten Masse getragen wurde, da sich diese gar keinen Internetzugang leisten konnte. Gleichzeitig steht dies in Widerspruch zu der Aussage Noha

¹⁶⁹ vergl. Interview 08

¹⁷⁰ TUNEZINE: Home. <http://www.tunezine.com/>

¹⁷¹ vergl. Heise online (Pany, Thomas) 23.01.2003: In der Hölle. <<http://www.heise.de/tp/artikel/14/14020/1.html>> (21.02.2012)

¹⁷² vergl. SPIEGEL ONLINE (Schultz, Stefan) 08.02.2011: "Dann betest du, dass die draußen sich an dich erinnern". <<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,744264,00.html>> (08.02.2012)

¹⁷³ vergl. heise online (Glaser, Peter) 03.11.2011: Der digitale Katalysator. <<http://www.heise.de/tr/blog/artikel/Der-digitale-Katalysator-1182006.html>> (21.02.2012)

¹⁷⁴ ebd.

Atefs¹⁷⁵, die Internetverbindung in Ägypten sei sehr günstig. Noha Atef gehört indes selbst zur über Blogs publizierenden Exil-Elite ihres Landes.

Die aufgeführten Vorkommnisse sollen im hier vorliegenden Zusammenhang noch einmal verdeutlichen, dass a) die Geschichte und der Einsatz sozialer Medien in Ägypten wie in der gesamten arabischen Welt weitaus älter ist, als es zunächst den Anschein hatte, b) die sozialen Medien zuvorderst von einer kleinen elitären Gruppe genutzt wurden und c) die Regimes das Potential der sozialen Medien als Mittel gegen ihre Herrschaft längst erkannt hatten und nicht etwa von diesen überrumpelt wurden.

Klimafaktor: Existierende Opposition offline

Eine „Digitale Opposition“ hatte sich also in den der Revolutionen vorangehenden Dekade längst ausgebildet. Ähnliches gilt für eine Protestkultur auf der Straße. So führt Noha Atef an, dass allein zwischen April 2009 und Mai 2010 eine Vielzahl an Mikrevolutionen vorausgingen und nennt insgesamt 169 Sit-ins, 112 Streiks, 87 Demonstrationen und 63 Protestmärsche¹⁷⁶, noch bevor die Aufstände in allen großen Städten des Landes ausbrachen und ihren ersten Höhepunkt am 28. Januar 2011, dem sog. Friday of Anger, fanden, der weltweit eine hohe mediale Aufmerksamkeit genoss. Bereits 2008 sollen im Zusammenhang eines israelischen Angriffs auf den Gazastreifen über 2.000 Menschen auf den Straßen Kairos protestiert haben.¹⁷⁷ Oder etwa im selben Jahr, als in der nördlich von Kairo gelegenen Stadt Mahalla al-Kubra am 6. April anscheinend tausende Demonstranten sich Straßenschlachten mit den örtlichen Sicherheitsbehörden lieferten; als Gründe wurden extreme Lohnungerechtigkeit und Lebensmittelknappheit angeführt.¹⁷⁸ In Anlehnung an diesen Vorfall wurde versucht, das soziale Netzwerk Facebook für die Organisation von Protesten zu instrumentalisieren. Über eine Facebook-Gruppe soll gezielt zu landesweiten Streiks aufgerufen worden sein, allerdings ohne weitreichende Folgen.¹⁷⁹ Die Initiatoren der Facebook-Gruppe begannen schon 2005 damit, sich zu organisieren, in dem sie die Gruppe „Youth for Change“ aufbauten. Später im Zuge der Revolution taten sich diese wohl mit Wael Ghonim zusammen, um gemeinsam zu operieren.¹⁸⁰ Eine On- wie Offline-Opposition hatte sich also längst ausgeformt, wie auch die Sozialwissenschaftlerin Zeynep Tufekci konstatiert: „Diese neuen, technischen Möglichkeiten erzeugen keine Opposition. Die Opposition war immer da. Aber sie haben den Unzufriedenen ermöglicht, sich auf eine neue Art und Weise zu organisieren.“¹⁸¹

¹⁷⁵ vergl. Atef 2011

¹⁷⁶ vergl. ebd.

¹⁷⁷ vergl. Attia, Aziz, Friedman und Elhousseiny 2011: S. 370

¹⁷⁸ vergl. LE MONDE online (Beinin, Joel) 09.05.2008: Hunger und Zorn in Ägypten.

<<http://www.monde-diplomatique.de/pm/2008/05/09.mondeText.artikel.a0002.idx,1>> (27.02.2012)

¹⁷⁹ „During Spring 2008 protests erupted against food prices in Egypt, with prominent Egyptian bloggers supporting the strikers by launching a Facebook group called the „April 6 Youth Movement“. This group was moderately successful in 2008.“ In: Garcia 2011: S. 45

¹⁸⁰ vergl. The New York Times online (Kirkpatrick, David D. und Sanger, David E.) 13.02.2011: A Tunisian-Egyptian Link That Shook Arab History. <http://www.nytimes.com/2011/02/14/world/middleeast/14egypt-tunisia-protests.html?_r=1> (06.03.2012)

¹⁸¹ heise online (Stieler, Wolfgang) 30.09.2011: "Die Opposition war immer da". <<http://www.heise.de/tr/artikel/Die-Opposition-war-immer-da-1349405.html>> (23.02.2012)

Klimafaktor: Al-Jazeera

Im Unternehmensprofil von Al Jazeera English heißt es, dass man sich der Mission verschrieben habe, eine internationale Zuschauerschaft mit unabhängigen, objektiven Nachrichten zu versorgen und eine Vielfalt an Perspektiven aus Ländern anzubieten, aus denen kaum berichtet wird. Man ziele darauf ab, den Informationsfluss zwischen Süd und Nord auszugleichen. Al Jazeera habe Zugang zu den am heftigsten umkämpften Krisengebieten in Afrika und dem Mittleren Osten.¹⁸²

Das Telekommunikationsnetzwerk von Al Jazeera, das sich maßgeblich auf Satelliten-TV stützt, besitzt insgesamt 65 Büros weltweit und 3.000 Mitarbeiter, zu denen mehr als 400 Journalisten aus über 60 Ländern zählen. Al Jazeera English erreicht 220 Millionen Haushalte in 100 Ländern.¹⁸³ Dem Kanal gehören allein über 1.000 Mitarbeiter aus mehr als 50 verschiedenen Nationen an. Es wird 24 Stunden am Tag gesendet, sieben Tage die Woche, online verfügbar unter <http://www.livestation.com/aljazeera-english>.

Die Zielgruppe von Al Jazeera in der arabischen Welt sind Männer im Alter von dreißig Jahren oder älter. Insgesamt sind 81 % aller Zuschauer 30 oder älter, 79 % männlich, ebenfalls 79 % verheiratet, 66 % Angestellte, 70 % haben einen Schulabschluss oder eine höherwertige Ausbildung genossen.¹⁸⁴

Al Jazeera ist die wichtigste traditionelle Medieninstitution in den autokratisch regierten Ländern Nordafrikas zur Erlangung von Informationen, die zuvor keiner staatlichen Zensur unterworfen werden. Nach eigener Aussage folgt der Sender den journalistischen Werten „of honesty, courage, fairness, balance, independence, credibility and diversity, giving no priority to commercial or political over professional consideration“¹⁸⁵. Aufgrund der enormen Reichweite des Senders in der arabischen Welt und des weltweiten Netzwerks, das hinsichtlich des Informationsflusses wiederum mit den großen westlichen Medienanstalten verknüpft ist, kann die Rolle, die Al Jazeera im Zuge der tunesischen und ägyptischen Revolution gespielt hat, als hoch eingeschätzt werden, zumal der Sender schon lange vor Ausbruch der Revolutionen eine bereits ausgebaute Infrastruktur bot, die die Geschehnisse zu jeder Zeit einer breiteren arabischen Öffentlichkeit nahe bringen konnte.¹⁸⁶ Selbst die aufgrund von Armut von Technologie ausgeschlossenen Teile der ägyptischen Bevölkerung konnten somit mit alternativen Informationen versorgt werden, in der Form, dass Berichte von Al Jazeera durch Mundpropaganda weitergegeben wurden.¹⁸⁷ Die wesentliche Voraussetzung bestand

¹⁸² vergl. Al Jazeera (o. A.) 2010: About us, Corporate Profile.

<<http://www.aljazeera.com/aboutus/2006/11/2008525185555444449.html>> (08.03.2012)

¹⁸³ Eine komplette Liste aller Länder in die Al Jazeera sendet ist hier verfügbar:

<<http://www.aljazeera.com/watchaje/>>

¹⁸⁴ vergl. Al Jazeera (o. V.) 2009: MEDIA KIT <<http://www.alwataniyagroup.com/pdf/JAZEERA-MK.pdf>> (08.03.2012) S. 12 - 14

¹⁸⁵ vergl. Al Jazeera (o. A.) 2010: About us, Code of Ethics.

<<http://www.aljazeera.com/aboutus/2006/11/2008525185733692771.html>> (08.03.2012)

¹⁸⁶ „Media outlets such as Al-Jazeera played an important role in bringing the Tunisian and Egyptian stories to the broader Arab public, depicting them as a dramatic new chapter in the struggle for change that had been the centrepiece of the network's agenda.“ In: Garcia 2011: S. 42

¹⁸⁷ vergl. Interviews 08 und 21

in einer technologischen Veränderung, nämlich der Entwicklung von Satelliten-TV, die einen Wendepunkt in der Informationsverteilung beschreibt und die die Beziehung der arabischen Bevölkerung zum Staatsfernsehen grundlegend veränderte.¹⁸⁸ Al Jazeera hat sich darüber hinaus die Verteilungslogiken von Online-Medien und sozialen Netzwerken schon früh zu Nutze gemacht. Der englische YouTube-Kanal wurde bereits 2007 aufgebaut, mittlerweile sind eine Vielzahl an Netzwerken erschlossen worden: Allein die Twitter-Accounts von Al Jazeera English (<https://twitter.com/ajenglish>) und Al Jazeera Arabic (<https://twitter.com/ajarabic>) sind hoch aktiv und haben knapp 870.000 bzw. über 940.000 Follower. Auf der arabischen¹⁸⁹ und der englischen¹⁹⁰ Facebook-Seite sind jeweils über 1.970.000 bzw. 960.000 Nutzer angegeben. Integraler Bestandteil der englischen Website sind länderbezogene Live-Blogs¹⁹¹, auf denen durchgängig berichtet wird, Facebook wie Twitter sind auf der Hauptseite eingebunden, auch neuere Tools wie Storify¹⁹² wurden bereits im Zuge der ägyptischen Revolution zur Informationsaufbereitung und -weitergabe genutzt.

Klimafaktoren: Zusammenfassung

- Bestehende IT-Infrastruktur
- Bestehende Kommunikationsinfrastruktur samt Vernetzung im arabischen Raum und global
- Etabliertes Satellitennetzwerk mit hoher Reichweite
- Ansiedlung ausländischer Firmen (samt Wertevorstellungen und Austausch)
- Kompensation im Virtuellen innerhalb einer erzwungen politisch desolaten Jugend
- Technisches Know-how, Mehrsprachlichkeit und Kampagnen-Wissen einer zum Regime-Widerstand neigenden Elite
- Vernetzung mit gut situierten Exil-Ägyptern, die ihrerseits mit Journalisten großer westlicher Medienhäuser vernetzt sind
- Armut, politische Unterdrückung, Korruption, schwindendes Vertrauen in die staatlichen Medienangebote, staatliche Willkür, Menschenrechtsverletzungen
- Vorhandene revolutionäre Energien verschiedener Bevölkerungsschichten
- Vorausgehende Straßenproteste

¹⁸⁸ ebd.

¹⁸⁹ Facebook 2012: Al Jazeera Channel. <<http://www.facebook.com/aljazeerachannel>> (08.03.2012)

¹⁹⁰ Facebook 2012: Al Jazeera English. <<http://www.facebook.com/aljazeera>> (08.03.2012)

¹⁹¹ ebd.

¹⁹² Storify ist ein Online-Dienst, auf dem Inhalte, die zuvor in verschiedenen sozialen Medien publiziert wurden, thematisch gebündelt werden können. Hierbei geht es nicht um Inhaltserstellung, sondern darum, Inhalte zu kuratieren. Siehe auch: Al Jazeera (o. V.) 29.01.2011: Egypt's protests in social media. <<http://blogs.aljazeera.net/middle-east/2011/01/25/egypts-protests-social-media>> (08.03.2012)

Input-Funktion: Die Macht der Bilder – Die Selbstverbrennung des Mohamed Bouazizi und die tunesische Revolution als Kampagne

Die der ägyptischen vorangegangene Revolution in Tunesien, die zur Flucht des regierenden Staatsoberhauptes Zine el-Abidine Ben Ali am 14.01.2011 führte, ist als ein weiterer wesentlicher Faktor für den Ausbruch der ägyptischen Revolution zu nennen. Oft wurde hier von einem Domino-Effekt gesprochen. Als Auslöser für die Unruhen in Tunesien, die dann in der tunesischen Revolution mündeten, wird immer wieder auf die Geschichte des Gemüse- bzw. Obsthändlers Mohamed Bouazizi verwiesen, der sich am 17. Dezember 2010 aus Protest gegen das herrschende Regime in Sidi Bouzid selbst verbrannt haben soll. In diesem Zusammenhang stößt man auf internationale Schlagzeilen wie „Held der tunesischen Revolution“¹⁹³, „Bouazizi: The Man Who Set Himself and Tunisia on Fire“¹⁹⁴, „Mohammed Bouazizi: the dutiful son whose death changed Tunisia's fate“¹⁹⁵ oder „In Tunisia, act of one fruit vendor unleashes wave of revolution through Arab world“¹⁹⁶.

Die Geschichte um Bouazizi Selbstverbrennung enthält folgende Elemente: Er soll ein arbeitsloser Akademiker gewesen sein, der seine sechsköpfige Familie mit dem Verkauf von Obst und Gemüse durchgebracht hat. Am Tag seines Suizids soll durch die örtliche Polizei aufgrund einer fehlenden Genehmigung seine Ware samt Waage beschlagnahmt worden sein. Alle Versuche, sich bei der Stadtverwaltung zu beschweren, sollen erfolglos geblieben sein. Es heißt, eine Polizistin habe ihn sogar geohrfeigt, was einer schweren Demütigung in diesem Kulturraum gleichkommt. Aus Protest gegen die hohe Jugendarbeitslosigkeit und die Ungerechtigkeit des Regimes habe er sich anschließend mit Benzin übergossen und angezündet. Diese Tat wurde als politisch motiviert dargestellt und löste eine Protestwelle in Tunesien aus, die anschließend zum Sturz des Regimes führte – soweit die Geschichte. Dass seine Selbstverbrennung als einer der wesentlichen Auslöser der tunesischen Revolution gilt, scheint unbestritten. Posthum wurde er sogar mit dem Sacharow-Preis für Meinungsfreiheit des Europaparlaments ausgezeichnet.¹⁹⁷

Man stößt hier auf eine Reihe von Merkmalen, die eine Mystifikation Bouazizis zum Märtyrer begünstigen: Hochgebildet, ohne Eigenverschuldung in Armut geraten, systematischer Ungerechtigkeit und der Willkür durch die lokalen Autoritäten ausgesetzt, daraus folgend der Entzug der Lebensgrundlage der gesamten Familie, Demütigung, Hoffnungslosigkeit sowie eine Charakterisierung seiner Person als ein sich für die Seinen aufopfernder, rechtschaffender,

¹⁹³ NZZ Online (Stauffer, Beat) 23.01.2011: Held der tunesischen Revolution. <http://www.nzz.ch/nachrichten/politik/international/held_der_tunesischen_revolution_1.9185109.html> (23.02.2012)

¹⁹⁴ TIME online (Abouzeid, Rania) 21.01.2011: Bouazizi: The Man Who Set Himself and Tunisia on Fire. <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,2044723,00.html>> (23.02.2012)

¹⁹⁵ The Guardian (Beaumont, Peter) 20.01.2011: Mohammed Bouazizi: the dutiful son whose death changed Tunisia's fate. <<http://www.guardian.co.uk/world/2011/jan/20/tunisian-fruit-seller-mohammed-bouazizi>> (23.02.2012)

¹⁹⁶ The Washington online (Fisher, Marc) 27.03.2011: In Tunisia, act of one fruit vendor unleashes wave of revolution through Arab world. <http://www.washingtonpost.com/world/in-tunisia-act-of-one-fruit-vendor-sparks-wave-of-revolution-through-arab-world/2011/03/16/AFjsueB_story.html> (23.02.2012)

¹⁹⁷ vergl. ZEIT ONLINE (o. V.) 27.10.2011: Sacharow-Preis für arabische Aktivisten. <<http://www.zeit.de/gesellschaft/2011-10/sacharow-preis-bouazizi>> (23.02.2012)

hart arbeitender Mann. Die mythische Opfersymbolik der Selbstentzündung als konsequenter Höhepunkt einer desolaten, fatalen Lebenssituation haucht der ohnehin hochdramatischen Geschichte den nötigen Geist des Martyriums ein. Womit man es hier in erster Linie zu tun hat, ist die Stilisierung eines Vorkommnisses zu einer Form der maximal verdichteten Geschichte mit hohem Schockgehalt, die sich hervorragend zur Instrumentalisierung für revolutionäre Zwecke im Sinne der Viralisierung eignet, da diese fortan exemplarisch für die ganze Unmenschlichkeit und Grausamkeit des Systems steht, gegen das es aufzubegehren gilt. In seiner Monografie „verheimlicht – vertuscht – vergessen“ (Das andere Jahrbuch 2012) greift Gerhard Wisnewski die Geschichte um Bouazizi auf und nennt diese eine reine Medienschöpfung.¹⁹⁸ Dabei zitiert einen tunesischen Gewerkschaftsangehörigen, der gegenüber der französischen Tageszeitung Libération ausgesagt haben soll, dass die Geschichte bewusst und zielgruppengerecht entworfen wurde; Die Facette des Akademikers zielte auf das tunesische Bildungsbürgertum und jene der Erniedrigung durch eine Frau (Schlag ins Gesicht) auf die Landbevölkerung, um beide Gruppen zu Protesten zu motivieren.

Der Schweizer Journalist Mathieu von Rohr setzt sich seinerseits mit dem Vorfall um Bouazizi auseinander¹⁹⁹ und führt an, dass zwar die meisten Bewohner von Sidi Bouzid davon hörten, wie eine Beamtin dem Gemüseverkäufer eine Ohrfeige gegeben habe, sich hingegen aber niemand fand, der dies auch selbst gesehen haben soll. Ein anderer Obstverkäufer, der den Vorgang beobachtet haben will, sagte gegenüber GlobalPost aus, dass Bouazizi nicht geschlagen wurde.²⁰⁰ In dem Artikel von Rohrs (Wisnewski nennt diesen ebenfalls) wird Bouazizi als nicht im Mindesten politisch motiviert dargestellt. Auch wird hier die Frage aufgeworfen, ob die Selbstverbrennung nicht vielmehr ein Unfall war. Des Weiteren lässt Mathieu von Rohr den Bruder Bouazizis zu Wort kommen, der sagt, dass die Revolution auf einer Lüge gegründet sei. Er verweist seinerseits auf Mohameds Vetter Ali Bouazizi, der, als er die Nachricht von der Selbstverbrennung vernahm, sich eiligst zum Ort des Geschehens aufgemacht und ein kurzes Video mit seinem Mobiltelefon gedreht haben soll, das zeigt, wie „Mohameds verkohlter Leib in den Krankenwagen gezerrt wurde“²⁰¹. Hier heißt es weiter: „Bis zum Abend filmte er die protestierenden Jugendlichen auf der Straße. Ein Freund schnitt das Video, unterlegte es mit melancholischer Musik und stellte es bei Facebook ein. Ali rief bei al-Dschasira an, und noch am selben Abend strahlte der Sender die Bilder aus. Ali Bouazizi war am Telefon zugeschaltet, er sprach unter seinem richtigen Namen.“²⁰² Auch er soll beteuert haben, dass Mohamed von der Polizei geschlagen wurde und überdies Akademiker sei. Letzteres entlarvt von Rohe als Mär, Bouazizi soll nicht einmal das Abitur geschafft haben. Beide wesentlichen Faktoren, die Ohrfeige und der Akademikerstatus scheinen also Fiktion. Die Geschichte um Bouazizi enthält noch eine Vielzahl weiterer Facetten, wie die widersprüchlichen Aussagen der Mutter, die

¹⁹⁸ vergl. Wisnewski, Gerhard 2012: Das andere Jahrbuch 2012: verheimlicht vertuscht vergessen. Was 2011 nicht in der Zeitung stand. München: Knauer Verlag: S. 15 - 23

¹⁹⁹ vergl. DER SPIEGEL (Rohr, Mathieu von) 14.03.2011: Mohammeds Früchte. <<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-77435198.html>> (23.02.2012)

²⁰⁰ „He was never slapped," said Monji Arabi, a fruit vendor who worked alongside Bouazizi and claimed to be present at the time." In: globalpost (Jensen, Jon) 16.05.2011: The making of a martyr: truth or legend?

<<http://www.globalpost.com/dispatch/news/regions/africa/110516/tunisia-martyr-mohamed-bouazizi>> (23.02.2012)

²⁰¹ ebd.

²⁰² ebd.

zunächst von einem Unfall sprach und darauf verwies, dass die ganze Familie völlig unpolitisch sei²⁰³, später dann aber Interviews in ausschweifender Revolutionsprosa gegeben haben soll²⁰⁴. Oder die Nebengeschichte eines Bouazizi fälschlicherweise zugerechneten Facebook-Kontos mit Revolutionstexten, eine pure Koinzidenz, das Konto soll in Wahrheit einem Namensvetter gehört haben.²⁰⁵

Was für den Zusammenhang jedoch von fundamentalem Interesse ist, ist die Mechanik der Mythensetzung, scheinbar angestoßen durch Bouazisis Vetter. Die Bilder des verkohlten Leibes werden mit Bildern protestierender Jugendlicher verschnitten, eine hinzugefügte Soundkulisse sorgt für zusätzliche Emotionalisierung: Die perfekte Revolutionsmontage. Das „Dokument“ wird samt der Falschaussagen bei Facebook eingestellt. Zusätzlich wird Al Jazeera als reichweitenstarkes Medium kontaktiert und inklusive protestschürender Behauptungen auf das Video hingewiesen. Al Jazeera strahlt das Video aus und sorgt für Breitenwirksamkeit. Nun erscheinen das Video und damit die Geschichte der Selbstverbrennung aus Protest gegen das Regime journalistisch verbrieft. Die von Al Jazeera gesendeten Aufnahmen werden wiederum gezielt in sozialen Netzwerken veröffentlicht. Die internationale Presse springt auf das Thema an und eine weltweite Mediendurchdringung folgt: Ein medienwirksamer Mythos ist geboren, noch bevor selbiger durch kritische Hinterfragung erschüttert werden kann. Auch wenn einige Medien ihrer journalistischen Sorgfaltspflicht nachkommen, ist die Geschichte längst viral geworden und sorgt für den nötigen Anschlag einer Protestwelle offline. Der Wahrheit, sofern sie überhaupt ergründbar ist, wird zu diesem Zeitpunkt längst kein Stellenwert mehr beigemessen.

²⁰³ vergl. SPIEGEL ONLINE (Putz, Ulrike) 23.01.2011: Was vor Mohammeds Martyrium geschah. <<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,740901,00.html>> (23.02.2012)

²⁰⁴ vergl. Wisnewski 2012: S. 22

²⁰⁵ vergl. Wisnewski 2012: S. 20 - 21



Abbildung 3-12: YouTube – Suicide that sparked a revolution²⁰⁶

Auf dem YouTube-Kanal von Al Jazeera English findet sich noch ein Mitschnitt²⁰⁷, in dem die Mutter Bouazisis anscheinend behauptet, dass die Polizistin ihn erniedrigt haben soll. Im Off-Kommentar, der die Aussagen ins Englische übersetzt, wird diese Erniedrigung dann als Grund der Selbstverbrennung benannt. Zuschauer, die nicht Arabisch sprechen, können die von der Mutter in diesem Video getätigten Aussagen nicht verifizieren. Die Tatsache, dass es sich um Bouazisis Mutter handeln soll, kann nur der Bildunterschrift entnommen werden. Den folgenden, verwackelten Bilder von den noch ausbrennenden Überresten eines Objektes, kann keine Information über Echtheit entnommen werden. Die Deutung für die englischsprachigen Adressaten wird hier allein von Al Jazeera geliefert. Das Video wurde am 19.01.2011 hochgeladen, fünf Tage nachdem das tunesische Staatsoberhaupt aus dem Land floh. Dies soll nochmal exemplarisch verdeutlichen, welche bedeutende Rolle Al Jazeera bei der Mythensetzung um Bouazizi²⁰⁸ auch im Nachgang der Revolution im In- und Ausland höchstwahrscheinlich eingenommen hat.

Eine in ihrer Funktionsweise äquivalente Geschichte findet sich im Rahmen der ägyptischen Revolution. Am 6. Juni 2010 soll ein ägyptischer, 28-jähriger Blogger namens Khaled Said in Alexandria auf öffentlicher Straße von der örtlichen Polizei zu Tode geprügelt worden sein. Offenbar warf die Polizei nach einem kurzen Umweg über das Polizeirevier die Leiche einfach wieder auf die Straße vor das Internet-Café, in dem der junge Mann von den Polizisten zuvor

²⁰⁶ vergl. YouTube (AlJazeeraEnglish) 19.01.2011: Suicide that sparked a revolution. <<http://www.youtube.com/watch?v=47d6fyaOjRM>> (27.02.2012)

²⁰⁷ vergl. ebd.

²⁰⁸ „Al Jazeera began showing the grainy cellphone videos on its broadcasts, as part of what the station sympathetically labeled „the Sidi Bouzid Uprising“ after the town where a young man started it all by setting himself on fire on Dec. 17.“ In: The New York Times online (Kirkpatrick, David D. und Worth, Robert F.) 27.01.2011: Seizing a Moment, Al Jazeera Galvanizes Arab Frustration. <http://www.nytimes.com/2011/01/28/world/middleeast/28jazeera.html?_r=3> (08.03.2012)

aufgegriffen wurde. Diversen Medienberichten zur Folge sollen sich in Saids Besitz Videos von Polizisten befunden haben, die selbige in den Zusammenhang mit Drogenhandel bringen.²⁰⁹ Auch dieser Vorfall entwickelte sich in seinem weiteren Verlauf noch sehr viel komplexer, als es hier besprochen werden kann. Wichtig sind an dieser Stelle abermals die medialen Zusammenhänge. Diesmal handelte es sich nicht um ein Video, das in die sozialen Netzwerke Einzug hielt, sondern um eine äußerst abschreckende Fotografie der Leiche von Said, welche sein zertrümmertes Gesicht und seinen zertrümmerten Schädel zeigt. Die Stilisierung Saids zur Symbolfigur der Revolution nimmt ihren Ausgang scheinbar wieder von einem Familienmitglied. Sein Bruder Ahmed soll auf Facebook besagte Fotos veröffentlicht haben. Kurz darauf gründete Wael Ghonim unter dem Pseudonym El Shaheed²¹⁰ (Der Märtyrer) eine arabische Facebook-Seite, deren Titel übersetzt „Wir sind alle Khaled Said“ (<http://www.facebook.com/ElShaheed>) bedeutet. Man stößt noch auf eine weitere Internetseite, diesmal unter dem englischen Titel „We are all Khaled Said“ (<http://www.facebook.com/elshaheed.co.uk>). In den FAQ's des mit der englischen Facebook-Seite verknüpften Blogs, ist unter der Frage „Wer bist du“ lediglich von zwei Administratoren die Rede, einer für die arabische und einer für die englische Facebook-Seite.²¹¹ Hier ist auch die erwähnte Fotografie zu sehen.²¹² Der erste Artikel dieser Seite ist auf den 29. Juni 2010 datiert, was darauf schließen lässt, dass das Blog zeitnah zur Tötung Saids eingerichtet wurde. Die arabische Internetseite diente offenbar zur Aktivierung der inländischen Bevölkerung, die englische um eine internationale Zielgruppe anzusprechen, also zur Transferleistung. Ein Austausch des Administrators der englischen Facebook-Seite mit Ghonim wird hier explizit erwähnt: „I have a lot to talk about, chats and email discussions I had with Wael and many other activists, arranging protests worldwide in support of Egypt [...]“²¹³. Der Vorfall um Khaled Said wurde von den internationalen Medien verarbeitet und sorgte weltweit für Entrüstung und Solidaritätsbekundungen. Er wurde zur Symbolfigur der ägyptischen Revolution, wie Mohamed Bouazizi jener der tunesischen wurde. Wael Ghonim wurde von der TIME 2011 zu einem der einflussreichsten Menschen auf der Welt gekürt.²¹⁴ Im gleichen Jahr wurde Said mit dem Menschenrechtspreis der Friedrich-Ebert-Stiftung²¹⁵ ausgezeichnet und die Facebook-Seite „We are all Khaled Said“ erhielt im Zuge der BOBs (Best of Blogs), den Blog Awards der Deutschen Welle, den Jury-Preis für die „Best Social Activism

²⁰⁹ vergl. ZEIT ONLINE (Gehlen, Martin) 17.06.2010: „Hört auf, der Mann stirbt“

<<http://www.zeit.de/politik/ausland/2010-06/aegypten-khaled-mohammed-said>> (27.02.2012)

²¹⁰ Ghonim wollte sich mit der Verwendung eines Pseudonyms vor der Verfolgung durch das Regime schützen. Dass er sich aufgrund seiner Aktivitäten einer konkreten Bedrohung ausgesetzt fühlte, bestätigte sich tatsächlich mit seiner Inhaftierung durch das Regime wie weiter oben bereits erwähnt wurde.

²¹¹ vergl. We are all Khaled Said 2012: faq. <<http://www.elshaheed.co.uk/faq/>> (27.02.2012)

²¹² vergl. We are all Khaled Said 2012: background story. <<http://www.elshaheed.co.uk/home-khaled-said-full-story-background-truth-what-happened-torture-in-egypt-by-egyptian-police/>> (27.02.2012)

²¹³ vergl. We are all Khaled Said 2012: The story of „We are all Khaled Said“ English Facebook Page (1 of ..?) <<http://www.elshaheed.co.uk/2012/01/26/the-story-of-we-are-all-khaled-said-english-facebook-page-1-of/>> (27.02.2012)

²¹⁴ vergl. TIME Specials (ElBaradei, Mohamed) 21.04.2011: The 2011 TIME 100: Wael Ghonim.

<http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2066367_2066369_2066437,00.html> (27.02.2012)

²¹⁵ vergl. Friedrich-Ebert-Stiftung 2011: Menschenrechtspreis 2011: Slim Amamou, Tunesien und Khaled Said (1982-2010), Ägypten.

<http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2066367_2066369_2066437,00.html> (27.02.2012)

Campaign“²¹⁶. Auch derlei Preisvergaben können als Hinweis darauf gewertet werden, wie die Mythen um sog. Twitter- und Facebook-Revolutionen zustande kommen.

Input-Funktion: Zusammenfassung

- Instrumentalisierung realer Vorfälle
- Mediale Inszenierung der Vorfälle konkret auf Adressatengruppen ausgerichtet
- Komplexitätsreduktion über Bildinhalte
- Stilisierung der Vorfälle zu starken Symbolen
- Einbezug einer etablierten Medieninstitution mit breitenwirksamen Distributionskanälen
- Rückspielung der journalistischen Aufbereitung in soziale Medien
- Etablierung von Kanälen in bestehenden sozialen Netzwerken
- Zusammenarbeit mit Nutzern in anderen Ländern, die Schwesternkanäle aufbauen

Tsunami-Funktion und Output: Ein Facebook-Event zur Initialzündung

Am 14. Januar 2011 floh das tunesische Staatsoberhaupt nach vier Wochen heftiger Proteste – die Revolution in Tunesien wird als erfolgreich kommuniziert. Zwischen dem 14. und 24. Januar verbreitet sich ein Aufruf zu Massendemonstrationen über Twitter und Facebook bis schließlich am 25. Januar Zehntausende von Ägyptern auf den Straßen Kairo demonstrieren. Zum Protestaufruf wurde ein sog. Facebook-Event genutzt, bei dem über 90.000 Ägypter für den 25. Januar zugesagt haben sollen.²¹⁷ Dieses Facebook-Event wurde über die arabische Version der Fanpage „We are all Khaled Said“ kreiert, initiiert von Wael Ghonim. Die Mitgliedschaft der Gruppe soll zu diesem Zeitpunkt bereits auf 500.000 Mitglieder angewachsen sein.²¹⁸ Wael Ghonim sagte gegenüber CNN in einem Interview kurz nach seiner Freilassung, dass im Juni 2010 hunderttausende Ägypter mit „collaborating content“ begonnen hätten²¹⁹, also der Erstellung, Weiterverarbeitung und Multiplikation von Inhalten über soziale Netzwerkarchitekturen wie Facebook.

Ein weiteres populäres Beispiel für kollaborative Arbeit ist die Flickr-Gruppe Piggipedia (<http://www.flickr.com/groups/piggipedia/pool/>). Flickr ist ein US-amerikanischer Image-Hoster, auf dem primär Fotos von einzelnen Nutzern in deren private Accounts eingestellt werden können. Der Dienst verfügt über Community-Elemente, was die Verknüpfung der

²¹⁶ vergl. Deutsche Welle (o. V.) 2012: The BOBs: History. Gewinner 2011.
<<http://thebobs.com/deutsch/category/history/?year=history-2011>> (27.02.2012)

²¹⁷ vergl. Attia, Aziz, Friedman, Elhusseiny 2011: S. 371

²¹⁸ vergl. Keit, Echo 2012: We Are All Khaled Said: Revolution and the Role of Social Media.
<http://www.pubchoicesoc.org/papers_2012/Keif.pdf> S. 18 (01.03.2012)

²¹⁹ vergl. ebd.

Nutzer untereinander und kollaborative Arbeit in Gruppen erlaubt, insofern, dass Nutzer ihre Bilder gemeinsam an einer dafür geschaffenen Stelle innerhalb des Dienstes publizieren können. Die Intention der Flickr-Gruppe Piggipedia bestand darin, Fotos von Polizisten zu veröffentlichen, die Ägypter gefoltert haben sollen. Bei Recherchen stößt man auf eine Vielzahl ähnlicher Online-Formate, die sich mit Folter beschäftigen und untereinander vernetzt sind. Dabei wird zunächst eine Transparenzstrategie über die Veröffentlichung von Informationen verfolgt, die von staatlicher Seite unterdrückt werden. Über unabhängige Online-Medienformate soll gezeigt werden, dass Folter ein reales Problem darstellt (Information), welche Foltermethoden benutzt werden (Auflistung und Kategorisierung), wie groß die Zahl an Opfern ist (Kollektivierung), wo gefoltert wird (Verortung im Raum) und wann gefoltert wurde (Verortung in der Zeit).

Diese Form der medialen Aufbereitung dient nicht nur der Information und einhergehenden Sensibilisierung für das Thema, sondern auch dem Freisetzen von Energien, dem bewussten Anstacheln zu Protesten. Noha Atef brachte die hier zugrunde liegende Logik in ihrem Vortrag mit folgendem Satz auf den Punkt: „First was to make them angry, then to mobilize them.“²²⁰ Um Bevölkerungsschichten zum Protest zu bewegen, müssen diese emotionalisiert, sprich in Rage versetzt werden. Hierzu ist es wichtig, dass reale Geschehnisse, wie die Selbstverbrennung Bouazizis oder die Tötung Saids in passendem Maße formatiert werden, im Sinne einer medialen Inszenierung.²²¹ Bilder (Video und Foto) spielen dabei eine größere Rolle als Text, da Bilder vom Betrachter zunächst emotional verarbeitet werden und eine höhere Symbolfunktion einnehmen können. Diese werden mit zusätzlichen Informationen aufgeladen, im Sinne von Codes, die beim Betrachten mitgelesen werden. Die Informationen müssen derart zielgruppengerecht gestaltet sein, dass ihre Lesbarkeit für verschiedene Gruppen erhalten bleibt. Am besten lassen sich mit ein und demselben Symbol mehrere verschiedene Adressatengruppen gleichzeitig aktivieren, wie es bei Bouazizi der Fall war. Geschichten werden im Sinne einer Komplexitätsreduktion maximal verdichtet, medial inszeniert und verfügen über Anschlussstellen zur Identifikation. Der dokumentarische Charakter des Materials ist hierbei entscheidend, da diesem ein hoher Wahrheitsgehalt zugewiesen wird. Dokumentarische Videos schaffen darüber hinaus eine vermeintliche Nähe zum Betrachter, es geht also um eine Überbrückung von Raum. Außerdem sollte das Material von Nutzern selbst erstellt sein, was deren Wahrheitsgehalt zusätzlich verstärkt, da von den staatlich kontrollierten Medien produzierte Inhalte in erster Linie im Sinne staatlicher Propaganda als manipulativ aufgefasst wurden.²²²

Um eine derartige Formatierung der Inhalte zu bewerkstelligen, muss der eigene kulturelle und sozioökonomische Kontext genau analysiert werden, um daraus Ableitungen zu ziehen, die sich für eine Instrumentalisierung eignen. Die Frage lautet: Wie müssen die neuralgischen Punkte einer Geschichte beschaffen sein, damit sie Energien für Offline-Proteste erzeugen

²²⁰ Atef 2011

²²¹ „We should have our eyes open to capture any event that could be the start of the end of any dictator in the Arab world.“ In: The New York Times online 27.01.2011: Seizing a Moment

²²² „During the Egyptian revolution, users of online social networks such as Facebook and Twitter stopped believing the government. Instead, they trusted the messages and information they obtained from these tools, and their widespread popularity reinforced these sentiments“. In: Attia, Aziz, Friedman, Elhusseiny 2011: S. 372

können? Das Schema ähnelt sich bei Bouazizi und Said. Bei Bouazizi finden sich die Elemente Polizeiwilkkür, Ehrverlust, Jugendarbeitslosigkeit und Bildungsschicht. Zielgruppen, wie oben erwähnt, waren das Bildungsbürgertum und die Landbevölkerung, also Arbeiter, zwei per se voneinander getrennte Gruppen. Im Falle Suids hingegen wird das Identifikationsmodell über die Betonung geschaffen, dass er Blogger war, womit sich die Studentenschaft adressieren lässt. Auch hier stößt man auf staatliche Willkür, nur dass diese in extremen Grad gesteigert war, in dem die willkürliche Brutalität der Polizei direkt zum Tode des jungen Mannes führte. Außerdem soll er sich im Besitz von Beweismittel gegen Beamte befunden haben, was sich mit staatlicher Korruption bzw. illegalem Handeln der Autoritäten verbinden lässt. Der Titel der Facebook-Gruppe „Wir sind alle Khaled Said“ sieht die Etablierung einer kollektiven Struktur vor. Der Titel legt nahe, dass das Schicksal Suids, zu jeder Zeit auch jeden anderen ereilen kann, dass die staatliche Willkür in ihrer extremsten Ausprägung der offenen Brutalität bis zum Tode vor niemandem halt macht. Die Macht der Bilder, deren Schockgehalt, ist von fundamentaler Bedeutung. Die verkohlte Leiche Bouazizis wie der deformierte Schädel Suids stehen fortan symbolisch für die Regimes, in ihnen kulminieren alle Negativwerte, die vorrangig mit den staatlichen System assoziiert werden sollen. Plattformen wie jene der Piggipedia arbeiten mit dem gleichen Mechanismus der Herstellung eines kollektiven Schockmoments durch Bildsprache. Inhärent wird damit ausgesagt, dass du entweder selbst schon gefoltert wurdest oder einen Familienangehörigen, Freund oder Bekannten hast, der schon mal gefoltert wurde. Zumindest hat jeder auf irgendeinem Weg schon davon gehört. Besonders die Demografie ist wichtig: Bouazizi war 26 Jahre alt, Said 28. Wie festgestellt wurde, weist das Durchschnittsalter in Ägypten 24 Jahre, das in Tunesien 27,8 auf. Die Verarbeitung beider Geschehnisse, sowohl Bouazizis Selbstentzündung wie auch die Tötung Suids, haben unmittelbar Offline-Proteste ausgelöst. Die Proteste in Tunesien mündeten direkt in der Revolution. Der Fall Said zog zunächst einen Prozess gegen die Beamten nach sich. Die maßgebliche Folge für die hier vorliegende Betrachtung war allerdings die Etablierung eben jener Facebook-Seite durch Wael Ghonim, verstanden als wesentlicher Knotenpunkt einer Online-Infrastruktur, an dem sich zunächst ein Kollektiv unter einem Symbol online sammeln konnte.

Über solche Knotenpunkte wurde dann auch die Tunesische Revolution einer breiteren Social-Media-Audience bekannt gemacht, später wurde die Fanpage sogar gezielt zu einer Offline-Aktivierung der Nutzer instrumentalisiert. Die Meldung von der Flucht des tunesischen Staatsoberhauptes erhielt allem Anschein nach die Funktion eines Energieschubs, so dass die ersten Aufrufe zu Massendemonstrationen genau auf diesen Tag fallen.

Dies ist nur ein Beispiel für eine Nutzung sozialer Medien innerhalb revolutionärer Umbrüche. Es ist allerdings auch ein Signifikantes. Blogs agieren zunächst dezentral und weisen nicht die zentralistischen Verteilungslogiken eines sozialen Netzwerks wie Facebook auf, das eine Art Netz im Netz darstellt. Die Hürden zur Erstellung, Veröffentlichung und Multiplikation von Inhalten sind extrem niedrig gehalten, die grundsätzlichen Funktionsweisen sind von der Adressatengruppe bereits eingeübt. Hinzu kommt die Instrumentalisierung von Funktionen wie die Erstellung eines Facebook-Events, also die Nutzung von Sub-Programmen in der bestehenden Netzwerkarchitektur. Die Macht der Geschichten wird hier mit den Funktionen eines Netzwerks wie Facebook gekoppelt und dessen Verteilungslogiken effizient genutzt.

Tsunami-Funktion und Output: Zusammenfassung

- Analyse der sozioökonomischen, politischen und kulturellen Kontexte
- Isolierung, Ableitung und Aufbereitung von Kernthemen
- Aufbereitung der Kernthemen mit möglichst hoher Schockwirkung an Online-Knotenpunkten
- Bereitstellung möglichst vieler thematischer Schnittstellen für Identifizierung
- Ausbildung von Kollektivstrukturen an Knotenpunkten durch Identifizierung
- Gezielte Agitation gegen das bestehende System an diesen Knotenpunkten
- Nutzung der Knotenpunkte als Katalysatoren
- Aktivierung zu Offline-Protesten im richtigen Moment (Energiezufuhr durch weitere Ereignisse - Timing)

Es wurden immer wieder Statistiken zu Rate gezogen, um die Rolle sozialer Medien wie Facebook oder Twitter innerhalb des Arabischen Frühlings näher bestimmen zu können. Eine rein quantitative Analyse führt allerdings nicht zu tieferen Einblicken, wie soziale Medien konkret innerhalb der Revolution genutzt wurden. Vorrangig ist immer zu fragen, mit welcher Methode und welchen Werkzeugen (Social-Media-Monitoring-Tools) die Zahlen überhaupt erhoben wurden und wie und in welchem Kontext diese anschließend interpretiert worden sind. Eine Vielzahl privatwirtschaftlicher Unternehmen, deren Leistungsschwerpunkte auf der Analyse von Social Media liegen, haben eigens angefertigte Statistiken veröffentlicht, mit dem Ziel der Eigen-PR. Hier wird der Natur der Sache gemäß singulär betrachtet und der große Einfluss der sozialen Medien im Zuge des Arabischen Frühlings konstatiert, da es sich bei Social Media um das Kerngeschäft derjenigen handelt, die die Zahlen erhoben haben. Der Wahrheitsgehalt solcher Quellen ist kritisch zu bewerten. In Folge verschiedener Erhebungen differieren die Ergebnisse voneinander. Zudem ist eine Erhebung der Zahlen bezogen auf Facebook und Twitter von den Schnittstellen zu eben jenen Diensten abhängig. Die im Folgenden benannten Zahlen sind maßgeblich zwei Forschungsarbeiten entnommen: Miguel A. Garcia: The 'Cosmoholotech' Approach: The Impact of Social Media on Real-World Activism and Social Transformation und Fadi Salem, Racha Mourtada: Dubai School of Governance, Arab Social Media Report, Civil Moments: The Impact of Facebook and Twitter.

In der ersten Arbeit wird ein Wachstum von Internetbenutzern von fast 40 % in Ägypten von Januar 2010 bis Januar 2011 benannt, so dass am Vorabend der Revolution 23,5 Millionen Ägypter das Internet benutzten. Gleichzeitig ist die Rede von über 4,6 Millionen ägyptischen Facebook-Nutzern, was einer Durchdringung der Gesamtbevölkerung (hier ausgehend von einer Zahl von über 84 Millionen) von 5,49 % entspricht. Darüber hinaus wird eine demographische Verteilung der Facebook-Nutzer benannt, innerhalb derer die größte Gruppe die 15- bis 29-Jährigen mit einem Anteil von 78 % aller Nutzer darstellen. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt die Studie der Dubai School of Governance (75 % im April 2011).

Dort heißt es weiter, dass arabische Jugendliche zwischen 15 und 29 Jahren rund 70 % aller in der Region lebenden Facebook-Nutzer stellen. Es wird ein Wachstum an arabischen Facebook-Nutzern von insgesamt 14,8 Millionen auf 27,7 Millionen in einem Zeitraum von April 2010 bis April 2011 benannt und ein Zuwachs an Facebook-Nutzern in Ägypten von fast 2 Millionen (5. Januar bis 5. April 2011). Der momentane Stand (2. März 2012) zählt laut socialbakers²²³ knapp 9,5 Millionen ägyptische Facebook-Nutzer.

Die hier aufgeführten Zahlen lassen zunächst einmal folgende Rückschlüsse zu:

Wenn gerade mal 5,49 % aller Ägypter ein Facebook-Konto kurz vor der Revolution besitzen, bedeutet dies im Umkehrschluss, dass die überwältigende Mehrheit zu diesem Zeitpunkt nicht auf Facebook aktiv war.

Wenn 78 % der 4,6 Millionen ägyptischen Facebook-User ein Alter zwischen 15 und 29 Jahren haben, also 3.588.000 Ägypter, bedeutet dies, dass Facebook vor allem von jungen Menschen benutzt wurde. Bei einem Altersdurchschnitt der Gesamtbevölkerung von 24 Jahren bedeutet dies aber auch, dass nur eine ganz bestimmte Gruppe von Jugendlichen ein soziales Netzwerk wie Facebook genutzt hat.

Die Zahl der Facebook-Nutzer in Ägypten hat sich im Zuge und besonders im Nachgang der Revolution mehr als verdoppelt.

Die Zahlen geben des Weiteren keine Auskunft darüber, wie und in welcher Frequenz Facebook von wem innerhalb der Revolution genutzt wurde.

Auch können die reinen statistischen Werte keine verlässliche Auskunft darüber geben, wie viele der auf Facebook sich zum Protest bekennenden Nutzer auch tatsächlich auf der Straße demonstriert haben. Singulär betrachtet scheint der Nutzeranteil relativ hoch. In Relation zur Gesamtbevölkerung und den eingangs erwähnten realen Löhnen allerdings (von denen die Internetnutzung generell anhängig war), entpuppt sich die Durchdringung der sozialen Medien als gering und deren Nutzung für ein Gros der Bevölkerung unerschwinglich. Diejenigen aus der Bevölkerungsgruppe der 15- bis 29-Jährigen, die sich die Internetnutzung überhaupt leisten konnten, sind vornehmlich unter den Studenten zu verorten (laut geführter Interviews). Die Massenproteste wurden also in erster Linie von einer kleinen gebildeten Gruppe junger Menschen forciert, die in der Benutzung sozialer Medien bereits geübt war.²²⁴

Die wichtige Erkenntnis liegt hier in der Feststellung, dass es sich um eine kleine Gruppe eines spezifischen Standes handelte und die Revolution nicht von einer breiten Masse der Bevölkerung durch die Benutzung von sozialen Medien angestoßen wurde. Vielmehr muss bis hierhin festgehalten werden, dass die Instrumentalisierung der sozialen Medien in Kombination mit der zielgruppengerechten medialen Inszenierung realer Geschehnisse durch eine elitäre

²²³ vergl. socialbakers (o. V.) 2012: Egypt Facebook Statistics. <<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/egypt>> (02.03.2012)

²²⁴ „They were the group that was actively using social media in the days leading up to the mass protests, while other groups such as the older generations were afraid and waiting to see if the youth efforts were successful.“ In: Garcia 2011: S. 48.

Gruppierung, eine unterstützende Rolle im Kontext revolutionärer Umbrüche spielen kann, sofern die sozioökonomischen, politischen und kulturellen Bedingungen gegeben sind. Es soll auch nochmal betont werden, dass eine große Anzahl an Nutzern sozialer Netzwerke wie Facebook oder Twitter erst im Zuge der sich bereits vollziehenden Revolution hinzukamen.

Eine Aufarbeitung der Daten bzgl. des #Sidibouzi²²⁵ findet sich auf der Website vom Gilad Lotan (<http://giladlotan.com>). Sidi Bouzid ist die Stadt, in der sich Mohamed Bouazizi verbrannt hat. Zwischen dem 12. und 19. Januar 2011 macht der Analyst ein Datenset von 170.000 Nachrichten aus, die über den Kurznachrichtendienst Twitter veröffentlicht wurden und den #sidibouzi beinhalten. Von Anfang an wird hier klargestellt, dass dies lediglich jene Daten sind, die über die öffentliche Twitter API zum Zeitpunkt der Erhebung zur Verfügung standen. Die einzelnen Erwähnungen führt er im weiteren Verlauf seiner Analyse auf 40.000 einzelne Nutzer zurück und bemerkt, dass sich alleine zwischen dem 13. und 14. Januar, also bereits in der Vollendungsphase der Tunesischen Revolution (unter der Prämisse, das Ben Alis Flucht diese vollendet hat), sich 12.000 neue Benutzer bei Twitter anmeldeten. Des Weiteren kommt er im Zuge seiner Analyse auf zehn maßgebliche Twitter-Profile, die am #sidibouzi partizipiert haben sollen.

Diese Top 10 wird angeführt von einem Account namens griffinworks_3, von dem allein 1.846 Nachrichten ausgingen, die mit dem #sidibouzi versehen wurden. Der Account wurde erst am 12. Januar 2011 eingerichtet, hatte zum Zeitpunkt der Analyse gerade mal 100 Follower und zwischen dem 15. und 18. Januar nicht mehr als 20 ReTweets zu verzeichnen – d. h., es lag weder eine hohe Aktivität, noch eine große Zielgruppe vor. Das Profil selbst folgte keinem anderen Profil. So kommt Lotan zu dem Schluss, dass es sich um einen Bot, also um ein weitestgehend selbständig operierendes Computerprogramm gehandelt haben muss. Dagegen wird das Twitter-Profil der arabischen Journalistin Dima Khatib benannt, die für Al Jazeera tätig ist und das als extrem aktiv anhand der Anzahl der Follower und Re-Tweets bewertet wird. Darüber hinaus wird noch eine Analyse des sog. Social Graph, der Beziehungen von Usern in Netzwerken untereinander und zu welchen Gruppen diese gehören, angestrebt und visualisiert.

²²⁵ vergl. Gilad Lotan 24.01.2011: #Sidibouzi Twitter Hashtag: an analysis of the people spreading the news. <<http://giladlotan.com/blog/sidibouzi-twitter-hashtag-an-analysis-of-the-people-spreading-the-news/>> (02.03.2012)

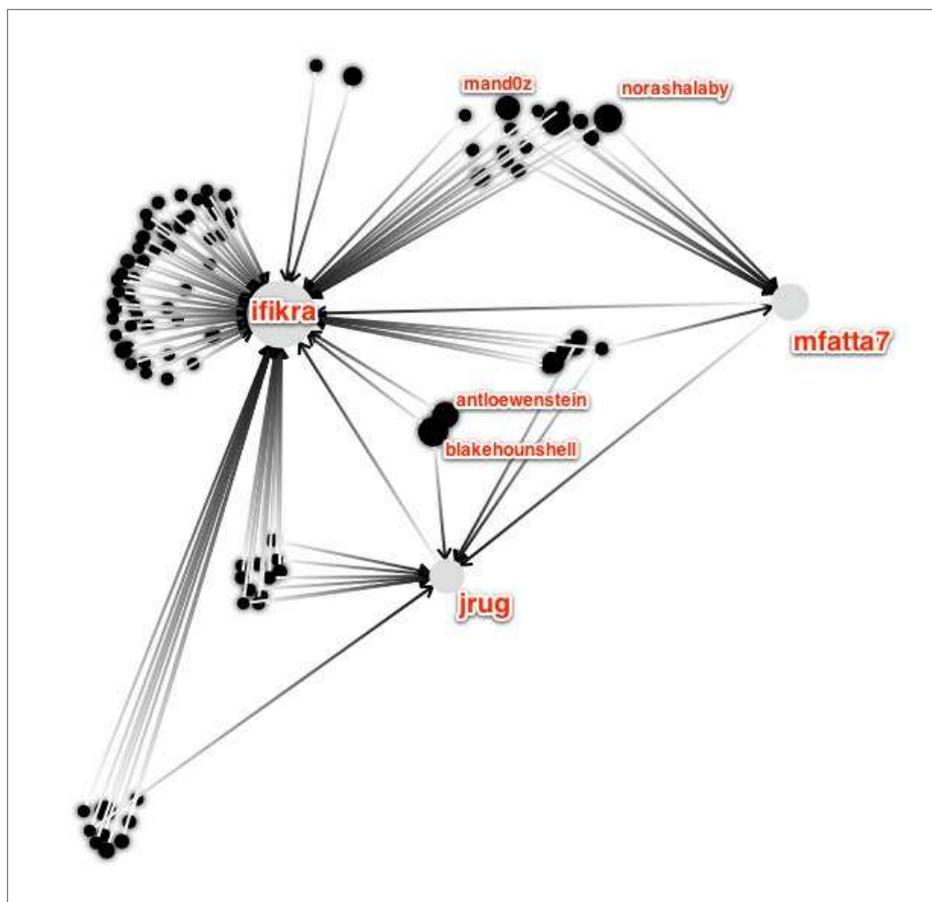


Abbildung 3-13: The graph below represents Sami Ben Gharbia's network²²⁶

Hierzu wird das Profil ifikra (<https://twitter.com/#!/ifikra>) herangezogen, das dem bekannten tunesischen Blogger Sami Ben Gharbia zugehörig ist. Dieser ist nicht nur Blogger, Menschenrechtsaktivist und Campaigner, sondern auch Mitbegründer des tunesischen Internet-Portals Nawaat (<http://nawaat.org/portail/>), einer der wichtigsten Online-Plattformen für kritische Berichterstattung, die auch im Zuge der tunesischen Revolution eine wichtige Rolle gespielt hat, als Knotenpunkt für Blogger und Cyber-Aktivisten. Nawaat bedeutet so viel wie „the core“ im Englischen.²²⁷ Außerdem ist er Exilant und Advocacy Director bei Global Voices Online. Dies sei nur nochmal erwähnt, da Gharbia die zu Anfang skizzierten, archetypischen Merkmale der kleinen „Digitalen Elite“ aufweist, die für die „Digitalen Revolutionen“ innerhalb des Arabischen Frühlings eine entscheidende Rolle gespielt hat. In seiner Analyse belegt Lotan, dass Gharbia einen großen Teil der Nachrichten seines Publikums mit dem ägyptischen Journalisten und Multimediaproduzenten Mohamed Abdel Fattah (<https://twitter.com/mfatta7/>) und Jonatahn Rugman (<https://twitter.com/jrug>),

²²⁶ Gilad Lotan 24.01.2011: #Sidibouzd

²²⁷ vergl. Al Jazeera (Randeree, Bial) 11.07.2011: Inside the 'Arab Spring': Al Jazeera speaks to Sami Ben Gharbia, a Tunisian activist who co-founded the popular web portal Nawaat.
<<http://www.aljazeera.com/indepth/features/2011/07/201177101959751184.html>> (02.03.2012)

Korrespondent für Auswärtige Angelegenheiten bei Channel 4 News (News-Abteilung des britischen TV-Senders Channel 4) teilte. Es wird noch auf ein weiteres Profil aufmerksam gemacht, dass auf die Vernetzung mit dem für Al Jazeera als Journalisten tätigen Mohammed S. Kayyali hinweist.

Aus dem bisher Gesagten lässt sich folgendes Schema ableiten. Anscheinend kam es besonders auf einige wenige hervorragend vernetzte Einzelpersonen und Gruppen an, um die bereits vorhandenen revolutionären Energien zu verstärken, zu bündeln und schließlich auf einen Kollektivmoment zugespitzt freizusetzen, nämlich den ersten großen Protesten am 25. Januar. Wie festgestellt wurde, konnte durch soziale Netzwerke nur eine im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung kleine, sehr spezifische Gruppe von Ägyptern erreicht werden, die ohnehin im Gebrauch des Internets im Allgemeinen und sozialer Medien im Speziellen geschult war. Durch die oben erläuterten Mechanismen wurde versucht, eine kritische Masse mittels Organisationsformen durch Kommunikationswerkzeuge im Internet herzustellen. Man könnte diese als Online-Masse bezeichnen, die sich in einem Transformationsprozess hin zu einer Offline-Masse befindet. Der Vorgang gestaltet sich derart, dass an verschiedenen Knotenpunkten im Internet User zusammengebracht werden. Die Kommunikation über soziale Medien fördert die Bildung von Online-Massen an Knotenpunkten wie der Facebook-Gruppe „We are all Khaled Said“, weil sich die einzelnen Individuen zunächst in einem virtuellen Schutzraum wähen und hier echten, bisher unterdrückten Leidensdruck artikulieren, der wiederum von Anderen gleichen Denkens aufgenommen und verstärkt wird. Die schiere Zahl scheint schon zu bestätigen und Mut zu verleihen, eine Offline-Entsprechung der online kommunizierten Anliegen zu forcieren. Kern dieses Mechanismus ist, dass jeder Einzelne sich einer Anzahl von Menschen vergewissern kann, die mit ihm zusammen Protest artikulieren. Diese Vergewisserung ist enorm wichtig, da erst, wenn sich eine kritische Masse bildet, die Polizeiapparate und Geheimdienste überfordert werden und für die Sicherheit der Einzelnen in höherem Maße garantiert werden kann.²²⁸ Auch wenn dieses Zusammenziehen von Nutzern an verschiedenen Knotenpunkten einen Vorgang der Zentralisierung beschreibt, bleibt die „Protestbewegung“ vorerst dezentral, da an mehreren, voneinander unabhängigen Knotenpunkten Protest organisiert wird, was eine Unterdrückung der Proteste durch ein Regime erschwert. Die nächste Stufe im Sinne der Erzielung eines größtmöglichen Masseneffekts auf der Straße wäre, so viele Nutzer wie möglich dazu zu animieren, sich an einem realen Ort zu versammeln: Das Zusammenziehen der Online-Teilmassen in der Realität. Der erwähnte Schutz durch die Masse, durch eine Vorbildung einer kritischen Masse Online, wird durch digitale Kommunikation verabredet, wie im Fall des Facebook-Events zu den Protesten des 25. Januar. Dass eine Protestbewegung überhaupt zustande kommt, wird durch die vorherige Zusicherung der Teilnahme wahrscheinlicher. Dementsprechend ist die Kernfunktion sozialen Netzwerke hier die Verabredung zu einer kritischen Masse jenseits von Angst und Unterdrückung.²²⁹ Online existiert die Möglichkeit, kritische Massen mit hoher Geschwindigkeit zu organisieren und die Möglichkeit des dialogischen Austauschs, um den Mut aufzubringen, die Online-Masse in eine Offline-Masse zu überführen.

²²⁸ vergl. Interview 01

²²⁹ ebd.

Mit der erfolgreichen Mobilisierung einer kritischen Masse, die ihrem Protest auch physisch Ausdruck verleiht, ist die Betrachtung eines Internet-Tsunamis in erster Linie abgeschlossen.

Allerdings ist es sinnvoll, die Betrachtung noch bis zum 28. Januar, dem sog. „Friday of Anger“, weiterzuführen, da an diesem Datum die Proteste in eine landesweite Massenbewegung umschlugen, die das Regime unter Mubarak zu ersten Eingeständnissen zwang. Mit dem Umschlag der Protestbekundungen von Online auf Offline und der Herstellung einer kritischen Masse auf der Straße, wurden weitere oppositionelle Energien freigesetzt. Signifikant erscheint hier, dass die traditionelle Opposition nur sehr begrenzten Anteil an der Organisation der ersten Proteste teilhatte, was an den traditionellen Mitteln der Organisation gelegen haben mag. Institutionalisierte Gruppen, die sich aufgrund klassischer Verfahren zusammensetzen, scheinen gegenüber den Online-Organisationsformen aufgrund ihrer Langsamkeit im Nachteil.²³⁰

Durch das erste Umschlagen von Online- auf Offline-Proteste konnte eine physische Verbindlichkeit hergestellt werden, die weitere, bereits bestehende oppositionelle Energien in sich aufnahm. Außerdem wurde dadurch die nötige Sichtbarkeit und Durchdringung hergestellt, die es braucht, um die von den alternativen Medien ausgeschlossenen Teile der Bevölkerung zu integrieren. Was allerdings auch beobachtet werden konnte, war ein Zulauf von Demonstranten und einer Zunahme der Reichweite des Protestes immer dann, wenn das Regime mit Sanktionen und Repressalien reagierte.

Repressiver Moment

Zu Beginn der ersten Protestwelle am 25. Januar reagierte das Regime mit einem Großaufgebot von bis zu 30.000 Polizei- und Sicherheitskräften, die von Wasserwerfern und Tränengas vehement Gebrauch gemacht haben sollen. In den folgenden Tagen war in den westlichen Medien immer wieder von staatlicher Gewalt gegen die Demonstranten zu hören, lesen und sehen. Im Rahmen der Interviews wurde bestätigt, dass eben dieses brutale Vorgehen immer mehr Menschen zum Protest mobilisiert hat. Auch hier spielte die schon im Fall Bouazizi beschriebene Wechselwirkung der verschiedenen Medien eine große Rolle. Foto- und Videos der Proteste und vor allem der sich ereignenden Polizeibrutalität wurden von einer Vielzahl an Nutzern in sozialen Netzwerken veröffentlicht, ein Prozess, der bereits ritualisiert war, nur dass zum jetzigen Zeitpunkt eine wahre Schwemme des „dokumentarischen“ Materials einsetzte. Jeder dokumentierte Zusammenstoß zwischen dem Regime und den Demonstranten führte der Protestbewegung neue Energie zu. Das Material wurde nun nicht mehr nur von einer „Digitalen Elite“ vervielfältigt. Diese fungierte aber weiterhin als Informationsknotenpunkt zu Exilanten und ausländischen Medienanstalten, die im Rahmen ihrer eigenen Berichterstattung willfährig auf das Material zurückgriffen und ihre eigenen Geschichten darauf aufbauten. Die internationale Presse wurde zu einem der wichtigsten Katalysatoren für die ägyptische Revolution, da ab dem Tag des Zorns die Weltöffentlichkeit

²³⁰ vergl. Interview 01

rund um die Uhr über die Zustände in Ägypten informiert wurde.²³¹ Je brutaler das dokumentierte Vorgehen des Staates gegen die eigene Bevölkerung war, desto größer wurde die Wut der Demonstranten und der Druck internationaler Bevölkerungen auf ihre eigenen Regierungen. Die Organisation der Proteste verlief längst nicht mehr allein über das Internet. Hier ist ein Medienmix aus Internetdiensten, Mobiltelefonen²³², Medienanstalten wie Al Jazeera und Mundpropaganda zu nennen, bis hin zu altgedienten Mitteln wie der Kommunikation über Botschaften an Häuserwänden.



Abbildung 3-14: Botschaften an Häuserwänden^{233 234}

Während die Kommunikation über Mobilfunk und Mundpropaganda vor allem nach innen gerichtet war, übernahmen Al Jazeera und Internetdienste eine Doppelfunktion, eine nach innen und eine nach außen gerichteten Kommunikation. Der Staat reagierte neben der realen Gewalt deshalb vor allem mit einer Quasi-Abschaltung des Internets ab dem 27. Januar²³⁵, in dem die vier größten Internetanbieter Ägyptens ihre Zugänge blockierten. Im gleichen Zuge wurde die Kommunikation über Mobilfunknetze unterbrochen.²³⁶

Aufgrund der Schlüsselrolle, die Al Jazeera hinsichtlich der Berichterstattung in Ausland, Inland und den weiteren arabischen Raum übernahm, entzog das Regime dem Sender zunächst die Sendelizenz und dessen Redaktion die Arbeitserlaubnis, gefolgt von einer Besetzung der

²³¹ „It wasn't until the police began to use violence to disperse the protesters, and individuals used social media sites like Facebook and YouTube to broadcast the brutality, that the world began to react“. In: García 2011: S. 42 – 43

²³² „By going past the mainstream media, mobile phone users became the main broadcasters- each user could receive and transmit news, therefore, becoming a node in a large network of communication that the state found increasingly difficult to monitor and impossible to control.“ In: ebd.: S. 39

²³³ REUTERS (Crisp, Steve) 05.02.2011: Opposition supporters talk near graffiti referring to the social networking site "Twitter" in Tahrir Square in Cairo.

<<http://www.reuters.com/news/pictures/searchpopup?picId=331457805>> (06.03.2012)

²³⁴ REUTERS (Crisp, Steve) 05.02.2011: Opposition supporters rest near graffiti referring to social networking site "Facebook" in Tahrir Square in Cairo.

<<http://www.reuters.com/news/pictures/searchpopup?picId=387229043>> (06.03.2012)

²³⁵ vergl. The Huffington Post (Smith, Catherine) 28.01.2011: Graph Visualizes Egypt's Internet Blackout (PICTURE). <http://www.huffingtonpost.com/2011/01/28/this-is-what-egypts-cutoff-from-the-net-looks-like_n_815335.html> (06.03.2012)

²³⁶ vergl. Al Jazeera (o. V.) 01.02.2011: Total internet blackout in Egypt.

<<http://www.aljazeera.com/news/middleeast/2011/02/2011210459908692.html>> (06.03.2012)

Redaktionsräume in Kairo durch die Armee, bis hin zur Inhaftierung von Mitarbeitern.²³⁷ Besonders die Veröffentlichung von Live-Bildern durch Al Jazeera sollte unterdrückt werden, da diese einen hohen Grad der Emotionalisierung innerhalb und außerhalb Ägyptens bewerkstelligte. Außerdem gab Al Jazeera die Botschaft von den geplanten Massenprotesten an ein Gros der Bevölkerung weiter, die nicht das Internet nutzten oder sich Informationen zur Lage aus erster Hand bedienen konnten. Das Regime Mubarak musste sich gesondert um seine Außenwirkung sorgen, da unkontrollierte Informationen die Stilisierung des Staates als ein durch die Bevölkerung legitimierten Machtapparat untergruben. Hier darf nicht vergessen werden, dass Ägypten offiziell als Demokratie behandelt wurde und es keiner NGO bis zum Ausbruch der Revolution gelang, eine schlüssige Beweisführung gegen die Machenschaften der Regierung zu erbringen.²³⁸

Al Jazeera reagierte als Reaktion mit einem Aufruf an die ägyptischen Blogger, Informationen direkt an den Sender zu schicken (Vergleiche Interviews). So formte sich eine unmittelbare Kooperation zwischen einer tradierten Publikationsinstanz und Aktivisten auf der Straße aus. Kameraleute von Al Jazeera sollen sich direkt unter die Demonstranten gemischt und über Mobiltelefone Audioberichte von Augenzeugen auf dafür eigens eingerichtete, mehrsprachige Audio-Seiten publiziert haben.²³⁹ Nach der Abschaltung der Internet- und Mobilnetze durch die ägyptische Regierung haben sogar die US-amerikanischen Unternehmen Google und Twitter reagiert.²⁴⁰ Diese nahmen in Kooperation einen kostenlosen Dienst in Betrieb „Speak To Tweet“ (<https://twitter.com/#!/speak2tweet>), mit dessen Hilfe per Festnetztelefon eine Audiobotschaft aufgenommen werden konnte, die anschließend auf Twitter per Short-URL veröffentlicht und multipliziert werden konnte. Auch wenn dieser Dienst wohl keine weitreichende Nutzung fand, so findet sich hier doch ein weiteres Indiz für den Umstand, dass selbst wenn ein Land seine Internetanbindung blockiert und die oppositionellen Medienverteiler besetzt, es durch einen Mediensprung gelingen kann, die Berichterstattung weiter aufrechtzuerhalten.²⁴¹ Das Regime Mubarak soll ebenfalls versucht haben, über offizielle Facebook-Seiten Fehlinformationen in den sozialen Medien oder die These über die staatlichen TV-Sender zu verbreiten, dass die ägyptische Jugend von ausländischen Institutionen zum Protest angestiftet wurde.²⁴² Allen vom Regime getätigten Gegenmaßnahmen zum Trotz gewann die Protestbewegung an Zulauf.²⁴³ Jeder Moment der Repression scheint der Bewegung neue Energie zugeführt zu haben. Zahi Alawi bestätigte,

²³⁷ vergl. SPIEGEL ONLINE (Patalong, Frank) 31.01.2011: Abgeschalteter Sender: Al-Dschasira bittet Blogger um Hilfe. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,742574,00.html>> (06.03.2012)

²³⁸ vergl. Interviews 08 und 21

²³⁹ vergl. Al Jazeera (o. V.) 30.01.2011: Live Messages from Egypt.

²⁴⁰ vergl. DER WESTEN (Scheib, Katrin) 01.02.2011: Twitter und Google machen Ägyptens Proteste hörbar. <<http://www.derwesten.de/politik/twitter-und-google-machen-aegyptens-proteste-hoerbar-id4231426.html>> (06.03.2012)

²⁴¹ „Even after the Internet blackout in Egypt, the youth continued to demonstrate and protest, and their numbers increased. Egyptians managed to have their voices be heard through advanced technical workarounds and old traditional technologies, including word-of-mouth and phones.“ In: Attia, Aziz, Friedmann, Elhusseiny 2011: S. 370

²⁴² vergl. Atef 2011

²⁴³ „Additionally, once social media's 'supporting role' was met by organizing and promoting the striking force, there was little the government could do to stop the organized striking force from influencing the other groups which did not use the Internet at all; the damage had already been done.“ In: Garcia 2011: S. 49

dass gerade die Abschaltung des Internets und der Mobiltelefondienste den Zulauf nur verstärkte, da aufgrund dieses Moments der Unterdrückung die breite Öffentlichkeit bemerkt hatte, dass sich eine tiefgreifende Wandlung vollzog.²⁴⁴

Der Internet-Blackout in Ägypten begann in der Nacht vom 26. auf den 27. Januar und dauerte sechs Tage. Am 28. Januar, dem sogenannten „Friday of Anger“, zwischen einer und zwei Millionen Ägypter zu landesweiten Demonstrationen zusammen. Am 30. Januar wurde Al Jazeera die Sendeerlaubnis entzogen. Bis zum 4. Februar wuchs die Masse der Demonstrierenden auf eine Zahl von 20 Millionen an. Dies belegt, dass weder eine Abschaltung von Internet und Mobilfunk oder die von anderen alternativen Medienangebote wie Al Jazeera den Prozess der anwachsenden Massendemonstrationen unterbinden konnten. Von Bedeutung ist das Zusammenspiel und die Wechselwirkung verschiedener Medien eben bis zu dem Moment, an dem a) sich eine kritische Masse physisch konstituiert und b) ein kontinuierlicher Prozess der Mundpropaganda etabliert ist, der auch die dem Internet völlig fernen Bevölkerungsschichten zum Protest animiert.

Repressiver Moment: Zusammenfassung

- Quantitative Analysen sozialer Medien irrelevant
- Aussagekräftig ist die Art der Beziehungen zwischen Online-Identitäten
- Lediglich eine kleine, spezifische Gruppe wurde online zu Protesten aktiviert
- Bildung digitaler Massen an Online-Knotenpunkten
- Knotenpunkte fungieren als Schutzräume
- Kernfunktion ist die Herstellung einer kritischen Masse
- Online-Organisationsformen sind traditionellen Offline-Organisationsformen aufgrund ihrer Geschwindigkeit überlegen
- Es bedarf einer ständigen Energiezufuhr, um das Massenwachstum anzuregen
- Momente der Unterdrückung führen der Masse neue Energie zu; die Maßnahmen richten sich gegen ihre Urheber
- Sobald der Transformationsprozess der Online- in eine Offline-Masse geglückt ist, ist dieser nicht mehr durch die Bekämpfung der verwendeten Technologien umkehrbar
- Soziale Medien setzten lediglich eine Initialzündung; anschließend tritt ein System der Wechselwirkungen zwischen allen medialen Formen (online und offline) in Kraft.

²⁴⁴ vergl. Interview 08

Outcome: Massendemonstrationen und Regierungsrücktritt

Im weiteren Verlauf der Revolution in Ägypten lässt sich ein Kaskadeneffekt feststellen, dessen maßgebliche Stufen weitere, radikale Repressionsmomente des Regimes und ein kontinuierliches Wachstum der Revolutionsmasse bilden.²⁴⁵ Nachdem am 28. Januar 2011 bereits an die 2 Millionen Demonstranten an vielen Orten Ägyptens ihrer Wut Ausdruck verliehen, wandte sich Mubarak am 1. Februar mit dem Versprechen an die Nation, nicht noch ein weiteres Mal im Zuge der Präsidentenwahl im September des gleichen Jahres als Präsident zu kandidieren, jedoch bis dahin an der Macht zu bleiben. Tags darauf, am 2. Februar, am gleichen Tag, als der Internet-Bann aufgehoben wurde, kam es zu blutigen Zusammenstößen zwischen Regime-Anhängern und Demonstranten. Dies hatte die unmittelbare Verdopplung der Anzahl an Demonstranten zur Folge, die bis zum 4. Februar auf eine Gesamtzahl von 20 Millionen in ganz Ägypten anwuchs. Am 10. Februar übertrug Mubarak die Regierungsgeschäfte an seinen Vizepräsidenten Omar Suleiman, sein Rücktritt wurde zu diesem Zeitpunkt bereits von General Hassan al Rueini versprochen. Einen Tag später, am 11. Februar verbreitete sich die Nachricht, dass Mubarak und seine Familie Kairo verlassen haben. An diesem Tag sendete Wael Ghonim eine Nachricht per Twitter mit dem Inhalt: Revolution 2.0: Mission Accomplished #Jan25. Der #Jan25 bezieht sich auf die erste, durch Ghonim mithilfe der Facebook-Seite „We are all Khaled Said“ initiierte Massendemonstration am 25. Januar 2011.



Abbildung 3-15: Revolution 2.0: Mission Accomplished #Jan25²⁴⁶

Noha Atef erwähnte in ihrem Vortrag, dass Social Media in Ägypten vor, während und nach der Revolution benutzt wurde. Die Revolution sei nicht durch Social Media entstanden. Es handle sich lediglich um ein sehr mächtiges Werkzeug. Facebook sei nahezu überall, Revolution nicht. Es käme immer auf die Menschen an. Doch wenn die Menschen wirklich lernen, mit diesen Werkzeugen umzugehen, können sie etwas verändern.

Die Einschätzung, dass der Einsatz sozialer Medien gnadenlos überschätzt wurde, besonders die Rolle sozialer Netzwerke wie Twitter oder Facebook, wurde von den Interviewpartnern, die im Rahmen dieser Studie befragt wurden, einmütig bestätigt (Vergleiche Interviews).²⁴⁷

²⁴⁵ vergl. nachfolgende Daten und Zahlen mit Attia; Aziz; Friedman und Elhusseiny 2011: S. 371

²⁴⁶ twitter 10.02.2011: Ghonim, Wael. Revolution 2.0: Mission Accomplished #Jan25.
<<https://twitter.com/#!/Ghonim/statuses/35744988365066240>> (09.03.2012)

²⁴⁷ vergl. Interviews 01, 02, 08, 19, 34.

Gleichzeitig aber wurde die Rolle der Blogger als zentral für die Revolution benannt. Wichtig hierbei ist zu verstehen, dass es sich nicht *nur* um Blogger handelt, sondern offenbar um eine kleine elitäre Gruppe, die die technischen Möglichkeiten sozialer Netzwerkarchitekturen erkannt und im Sinne revolutionärer Bestrebungen gekonnt instrumentalisiert haben.²⁴⁸ Eine Vielzahl komplexer kultureller, politischer und sozioökonomischer Vorbedingungen wie auch das Vorhandensein revolutionärer Energien in Kombination mit einer bereits existierenden Kommunikationslandschaft war nötig, um soziale Medien überhaupt als Werkzeuge für revolutionäre Bestrebungen zu erschließen. Es darf behauptet werden, dass einer der wesentlichen Faktoren für die erfolgreichen Revolutionen in Tunesien und Ägypten der Satelliten-TV-Sender Al Jazeera war.²⁴⁹ Im Mittelpunkt der hier vorliegenden Fallstudie steht die Macht der Bilder bzw. die Transformation realer Geschehnisse in Medienformate, die nach klassischer Kampagnenlogik funktionieren. Wenn das ägyptische Regime behauptete, dass sich ausländische Institutionen einmischen und die Jugend aufgehetzt werden würde, hatte es damit Recht. Nicht der Zusammenhang von Falschinformation und Wahrheit ist hier entscheidend, sondern von Manipulation und Gegenmanipulation. Die Kraft der inszenierten Botschaft seitens der Revolutionäre fällt mit der Verteilungslogik sozialer Netzwerke zusammen, deren signifikanten Merkmale Geschwindigkeit und Multiplikation sind, die wiederum mit institutionalisierten Medien, die über einer hohen Breitenwirksamkeit verfügen, der Nutzung von Mobiltelefonen und schlichter Mundpropaganda in Wechselwirkung treten.²⁵⁰

²⁴⁸ „You do not need to have a huge percentage of social media, or even Internet penetration, in order to organize real-world activism. What is needed is a small and vigorous group of connectors, mavens, salesmen, and ‘cultural creatives’ who know three things: what to spread, how to spread it, and who to spread it to.“ In: Garcia 2011: S. 49.

²⁴⁹ „Die Rolle von al Dschasira ist entscheidend“, sagt Asiem El Difraoui, Ägypten-Experte der Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP) in Berlin. „Jeder ägyptische Mittelschichtshaushalt guckt den Sender. Er ist die Stimme der Information im arabischen Raum.“, In: stern.de (Güßgen, Florian) 02.02.2011: And the winner is ... al Dschasira. <<http://www.stern.de/politik/ausland/tv-berichterstattung-aus-aegypten-and-the-winner-is-al-dschasira-1649560.html>> (09.03.2012)

²⁵⁰ „Vor allem die symbiotische Vernetzung traditionellerer und neuer Medien war für die Umbrüche entscheidend. Das Zusammenspiel von TV, Internet und Mobiltelefonen veränderte die politische Kommunikation grundlegend und machte somit die Umstürze erst möglich.“ In: Bundeszentrale für politische Bildung (El Difraoui, Asiem) 03.11.2011: Die Rolle der neuen Medien im Arabischen Frühling. <http://www.bpb.de/popup/popup_druckversion.html?guid=QSBCIZ> (09.03.2012)

3.4 ACTA

Bei ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement) handelt es sich um ein geplantes multilaterales Handelsabkommen auf völkerrechtlicher Ebene. Im Kern geht es um die Etablierung gesetzlicher Standards zur Bekämpfung der sog. Produktpiraterie und Urheberrechtsverletzungen. ACTA beschreibt indes einen langwierigen Verhandlungsprozess, an dem die USA sowie Staaten in Europa, Asien und im Nahen Osten beteiligt sind. Demnach betrifft das Abkommen sehr verschiedene Kulturräume und die darin lebenden Internet-Nutzer. Erste Vorgespräche zu ACTA fanden bereits 2006 zwischen den USA und Japan statt. ACTA selbst steht wiederum in Zusammenhang mit dem sog. TRIPS-Abkommen (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) von 1994, dessen Schutz es bezwecken soll.²⁵¹

In der folgenden Fallstudie sollen die einzelnen Verhandlungsphasen des Abkommens nicht nachgezeichnet werden, weder deren Verläufe, noch deren Beschlüsse oder Inhalte. Der Fokus liegt hier auf dem Zeitraum kurz vor den europäischen Massendemonstrationen am 11. Februar 2012 (ACTA ad acta) unter dem Motto „ACTA ad acta“ sowie der Rolle der sozialen Medien innerhalb dieses Phänomens.

Klimafaktoren: Urheberrecht, Nutzerkriminalisierung und vermeintliche Überwachung

Die Klimafaktoren, die in diesem Fall zu einem Internet-Tsunami führten, sind sehr vielfältig. Grundsätzlich kann ein Fokus auf die Faktoren Urheberrecht, Nutzerkriminalisierung und Überwachung gelegt werden. Dies sind zumindest die Kernelemente, über die die Nutzer gezielt adressiert und im späteren Verlauf zu Offline-Protesten aktiviert wurden.

Wenn man die Debatte um das Urheberrecht und die Produktpiraterie in Deutschland betrachtet, so ist auffällig, mit welcher Unnachgiebigkeit selbige geführt wird. Involviert sind Politik, Privatwirtschaft, Verwertungsgesellschaften, Produzenten und Konsumenten. Die einzelnen Positionen divergieren erheblich, generell kann aber in zwei Lager unterschieden werden: Jene, die die tradierten Urheber- und Verwertungsrechte beibehalten und in Zukunft festigen wollen und solche, die eine grundlegende Reform für dringend notwendig halten. Auffällig ist, dass es im Diskurs oft an technologischem, medienhistorischem und nicht zuletzt juristischem Wissen mangelt. Außerdem zeichnet sich selbiger eher durch Verhärtung als durch den Versuch aus, eine für alle Seiten annehmbare, konstruktive Lösung herbeizuführen. Die Diskussionen im Internet geraten an vielen Stellen zu einem Streit, der in Polemik, Anschuldigung oder Beleidigung mündet (Wortschöpfungen wie *Kostenloskultur* oder *Content-Mafia* sind signifikante Beispiele für die Verhärtung der Fronten).

In sozialen Netzwerken und der deutschen Blogosphäre sind Tendenzen zu beobachten, die den Schluss nahelegen, dass sich die einzelnen Nutzer aufgrund ihres Nutzerverhaltens gezielt von staatlicher Seite kriminalisiert fühlen, insofern, dass sie die grundlegenden Möglichkeiten

²⁵¹ vergl. Wikipedia 2012: Anti-Counterfeiting Trade Agreement
<http://de.wikipedia.org/wiki/Anti-Counterfeiting_Trade_Agreement> (23.10.2012)

des Web 2.0 nutzen, wie die Weiterleitung, Weiterverarbeitung, Veränderung oder Rekombination bestehender Inhalte, deren Urheber sie nicht selbst sind. Gerade die Kriminalisierung digitaler Kunstformen wie der Remix²⁵² oder das Mashup²⁵³ stößt besonders bei jungen Nutzergruppen auf großes Unverständnis. Dies geht soweit, dass hier ein gezielter Eingriff durch staatliche Regulierung in die künstlerische Freiheit als Mittel des Selbstausdrucks, der Sinn- und Identitätsstiftung vermutet, wie auch die Freiheit innerhalb der Internetkommunikation allgemein als bedroht angesehen wird. Die bereits 2003 von der Filmindustrie geführte Kampagne „Raubkopierer sind Verbrecher“²⁵⁴ zeigt deutlich, wie aggressiv die Weiterverbreitung digitaler Daten (sofern diese urheberrechtlich geschützt sind) als schwerwiegender Verstoß gegen die Rechtsordnung inszeniert wird und wie niedrig die Diskursbereitschaft mancher Urheberrechteinhaber bzw. -verwalter tatsächlich zu sein scheint. Indes ist das Thema weitaus komplexer, als hier dargestellt werden kann. Betrachtet man die Vorgänge um BitTorrent-Indizierer und Torrent-Tracker wie Pirate Bay oder Sharehoster wie Megaupload, der aufgrund von FBI-Ermittlungen abgeschaltet worden ist, erhält man eine Ahnung von der wirtschaftlichen und politischen Tragweite, das Thema bisweilen mit sich bringt.



Abbildung 3-16: Raubkopierer sind Verbrecher ²⁵⁵

²⁵² „Ein Remix (engl. Neuaufmischung) ist eine neue Version eines Musiktitels auf der Basis des Mehrspuroriginals.“

In: Wikipedia (o. V.) 2012: Remix. <<http://de.wikipedia.org/wiki/Remix>> (05.04.2012)

²⁵³ „Mashup (von englisch to mash für vermischen) bezeichnet die Erstellung neuer Medieninhalte durch die nahtlose (Re-)Kombination bereits bestehender Inhalte.“

In: Wikipedia (o. V.) 2012: Mashup (Internet) <[http://de.wikipedia.org/wiki/Mashup_\(Internet\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Mashup_(Internet))> (05.04.2012)

²⁵⁴ SPIEGEL ONLINE (Waehlich, Nathalie; ddp) 27.11.2003: „Raubkopierer sind Verbrecher“.

<<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,275867,00.html>> (05.04.2012)

²⁵⁵ ebd.

Im hier vorliegenden Zusammenhang sind besonders drei Annahmen essentiell: Erstens, dass sich scheinbar eine ganze Generation²⁵⁶ von Internetnutzern als Verbrecher stilisiert fühlt, weil sie den Möglichkeiten des Web 2.0 entsprechende Nutzungsgewohnheiten entwickelt und zum Teil ihrer Kommunikationskultur gemacht hat. Zweitens, ein Gefühl des Ausschlusses der Nutzer von gesetzgebenden Prozessen, die auf die künftige Nutzungskultur massiven Einfluss haben werden. Da ACTA anscheinend jahrelang unter Ausschluss der Öffentlichkeit verhandelt wurde, manifestierte sich gerade für die durch das Netz an partizipative Prozesse gewohnten Nutzer der Eindruck, dass eine demokratische Prozessgestaltung an dieser Stelle von Politik und Wirtschaft nicht gewünscht und maßgeblich von lobbyistischen Interessen getrieben wird. Und drittens besteht die Vermutung, dass durch die Zementierung tradierter Urheberrechte Kontrollinstanzen etabliert werden sollen, die mit einer Überwachung der Internetnutzer einhergeht, was einen allgemeinen Freiheitsverlust zur Folge hätte. Im Rahmen der Vorbereitung der Massenproteste war zu beobachten, wie sich die Deutung bzgl. ACTA von Urheberrecht auf Überwachung und der Einschränkung der Meinungsfreiheit verschoben hat.



Abbildung 3-17: Das Abkommen kann zu Netzzensur und einer Echtzeitüberwachung des Datenverkehrs führen.²⁵⁷

Ein weiterer Klimafaktor ist die vorangegangene Debatte über die US-amerikanischen Gesetzesentwürfe SOPA (Stop Online Piracy Act) und PIPA (PROTECT IP Act), die sich wie ACTA gegen Produktpiraterie und Urheberrechteverletzungen richteten.²⁵⁸ Auch hier wurde eine maßgebliche Bedrohung der Meinungsfreiheit durch Zensur vermutet, die in Folge des Inkrafttretens der Gesetzesentwürfe hätte etabliert werden können. SOPA und PIPA wurden potentiell nicht nur als Bedrohung für etablierte Social-Media-Dienste und die Blogosphäre gewertet, sondern auch für große US-amerikanische Internet-Unternehmen wie Google, Yahoo, Facebook oder Ebay. So kam es im Zuge der vorangegangenen Proteste von Netzaktivisten am 18.01.2012 zu einem koordinierten Online-Protest der Website-Betreiber, der

²⁵⁶ Indiskretion Ehrensache (Knüwer, Thomas) 24.02.2012: Generation der Verbrecher. <<http://www.indiskretionehrensache.de/2012/02/acta-jugend/>> (05.04.2012)

²⁵⁷ Netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 06.04.2012: Kreativ werden gegen ACTA. <<http://netzpolitik.org/2012/kreativ-werden-gegen-acta/>> (05.04.2012)

²⁵⁸ vergl. Wikipedia 2012: Stop Online Piracy Act <http://de.wikipedia.org/wiki/Anti-Counterfeiting_Trade_Agreement> (31.05.2012)

sich in einem 24-stündigen Blackout²⁵⁹ ausdrückte. Der Protest sah vor, dass die teilnehmenden Websites ihren Zugang für 24 Stunden blockieren und ihre Startseiten mit einem schwarzen Protestlogo versehen. Dies sollte den Zustand des Internets für Nutzer simulieren, wenn SOPA und PIPA in Kraft getreten wären. Maßgeblich wurde der Streik über die eigens dafür eingerichtete Website SOPA STRIKE²⁶⁰ koordiniert. An dem Protest beteiligten sich alle Formen sozialer Medien, von kollaborativen Enzyklopädiën wie Wikipedia über Social-News-Aggregatoren wie Reddit bis hin zu Image-Hostern wie Flickr oder Software-Systemen wie WordPress.²⁶¹ Auf der Website wird der Erfolg der Kampagne gegen SOPA in folgenden Zahlen dokumentiert. Einmal ist die Sprache von über 75.000 Websites²⁶², die an dem Protest teilgenommen hätten, an anderer Stelle von über 115.000²⁶³. Insgesamt sollen eine Milliarde Nutzer von Websites ausgeschlossen worden sein.²⁶⁴ Darüber hinaus sollen 10 Millionen Nutzer die Online-Petition gegen SOPA unterzeichnet haben.²⁶⁵ Der größte Teil der Stimmen (ca. 3,5 Millionen) wurde mittels einer Kampagne auf der Kampagnenplattform Avvaz.org eingesammelt.²⁶⁶



Abbildung 3-18: SOPA STRIKE – Our Favourite Protesters²⁶⁷

²⁵⁹ heise online (Bager, Jo; dpa) 18.01.2012: SOPA-Protest: Blackout gegen Zensur. <<http://www.heise.de/newsticker/meldung/SOPA-Protest-Blackout-gegen-Zensur-1415184.html>> (05.04.2012)

²⁶⁰ SOPA STRIKE 2011: VICTORY! <<http://sopastrike.com/>> (05.04.2012)

²⁶¹ vergl. SOPA STRIKE 2011: VICTORY! CONFIRMED PARTICIPANTS. <<http://sopastrike.com/on-strike/>> (05.04.2012)

²⁶² vergl. SOPA STRIKE 2012: VICTORY! UNFILTERED STRIKE LIST. <<http://sopastrike.com/on-strike/>> (05.04.2012)

²⁶³ vergl. SOPA STRIKE 2012: THE JANUARY 18 BLACKOUT / STRIKE: IN NUMBERS AND SCREENSHOTS. <<http://sopastrike.com/numbers/>> (05.04.2012)

²⁶⁴ ebd.

²⁶⁵ ebd.

²⁶⁶ vergl. Avvaz.org (o. V.) 2012: Save the Internet - the pressure is working! <http://www.avvaz.org/en/save_the_internet_action_center_b/> (05.04.2012)

²⁶⁷ ebd.

Wie bereits erwähnt, wird ACTA von den Gegnern in Zusammenhang mit einer möglichen Zensurinfrastruktur gebracht. Dies trifft zumindest in Deutschland auf eine tiefverwurzelte Angst vor Überwachung und Zensur im Internet, sei es im Rahmen von Netzsperrern oder anderer Vorgehensweisen, die eine Auswertung der Kommunikationsprozesse von Nutzern ermöglichen würden. Unter dem Motto „Freiheit statt Angst“ finden in Deutschland seit 2006 jährliche Großdemonstrationen statt, die sich gegen Überwachung richten und für Datenschutz aussprechen. In diesem Rahmen hat sich bereits Jahre vor den ACTA-Demonstrationen eine von Internetnutzern, verschiedenen politischen Parteien und zivilgesellschaftlicher Organisationen getragene Aufklärungs- und Protestkultur entwickelt. Der Arbeitskreis gegen Internet-Sperren und Zensur²⁶⁸ (AK Zensur) ist hierfür ein prominentes Beispiel.

Kritik speziell an ACTA findet sich von verschiedenen Seiten ebenfalls lange vor den europaweiten Demonstrationen im Jahr 2012. Ein Video von Anonymous mit dem Titel „Anonymous - An Official Message (ACTA)“, das explizit auf die Gefährdung der Freiheit und der Zugänglichkeit zu Informationen durch ACTA hinweist, wurde bereits am 26. November 2009 auf YouTube hochgeladen.²⁶⁹ Auf der Website „Junge Piraten e.V.“²⁷⁰ ist ein weiteres YouTube-Video²⁷¹ eingebettet, dessen Upload-Datum der 19.06.2010 ist und das sich ebenfalls kritisch mit ACTA auseinandersetzt. Denis Simonet, bis 2012 Präsident der Piratenpartei Schweiz, rief auf dem Bundesparteitag 2010 zum Protest gegen ACTA am 28.06.2010 auf.²⁷² Darüber hinaus richtete sich ein Zusammenschluss europäischer Akademiker und Juristen 2011 mit einer Kritik an das Europäische Parlament und forderte selbiges dazu auf, das Abkommen vor der geplanten Ratifizierung nochmal zu überdenken und die geäußerten Bedenken ernst zu nehmen.²⁷³

Am ersten Oktober 2011 unterzeichneten acht in die ACTA-Verhandlungen involvierte Staaten das Abkommen.²⁷⁴ Ein von der französischen Gruppe La Quadrature du Net²⁷⁵ veröffentlichtes Aufklärungsvideo²⁷⁶ zu ACTA wurde am 26. Oktober auf YouTube veröffentlicht. Das Video beinhaltet einen klaren Aufforderungscharakter, sich als Bürgerin oder Bürger gegen das Abkommen auszusprechen und Initiative zu ergreifen.

²⁶⁸ vergl. AK Zensur: Home <<http://ak-zensur.de/>> (05.04.2012)

²⁶⁹ YouTube (Anonymous Insurgency) 26.11.2009: Anonymous - An Official Message (ACTA). <http://www.youtube.com/watch?v=roMf2RmRzFc&feature=player_embedded> (05.04.2012)

²⁷⁰ vergl. Junge Piraten e. V. (o. V.) o. J.: STOP ACTA: Was ist ACTA? Petition. <<http://acta.jungepiraten.de/>> (05.04.2012)

²⁷¹ YouTube (gewerkegewerke) 19.06.2010: ACTAagainst Civil Rights Infringement. <http://www.youtube.com/watch?v=yXiXaKRYsX0&feature=player_embedded> (05.04.2012)

²⁷² YouTube (Piratenpartei) 21.05.2010: Aufruf zum Protest gegen ACTA am 28. Juni in Luzern (Schweiz) auf dem Bundesparteitag 2010. <<http://www.youtube.com/watch?v=JaNe-QrCx28>> (05.04.2012)

²⁷³ Leibniz Universität Hannover (o. V.) 04.02.2012: Opinion of European Academics on ACTA. <<http://www.iri.uni-hannover.de/acta-1668.html>> (05.04.2012)

²⁷⁴ vergl. Office of the United States Representative. Executive Office of the President 01.10.2011: Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA). <<http://www.ustr.gov/acta>> (05.04.2012)

²⁷⁵ vergl. La Quadrature du Net: Home <<http://www.laquadrature.net/>> (05.04.2012)

²⁷⁶ YouTube (laquadrature) 27.10.2011: Say NO to ACTA. <http://www.youtube.com/watch?v=citzRjwk-sQ&feature=player_embedded> (05.04.2012)

Auch kleinere offline Protest- bzw. Informationsaktionen gingen voraus, wie z. B. am 5. November 2011 in Hamburg. Auf dem Blog von Anonymous Hamburg ist die Rede von einzelnen Aktivisten des Chaos Computer Clubs, der Piratenpartei und Anonymous selbst.²⁷⁷

Am 26. Januar unterzeichneten weitere 22 Staaten das Abkommen, darunter auch die EU.²⁷⁸

Am 19. Januar titelte n-tv bereits „Europa verpennt eigenes SOPA“ und macht in diesem Rahmen auf den bereits internationalisierten Widerstand zwar gegen SOPA, aber dem Fehlen einer ähnlichen Protestwelle bzgl. des europäischen Äquivalents ACTA aufmerksam.²⁷⁹

Spätestens mit der Unterzeichnung Ende Januar 2012 setzte ein konkreter Handlungsdruck seitens der ACTA-Gegner ein.

Input-Funktionen: SOPA und Ratifizierungsstopp in Polen

Als Input-Funktion darf die erfolgreiche Kampagne gegen SOPA in den USA gewertet werden, welche zur Folge hatte, dass das Gesetzesvorhaben zunächst nicht weiter verfolgt wurde.²⁸⁰

Kurz nach der Unterzeichnung des Abkommens soll es in Polen in über 80 Städten zu mehrtätigen Massenprotesten gekommen sein.²⁸¹ Im polnischen Parlament selbst hatten Mitglieder der Partei Ruch Palikota gegen die polnische Unterzeichnung des Vertrags protestiert, in dem sie als symbolischen Akt ihre Gesichter hinter Anonymous-Masken verbargen.²⁸² Anfang Februar setzte die polnische Regierung die Ratifizierung von ACTA aus.²⁸³

²⁷⁷ Anonymous Hamburg (o. V.) 10.11.2010: Am 5 November "gegen ACTA" Demo Hamburg
<<http://hamburger-anon.blogspot.de/2010/11/am-5-november-gegen-acta-demo-hamburg.html>>
(05.04.2012)

²⁷⁸ Ministry of Foreign Affairs of Japan (o. V.) 26.01.2012: Signing Ceremony of the EU for the Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA) (Outline)
<http://www.mofa.go.jp/policy/economy/i_property/acta1201.html> (05.04.2012)

²⁷⁹ n-tv (Wedekind, Klaus) 19. 01.2012: Europa verpennt eigenes SOPA: ACTA bedroht Netz-Freiheit.
<<http://www.n-tv.de/technik/Europa-verpennt-eigenes-SOPA-article5264981.html>> (05.04.2012)

²⁸⁰ Süddeutsche Zeitung online (o. V.) 20.01.2012: Umstrittene Anti-Piraterie-Gesetze: US-Kongress stoppt SOPA und PIPA. <<http://www.sueddeutsche.de/digital/umstrittene-anti-piraterie-gesetze-us-kongress-legt-sopa-und-pipa-vorerst-auf-eis-1.1263420>> (05.04.2012)

²⁸¹ heise online (Zota, Volker) 29.01.2012: ACTA sorgt in Polen angeblich für Massenproteste.
<<http://www.heise.de/newsticker/meldung/ACTA-sorgt-in-Polen-angeblich-fuer-Massenproteste-1424165.html>> (05.04.2012)

²⁸² netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 26.01.2012: Anonymous demonstriert im polnischen Parlament gegen ACTA. <<http://netzpolitik.org/2012/anonymous-demonstriert-im-polnischen-parlament-gegen-acta/>> (05.04.2012)

²⁸³ tagesschau.de (o. V.) 03.02.2012: Polen stoppt ACTA-Ratifizierung: Umstrittenes Anti-Piraterie-Abkommen nicht bestätigt. <<http://www.tagesschau.de/acta120.html>> (05.04.2012)



Abbildung 3-19: Anonymus-Masken im polnischen Parlament ²⁸⁴

Tsunami-Funktion: Weltweites Campaigning

Die Grundlage für einen digitalen Widerstand gegen ACTA war durch die internationale Verbreitung der SOPA-Problematik bereits vorhanden. Der europaweite Widerstand wurde nahezu ausschließlich im Internet vorbereitet, koordiniert und anschließend in einen Offline-Aktivismus überführt. Dies wurde durch gezieltes Campaigning bewerkstelligt. In erster Linie ist hier Avaaz.org zu nennen, jene Kampagnenplattform, die schon im Zuge der SOPA-Proteste eine Kernfunktion eingenommen hat. Unter dem Titel „ACTA: Die neue Gefahr fürs Netz“²⁸⁵ sammelte Avaaz ab dem 25. Januar 2012 bis dato über 2,7 Millionen Online-Unterschriften für eine an alle Mitglieder des EU-Parlaments gerichtete Petition – laut Wikipedia die zweiterfolgreichste Kampagne nach der gegen SOPA²⁸⁶. Diesmal wurde die Kampagne in Zusammenarbeit mit der deutschen Plattform Campact umgesetzt, über die bis dato weitere 71.000 Unterschriften aggregiert werden konnten.²⁸⁷

In Deutschland sorgt insbesondere der Verein Digitale Gesellschaft²⁸⁸ für Aufklärung, Verbreitung und Aktivierung zum Protest. Auf der Vereins-Website finden sich zusätzlich Informations- und Materialsammlungen²⁸⁹ (hier stößt man wiederum auf das bereits erwähnte Video von La Quadratur du Net) sowie eine Unterseite mit FAQ zu ACTA²⁹⁰.

²⁸⁴ SPIEGEL ONLINE (AP) 27.01.2012: Anonymous: Polnische Abgeordnete tragen Guy-Fawkes-Maske. <<http://www.spiegel.de/fotostrecke/fotostrecke-77904.html>> (05.04.2012)

²⁸⁵ Avaaz.org (o. V.) 2012: ACTA: Die neue Gefahr fürs Netz. <https://secure.avaaz.org/de/eu_save_the_internet/> (05.04.2012)

²⁸⁶ vergl.: Wikipedia (o. V.) 2012: Anti-Counterfeiting Trade Agreement: Millionen Anti-ACTA-Online-Unterschriften. <http://de.wikipedia.org/wiki/Anti-Counterfeiting_Trade_Agreement> (05.04.2012)

²⁸⁷ Campact (o. V.) o. J.: ACTA IM EU-PARLAMENT STOPPEN! <<http://www.campact.de/acta/sn1/signer>> (05.04.2012)

²⁸⁸ vergl. Digitale Gesellschaft 2012: Home. <<http://digitalegesellschaft.de/>> (05.04.2012)

²⁸⁹ Digitale Gesellschaft 2012: ACTA STOPPEN. <<http://digitalegesellschaft.de/portfolio-items/acta-stoppen/>> (05.04.2012)

²⁹⁰ Digitale Gesellschaft 2012 ACTA: Häufig gestellte Fragen. <<http://digitalegesellschaft.de/2012/02/acta-haufig-gestellte-fragen/>> (05.04.2012)

Eine kontinuierliche Begleitung die ACTA-Vorgänge betreffend erfolgte über das Blog Netzpolitik, eines der netzpolitisch wichtigsten Blogs in Deutschland, das in der deutschen Blogosphäre hervorragend vernetzt ist und durchaus Deutungshoheit in Bezug auf netzpolitische Themen besitzt. Der Gründer von Netzpolitik Markus Beckedahl wird seit einigen Jahren auch von den klassischen Medien (Print, Radio, TV) innerhalb der Berichterstattung zu netzpolitisch relevanten Themen gerne als Experte hinzugezogen. Gleichzeitig ist er auch „Vorsitzender von Digitale Gesellschaft e.V., Veranstalter der re:publica-Konferenzen, sitzt im Medienrat der Landesmedienanstalt Berlin-Brandenburg und wurde als Sachverständiger in der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft berufen“. ²⁹¹ Als Aktivist ist er ebenfalls Unterstützer der jährlichen „Freiheit statt Angst“-Demonstrationen in Berlin. Netzpolitik.org wurde zur Koordination der Demonstrationen am 11.02.2012 genutzt²⁹², in einem YouTube-Video²⁹³ ruft Beckedahl die Nutzer tags zuvor nochmal in einer persönlichen Ansprache zum Straßenprotest auf. Über Netzpolitik.org wurde im Anschluss an die erste Protestwelle auch die bereits erwähnte Kampagnen-Website von Digitale Gesellschaft lanciert²⁹⁴ und kurz darauf nochmal entschieden zum Aktivismus gegen ACTA aufgerufen²⁹⁵. Weitere große deutsche Blogs wie Spreeblick²⁹⁶ und Nerdcore²⁹⁷ riefen ebenfalls zum Protest am 11. Februar auf. Die Betreiber besagter Blogs sind untereinander gut bekannt und stehen auch Netzpolitik.org nahe.

Einzelne Gruppen organisierten die Proteste in den jeweiligen Städten. So findet sich auch eine Vielzahl an lokalbezogenen Websites wie z. B. „Stopp ACTA: Berliner Initiative gegen das ACTA-Abkommen“²⁹⁸ oder „Bündnis Hamburg gegen ACTA“²⁹⁹. Auch die Piratenpartei Schweiz unterhält eine eigene Kampagnenwebsite.³⁰⁰ Der Mechanismus folgt hier immer dem gleichen Schema: Zunächst wird über das Thema informiert, anschließend zu Online-Aktivismus in Form einer Petitionsunterzeichnung aufgerufen und dann gezielt zu einer Offline-Aktion, sprich zu Straßenprotest, animiert.

²⁹¹ Digitale Gesellschaft 2012: Über Uns: Mitglieder. <<http://digitalegesellschaft.de/uber-uns/mitglieder/>> (23.10.2012)

²⁹² netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 05.02.2012: Erste Infos zur Anti-ACTA-Demonstration in Berlin <<http://netzpolitik.org/2012/erste-infos-zur-anti-acta-demonstration-in-berlin/>> (05.04.2012)

²⁹³ YouTube (netzpolitik) 10.02.2012: Aufruf zur Demonstration gegen ACTA <<http://www.youtube.com/watch?v=We-ZBYRnuys>> (05.04.2012)

²⁹⁴ netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 15.02.2012: Stopp ACTA: Frag Deine/n Europaabgeordnete/n! <<http://netzpolitik.org/2012/stopp-acta-frag-deinen-europaabgeordneten/>> (05.04.2012)

²⁹⁵ netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 17.02.2012: Aufruf: Du gegen ACTA! <<http://netzpolitik.org/2012/aufruf-du-gegen-acta/>> (05.04.2012)

²⁹⁶ Spreeblick (Havesler, Johnny) 10.02.2012: ACTA ad acta. <<http://www.spreeblick.com/2012/02/10/acta-ad-acta/>> (05.04.2012)

²⁹⁷ Nerdcore (Walter, René) 09.02.2012: Reminder: Am Samstag europaweiter Aktionstag und bundesweite Demos gegen ACTA. <<http://www.crackajack.de/2012/02/09/reminder-morgen-europaweiter-aktionstag-und-bundesweite-demos-gegen-acta/>> (05.04.2012)

²⁹⁸ vergl. Berliner Bündnis gegen das ACTA-Abkommen: Home <<http://www.stoppacta-berlin.de/>> (05.04.2012)

²⁹⁹ vergl. Bündnis Hamburg gegen ACTA: Home <<http://www.stoppacta-hamburg.de/>> (05.04.2012)

³⁰⁰ vergl. Bündnis STOPP ACTA: Home <<http://www.stopp-acta.info/>> (05.04.2012)

Eine georeferenzierte Visualisierung der europaweiten bzw. weltweiten Proteste erfolgte zum einen über eine Google-Map.³⁰¹ Außerdem wurden Facebook-Events zur Protestaktivierung genutzt. Auch hierfür wurde eine Karte³⁰² angefertigt, die die einzelnen Events samt Facebook-Verweis und Zusagen auf einer Karte visualisiert. Andere Facebook-Seiten wie etwa Onlineaktivisten.de³⁰³ haben die Protestbotschaft ebenfalls multipliziert. Eine weitere zentrale Stelle für Informationen und Protest rund um ACTA ist ein sog. Wiki, eine Website, die auf der MediaWiki Software basiert und auf stopp-acta.info referiert.³⁰⁴

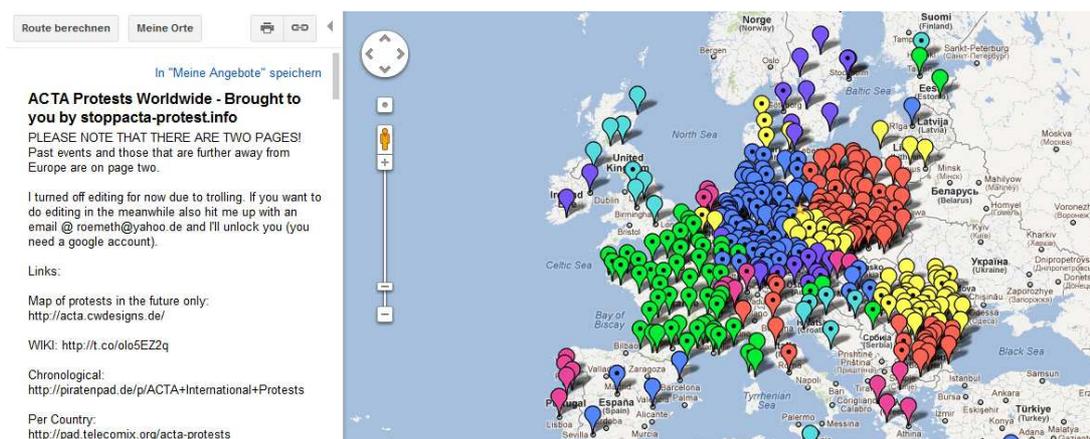


Abbildung 3-20: ACTA Protests Worldwide - Brought to you by stoppacta-protest.info³⁰⁵

Die für eine Protestorganisation wesentlichen Websites referieren meist aufeinander und verwenden oft die gleichen Materialien. Hier spielte zusammen mit dem oben benannten Video von „La Quadratur du Net“ das Anonymous-Video „Was ist ACTA?“³⁰⁶ eine speziell für deutsche Nutzer synchronisierte Version des Originals, eine zentrale Rolle. Das Video adressiert insbesondere eine junge Zielgruppe. Die direkt unter dem Video aufgeführten Statistiken weisen darauf hin, dass selbiges bevorzugt von einer männlichen Zielgruppe im Alter von 13 – 24 Jahren und einer weiblichen Zielgruppe im Alter von 13 – 17 Jahren angesehen wurde. Bei ca. 01:47 Minuten wird eine inhaltliche Analogie aufgebaut, die zeigen soll, was ACTA hypothetisch in der realen Welt ändern würde. Im hier konstruierten Fall wird behauptet, dass das Weitervermitteln eines zuvor in einem Kochkurs erlernten Rezepts durch ACTA schon strafbar sei. Mit der Rezeptweitergabe drohe dem Kochkursteilnehmer ein Ausschluss aus allen weiteren Kursen. Möglich wäre sogar eine Haftstrafe, die auch den betrifft, der das Rezept erhalten hat. Auditiv wird die Szene mit einer sich konsequent ins Dramatische steigernden

³⁰¹ vergl. Google: Maps: ACTA Protests Worldwide - Brought to you by stoppacta-protest.info. <<http://maps.google.com/maps/ms?msid=212120558776447282985.0004b7b33e16f13c710c7&mca=0>> (09.04.2012)

³⁰² vergl. rLOVEution 2012: Proteste gegen #ACTA, #VS, #Scientology, ...: <<http://www.rloveution.de/?r=cw>> (05.04.2012)

³⁰³ vergl. Facebook 2012: Onlineaktivisten.de. <<https://www.facebook.com/Onlineaktivisten.de>> (05.04.2012)

³⁰⁴ vergl. StoppACTA: Main Page. <http://wiki.stoppacta-protest.info/Main_Page> (05.04.2012)

³⁰⁵ Google: Maps: ACTA Protests Worldwide - Brought to you by stoppacta-protest.info.

³⁰⁶ YouTube (TheAnoninfos) 28.01.2012: Anonymous - Was ist ACTA? - #StopACTA [german sync] <<http://www.youtube.com/watch?v=9LEhf7pP3Pw>> (05.04.2012)

Soundkulisse unterlegt, die an Horrorfilme erinnert. Das Video versucht gezielt Angst vor ACTA zu schüren und vermittelt nachdrücklich, dass ACTA die Internetnutzer pauschal zu Kriminellen macht und diese aufgrund ihrer gewohnten Internetnutzung den Freiheitsentzug zu befürchten haben. Beispiele für eine Aufbereitung der ACTA-Problematik im YouTube-Video-Format gibt es viele. Hier wäre noch ein Video von Sami Slimani³⁰⁷ zu nennen, der über einen populären YouTube-Channel und Twitter (über 60.000 Follower³⁰⁸) ebenfalls eine junge Zielgruppe von 13 – 24 adressiert. In dem von Slimani produzierten Video wird indirekt auf der Bildebene auf das Anonymous-Video verwiesen, ein direkter Link dorthin befindet sich in der angefügten Beschreibung. Beckedahl bemerkte dazu in einem Blog-Eintrag, dass er sich zwar generell über eine Verbreitung netzpolitischer Themen in bisher für diese noch unerschlossenen Kreise freue. Er sei sich jedoch darüber unschlüssig, ob der Weg, durch falsche Informationen zum Widerstand zu mobilisieren, vertretbar sei.³⁰⁹ In Bezug auf das Anonymous-Video spricht er klar von „Horror szenarien [...] die erst mal so nicht direkt (nicht mehr) bei ACTA drin stehen“³¹⁰.

In diesem Zusammenhang gebe es noch hunderte, wenn nicht tausende von Websites, Twitter-Profilen, Facebook- und YouTube-Accounts zu nennen, die sich an der Netz-Kampagne gegen ACTA mit eigenen Beiträgen und Protestaufrufen beteiligten oder oben genannte Inhalte weiterleiteten.

Repressiver Moment

Im vorliegenden Fall ist es schwierig, von einem konkreten Moment der Repression zu sprechen, da die ACTA-Gegner über den gesamten Verhandlungsverlauf hinweg die ihrer Meinung nach herrschende Intransparenz als Informationsunterdrückung interpretiert haben. Der Ausschluss der Öffentlichkeit führte eben zu dem Vorwurf eines per se undemokratischen Vorgehens. Dabei ist hier nicht entscheidend, ob es sich genau so zugetragen hat oder nicht: Lediglich die Tatsache, dass ACTA stellvertretend für einen undemokratischen Prozess steht und sich mit diesem Argument Bürgerinnen und Bürger zum Protest animieren ließen, sind für den hier vorliegenden Zusammenhang entscheidend.

Die erste Stellungnahme der EU-Kommission einen Tag nach den Großdemonstrationen vom 11. Februar ist bezeichnend: „In den Protokollen werden die Straßenproteste wie die Aktionen gegen Regierungs-Webseiten in Österreich und Tschechien als Aktionen der Netzgemeinde bewertet, die durch mangelhafte Informationen entstanden seien.“³¹¹

³⁰⁷ YouTube (TutorialsCharity) 08.02.2012: GEMEINSAM gegen ACTA!! - Sami Slimani. <<http://youtu.be/28dMok5EM-A>> (05.04.2012)

³⁰⁸ Twitter 2012: Sami Slimani <<https://twitter.com/#!/HerrTutorial>> (05.04.2012)

³⁰⁹ Netzpolitik (Beckedahl, Markus) 08.02.2012: Youtube-Stars gegen ACTA. <<http://netzpolitik.org/2012/youtube-stars-gegen-acta/>> (05.04.2012)

³¹⁰ ebd.

³¹¹ heise online (Mannsmann, Urs) 12.02.2012: Europäische Kommission zeigt sich von ACTA-Protesten unbeeindruckt. <<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Europaeische-Kommission-zeigt-sich-von-ACTA-Protesten-unbeeindruckt-1433102.html>> (05.04.2012)

Des Weiteren wurde der Umstand „dass sich die Diskussion von den Freihandelsaspekten weg zu den Grundrechten verschoben habe“³¹², als ungünstig interpretiert. . Implizit wird hier die Interpretation nahegelegt, dass die Demonstrationen Folge einer Kampagne seitens der Internet-Aktivist*innen seien.

Auch nach dem Rücktritt des Berichterstatters im EU-Parlament, Kader Arif, hielt die EU-Kommission an ihrer Position fest, obwohl Arif seinen Rücktritt klar als Protest gegen ACTA kommunizierte: „Ich nehme nicht weiter an dieser Maskerade teil“, ließ er die Öffentlichkeit in einer Mitteilung wissen. Seine kritische Haltung gegen ACTA machte er deutlich: „Keine Einbindung der Zivilgesellschaft, fehlende Transparenz seit Beginn der Verhandlungen, die Unterschrift wurde ohne weitere Erklärung geleistet, die mehrfach geäußerten Bedenken des Europaparlamentes wurden einfach weggewischt“³¹³.

Output: Verzögerung der Ratifizierung und weitere Demonstrationen

Ab den Demonstrationen in Polen konnte eine Art Dominoeffekt beobachtet werden. Weitere EU-Staaten setzten ebenfalls aufgrund von Massenprotesten die Ratifizierung des Vertrags bis auf weiteres aus, darunter Tschechien, die Slowakei und Lettland.³¹⁴ Jeder weitere Ratifizierungsstopp führte der Anti-ACTA-Bewegung neue Energie zu, bis diese im ersten koordinierten europaweiten Protesttag am 11. Februar 2012 unter dem Motto „ACTA ad Acta!“ kulminierte. Die Anzahl der Teilnehmer und Städte, in denen demonstriert wurde, differieren je nach Berichterstattung. Laut Financial Times Deutschland „rechnete der internationale Koordinator der Kampagne ‚Stopp ACTA‘, Sebastian Radtke, mit 150.000 bis 200.000 Protest-Teilnehmern.“³¹⁵ Im Anschluss an die Proteste setzten ebenfalls die Niederlande, Litauen, Bulgarien, Slowenien und Österreich die Ratifizierung vorerst aus.³¹⁶

Ein Tag vor den Protesten am 11. Februar berichtete Der Spiegel, dass Deutschland die Ratifizierung ebenfalls so lange aussetze, bis das EU-Parlament darüber abgestimmt habe: „Das Auswärtige Amt habe die bereits erteilte Weisung zur Signierung des umstrittenen Vertragswerks wieder zurückgezogen, berichtet die Nachrichtenagentur dpa unter Berufung auf Regierungskreise.“³¹⁷

³¹² ebd.

³¹³ heise online (Holland, Martin; dpa) 26.01.2012: Europäische Union unterzeichnet ACTA UPDATE. <<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Europaeische-Union-unterzeichnet-ACTA-1422621.html>> (05.04.2012)

³¹⁴ Wikipedia 2012: Anti-Counterfeiting Trade Agreement

³¹⁵ Financial Times Deutschland (dpa) 11.12.2012: Tausende protestieren gegen Anti-Piraterie-Abkommen ACTA. <<https://www.ftd.de/it-medien/medien-internet/:bundesweite-grossdemonstrationen-tausende-protestieren-gegen-anti-piraterie-abkommen-acta/60167439.html>> (05.04.2012)

³¹⁶ Wikipedia 2012: Anti-Counterfeiting Trade Agreement

³¹⁷ SPIEGEL ONLINE (Lischka, Konrad; lis/dpa) 10.02.2012: Copyright-Pakt: Deutschland verschiebt Acta-Ratifizierung. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,814527,00.html>> (05.04.2012)

Durch die Proteste wurde eine breite Öffentlichkeit für das Thema hergestellt. Die klassischen Medien (Print³¹⁸, TV³¹⁹ und Radio³²⁰) griffen das Thema weiträumig auf. Bereits im Nachgang an die Proteste in Polen wurde Markus Beckedahl im Rahmen eines Beitrags im Nachtmagazin³²¹ der Tagesschau ein Forum geboten, um eine Stellungnahme zu ACTA abzugeben.

Im Rahmen der Proteste gab es ein hohes Aufkommen an von Nutzern generierten Inhalten (UGC), die maßgeblich über Blogs in Form von Beiträgen^{322 323}, Fotos³²⁴ und YouTube-Videos³²⁵ veröffentlicht und in soziale Netzwerke, allen voran Facebook und Twitter, distribuiert und multipliziert wurden. Auch Al Jazeera English berichtete über die europäischen Großdemonstrationen, in dem auf einer Microsite der von Nutzern generierte Inhalt kuratiert wurde.³²⁶

Am 25. Februar wurde ein weiterer europäischer Demonstrationstag gegen ACTA angesetzt, um die bereits etablierte Gegenöffentlichkeit aufrecht zu erhalten.³²⁷ Zwischen den beiden Großdemonstrationen wurde die Kampagnenseite STOPP ACTA³²⁸ von Digitale Gesellschaft in Zusammenarbeit mit Netzpolitik implementiert. Die Kampagnen-Website diente der Etablierung eines direkten Kanals zwischen den Bürgern bzw. Bürgerinnen und den EU-Abgeordneten. Hier wurde dazu aufgefordert einen der dort mit Telefonnummer gelisteten Abgeordneten direkt zu kontaktieren. Gleichzeitig wurde auf die Kampagne von Campact hingewiesen. Die Antworten der Abgeordneten sollten dann von den Anrufern direkt an die Digitale Gesellschaft übermittelt werden, um einen Transparenzakt in Form einer Visualisierung zu gewährleisten. Ermittelt werden sollte, „wer sich bereits gegen ACTA ausgesprochen hat, wer dafür und wer noch ein Wackelkandidat ist.“³²⁹

³¹⁸ vergl. SPIEGEL ONLINE (sto/AFP/dpa) 11.02.2012: Umstrittenes Acta-Abkommen: Zehntausende demonstrieren gegen Copyright-Pakt. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,814718,00.html>> (09.04.2012)

³¹⁹ vergl. tagesschau.de (o. V.) 11.02.2012: ACTA-Proteste in mehreren deutschen Städten: Zehntausende für Freiheit im Netz. <<http://www.tagesschau.de/inland/acta136.html>> (09.04.2012)

³²⁰ vergl. Bayerischer Rundfunk (Dambeck, Uli) 12.02.2011: Hysterie oder Notwendigkeit? Tausende demonstrieren gegen ACTA-Abkommen. <<http://www.br.de/radio/bayern3/inhalt/ratgeber-und-geld/acta-demos-proteste100.html>> (09.04.2012)

³²¹ vergl. tagesschau.de (Mediathek) 02.02.2012 <<http://www.tagesschau.de/multimedia/video/video1055302.html>> (09.04.2012)

³²² netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 13.02.2012: Reaktionen auf die ACTA-Proteste. <<http://netzpolitik.org/2012/reaktionen-auf-die-acta-proteste/>> (09.04.2012)

³²³ Nerdcore (Walter, René) 11.02.2012: Anti-ACTA-Demo in Berlin (UPDATE). <<http://www.crackajack.de/2012/02/11/anti-acta-demo-in-berlin/>> (09.04.2012)

³²⁴ Just Taking Pictures (Just) 11.02.2012: ANTI-ACTA-PROTEST BERLIN – 11.2.2012. <<http://just.ekosystem.org/BLOG/?p=3517>> (09.04.2012)

³²⁵ vergl. YouTube 2012: Suchanfrage: <http://www.youtube.com/results?search_query=anti+acta+demo&oq=anti+acta+demo&aq=f&aqi=g10&aql=&gs_nf=1&gs_l=youtube-psuggest.3..0110.2163.4864.0.5038.14.14.0.3.3.0.204.1151.7j3j1.11.0.> (09.04.2012)

³²⁶ Al Jazeera (Story) 11.02.2012: Anti-ACTA protests spread across Europe. <<http://stream.aljazeera.com/story/anti-acta-protests-spread-across-europe-0022037>> (09.04.2012)

³²⁷ Carta (Redaktion) 26.02.2012: Anti-Acta-Demos: Die zweite Welle <<http://carta.info/41663/anti-acta-demos-die-zweite-welle/>> (09.04.2012)

³²⁸ Digitale Gesellschaft 2012: Stopp ACTA! <<http://acta.digitalegesellschaft.de>> (05.04.2012)

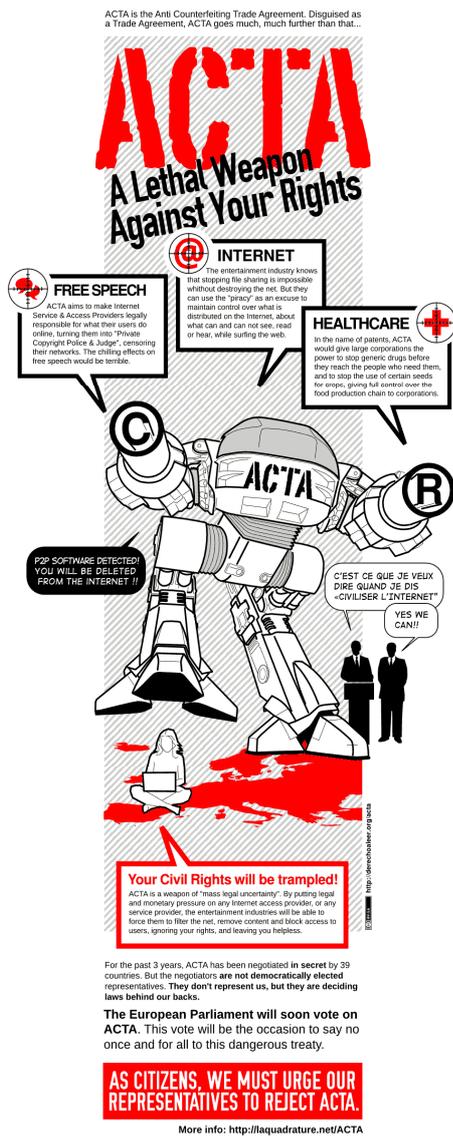
³²⁹ Digitale Gesellschaft 2012: ACTA STOPPEN.

Am 06.04.2012 rief Netzpolitik zu einer weiteren Kampagne mittels Crowdsourcing auf, die zum Ziel hatte, neue Kampagnenmotive zu finden. Nutzer wurden direkt angesprochen und dazu animiert „Klare Messages und Slogans verpackt in kreative Bildideen, die sich für Demos genauso eignen, wie für Web-Banner, Postkarten oder Poster“³³⁰ anzufertigen. Die Aufgabenstellung verdeutlicht, dass die anschließende Multiplikation des Materials on- wie offline forciert werden sollte.

³³⁰ netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 06.04.2012: Kreativ werden gegen ACTA.

Outcome: Erhöhung des Drucks

Am 04.07.2012 lehnte das Europäische Parlament ACTA mit klarer Mehrheit ab. Laut heise sprachen sich lediglich 39 Abgeordnete für ACTA aus und 478 dagegen. Es gab 165 Enthaltungen.³³¹



Im Nachgang an die Demonstrationen veröffentlichte das Europa-Parlament eine Infografik, die den bisherigen Prozess hinsichtlich ACTA visualisiert.³³² Infografiken sind eine visuelle Form der Komplexitätsreduktion. Komplexe Zusammenhänge, Informationen und Statistiken werden grafisch aufbereitet und zueinander in Bezug gestellt; alle augenscheinlich relevanten Informationen finden Platz in einem Bild. Diese Art der Informationsaufbereitung und -weiterleitung ist sehr beliebt bei netzaffinen Zielgruppen. Es wäre nicht übertrieben, hier von einer für die Internetkommunikation typischen Kulturtechnik zu sprechen. Auch die Anti-ACTA-Bewegung hat Infografiken für Zwecke der Aufklärung und Mobilisierung benutzt. Eine besonders dramatisierte Infografik³³³, die im Rahmen der Protestvorbereitungen auf vielen Blogs zu sehen war, ist die eines Kampfroboters, der im Begriff ist, einen friedlichen Nutzer (symbolisiert durch die Körperhaltung) zu zertreten. Die Grafik stammt ursprünglich ebenfalls von La Quadrature du Net und wurde unter anderem auch ins Deutsche übersetzt.

Die vom EU-Parlament veröffentlichte Infografik zu ACTA könnte als Versuch gewertet werden, die Netzgemeinde direkt zu adressieren, da die Inhaltsvermittlung per Infografik eben den Rezeptionsgewohnheiten dieser Zielgruppe entspricht.

Abbildung 3-21: Infografik Kampfroboter

³³¹ heise online (Krempf, Stefan und Kuri, Jürgen) 04.07.2012: EU-Parlament beerdigt ACTA.

<<http://www.heise.de/newsticker/meldung/EU-Parlament-beerdigt-ACTA-1632071.html>> (09.07.2012)

³³² European Parliament 07.03.2012: ACTA: how it started and how it will end.

<<http://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/content/20120302STO39868/html/ACTA-how-it-started-and-how-it-will-end>> (09.04.2012)

³³³ vergl. La Quadrature du Net: Infographic Remix: ACTA, Lethal Weapon Against your Rights!

<<http://www.laquadrature.net/node/4959>> (09.04.2012)

In Deutschland flammte der Streit um eine Reformierung des Urheberrechts im Zuge der Anti-ACTA-Bewegung erneut auf, so dass sich Verwertungsgesellschaften und Medienanstalten³³⁴ sowie Verbände³³⁵ und Urheber³³⁶ zu Wort meldeten und sich entweder direkt für ACTA oder für den Schutz der bestehenden Urheberrechte aussprachen.

In einer Veröffentlichung auf heise online bzgl. eines Berichts der EU-Kommission, der dem Magazin nach eigenen Angaben zugespielt wurde, heißt es: „Der Bürgerprotest wird als ‚aggressive pan-europäische Kampagne‘ gegen ACTA bezeichnet, die von einer demokratisch nicht legitimierten Internetgemeinde getragen werde. Dabei würden auch Cyber-Angriffe eingesetzt. Seitens der Kommission wird erwartet, dass die Prüfung von ACTA von dem europäischen Gerichtshof zügig erfolge und danach die verbliebenen fünf EU-Staaten das Abkommen unterzeichnen.“³³⁷ Im gleichen Artikel heißt es in einer später hinzugefügten Aktualisierung, dass „der für ACTA zuständige Handelsausschuss INTA sich [...] dagegen ausgesprochen [habe], selbst den Europäischen Gerichtshof (EuGH) in der Frage anzurufen, ob ACTA rechtswidrige Bestimmungen enthält.“

Offenbar war die Logik hinter der Kampagne von Digitale Gesellschaft, direkten Druck seitens der Bürgerinnen und Bürger auf die einzelnen EU-Abgeordneten auszuüben, erfolgreich. Am 04.07.2012 titelte Netzpolitik.org „ACTA: Wir haben das Unmögliche möglich gemacht!“ und weiter „Heute ist ein großer Tag für das Netz und die europäische Demokratie: Das EU-Parlament hat heute ACTA beerdigt.“³³⁸ Kurz vor der Abstimmung im EU-Parlament veröffentlichte Digitale Gesellschaft e.V. auf ihrer Website einen Bericht über Campaigning zur Einforderung digitaler Bürgerrechte am Beispiel der Anti-ACTA-Kampagne.³³⁹

Eine Problematik innerhalb des ACTA-Phänomens besteht in der Vermutung, dass sich nur wenige sachverständige Internetnutzer mit dem eigentlichen Vertragswerk auseinandergesetzt haben. Man kann mutmaßen, dass ein Großteil der späteren Protestler die Informationsangebote der Aktivisten in Anspruch genommen haben. Hierbei handelt es sich allerdings um Interpretationen der ursprünglichen Inhalte, sprich um Texte, die auf einer speziellen Deutung aufbauen und das Ziel verfolgen, gegen ACTA zu aktivieren. Hinzu kommen Materialien, die primär zum Zwecke der persuasiven Kommunikation angefertigt

³³⁴ ZEIT ONLINE (Beuth, Patrick) 17.02.2012: ARD und ZDF fordern Unterzeichnung von Acta.
<<http://www.zeit.de/digital/internet/2012-02/content-allianz-pro-acta>> (09.04.2012)

³³⁵ Verband Deutscher Drehbuchautoren e.V. 29.03.2012: Offener Brief von 51 Tatort-Autoren.
<<http://www.drehbuchautoren.de/nachrichten/2012/03/offener-brief-von-51-tatort-autoren-0>>
(09.04.2012)

³³⁶ Bayerischer Rundfunk (Pressestelle) 22.03.2012: Sven Regener im Zündfunk "... es geht immer nur gegen die Künstler."
<<http://www.br.de/pressestelle/inhalt/pressemitteilungen/zuendfunk-bayern2-regener100.html>>
(09.04.2012)

³³⁷ heise online (Kuri, Jürgen) 27.03.2012: EU-Kommission hält unbeirrt an ACTA fest UPDATE.
<<http://www.heise.de/newsticker/meldung/EU-Kommission-haelt-unbeirrt-an-ACTA-fest-1484212.html>>
(09.04.2012)

³³⁸ netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 04.07.2012: ACTA: Wir haben das Unmögliche möglich gemacht!.
<<https://netzpolitik.org/2012/acta-wir-haben-das-unmogliche-moglich-gemacht/>> (10.07.2012)

³³⁹ Digitale Gesellschaft (Beckedahl, Markus) 20.06.2012: HOW-TO: WIE BAUT MAN EINE ANTI-ACTA-KAMPAGNE? <<http://digitalegesellschaft.de/2012/06/how-to-wie-baut-man-eine-anti-acta-kampagne/>>
(10.07.2012)

wurden, sowie Inhalte, die klar manipulativ und faktisch falsch sind. Bestes Beispiel ist eben das dramatisierte Video von Anonymous, das millionenfach abgespielt wurde, gezielt Bedrohungsszenarien aufbaut und geschickt mit der Perzeption, vor allem aber mit den Ängsten jüngerer Zielgruppen spielt, um selbige zum Protest zu animieren. Wie eingangs schon erwähnt, kulminierten im Anti-ACTA-Protest grundlegende gesellschaftliche Konflikte, die um Freiheit, Selbstbestimmung und der Kritik an etablierten Machtstrukturen kreisen und die Problematik des eigentlichen Vertragswerks weit hinter sich ließen.



ANALYSE

BLOCK II: ANALYSE



Dear Joseph Kony, I'm Gonna help Make you FAMOUS!!!! We will stop YOU #StopKONY! All 6,000,000 of my followers RT NOW!!! Pls!

50+ RETWEETS 50+ FAVORITES

crowd

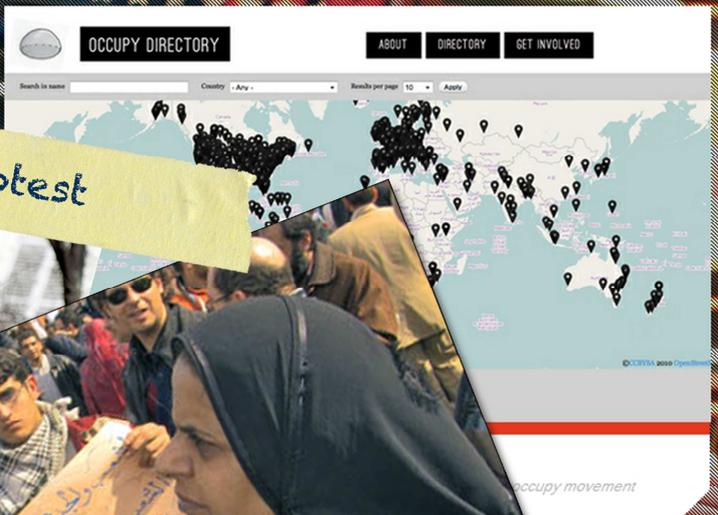
WE ARE THE 99%

GET INVOLVED & MOBILIZE



Nachruf SPD

6. Dezember 2011 von Isarmatrose | Keine Kommentare



protest



sharing



participate

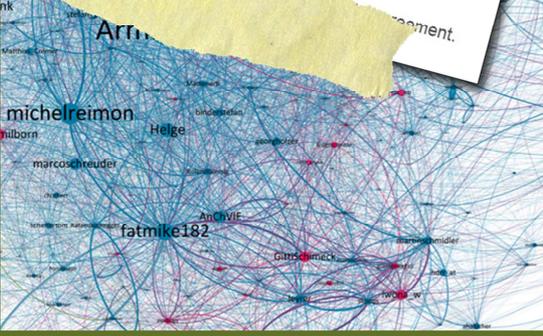


#jan25

meme

Anti-ACTA protests spread across Europe

social



4 Netzkultur

Im folgenden Kapitel sollen Kampagnenstrukturen, On- und Offline-Wechselwirkungen, Verteilungsmechanismen und massenpsychologische Reaktionen im Internet betrachtet und analysiert werden, um eine mögliche Erklärungsgrundlage für das Phänomen der Internet-Tsunamis herzustellen. Des Weiteren werden die Erkenntnisse aus der Exploration (Interviews und Fallstudien) mit denen der folgenden Analysen verschränkt und konsolidiert. Da es sich, wie eingangs angenommen wird, beim Internet um ein kulturelles Gefüge handelt, schließen sich zwangsläufig weitere Forschungsthemen an. Zwei dieser Felder wurden im Rahmen des hier betrachteten Phänomens als maßgeblich identifiziert und sollen am Ende des Kapitels in Form kurzer Exkurse betrachtet werden: Öffentlichkeit und Identität im Internet.

” Man muss digitale Prozesse nicht hinterfragen und verstehen können, um zu wissen, dass sie funktionieren. Das Bild, das benutzt wird, um an diesen Prozessen teilzunehmen und zu interagieren, ist weder real oder imaginär noch ist es wahr oder falsch es »funktioniert« oder es funktioniert nicht.“

- Stephan Doesinger, 2012

4.1 Der Begriff Netzkultur

Der Begriff Netzkultur ist mittlerweile ein geflügeltes Wort geworden. Zunächst lässt der Begriff den Schluss zu, dass das Internet ein Gestaltungsraum ist, in dem Menschen aktive Handlungen vollführen, die zur Ausprägung eines kulturellen Gefüges im Virtuellen beitragen. Dabei ist zu beachten, dass es sich hier nicht um einen Raum im eigentlichen, physischen Sinne handelt. Diese Entkörperlichung scheint zwar evident, die dadurch veränderten Bedingungen sind jedoch bei weitem nicht allgemeiner Konsens, was die vielfältigen, der Offline-Sphäre entlehnten Analogien verdeutlichen, mit Hilfe derer immer wieder versucht wird, die Netzkultur in ein tradiertes Deutungsmuster zu überführen. Die zahllosen Netzwerke und Anwendungen innerhalb des Internets, durch die Nutzer in die Lage versetzt werden, mit anderen Nutzern zu kommunizieren, sich zu organisieren und sogar politischen Druck aufzubauen, gleichen eher einer unendlichen Zahl sich ständig wandelnder, kaleidoskopischer Formen, in der sich jede Form auf die andere bezieht, aus ihr hervorgeht und die vorige verdrängt – ein hochvolatiles, emergentes und disruptives Konstrukt. Ähnliches gilt für den Begriff Kultur, der im eigentlichen Sinne seiner Bedeutung die kontinuierliche Veränderung des vorliegenden „kulturellen“ Materials meint. Kultur wird hier also als ein Prozess permanenter Umstrukturierung, Neuordnung und Fortschreibung bestehender gesellschaftlicher Muster verstanden.

In Kapitel 1.2 Digitalisierung der Gesellschaft wurden bereits die notwendigen Bedingungen für die Entstehung des Internets als ein kulturelles Gefüge kurz betrachtet. Die Grundlagen einer lebendigen Netzkultur sind in dem vorliegenden Zusammenhang die vielfältigen Interaktions- und Kommunikationsmöglichkeiten der Nutzer innerhalb der technologischen Struktur des Internets. Aus diesen neuen Möglichkeiten ergibt sich auch die grundlegende Frage nach einem Potenzial für gesellschaftspolitische Veränderung im realen Raum.

Wenn nun die Rede von Raum ist, muss vorangestellt werden, dass es sich um einen veröffentlichten Raum handelt, in dem jedes Kommunikat Teil einer medialen (Selbst-)Inszenierung durch den Nutzer ist. Im Rahmen der Internet-Tsunamis stellen diese Kommunikate zunächst nichts anderes als sinnstiftende, mediale Inhalte dar, aufgelöst im Binärcode und damit für die Weiterverarbeitung im Internet zur Verfügung gestellt. Die Beschaffenheit und hochbeschleunigte Verbreitung solcher themenbezogener Inhalte, die von Nutzern erstellt, distribuiert und multipliziert werden, sind der primäre Untersuchungsgegenstand der nachfolgenden Kapitel. Inhalte werden im Folgenden als Informationen betrachtet, die einen konkreten Nutzwert, eine konkrete Funktion besitzen. Wie müssen diese Inhalte konstruiert sein, damit sie von Nutzern aufgegriffen und multipliziert werden, so dass es zur Auslösung von Informationskaskaden kommt? Sind diese Inhalte Zufallsprodukte oder Teil einer strategischen Operation? Ist das Internet hier singulär zu betrachten oder handelt es sich lediglich um einen Teil des bestehenden Mediensystems, in dem es zu massiven Wechselwirkungen kommt? Und welche Mechanismen kommen im Internet primär im Zusammenhang mit einem Massenkommunikationsphänomen wie dem Internet-Tsunami zum Tragen?

4.2 Social Campaigning

Im Rahmen der Exploration konnte festgestellt werden, dass ein wesentlicher Bestandteil eines Internet-Tsunamis eine Kampagne oder das sog. Social Campaigning ist. Dies meint in erster Linie eine strategische Platzierung von Themen im Internet als initiales Moment durch eine gut vernetzte Gruppe oder Organisation, die über das dazu nötige inhaltliche wie technische Wissen und über bereits vorhandene Verteilungsknoten verfügt.

Innerhalb der betrachteten Fälle (siehe Kapitel 0) konnte im Einzelnen nachgewiesen werden, dass mittels Kampagnenstrukturen eine Viralisierung³⁴⁰ der Themen provoziert wurde, die sich letzten Endes zu einem Internet-Tsunami entwickelten. Social Campaigning will hier als Prozess verstanden werden, im Zuge dessen die Verteilungsmechanismen (vergleiche Kapitel 4.4) des Internets instrumentalisiert werden. Ziel ist es, Aufmerksamkeit bzw. Sichtbarkeit und damit einhergehend Öffentlichkeit für ein bestimmtes Thema zu generieren.

Die Blickachse der Zuschauer wird durch klassische Medien auf bestimmte Themen zentriert.³⁴¹ Dieser Vorgang ist Teil einer Medienpolitik: Es sind nur solche Inhalte von allgemeiner Wichtigkeit, die von den dominierenden Medien als wichtig genug erachtet werden, um darüber zu berichten. Die Dominanz bezieht sich hier auf die Reichweiten der jeweiligen Print-, TV-, Radio- und Online-Medien. Letztere werden als Verlängerung der klassischen Medien ins Internet begriffen. In einem Mediensystem wird Sinn konstruiert, in Form massenmedialer Aussagen. Die Produktion von Sinn ist abhängig vom jeweiligen politischen, sozioökonomischen und wirtschaftlichen Kontext und konstruiert eine Art der Wahrheit und damit einhergehend Realität. Inhalte, die in den klassischen Massenmedien aufgearbeitet werden, haben automatisch den Anschein einer hohen Relevanz für die Gesellschaft. Die Inhalte durchlaufen den normativen Prozess des sog. Qualitätsjournalismus und werden anschließend medial formatiert, d. h., werden in Formate gebracht (wie das Wort Information schon sagt) und erhalten somit den Stellenwert verbriefter Fakten. Die Redaktionen des klassischen Mediensystems fungieren als Gatekeeper³⁴², da das System nicht durchlässig ist, sondern einen Filtrationsprozess beschreibt. Inhalte werden gezielt ausgesucht und aufbereitet. Welche Inhalte dies sind und wie genau diese aufbereitet werden, ist abhängig vom jeweiligen Redaktions-Credo, den Programmgestaltern und den Finanzierungsmodellen. Die Aufbereitung oder Formatierung durch die Redaktionen stellt jedoch Deutung her, die aufgrund der hohen Reichweiten schnell in eine Deutungshoheit münden kann.³⁴³

³⁴⁰ Viralisierung ist ein Begriff, der aus dem Marketing kommt. Viralisierung steht dabei für die Informationsverbreitung innerhalb kürzester Zeit von Mensch zu Mensch, angelehnt an eine Epidemie, die durch einem biologischen Virus ausgelöst wird.

³⁴¹ vergl.: Doesinger, Stephan 2012: Der veröffentlichte Raum. Berlin: Merve Verlag: S. 75: "Sie schaffen eine Architektur des Blicks, ausgehend vom unbeweglichen Beobachter."

³⁴² Ein Gatekeeper (Pfortner) im Medienbereich entscheidet, welche Nachrichten in den Medien erscheinen.

³⁴³ Ein interessanter Beitrag zum Verhältnis von Medien und Politik findet sich in Meyer, Thomas 22.05.2002: Mediokratie - Auf dem Weg in eine andere Demokratie? In: Aus Politik und Zeitgeschichte (B 15-16/2002), Medien und Wahlkampf. Online: <<http://www.bpb.de/apuz/26977/mediokratie-auf-dem-weg-in-eine-andere-demokratie?p=all>> (16.10.2012)

Ein sehr anschauliches Beispiel für mediale Formatierung und Wahrheitskonstruktion findet sich im Bereich der Pressefotografie. Auf seiner Website versucht der italienische Fotograf Ruben Salvadori mit dem Projekt Photojournalism Behind the Scenes³⁴⁴ den Prozess der Pressefotoerstellung kritisch aufzuarbeiten. Er beschreibt, dass die Medienindustrie grundsätzlich auf dramatische Bilder angewiesen sei und, sich daraus ergebend, Druck auf die Fotojournalisten ausgeübt werde, auch dramatische Bilder zu liefern, selbst dann, wenn die Situation die geforderte Dramatik nicht hergibt.³⁴⁵ Um diesen Prozess ersichtlich zu machen, rückt Salvadori den Fotografen selbst in das Zentrum seiner Bilder und dekonstruiert das Pressebild und damit einhergehend die im Bild aufgehobene Aussage, in dem er dessen Entstehung dokumentiert.



Abbildung 4-1: Beispiel für die Dramatisierung von Fotos³⁴⁶

Im linken Bild würde der Rezipient eine Konfliktsituation zwischen Sicherheitskräften und Demonstranten vermuten, da diese Deutung durch den Bildausschnitt und die Perspektive evoziert wird. Rechts daneben ergibt sich eine ganz andere Deutung, da der weitere Kontext im Bild selbst zu sehen ist. Während im linken Bild eine Konfliktsituation angenommen werden kann, zeigt das rechte Bild ein gemütliches Beisammenstehen der Sicherheitskräfte und den Fotografen, der dabei ist, die Situation zu inszenieren. Der Konflikt ergibt sich lediglich durch die Formatierung. Das dramatische Ereignis, welches eine bestimmte Deutung provozieren soll, wird erst durch das Bild hergestellt. Eingebettet in einen journalistischen Text ergibt sich dann ein Sinnprodukt, welches einmal publiziert als Fakt und somit als Wahrheit aufgefasst werden kann, aufgrund des Stellenwertes, der der klassischen journalistischen Berichterstattung zugewiesen wird.

³⁴⁴ Salvadori, Rubens (o. J.): Photography <<http://www.rubensalvadori.com>> (29.03.2012)

³⁴⁵ ebd.

³⁴⁶ ebd.

Natürlich darf hier nicht grob pauschalisiert und das Mediensystem generell als manipulativ agierendes in Schutzhaft genommen werden. Für wie verbindlich hinsichtlich des Wahrheitsgehalts ein veröffentlichter Inhalt angesehen wird, ist vor allem von der Reputation des Produzenten der Inhalte abhängig und vom subjektiven Vertrauen des Rezipienten in diesen. Den Tagesthemen zum Beispiel kommt hierzulande ein höherer Stellenwert hinsichtlich Vertrauenswürdigkeit zu als etwa den News von RTL II.

Social Campaigning im Internet dient nun dazu, die durch die klassischen Massenmedien konstruierte Architektur des Blicks zu verändern, indem Inhalte in das Mediensystem eingebracht werden, über die ansonsten nicht oder kaum berichtet wird. Die Nicht-Berichterstattung soll überwunden werden, indem eine Kampagne so viel Druck erzeugt, dass das Thema schließlich doch von den klassischen Medien aufgegriffen und verarbeitet wird.³⁴⁷ Internetkommunikationsmechanismen dienen in diesem Zusammenhang vorrangig der Aufmerksamkeitssteuerung des Rezipienten. Dieser soll auf Anliegen aufmerksam werden, die von den klassischen Massenmedien bisher vernachlässigt wurden. Des Weiteren soll eine Kampagne eine bestimmte Deutung bei den Rezipienten evozieren. Auch hier werden Inhalte aufbereitet im Sinne der medialen Formatierung. Die technischen Verteilungsmechanismen, die das Internet bietet, werden von vornherein in das Kampagnenkonzept integriert, bilden sogar deren Grundlage. Ob eine Kampagne wirklich funktioniert, also eine kritische Masse an Rezipienten erreicht, ist vorrangig von den Adressaten abhängig und den Typologien der Mediennutzer.³⁴⁸ Der Zufall spielt hier eine wichtige Rolle. Der Erfolg einer Kampagne kann prinzipiell nicht vorhergesagt werden.

Wesentlich für die Formatierung von Inhalten innerhalb einer Kampagne ist deren Inszenierung. Social Campaigning scheint immer auf Emotionen ausgerichtet zu sein, will den Rezipienten emotional adressieren. Informationen müssen in diesem Zusammenhang impulsiv, anschaulich, lebendig inszeniert werden. Marc Andrews führt in seiner Abschlussarbeit über Social Campaigns³⁴⁹ an, dass nach dem tatsächlichen Erleben eines Ereignisses der höchste Grad an Emotionalisierung und Aktivierung durch Bewegtbilder mit Audio-Komponente (audiovisuelle Inhalte) hergestellt wird. Je höher der Abstraktionsgrad der Inhalte (Bsp.: Statistiken, Analysen), desto geringer fällt die emotionale Reaktion aus. Ein hoher Abstraktionsgrad hingegen ist auf den Intellekt ausgerichtet. Die Funktion von Bildern nun ist es, den Prozess der intellektuellen Durchdringung eines Themas zunächst zu unterdrücken: „Our minds prefer to take the fastest and easiest route to make decisions. Images offer shortcuts toward the endpoint of making a decision and can prompt the reader to make a relatively quick decision, largely ignoring the more analytical, abstract information.“³⁵⁰ Hierin unterscheiden sich Mechanismen des Social Campaigning hinsichtlich ihrer Inszenierung in keiner Weise von dem eingangs erläuterten Beispiel der Pressefotografie.

³⁴⁷ vergl. Interview 37

³⁴⁸ vergl. ard-zdf-onlinestudie.de: Grundcharakteristik der MedienNutzerTypologie 2.0 <<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=348>>

³⁴⁹ Andrews, Marc 2008: Social Campaigns: Art of Visual Persuasion: Its Rethoric, its semiotics, its rhetoric. <http://www.mahku.nl/download/m_andrews_socialcampaigns.pdf> (22.03.2012)

³⁵⁰ ebd.: S. 28

Das lässt sich auch anhand der betrachteten Fälle verifizieren (siehe Fallstudien). Im Zuge der tunesischen Revolution wurde das Video zur Selbstverbrennung von Mohamed Bouazizi als gezielt gesetzter Trigger für die Auslösung von Straßenprotesten identifiziert. Eine äquivalente Rolle spielten innerhalb der ägyptischen Revolution die Fotografien von Khaled Saids deformiertem Schädel. Die Occupy-Bewegung findet ihr initiales Moment in einer Kampagne der kanadischen Adbusters Media Foundation wie auch die Anti-ACTA-Bewegung maßgeblich auf eine Reihe von Organisationen zurückzuführen ist, die das Thema gesetzt haben. Innerhalb letzterer Protestwelle spielte ein YouTube-Video des weltweit agierenden Kollektivs Anonymous eine zentrale Rolle.³⁵¹ Und selbst im Rahmen der Plagiatsaffäre Guttenberg hatte das Bild des sog. Barcodes eine zentrale Funktion für die Herstellung einer (Medien-)Öffentlichkeit. Neben Bild- und Bewegtbildinhalten stößt man auch immer wieder auf eingängige Slogans wie „We are all Khaled Said“ (Ägypten) oder „We are the 99 percent“ (Occupy). Anhand solch einprägsamer Wahlsprüche wird der Versuch, im Rezipienten Identifikation mit dem jeweiligen Thema hervorzurufen, exemplarisch verdeutlicht. Diese Techniken sind denen der Werbeindustrie verwandt und können unter dem Begriff Social Marketing subsumiert werden: „Unter Social Marketing wird die Konzeption, Umsetzung und Evaluation von Strategien verstanden, die darauf abzielen, einen gesellschaftlichen Bewusstseinswandel herbeizuführen und gesellschaftlich relevante Werte, Einstellungen und Verhaltensweisen zu beeinflussen, zu erhalten oder bewusst zu machen.“³⁵²

Die Macht der Bilder, als konsequenteste Form der Komplexitätsreduktion eines Themas, ist hier nicht zu unterschätzen. Die Bilder besitzen eine starke Symbolfunktion, da diese mit den jeweiligen Botschaften, die durch eine Kampagne verbreitet werden sollen, aufgeladen werden und anschließend als Stellvertreter für das gesamte Thema fungieren. Der Rezipient soll im besten Fall den Bildinhalt derart erfassen, dass dieser den kompletten Kontext mitliest, diesen implizit annimmt. Wie oben bereits erwähnt, haben Bewegtbilder den zweithöchsten Stellenwert in der Auslösung emotionaler Reaktionen nach dem tatsächlichen Erleben. Dass sich innerhalb von Social Campaigning verstärkt auf die Herstellung von Videos konzentriert wird, die anschließend auf Videoportalen im Internet veröffentlicht und über soziale Netzwerke multipliziert werden, erschließt sich auch aus den Nutzergewohnheiten des Online-Publikums. Im Jahr 2011 waren 74 % aller Deutschen online. Allgemein nimmt der Online-Anteil in allen Altersgruppen zu. 97,3 % aller Personen in der Altersgruppe der 14 – 29-Jährigen sind bereits online³⁵³. In Deutschland beläuft sich die Nutzung von Videoplattformen auf 58 % aller deutschen Onliner. Mit 38 Millionen Unique Visitors führt YouTube die Top 20 der meistgenutzten Videoplattformen in Deutschland an.³⁵⁴ In der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011 heißt es, dass die Nutzung von Communitys und Bewegtbildern im Allgemeinen weiter zunimmt, wohingegen sich unter den meisten Web-2.0-Angeboten hinsichtlich der Nutzung gegenüber

³⁵¹ vergl. Fallstudie in Kapitel 0

³⁵² Wikipedia (o. V.) 2012: Social Marketing <http://de.wikipedia.org/wiki/Social_Marketing> (22.03.2012)

³⁵³ vergl. Initiative D21 2011: (N)Onliner Atlas 2011: Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland <<http://www.nonliner-atlas.de/>> (22.03.2012)

³⁵⁴ statista (o. V.) 2011: Beliebteste Videoportal on Deutschland nach Besucherzahl. <<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/209190/umfrage/beliebteste-videoportale-in-deutschland/>> (22.03.2012)

dem Vorjahr kaum Veränderungen verzeichnen lassen.³⁵⁵ Deutschlandweit werden derzeit über 23 Millionen aktive Nutzer des sozialen Netzwerks Facebook gezählt.^{356 357} In einer aktuellen Comscore-Studie ist die Rede von 1,2 Milliarden Nutzern Sozialer Netzwerke weltweit und weiter, dass eine von fünf Minuten online in sozialen Netzwerken verbracht wird. Auch wird nochmal gesondert hervorgehoben, dass die Wichtigkeit von Facebook gar nicht hoch genug eingeschätzt werden kann, da mittlerweile über die Hälfte des weltweiten Publikums durch Facebook erreicht wird. Hier werden eine von sieben Minuten online verbracht und drei von vier Minuten, die sich Nutzer überhaupt in sozialen Netzwerken aufhalten.³⁵⁸

Die Erfolgchance für eine Social Campaign kann dadurch erhöht werden, dass den Rezeptionsmustern der jeweiligen Zielgruppe entsprochen wird. Aus diesem Grund greifen viele Kampagnen auf eine popkulturelle Ästhetik zurück, „weil diese einfach zu konsumieren, schnell lesbar und deshalb effizient ist – inklusive ‚Freiheits-Versprechen‘“,³⁵⁹. Auf diese Weise wird insbesondere die junge und gleichzeitig größte Zielgruppe im Internet adressiert, die vorrangig Dienste wie YouTube, Twitter und Facebook verwendet. Erfolgreiches Social Campaigning nutzt geschickt eine zielgruppengerechte Kombination aus der Instrumentalisierung herrschender Sehgewohnheiten (formal) verknüpft mit emotionaler Aktivierung (inhaltlich) und Distribution in reichweitenstarken Netzwerken. Letztere werden als Katalysatoren genutzt, um die Inhalte einfach und schnell zu verbreiten, wie z. B. durch Twitter, da der Microblogging-Dienst den Vorteil einer schnellstmöglichen Weiterleitung von Inhalten durch die Retweet-Funktion bietet. Hieraus kann sich dann eine epidemische Ausbreitung der Inhalte im Internet entwickeln.

Ein solcher Mechanismus kann an der Kampagne Kony 2012 der US-amerikanischen Organisation Invisible Children³⁶⁰ exemplarisch nachgewiesen werden. Die Kampagne hatte zum Ziel, Aufmerksamkeit für die Problematik von Kindersoldaten in Norduganda zu schaffen und den maßgeblichen Verantwortlichen für die Zwangsrekrutierung zehntausender Kindersoldaten Joseph Kony, Führer der paramilitärischen Gruppe Lord's Resistance Army (LRA), an das Licht der Öffentlichkeit zu zerren und in seinem Handeln stoppen. Zu diesem Zweck wurde ein mittellanger Film (ca. 30 Minuten) produziert und auf YouTube distribuiert.³⁶¹ Der Film ist hinsichtlich seiner Machart höchst emotionalisierend, bisweilen sehr pathetisch gehalten. Direkt zu Anfang wird auf die Macht des Internets verwiesen, das einen Weg bieten

Frees, Beate und van Eimeren, Brigit 2011: Bewegtbildnutzung im Internet 2011: Mediatheken als Treiber. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. In: Media Perspektiven 7-8/2011: S. 350 - 359 <<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online11/FreesEimeren.pdf>> (22.03.2012)

³⁵⁶ vergl. Socialbaker 2012: Facebook Statistics by Country. <<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>> (22.03.2012)

³⁵⁷ vergl. allfacebook (o. V.) 2012: Facebook Nutzerzahlen. <<http://allfacebook.de/userdata/>> (22.03.2012)

³⁵⁸ vergl. comScore 2011: It's a Social World: Top 10 Need-to-Knows About Social Networking and Where It's Headed. <http://www.comscore.com/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2011/it_is_a_social_world_top_10_need-to-knows_about_social_networking> (22.03.2012)

³⁵⁹ Doesinger, Stephan 2012: Der veröffentlichte Raum. Berlin: Merve Verlag: S. 86

³⁶⁰ INVISIBLE CHILDREN 2012: KONY 2012: INVISIBLE CHILDREN. <<http://www.invisiblechildren.com/>> (22.03.2012)

³⁶¹ vergl. YouTube (invisiblechildreninc) 05.03.2012: KONY 2012. <<http://www.youtube.com/watch?v=Y4MnpzG5Sqc>> (22.03.2012)

soll, die eingeübten Spielregeln der Macht zu unterlaufen. Ausschnitte bekannter Viral-Videos auf YouTube werden gezeigt, Facebook wird auf der formal-ästhetischen Ebene eingeführt, in dem ein Teil der Geschichte, nämlich der persönliche Antrieb des Regisseurs und Mitbegründers der Organisation Jason Russell, in der Optik der Facebook-Timeline nacherzählt wird. Ohnehin wird der Fokus des Films auf die Figur des Regisseurs gelegt, über den eine persönliche Identifikation mit dem Thema erzielt werden soll. Schnell verortet sich das Video im Kontext des arabischen Frühlings und knüpft an die revolutionären Umbrüche in Nordafrika an, um zu verdeutlichen, dass man gemeinsam alles erreichen könne. Dieses beschworene Kollektivgefühl wird im Folgenden mit konkreten Handlungsanweisungen verknüpft. Bei Minute 08:30 hört man den Sprecher aus dem OFF (ebenfalls der Regisseur) sagen: „Wir stoppen Kony und ich werde euch genau sagen, wie wir das machen“. Anschließend wird auf das von Invisible Children produzierte Material-Kit verwiesen, eine Ansammlung von Werbemitteln bestehend aus Poster, Sticker, Flyer und Armband, das im Online-Shop der Website der Organisation erworben werden kann. Von der Verwendung dramatischer Musik und animierender Pop-Songs über die Stilisierung der Filmbilder in Elendsästhetik, angelehnt an große Hollywood-Produktionen, bis hin zur Entlehnung von Bildtechniken wie Motion-Design, die den Sehgewohnheiten besonders einer jüngeren Zielgruppe entsprechen, werden alle Register gezogen. Ohnehin wird über die Art der Montage und die Ästhetik besonders eine junge, netzaffine Zielgruppe angesprochen. Dies findet sich auch in den produzierten Materialien wieder, wie dem symbolisch solidarisierenden Armband oder dem Kampagnenposter. Es wird sogar darauf verwiesen, dass man Joseph Kony berühmt machen wolle, indem man die gleiche Art der Propaganda nutze, wie sie von den bestehenden Mainstreammedien tagtäglich in Form von Werbebotschaften genutzt werde. Sprich, die bereits bestehenden Sehgewohnheiten werden für die Kampagne radikal instrumentalisiert und auf die Zielgruppe abgestimmt. In diesem Zusammenhang wird im Film der Streetart-Künstler und Aktivist Shepard Fairey zitiert, der sich selbst der Praktiken des sog. Guerilla-Marketings bedient. Im Rahmen seiner Arbeiten finden sich immer wieder ganz direkte, ironisch verzerrte Zitationen auf propagandistische Bildgestaltung. Fairey produzierte für die Kampagne zur US-Präsidentschaftswahl von Barack Obama ein mittlerweile weltweit bekanntes Plakat. Bei der Betrachtung des Kampagnenposters zu KONY 2012 fallen ästhetische Ähnlichkeiten hinsichtlich der Bildgestaltung sofort ins Auge. Auch hier ist die ästhetische Funktion insbesondere der Adressierung einer jungen Zielgruppe geschuldet. Zur weiteren Stilisierung von Joseph Kony als finsterner Übeltäter wird dieser auf dem Poster in einem Kontext mit Osama Bin Laden und Adolf Hitler gebracht. Das Bild Konys selbst ist zur Hälfte geschwärzt, was die Aufforderung, selbigen aus der Dunkelheit an das Licht der Öffentlichkeit zu zerren, bildlich transportiert.



Abbildung 4-2: Shepard Fairey - Poster „Obama Hope“³⁶² und „KONY 2012“³⁶³

Im Rahmen des Films wird konkret zu einem weltweiten Offline-Event in der Nacht vom 20. auf den 21. April aufgerufen. Hierbei sollte das sich im Materialkit befindliche Poster massenhaft auf den Wänden der Städte angebracht werden, zur Herstellung einer Sichtbarkeit im direkten Lebenskontext der Menschen, um eine möglichst breite Masse zu erreichen. Außerdem wurde versucht, das Offline-Event durch lokale Facebook-Events weiterzuverbreiten. Der Film endet mit einer konkreten Handlungsanleitung in vier Schritten: Online-Kampagne unterzeichnen und sich für die Anschlusskommunikation in den Newsletter eintragen, Werbemittel kaufen, Geld spenden und das Video in den sozialen Netzwerken teilen, mit dem expliziten Zusatz, dies würde nichts kosten.

Tatsächlich hatte die Kampagne hinsichtlich der Online-Verteilung einen einzigartigen Erfolg. Innerhalb weniger Tage wurde das Video 50 Millionen Mal auf YouTube angeklickt. Mittlerweile ist unter dem Video ein statistischer Wert von über 85 Millionen Abspielungen erreicht.³⁶⁴ Die angeschlossene Facebook-Fanpage³⁶⁵ verzeichnet über 775.000 Abonnenten,

³⁶² Fairey, Shepard 2008: Obama Hope. <<http://www.shepardfaireyprints.com/all-shepard-fairey-prints/>> (23.03.2012)

³⁶³ Fairey, Shepard 2012: KONY 2012. <<http://evewithoutadam.net/blog/category/causes-charity>> (23.03.2012)

³⁶⁴ vergl. YouTube (invisiblechildreninc) 05.03.2012: KONY 2012.

³⁶⁵ vergl. Facebook 2012: KONY 2012. <<http://www.facebook.com/KONY20121>> (23.03.2012)

jene der Organisation Invisible Children³⁶⁶ sogar über drei Millionen. Der Twitteraccount³⁶⁷ der Organisation zählt momentan über 416.000 Abonnenten.



Abbildung 4-3: YouTube – Videostatistik zu „KONY 2012“³⁶⁸

Eine Datenanalyse von Gilad Lotan bestätigt die oben beschriebene Vermutung der Adressierung einer vorrangig jungen Zielgruppe: „The preliminary YouTube data paints a picture of a youth movement: the video was heavily viewed from mobile phones and is most popular with 13-17 year old females and 18-24 year old males.“³⁶⁹ Auch wird die besondere Rolle mobiler Endgeräte hinsichtlich einer Viralisierung hier deutlich.

Innerhalb der Kampagne wird eine Reihe prominenter Persönlichkeiten aus Kultur und Politik aufgeführt. Interessant ist besonders die Zusammensetzung der ersten Gruppe, eine bunte Mischung aus Popmusikern, Schauspielern und Unternehmern wie Bill Gates oder Mark Zuckerberg, dem Gründer und Vorstandsvorsitzenden von Facebook. Insbesondere die Popmusiker wurden als Multiplikatoren des Videos über ihre Twitterkanäle eingesetzt. So finden sich zwischen dem 7. und 8. März auf den für Twitter enorm reichweitenstarken Kanälen der Popmusiker Justin Bieber³⁷⁰, Sean Combs³⁷¹ und Rihanna³⁷² Beiträge der Künstler, die ihre

³⁶⁶ vergl. Facebook 2012: Invisible Children. <<http://www.facebook.com/invisiblechildren>> (23.03.2012)

³⁶⁷ vergl. Twitter 2012: Invisible Children. <<https://twitter.com/#!/Invisible>> (23.03.2012)

³⁶⁸ YouTube (invisiblechildreninc) 05.03.2012: KONY 2012.

³⁶⁹ SocialFlow (Lotan, Gilad) 14.03.2012: [Data Viz] KONY2012: See How Invisible Networks Helped a Campaign Capture the World's Attention. <<http://blog.socialflow.com/post/7120244932/data-viz-kony2012-see-how-invisible-networks-helped-a-campaign-capture-the-worlds-attention>> (23.03.2012)

³⁷⁰ vergl. Twitter 2012: Justin Bieber. <<https://twitter.com/#!/justinbieber/status/177639273120530432>> (23.03.2012)

Abonnenten zum Sehen des Videos auffordern. Um deren bestehende Netzwerke für die Kampagne zu instrumentalisieren, wurde eine simple Taktik eingesetzt. Bilder der vermeintlichen Unterstützer wurden auf der Kampagnen-Website veröffentlicht und die Nutzer dazu animiert, die Bilder anzuklicken. Klickte ein Nutzer auf ein Bild, wurde automatisch eine Botschaft per Twitter erzeugt, die an den jeweiligen Prominenten gerichtet war und diesen dazu aufforderte sich das Video anzuschauen und die Kampagne zu unterstützen. Auf diese Weise konnten in kurzer Zeit zehntausende von Nutzer-Erwähnungen generiert werden, die sich direkt an die Prominenten richteten. Eine sehr simple und wirkungsvolle Taktik, die zur Penetration der Prominentennetzwerke durch inszenierten Nutzer-Druck führte.³⁷³ Die Prominenten wurden also erst im Rahmen der Kampagne zu Unterstützern gemacht bzw. in einer Unterstützerrolle manipuliert. Als Adressatengruppe verstanden, kam man ebenfalls deren Präferenzen entgegen, so dass vermittelt wurde, man unterstütze damit eine gerechte Sache und die Philanthropie.

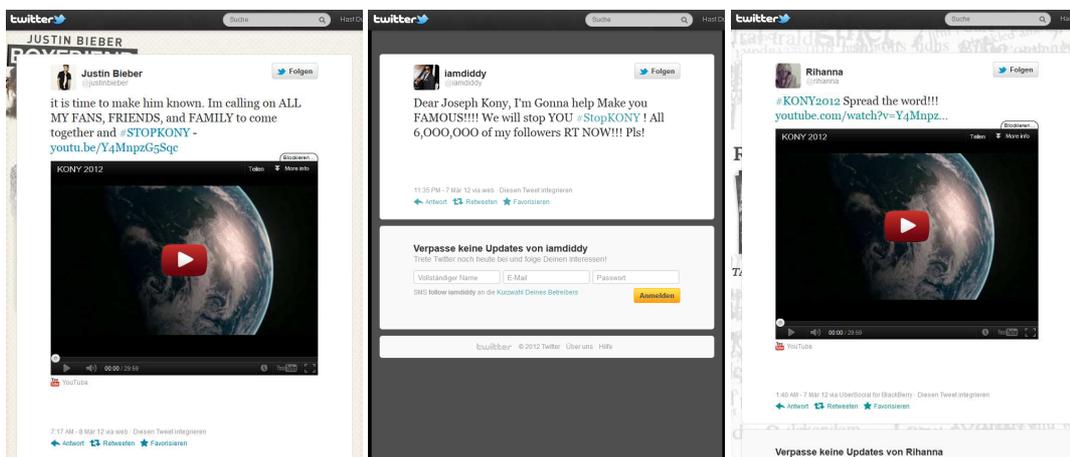


Abbildung 4-4: Twitteraccounts von Justin Bieber, Sean Combs und Rihanna

Kampagnenfilme eignen sich hervorragend als dramatisierte Form der Weltverklärung. Einmal von den traditionellen Medien entdeckt, wurde das Kony-Video als hochmanipulativ und faktisch irreführend scharf kritisiert.^{374 375} Auch an der Organisation selbst wurde hinsichtlich Motivation und des Umgangs mit den durch Spenden erhaltenen Geldern, wie z. B. den

³⁷¹ vergl. Twitter 2012: Sean Combs. <<https://twitter.com/#!/iamdiddy/status/177522900532854784>> (23.03.2012)

³⁷² vergl. Twitter 2012: Rihanna. <<https://twitter.com/#!/rihanna/status/177191967116099584>> (23.03.2012)

³⁷³ „Ellen Degeneres (@TheEllenShow), for example, saw over 36,000 mentions from different users pleading her to respond to the cause. So did Justin Bieber, Lady Gaga, Oprah and Taylor Swift, amongst many others.“ In: SocialFlow (Lotan, Gilad) 14.03.2012

³⁷⁴ vergl. ZEIT ONLINE (Endres, Alexandra) 09.03.2012: Kony 2012 jagt den Falschen.

<<http://www.zeit.de/politik/ausland/2012-03/kony-2012-invisible-children-kritik/seite-1>> (23.03.2012)

³⁷⁵ vergl. ZDF Hyperland (Endert, Julius) 08.03.2012: Kony 2012 oder die erste Online-Treibjagd auf einen Verbrecher.

<<http://blog.zdf.de/hyperland/2012/03/kony-2012-oder-die-erste-online-treibjagd-auf-einen-verbrecher/>> (23.03.2012)

Gewinnen aus dem Verkauf der Werbemittel, harsche Kritik laut.³⁷⁶ Diese reichte von Betrugsvorwürfen über die Vermutung, man wolle regional wirtschaftliche Interessen fördern, bis hin zu der These, der Film sei Werbung für eine US-militärische Intervention. Die Kritik an der Kampagne viralisierte sich ebenfalls und reichte soweit, dass sich Einwohner Ugandas und Exilanten per Videobotschaft³⁷⁷ an Internetnutzer richteten und sich um Klarstellung der Faktenlage bemühten. Das Blog „Visible Children“³⁷⁸ sammelt kritische Meinungen zur Kony-Kampagne, während eine Gruppe von Künstlern aus Uganda im Rahmen des Social-Media-Projekts „Uganda 2012“³⁷⁹ eine filmische Gegendarstellung produzieren möchte. Auf deren Website heißt es: „Most Ugandans were shocked to witness a video that moved to ‘Make Kony Famous’ and mischaracterized the war in Northern Uganda (the war ended in 2006).“³⁸⁰ Dies ist nur ein Beispiel aus einer Masse an kritischen Auseinandersetzungen, initiiert von einer Masse an Nutzern, die sich mit dem Thema kritisch auseinandersetzen wollen. Auf aljazeera.com wurde unter dem Titel Uganda Speaks sogar eine Gegenkampagne gestartet. Auf einer dort implementierten Microsite³⁸¹ können sich die Einwohner Ugandas in einem sog. Crowd-Mapping-System mit ihrer Botschaft geographisch verorten. Mit einer solchen Maßnahme wird versucht, Verbindlichkeit einerseits durch die Verortung der Botschaft in den geographischen Raum und andererseits durch die Authentizität der Botschaften selbst zu etablieren.

Am Beispiel Kony 2012 und aus den Interviews 20, 35 und 37 lässt sich Folgendes exemplifizieren:

1. Kampagnen nutzen Strategien und Taktiken zur Aufmerksamkeitssteuerung. Die Instrumentalisierung von Verteilungsmechanismen im Internet sowie der konkrete Zuschnitt der Kampagne auf Nutzertypologien sollen eine epidemische Ausbreitung von Inhalten provozieren.
2. Es wird der Versuch unternommen, Nutzer, die bereits über reichweitenstarke Netzwerke verfügen, in die Kampagne als Multiplikatoren einzubinden. Auf die potentiellen Multiplikatoren wird Druck durch eine kritische Masse an Nutzern erzeugt, die die Multiplikatoren direkt und öffentlich adressieren. Eine Form der sozialen Zwänge durch Gruppendynamiken wird hier bewusst genutzt.
3. Kampagnen bedienen sich immer der Komplexitätsreduktion, so dass maßgebliche Fakten oft verloren gehen. Je bereitwilliger Fakten unterschlagen werden, um den

³⁷⁶ vergl. der Freitag (Knobloch, Peter) 14.03.2012: Kolumne #14 – Kony 2012: Was zählt, ist die Story. <<http://www.freitag.de/community/blogs/peter-knobloch/kolumne-14--kony-2012-was-zaehlt-ist-die-story>> (23.03.2012)

³⁷⁷ vergl. YouTube (slubogo) 07.03.2012: Kony 2012 Video is Misleading. <<http://www.youtube.com/watch?v=7DO73Ese25Y>> (23.03.2012)

³⁷⁸ Siehe Tumblr (goldofcortes) 2012: Visible Children: KONY 2012, viewed critically. <<http://visiblechildren.tumblr.com/>> (10.04.2012)

³⁷⁹ Siehe Uganda 2012: Home. <<http://ugandaspeaks.com/>> (10.04.2012)

³⁸⁰ Siehe Uganda 2012: Who We Are. <<http://ugandaspeaks.com/who-we-are/>> (10.04.2012)

³⁸¹ vergl. Al Jazeera (o. V.) 2012: Uganda Speaks. <<http://www.aljazeera.com/indepth/spotlight/ugandaspeaks/>> (23.03.2012)

Rezipienten in seiner Bewusstseinsbildung bzgl. eines Themas zu beeinflussen, als desto manipulativer muss die Kampagne bewertet werden.

4. Bewusstseinsbildung im Internet ist aufgrund der herrschenden Kommunikationsmechanismen generell anfällig für Fehlinformation und Manipulation.
5. Die Grenzen zwischen Aufklärung, Provokation und bewusster Manipulation sind indes fließend. Oft wird mithilfe einer Inszenierung durch Bild- und Bewegtbildinhalte der intellektuelle Prozess des Rezipienten, hier verstanden als kritische Prüfung der Faktenlage, verdrängt oder unterdrückt. Dies entspricht einem taktischen Vorgehen, um die Multiplikationsmöglichkeiten von Inhalten im Internet, insbesondere wie sie soziale Netzwerke bereitstellen, auszunutzen und eine möglichst rasante Verbreitung zu provozieren. Seriöses Social Campaigning versucht so wenig manipulativ wie möglich zu wirken, da dies mit einem vehementen Reputationsverlust der jeweiligen Kampagneninitiatoren einhergeht. Die Bezeichnung Propaganda ist in diesem Zusammenhang nicht angebracht: „Propaganda describes mass influence through mass media in which a group also has total control over the transmission of information.“³⁸²
6. Die gleichen Mechanismen, die für Campaigning instrumentalisiert werden, können auch von anderen Nutzern als Korrektivfunktion genutzt werden, um manipulative Prozesse sichtbar zu machen. Wird eine Kampagne als manipulativ entlarvt, kann es zu einer weiteren epidemischen Ausbreitung kommen. Auch Korrekturbemühungen lassen sich als Kampagne inszenieren.

Online-Kampagnen werden mittlerweile in nahezu allen Bereichen eingesetzt, gleich, ob es sich um die politische, soziale oder wirtschaftliche Sphäre handelt. Eine wesentliche Zäsur stellt der Umstand dar, dass Campaigning im Internet kostengünstiger ist und bereits bestehende, hochaktive Kommunikationsnetzwerke wie Facebook oder Twitter für Kampagnen instrumentalisiert werden können. Im Rahmen der Interviews herrschte allgemeiner Konsens darüber, dass eine reine Online-Kampagne, die nicht medienübergreifend geplant ist, also in der Online-Sphäre verhaftet bleibt, keine Aussichten auf Erfolg hat. Das hängt mit der sog. Aufmerksamkeitsökonomie zusammen. Die Kernmechanismen von On- und Offline-Campaigning differieren hinsichtlich ihrer Zielsetzung zwar nicht sonderlich, doch bringt die Verwendung von Online-Medien ihre spezifischen Probleme mit sich. Themen im Internet sind höchst volatil. Stündlich werden Internet-Hypes generiert, Trends, Gerüchte und Ideologien wuchern nur so in den sozialen Netzwerken und verflüchtigen sich anschließend genauso schnell, wie sie entstanden sind. Um eine Nachhaltigkeit bzw. einen Gedächtniseffekt zu erzeugen, ist ein Mediensprung in Form von Offline-Aktionen von fundamentaler Wichtigkeit. Ziel einer jeden Kampagne, die einen gesellschaftlichen Bewusstseinswandel herbeizuführen versucht, ist die Transformation einer Online-Masse in eine Offline-Masse.³⁸³

³⁸² Andrews 2008: S. 8.

³⁸³ vergl. Interview 23

4.3 Wechselwirkungen On-/Offline

Für jede Kampagne ist die Multiplikation ihrer Inhalte in sozialen Netzwerken ein entscheidender Faktor geworden, um eine Online-Öffentlichkeit zu erzeugen. Jeder einzelne Nutzer sozialer Netzwerke ist Teil eines Mikro-Beziehungsnetzwerks, in dem er Inhalte veröffentlichen kann. Einfach zu bedienende Sharing-Plugins bilden die Schnittstellen zu den persönlichen Mikronetzwerken. Ein Nutzer kann einen publizierten Inhalt von jeder beliebigen Website aus z. B. in Twitter oder Facebook einbinden. Werden auf der betreffenden Website Sharing-Plugins für den jeweiligen Inhalt zur Verfügung gestellt, reichen ein paar Klicks aus, um selbigen direkt in das individuelle Mikronetzwerk weiterzuleiten. Anschließend können die sich in den Mikronetzwerken befindenden Nutzer den Inhalt wiederum per Mausklick in ihre Mikronetzwerke weiterleiten. Dieser einfache, technische Mechanismus fördert die sog. Viralisierung oder epidemische Ausbreitung von Inhalten in sozialen Netzwerken. Wie zuvor erläutert, werden Inhalte derart formatiert, dass sie zur Weiterleitung einladen, wenn nicht sogar auffordern.

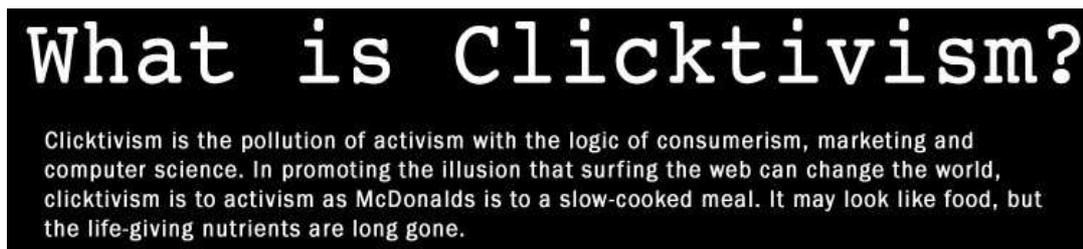


Abbildung 4-5: Definition Clicktivism³⁸⁴

Eine Kampagne sieht meistens eine weiterführende Aktion vor, ein sog. „Call to Action“. Dieser besteht oft in einer Aufforderung zur Spende oder dem unterzeichnen einer Online-Petition. In diesem Rahmen stößt man häufig auf den Begriff des Slacktivism³⁸⁵ oder weiterführend des Clicktivism. Mit Slacktivism wird eine Handlung durch einen Online-Nutzer bezeichnet, die vorrangig im Rahmen eines gesellschaftlichen Anliegens getätigt wird und selbigen lediglich minimale Anstrengung kostet. Dies kann eben das Unterzeichnen einer Online-Petition sein, das Weiterleiten eines Kampagnen-Videos in die persönlichen Mikronetzwerke, das Spenden einer minimalen Summe oder die Veränderung bzw. der Austausch des eigenen Profilbilds (Avatar) in einem sozialen Netzwerk, um sich zu oder gegen eine Sache zu positionieren. Slacktivism ist eine geringschätzig Bezeichnung für eben solche Handlungen, da der hier zur Schau gestellte Aktivismus so gut wie keiner Energie seitens des Nutzers bedarf und dieser die Handlung lediglich aus einem egoistischen Moment der Selbstbefriedigung heraus ausführt. Die Bezeichnung Clicktivism ist eine Wortschöpfung des US-Amerikaners Micah White, die sich insbesondere auf die Protestorganisation durch soziale Medien bezieht. White selbst ist Redakteur des offiziellen Magazins der Adbusters (siehe Fallstudie Occupy Wallstreet) und gleichzeitig als Autor für die britische Tageszeitung „The Guardian“ tätig. Von White soll auch

³⁸⁴ Clicktivism (White, Micah) 2010: What is Clicktivism. <<http://www.clicktivism.org>> (12.04.2012)

³⁸⁵ Wikipedia 2012: Slacktivism <<http://en.wikipedia.org/wiki/Slacktivism>> (12.04.2012)

die ursprüngliche Idee zu der Kampagne von Occupy Wallstreet kreiert worden sein.³⁸⁶ Das Problem am Clicktivism ist zunächst, dass dieser scheinbar nichts bewirkt. Hier liegt auch der wesentliche Kritikpunkt am Online-Campaigning. Das millionenfache Abspielen eines Videos hat keinen direkten Effekt auf einen realen Zustand. Millionen gesammelte Unterschriften für eine Online-Petition führen nicht zwangsläufig zur Umsetzung der im Petitionstext geforderten Maßnahmen. Der Aktivismus der Nutzer beschränkt sich hier auf einfachste Tätigkeiten vom Schreibtisch aus; die bequeme Schutzzone wird dabei nicht verlassen. Und der Erfolg der Kampagne wird anhand quantitativer Werte, nämlich den Klickzahlen, gemessen. Ein Vorgang, der der Logik des Marketings entlehnt ist: „The trouble is that this model of activism uncritically embraces the ideology of marketing. It accepts that the tactics of advertising and market research used to sell toilet paper can also build social movements. [...] The obsession with tracking clicks turns digital activism into clicktivism.“³⁸⁷ Die Einfachheit einer solchen rein auf die Online-Sphäre beschränkten Handlung und der damit einhergehenden, unmittelbaren Befriedigung des sozialen Gewissens könnte schließlich dazu führen, auf alle weiteren und aufwendigeren Formen der Unterstützung zu verzichten; der Online-Aktivismus mündet in kontemplativer Behaglichkeit. Darüber hinaus muss gefragt werden, in wie fern ein solcher Mechanismus die kritische Auseinandersetzung mit den Inhalten einer Kampagne zusätzlich hemmt.

Im Rahmen der vorliegenden Studie konnte allerdings festgestellt werden, dass in allen Fällen des Offline-Aktivismus ein Online-Aktivismus vorausging, der einen entscheidenden Initialmoment etwa für Straßenproteste bildete. Eben die Aktivierung über Online-Kommunikation zu Offline-Handlungen, verstanden als Übergang von einem Medium ins andere (der sog. Solitonen-Effekt; siehe Tsunami-Metapher) steht hier im Fokus der Betrachtung. Kampagnenplattformen sind mittlerweile nur ein Aspekt einer Kampagnenstrategie. Diese Plattformen, wie auch speziell eingerichtete Kampagnenseiten, Blogs oder Facebook-Fanpages, dienen zunächst dazu, Aufmerksamkeit zu generieren. Primär fungieren diese als niedrigschwelliges Partizipationstool, um eine kritische Masse an Online-Nutzern an einem Punkt im Internet zu bündeln. Man kann hier durchaus von einer vorgebildeten Online-Masse sprechen, einer ver-öfentlichten Masse.³⁸⁸ Verharrt eine Kampagne an dieser Stelle, eben im Stadium des Netzprotests, wird selbige nur wenig Wirkung erzielen.³⁸⁹ Hierbei handelt es sich dann tatsächlich um Slacktivism, erstarrt im digitalen Schutzraum der Online-Sphäre. Im Zuge einer stringenten Anschlusskommunikation allerdings, kann die Online-Masse zum richtigen Zeitpunkt zu einem Offline-Aktivismus aktiviert werden (siehe auch Fallstudie Arabischer Frühling - Tsunami-Funktion). Hier wird ein gezielter Impuls zum Protest gesetzt, um einen Transformationsprozess von der vorgebildeten Online-Masse in eine Offline-Masse einzuleiten. Wie im Fall ACTA (siehe Fallstudie ACTA) gezeigt, verhindert das Online-Campaigning nicht den Aktivismus auf der Straße. Im Gegenteil, es unterstützt den Straßenprotest, wenn es diesen nicht sogar generierte. Allerdings divergieren die Ansichten hier je nach Betrachtung. Einerseits darf spekuliert werden, dass mittels Online-Kampagnen

³⁸⁶ ebd.

³⁸⁷ the Guardian (White, Micah) 12.08.2010: Clicktivism is ruining leftist activism.

<<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/aug/12/clicktivism-ruining-leftist-activism>> (12.04.2012)

³⁸⁸ vergl. Interview 07

³⁸⁹ vergl. Interview 02

zusätzlich eine breitere Masse von Nutzern erreicht werden, die eben nicht auf die Straße gehen würden, so aber durch die Weiterverbreitung der Inhalte in ihren Mikronetzwerken für eine höhere Aufmerksamkeit für das Thema sorgen.³⁹⁰ Andererseits deuten neuere Forschungsergebnisse auch daraufhin, dass „die beiden Partizipationsformen - Beteiligung in der wirklichen Welt und im Internet – nicht wechselseitig ausschließend sind. Wer auf der einen Seite politisch aktiv ist, ist dies grosso modo auf der anderen Seite auch.“³⁹¹

Eine Form des Offline-Aktivismus, hier vorrangig verstanden als Demonstration, scheint von fundamentaler Wichtigkeit für politische Kampagnen zu sein, da politische Willensbildung nach Persönlichkeit, Haltung und Positionierung im physischen Raum verlangt.³⁹² Diese beruht auf physischer Zeugenschaft, welche im Netz nicht existiert.³⁹³ Wie im Rahmen der Fallstudien beobachtet wurde, erzeugt ein Straßenprotest eben durch seine Physis ein höheres Maß an Verbindlichkeit und verleiht dem jeweiligen Thema dadurch eine Wichtigkeit, die von den etablierten Massenmedien nicht ignoriert werden kann. Die Masse ‚zeigt‘ im Medienkontext nur sekundär auf ihr Anliegen. Primär zeigt sie auf sich selbst, in dem sie sich im Sinne einer Verkörperung ausstellt, damit diese wiederum medial aufbereitet und exponiert werden kann.

Der Sprung von On- zu Offline evoziert also eine Aufarbeitung des Themas durch die tradierten Medien, die eine hohe Reichweite erzeugen und große Teile der Gesellschaft erreichen, die ihre Informationen nicht primär aus dem Internet beziehen. Darauf folgend ist eine Wechselwirkung zwischen Online-Medien, Offline-Protesten und traditioneller Berichterstattung in den klassischen Medienformaten zu beobachten. Der Mechanismus dahinter ist folgender: Social Media wird zur strategischen Verknüpfung von On- und Offline-Aktionen genutzt. Im Sinne der Kampagnenlogik werden von Offline-Protesten direkt Medieninhalte generiert, die wiederum von tradierten Formaten ohne großen Aufwand übernommen werden können.³⁹⁴ Die Protagonisten der Kampagne werden zu Inhaltsproduzenten der tradierten Medien. Hier wird bewusst inszeniert, um die klassischen Medien gezielt bedienen zu können. Das ein solches Vorgehen funktionieren kann, ist zum einem dem Umstand geschuldet, dass viele Redaktionen in den vergangenen Jahren aufgrund wirtschaftlichen Drucks und einem Mangel an zeitgemäßen, wirtschaftlichen Verwertungsmodellen Belegschaft abbauen mussten und so erwähnte Vorarbeit hinsichtlich der Inhaltserstellung oftmals bereitwillig aufgegriffen wird. Zum anderen kann beobachtet werden, dass die traditionelle Berichterstattung nahezu zwangsläufig einsetzt, wenn sich genug Menschen zusammenfinden, um öffentlich ihren Willen oder Unmut zu bekunden. Die Formel lautet: Je größer die Demonstration umso wichtiger das Thema, umso höher die Wahrscheinlichkeit einer Verarbeitung in den Reichweiten stärksten Medien. Hierbei steht zunächst die pure Quantität im Vordergrund. Nicht umsonst wird bei jedem Offline-Protest die Zahl der Teilnehmenden angegeben. Die veröffentlichten Zahlen

³⁹⁰ vergl. Interview 35 und 37

³⁹¹ Kaufmann, Vanessa; Ritz, Claudia und Schaal, Gary S. 2012: Zwischen Ernst und Unterhaltung: Eine empirische Analyse der Motive politischer Aktivität junger Erwachsener im Internet. Hamburg: Helmut-Schmidt-Universität: S. 35. Online: <http://www.hsu-hh.de/politiktheorie/index_XOQGM0I1Q10DTXq.html>

³⁹² ebd.: S. 35: „In der wirklichen Welt ist die Hoffnung auf konkrete *Einflussnahme* die primäre Motivation für politische Beteiligung. Im Internet gewinnt eine Partizipationsform große Bedeutung, die wir als Symbolpartizipation bezeichnen.“

³⁹³ vergl. Interview 02

³⁹⁴ vergl. Interviews 19, 23 und 37

differieren je nach Absender erheblich. Diese Differenz ist indes nur natürlich, da es den Kampagnenmachern immer daran gelegen sein muss, eine größtmögliche Zahl zu kommunizieren, eben aufgrund benannter Formel.



Abbildung 4-6: Proteste der Gruppe FEMEN auf dem World Economic Forum in Davos (Schweiz) ³⁹⁵

Wie im Kapitel Social Campaigning schon erläutert, besitzen dramatisierte Inhalte ein höheres Potential, von den klassischen Medien aufgegriffen zu werden. Die ukrainische Feministengruppe Femen³⁹⁶ z. B. erreichte mit ihren spektakulären Nacktprotesten eine hohe Durchdringung der klassischen Medien.^{397 398 399} Bei Offline-Protesten entsteht gleichzeitig ein hohes Aufkommen an UGC (User Generated Content) durch die teilnehmenden Personen. Aufgrund der Nivellierung der Produktionsmittel zur Erstellung von Fotos und Videos (maßgeblich durch mobile Endgeräte) und der gleichsam niedrigen technischen Hürden zur Funktion von Bild- und Bewegtbildinhalten mittels einfach zu bedienender Software, ist ein Mechanismus zu beobachten, im Zuge dessen, jeder von jedem anderen Bildinhalte erstellen kann. Daraus hat sich eine Form der gegenseitigen, dokumentarischen Beobachtung entwickelt oder, negativ formuliert, der gegenseitigen Überwachung, die momentan zu einer neuen Kulturtechnik wird, und einen Prozess der Bilderschwemme auslöst. Die Software liefert

³⁹⁵ Google+ (FEMEN) 28.12.2012: FEMEN at Davos Forum. <<https://plus.google.com/photos/109212741590298158848/albums/5702655716531227073?hl=en>> (12.04.2012)

³⁹⁶ vergl. Femen.org: Home <<http://femen.org>> (12.04.2012)

³⁹⁷ vergl. SPIEGEL ONLINE (jjc/AFP) 06.11.2011: Barbusiger Protest auf dem Petersplatz. <<http://www.spiegel.de/panorama/0,1518,796178,00.html>> (12.04.2012)

³⁹⁸ ZEIT ONLINE (Stelzer, Tanja) 03.04.2012: Die neuen Nackten. <<http://www.zeit.de/2012/14/DOS-Nackte-Frauen>> (12.04.2012)

³⁹⁹ DasErste.de (Kron, Norbert) 29.05.2011: Rückschau: Oben ohne gegen den Staat: Die ukrainische Protestbewegung „Femen“. <http://www.daserste.de/ttt/beitrag_dyn~uid,laijijytkmmv6dv~cm.asp> (12.04.2012)

Schnittstellen zur direkten Publikation der Inhalte im Internet sowie zur Multiplikation in soziale Netzwerke (Sharing Plugins). Ziel einer Kampagne ist es immer, die Herstellung so vieler Medieninhalte wie möglich auf allen zur Verfügung stehenden Kanälen zu provozieren, um eine höhere Reichweite online herzustellen. Außerdem wird dem sog. Social Content allgemein eine hohe Glaubwürdigkeit zugesprochen, da dieser dem Anschein nach eben nicht von einem Medienunternehmen formatiert und gemäß eines Redaktionscredos gedeutet wurde. Der vermeintlich erhöhte Wahrheitsgehalt von UGC bezieht sich auf ein weit verbreitetes Klischee, dass die traditionellen Medien im Gegensatz zu einer Privatperson lügen. Doch vielmehr noch ist der Glaube von einem gesteigerten Wahrheitsgehalt dem dokumentarischen Charakter der selbst generiertem Inhalte geschuldet, allen voran Videoaufnahmen, da diese ein Gefühl der Nähe am Geschehen im Rezipienten hervorrufen.⁴⁰⁰ Und zuletzt kommt es in sozialen Netzwerken, in dem UGC vorrangig multipliziert wird, zu einem Vertrauensübertrag von Nutzer zu Nutzer. Einfach formuliert bedeutet das, wenn eine kritische Masse an Nutzern im persönlichen Beziehungsnetzwerk einen Inhalt teilt, ist man selbst als Nutzer eher geneigt, sich mit diesem auseinanderzusetzen, als wenn der Inhalt außerhalb des Beziehungsnetzwerks an den Nutzer herantritt (siehe Verteilungsmechanismen).



Abbildung 4-7: Räumung einer Sitzblockade an der Universität von Kalifornien (Davis): UGC und internationale Berichte^{401 402}

Im Zuge von Straßenprotesten kommt es oft zu Repressionen von staatlicher Seite, wie z. B. zu Polizeigewalt. Die Umstehenden haben in solchen Momenten Gelegenheit, die tatsächlichen Geschehnisse direkt in Medieninhalte umzuwandeln und zu veröffentlichen. Die Beobachtungen innerhalb der untersuchten Fälle deuten darauf hin, dass je drastischer die Repression ausfällt, desto mehr Energie wird den On- und Offline-Protesten zugeführt.⁴⁰³ Der in der Fallstudie über den Arabischen Frühling zitierte Satz Noha Atefs „First was to make them angry, then to mobilize them.“ wird exemplarisch fortgeführt. Zum anderen erhöht die Drastik

⁴⁰⁰ vergl. Interview 35

⁴⁰¹ boingboing (Jardin, Xenii) 18.11.2011: Police officer pepper-sprays seated, non-violent students at UC Davis. <<http://boingboing.net/2011/11/18/police-pepper-spraying-arrest.html>> (12.04.2012)

⁴⁰² Wikipedia (RTAmerica) 21.11.2011: Occupy UC Davis news coverage RT. <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Occupy_UC_Davis_news_coverage_RT_1.jpg> 12.04.2012

⁴⁰³ Ein Gegenbeispiel zu dieser These artikuliert Benjamin Bidder in seinem Artikel über die gescheiterte Revolution in Weißrussland unter der Fragestellung: „Wieso läuft es in Weißrussland nicht wie in Ägypten?“ In: Spiegel Online, Netzwelt (Bidder, Benjamin) 10.08.2012: Netzprotest gegen Lukaschenko: Weißrusslands gescheiterte Web-Revolution. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/weissrussland-wie-lukaschenko-die-netzrevolte-niederschlag-a-846379.html>> (17.10.2012)

der Repression auch die Dramatik der Bilder, womit das Potential, dass diese von den klassischen Medien weiterverarbeitet werden, signifikant erhöht wird. Eine Vielzahl an Beispielen gibt es hier im Rahmen der Occupy-Wallstreet-Bewegung. Einer der bekanntesten Vorfälle hat sich während eines Sitzstreiks im Rahmen der Occupy-Bewegung an der Universität von Kalifornien in Davis am 18.11.2011 zugetragen. Dort machte ein Beamter der Universitätspolizei, Lieutenant John Pike, massiv von einem Reizstoff Gebrauch, der im Volksmund Pfefferspray genannt wird, um den Sitzstreik einiger Studenten aufzulösen. Da es sich um eine Form des passiven Widerstands handelte und zuvor wohl keine Aggression von den Demonstrierenden ausgegangen ist, schien die Maßnahme des Beamten allzu drastisch und durch keine Provokation zu rechtfertigen. Der Vorfall wurde von mehreren Umstehenden auf Video festgehalten und noch am gleichen Tag auf YouTube hochgeladen⁴⁰⁴. Das Video wurde von einer Vielzahl von Blogs, unter anderem von Boing Boing⁴⁰⁵, einem der meistgelesenen englischsprachigen Blogs, aufgegriffen, viralisierte sich und fand so auch seinen Eingang in die traditionellen Medien. Obwohl noch ein weiterer Beamter ähnlich verfuhr, fokussierte sich die internationale Blogosphäre auf Lieutenant John Pike, der fortan als „Pepper Spraying Cop“ international traurige Berühmtheit erlangte, zum Sinnbild amerikanischer Beamtenbrutalität und samt seinem Kollegen vom Dienst suspendiert wurde. Die Wechselwirkung zwischen Offline-Protest, Online-Medien und traditionellen Medien ist hier exemplarisch nachzuvollziehen.

Im Rahmen einer Räumung eines Protest-Camps in Oakland durch die Polizei kam es ebenfalls zur Eskalation. Das rigide, teils gewalttätige Vorgehen der Polizei wurde laut Medienberichten von einem der Protestler mit den Worten: „The whole world is watching!“⁴⁰⁶ begleitet. Dieser Satz kann an einer Fotografie des Tahrir-Platzes vom 10. Februar 2011 exemplarisch verdeutlicht werden. Hierbei handelt es sich um eines der typischen Bilder, die man weltweit in der Berichterstattung zu sehen bekam. Ganze Nationen konnten live im Fernsehen die Ereignisse auf dem Tahrir-Platz mitverfolgen und bangen, ob Mubarak nun zurücktreten oder das Militär den Platz mittels Gewaltanwendung räumen wird.

⁴⁰⁴ YouTube (AggieTV) 18.11.2011: UC Davis Protestors Pepper Sprayed
<<http://www.youtube.com/watch?v=6AdDLhPwpp4>> (12.04.2012)

⁴⁰⁵ vergl. boingboing (Jardin, Xeni) 18.11.2011: Police officer pepper-sprays seated, non-violent students at UC Davis.

⁴⁰⁶ vergl. PoliticusUSA (Anomaly100) (28.10.2011: Sgt. Shamar Thomas Is Back And He Brought The Marines With Him To #OWS. <<http://www.politicususa.com/thomas-marines-ows/>> (12.04.2012)



Abbildung 4-8: Tahrir-Platz am 10. Februar 2011⁴⁰⁷: Die Welt ganze Welt als Zeuge.

Zu erkennen sind hier zwei verschiedene Arten von Menschenmengen, die sich innerhalb einer Masse organisieren. Im Kern befindet sich eine lockere Anhäufung von Zelten und Demonstranten, die zwar dicht, aber nicht allzu gedrängt angeordnet sind. Hinzu kommt eine kleine Freifläche, die wie ein Vorhof wirkt. Im Kreisrund um diesen Kern herum ordnen sich in maximaler Dichte die Demonstranten an. Im Kern der Masse befinden sich jene Demonstranten, die die alternative Berichterstattung über Online-Medien organisieren und direkt aus dem Geschehen heraus operieren. Diese sorgen für die kontinuierliche Veröffentlichung von Foto- und Videomaterial, Interviews und Artikeln über die Geschehnisse auf dem Platz und den Protestbewegungen im Land. Sie sind Produzenten, Kommunikatoren und Multiplikatoren in einem. Die weitaus größere Masse der Demonstranten positioniert sich eng um diesen Kern, bricht jedoch nicht in selbigen ein. Diese Anordnung scheint Ergebnis einer bewusst verfolgten Strategie zu sein. Es darf gemutmaßt werden, dass es sich um einen gegenseitigen Schutzmechanismus handelt, der hier in Wechselwirkung mit den Medien in Kraft tritt. Die Berichte der „digitalen Arbeiter“ vor Ort wurden direkt von großen internationalen Nachrichtenagenturen aufgegriffen, verarbeitet und in die traditionellen Medien (redaktionell verdichtet) überführt. Auf einigen Websites großer Nachrichtenmagazine konnte man eben diese Bilder in sog. Live-Streams nachvollziehen, TV-Nachrichtenmagazine wie N24 in Deutschland übertrugen live und ungefiltert von den Geschehnissen auf dem Platz. Es wurden Berichte direkt aus der Menge übertragen und Interviews mit den Demonstranten gezeigt, um der Situation die nötige Authentizität und dem Zuschauer die dokumentarische Illusion der Nähe zu vermitteln. Der Tahrir-Platz war zu diesem Zeitpunkt zur Gänze mediatisiert, es kam zur maximalen Verschränkung der realen Geschehnisse mit der medialen Inszenierung weltweit. Der geflügelte Satz „Die Weltöffentlichkeit sieht zu“ war hier Realität geworden.

Dieses Zusammenspiel von dicht gedrängten Demonstranten, einer unabhängig von Zensur operierenden, kontinuierlich in allen Formaten publizierenden Einheit und der medialen Anwesenheit der Weltöffentlichkeit, repräsentiert durch die internationalen Medien, etablierte

⁴⁰⁷ BZ (Reuters/dpa/dapd) 10.02.2011: Proteste in Ägypten: Live Ticker: Kein Rücktritt von Mubarak. <<http://www.bz-berlin.de/aktuell/welt/live-ticker-kein-ruecktritt-von-mubarak-article1114846.html>> (06.03.2012)

die erwähnte Schutzfunktion für die Demonstranten auf dem Platz. In dem Moment, wo das Regime die unabhängige Berichterstattung hätte beenden wollen, hätten sich Polizei und Militär buchstäblich eine blutige Schneise durch die Masse schlagen müssen, um das Zentrum zu erreichen. Und das unter den Augen der Weltöffentlichkeit, deren einzelne Vertreter das Geschehen vom heimischen TV-Gerät aus live beobachten würden. Eine solche Aktion durchführen und die Welt in Echtzeit daran teilhaben lassen, hätte dem Regime jegliche Verhandlungsposition zu diesem Zeitpunkt genommen und außenpolitisch für ein Desaster gesorgt. Hieraus ergibt sich ein möglicher Erklärungsansatz für die Konfiguration der Masse auf obiger Fotografie. Die Masse schützt rein physisch ihren Kern. Umgekehrt schützt aber auch der Kern die Masse, da eben jedes gewaltsame Vorgehen gegen die Demonstranten bis ins kleinste Detail aus der Masse heraus wie auch von den Korrespondenten großer Nachrichtensender vor Ort dokumentiert werden kann. In der vorliegenden Konfiguration hätte das Regime eine Unzahl an dokumentierten Menschenrechtsverletzungen in Kauf nehmen müssen, um überhaupt nur den Kern zu erreichen. Die Weltöffentlichkeit würde live zusehen und die Staaten fühlten sich ihrerseits unter Druck gesetzt, zu handeln. Ägypten als Staat hat sich vor der Revolution als freie, von der Bevölkerung legitimierte Gesellschaft inszeniert. Dem herrschenden Establishment war daran gelegen, die Demonstranten als nicht vom Gros der Bevölkerung legitimierte „Aufwiegler“ und „Feinde der freien ägyptischen Gesellschaft“ zu stilisieren. Mit einem radikalen, gewalttätigen Vorgehen seitens des Regimes gegen eine große Masse, die symbolisch für ein Gros der Bevölkerung steht, hätte dies seine Autokratie öffentlich zur Schau gestellt und die Revolution von Grund auf legitimiert. Die vom Staat unabhängige Berichterstattung sollte die Stilisierung des Staates in den von selbigem kontrollierten Medien mit der Realität abgleichen, die wahren Verhältnisse sichtbar machen und öffentlich verhandeln. Der hier veranschaulichte Mechanismus bedeutet eine Fortführung der Kampagnenlogik forciert in medialen Wechselwirkungen, wie sie bereits bei Bouazizi oder Said festgestellt worden ist. Die maximal mögliche Mediatisierung des Raums ist ihre logische Konsequenz.

4.4 Verteilungsmechanismen und Crowd-Verhalten

In den vorangegangenen Kapiteln wie auch in den Fallstudien wurde wiederholt von den für das Internet typischen Verteilungsmechanismen in sozialen Netzwerken gesprochen, durch die Inhalte, einmal platziert, rasant weiterverteilt werden können. Auch wurde bereits auf die Funktion der Inhalte und deren Formatierung im Rahmen eines Social Campaignings eingegangen, sowie dem gezielten Aufbau von Online-Crowds an Knotenpunkten des Internets. Im Folgenden soll die Bildung von solchen Online-Crowds – begünstigt durch die Verteilungsmechanismen im Internet – aus einer massenpsychologischen Perspektive betrachtet werden, da davon ausgegangen werden muss, dass grundlegende psychologische Muster des Menschen in der Online-Sphäre ebenso greifen, wie in der Offline-Sphäre. Gerade hinsichtlich des Campaigning und der Online-Massenbildung sind diese von fundamentaler Bedeutung.

Vorangestellt seien die Ausführungen von Peter Kruse. Dieser hat im Rahmen des Vortrags „Wie die Netzwerke Wirtschaft und Gesellschaft revolutionieren“^{408 409} auf der re:publica 2010 über differierende Wertvorstellungen verschiedener Internetnutzertypen und Machtverschiebungen referiert. Letztere sind für die hier vorliegende Betrachtung von besonderem Interesse, da Kruse in diesem Zusammenhang auf systembedingte Veränderungen durch das Internet aufmerksam macht. Als Grundlage dieser Veränderungen benennt er drei zentrale Faktoren zur Wirkungssteigerung in Netzwerken⁴¹⁰:

1. Die Zahl der Netzknoten und deren Verbindungen.
2. Den Grad der Spontanaktivität der Netzknoten.
3. Das Vorhandensein länger kreisender Erregungen.

Kruse führt aus, dass vor jener Zeit, in der das Internet die Gesellschaft durchdrungen hatte, jedes individuelle Handlungsmotiv, also ein Anliegen, vor der Aufgabe stand, selbst aktiv nach geeigneten Formen der Vernetzung zu suchen. Prinzipiell geht es darum, ein individuelles Anliegen bekannt zu machen mittels eines Mediums, das viele Menschen erreicht (Reichweite) und selbst beispielbar (Publikation und Distribution) ist. In der Vergangenheit z. B. wurden daher Botschaften auf selbstproduzierte Flugblätter gedruckt, sofern man ein eigenes Medium aufbauen wollte. Heute haben Aufkleber, Poster und Flyer das traditionelle Flugblatt weitestgehend verdrängt. Eine andere Taktik ist die Zweckentfremdung bereits zirkulierender Medien als Träger der eigenen Botschaft, wie z. B. Geldscheine (auch von Kruse im Vortrag benannt). Eine Zweckentfremdung des Geldverkehrs als Mechanismus zur Verteilung von

⁴⁰⁸ vergl. YouTube (republica2010) 21.04.2010: Peter Kruse: Wie die Netzwerke Wirtschaft und Gesellschaft revolutionieren. <<http://www.youtube.com/watch?v=ryiuUKQJy0>> (17.10.2012)

⁴⁰⁹ Scribd (Kruse, Peter) 2010:What's next?: Wie die Netzwerke Wirtschaft und Gesellschaft revolutionieren. <<http://de.scribd.com/doc/29900810/republica2010>> (17.10.2012)

⁴¹⁰ ebd.: Folie 40.

Botschaften geht indes auf ein uraltes Prinzip zurück. In der Antike hat ein Großteil der Bevölkerung des römischen Reichs von Herrscherwechseln lediglich dadurch erfahren, dass das Konterfei des neuen Herrschers eine Münze zierte. So konnte eine Botschaft durch das Münzgeld als Kommunikationsmedium auf dem natürlichen Wege des Geldverkehrs noch bis in die entlegensten Kolonien dringen.

Die fundamentale Zäsur nun, die das Internet mit sich bringt, ist laut Kruse, dass heute jedem noch so zaghaft formulierten Anliegen ein allgegenwärtiges Netzwerk zur Verfügung steht, das jederzeit für die eigenen Zwecke instrumentalisiert werden kann. Das Paradigma „Handlungsmotiv sucht Netzwerk“ verkehrte sich in „Netzwerk sucht Handlungsmotiv“. ⁴¹¹ Im Zusammenhang mit Internet-Tsunamis sind gerade die oben genannten Punkte interessant. Erstens besteht das Internet aus einer Vielzahl an Knotenpunkten, die miteinander verbunden sind, sprich eine enorm hohe Vernetzungsdichte liegt per se zu Grunde. Zweitens herrscht an diesen Knotenpunkten ein hohes Grundrauschen, das als ständige Nutzeraktivitäten aufgefasst werden kann. Und drittens treten immer wieder nachhaltig kreisende Erregungen auf, womit die rasante Weiterleitung von Inhalten durch einfach zu bedienende Sharing-Funktionen wie die Re-Tweet-Funktion bei Twitter oder die Teilen-Funktion bei Facebook gemeint ist.

Aufgrund dieser drei Faktoren kommt es laut Kruse zu einer hohen Wahrscheinlichkeit der Entstehung von Autokatalyse durch emotionale Resonanzen. ⁴¹² Was zunächst nichts anderes meint, als das sich fortwährend Katalysatoren bilden, die zum Beispiel Massenkommunikationsphänomene ständig beschleunigen. Es erfolgt also eine kontinuierliche Energiezufuhr, sobald eine Autokatalyse eintritt. Und diese wird durch emotionale Resonanzen bewirkt. Einfach formuliert könnte man behaupten, dass jeder aktive Nutzer innerhalb eines Massenphänomens ein Energielieferant und gleichzeitig Katalysator ist. Das bereits besprochene Phänomen Kony2012 steht hierfür exemplarisch. Ein Anliegen (Stoppt Kony) trifft auf bestehende Netzwerke (Facebook und Twitter) und löst durch geschicktes Campaigning eine emotionale Reaktion aus. Die Kopplungsdichte in diesen Netzwerken (Freunde und Follower) ist extrem hoch und es kommt zu kreisenden Erregungen (durch die rasante Weiterleitung des Anliegens mittels Sharing-Funktionen). Das Thema durchdringt das Internet und jeder neue Beitrag von Nutzern auf Facebook, Twitter oder in Blogs fungiert als Katalysator, der dem Thema neue Energie zuführt (Autokatalyse). So breitet sich ein gesetzter Impuls (das Kony2012-Video) epidemisch durch einen Mechanismus der sozialen Ansteckung im Netz aus. Auch die Zweckentfremdung bereits bestehender Medien ist immer noch wirksam und kann im Internet beobachtet werden. Zum Beispiel kann eine bestehende Kampagne, die bereits eine hohe Reichweite erzeugt hat, dazu genutzt werden, eine andere Botschaft zu verbreiten, indem diese angedockt wird. Auch hier findet sich wieder ein Beispiel innerhalb des Phänomens Kony2012. Die Regierung Ugandas hat den Medienrummel genutzt, um einen eigenen Film unter dem Titel „Visible Uganda“ ⁴¹³ (Anspielung auf Invisible Children) als Teil einer Image-Kampagne zu produzieren, die eine direkte Reaktion auf Kony2012 darstellt.

⁴¹¹ ebd.: Folie 49, 53

⁴¹² ebd.: Folie 46

⁴¹³ YouTube (OPM Uganda) 14.04.2012: VISIBLE UGANDA. <<http://youtu.be/fu34lsZb0qU>> (24.02.2012)

Neben den Mechanismen, die Kruse erläutert, scheint der entscheidende Motor für Internet-Tsunamis eine massenpsychologische Kettenreaktion zu sein. In seinem Buch „Online Crowds, Massenphänomene und kollektives Verhalten im Internet“⁴¹⁴ unternimmt Christian Russ den Versuch, auf Basis klassischer Massenpsychologie ein Modell der Online-Crowds, in Abgrenzung zu Offline-Crowds, zu entwickeln. Gleich zu Anfang definiert der Autor die Online-Crowds als „Benutzermassen, die über das Internet in kollektive Handlungen involviert sind und massenpsychologische Online-Phänomene hervorrufen können.“⁴¹⁵ Online-Crowds würden sich bilden „indem die Informationen (Bilder, Texte, Multimedia) der anderen Online-Akteure beobachtet und reproduziert werden“⁴¹⁶. Die Netzwerkeffekte des Internets (wie Kruse sie erläutert) können potenzierende Wirkungen hervorrufen, verstanden als eine Art des Selbstverstärkungseffekts, durch den laut Russ „Online-Akteure in einem Zustand der Euphorie oder Hysterie verfallen und soziale Online-Ansteckungsprozesse ausbilden“⁴¹⁷. Diese Ansteckungsprozesse werden allgemein als Viralisierung bezeichnet. Auch Russ ist der Meinung, dass Online-Crowds begriffen als Massenphänomene das Potenzial besitzen, nicht nur das Internet als Medium, sondern auch Gesellschaft zu prägen und zu verändern. Der von Russ beschriebene „Ablaufprozess einer massenpsychologischen Reaktion“⁴¹⁸ soll im Folgenden kurz paraphrasiert werden, um anschließend wesentliche Erkenntnisse für die Betrachtung von Netz-Tsunamis herleiten zu können.

Laut Russ sind zunächst die Rahmenbedingungen einer massenpsychologischen Reaktion anzuführen, da „ein sozialer Ansteckungsprozess sich in der Regel nur ausbilden kann, wenn das Umfeld und der Zeitpunkt stimmen“⁴¹⁹. Diese Rahmenbedingungen wurden im hier vorliegenden Zusammenhang innerhalb der Fallstudien als Klimafaktoren bezeichnet. Insgesamt nennt Russ acht grundsätzliche Rahmenbedingungen, von denen hier fünf für das Phänomen der Netz-Tsunamis aufgeführt werden sollen.⁴²⁰ Diese sind:

1. Langfristige instabile Gesellschafts-, Wirtschafts- oder Politikzustände, die zu einer Art Vakuum im Gesellschaftsgefüge führen können, das mit neuen Verhaltensformen gefüllt werden will.
2. Sog. Displacements, welche kurzfristige Verschiebungen bezeichnen, die plötzlich und unerwartet eintreten, ohne eine entsprechende Vorbereitung der Beteiligten. Hierzu zählt Russ u. a. Strukturwandel von eingefahrenen Systemen, als konkretes Beispiel die Erfindung des Internets.
3. „No-Data“-Situation und das Fehlen von Erfahrungswerten. Damit ist eine Weiterführung des Displacements gemeint, durch das eine Situation der Orientierungslosigkeit aufgrund eines Mangels an Daten, Fakten und Erfahrungswerten erzeugt wird, wodurch eine Entscheidungsfindung mittels Analyse nicht herzustellen ist.

⁴¹⁴ Russ, Christian 2010

⁴¹⁵ ebd.: S. 20

⁴¹⁶ ebd.

⁴¹⁷ ebd.

⁴¹⁸ ebd.: S. 82 – 102

⁴¹⁹ ebd.: S. 84

⁴²⁰ ebd.: S. 84 - 90

4. Dominante Minderheiten, Interessensgruppen oder übermächtige Medien. Dazu zählen z. B. Interessensgruppen, die gezielt versuchen, Meinungsbildung und sinnstiftende Prozesse in ihrem Sinne zu beeinflussen oder sogar zu formen. Das wird meist durch eine Instrumentalisierung der Massenmedien bewerkstelligt.
5. Pseudo- oder Fehlinformationen basieren wiederum auf der Grundlage der „No-Data“-Situation. Stehen keine gesicherten Fakten zur Verfügung, nutzen Personen diesen Hohlraum gerne aus, um Halbwahrheiten oder persönliche Interpretationen als Fakten hinzustellen. Nach Russ wird dies bevorzugt von Personen vorangetrieben, die sich dadurch einen individuellen Vorteil versprechen, wie z. B. eine Positionierung als Themenexperte.

Außerdem führt Russ drei Typen von Input-Faktoren an, die in den einzelnen Phänomenen in unterschiedlicher Zusammensetzung und Vehemenz als Initialmoment für eine massenpsychologische Kettenreaktion gelten⁴²¹:

1. *Initiale psychologische Erreger* meint psychologische Auslöser, die für Unruhe und Aufregung in der Masse sorgen können. Diese können positiver wie negativer Natur sein, z. B. Veränderungen in den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, Katastrophenmeldungen, Medienspektakel oder neuartige Ideen.
2. Unter *Interessen und Motive der Initiatoren* sind Interessengruppen gemeint, die z. B. Trends oder Modeerscheinungen gezielt pushen oder unbewusst setzen. Oftmals versucht eine Interessengruppe mittels massenpsychologischer Taktiken eine Bewegung zu starten und Menschen für diese zu gewinnen.
3. Und schließlich beschreibt der Typus *Wünsche, Neigungen und Erwartungen der Menschen* simple menschliche Grundveranlagungen und Bedürfnisse wie Sicherheit, Neugier und Angst, die für eine massenpsychologische Überreaktion instrumentalisiert werden können. Je stärker diese Veranlagungen und Bedürfnisse ausgeprägt sind, desto höher fällt die Wahrscheinlichkeit aus, dass es zu einer massenpsychologischen Reaktion kommt.

Hierzu wird nochmal explizit bemerkt: „Keine dieser angeführten Umfeldbedingungen garantieren die Ausbildung einer vollständigen massenpsychologischen Reaktion [...] Sie sind jedoch notwendig, aber nicht hinreichend, um soziale Ansteckungsphänomene auf die Beine zu helfen.“⁴²²

Anschließend zeichnet Russ den Ablaufprozess einer massenpsychologischen Reaktion nach, welchen er in ein Zustand-Übergangendiagramm überführt, das später modellhaft für die Online-Crowds adaptiert wird (vergl. Abbildung 4-9). Russ unterscheidet grundlegend in drei verschiedene Phasen in denen insgesamt fünf Zustände samt Übergängen verlaufen. Die Phasen nennt er *Initiation, Propagation und Termination*. Der Reaktionsablauf erfolgt dabei

⁴²¹ ebd S. 90 - 92

⁴²² ebd S. 90

von oben nach unten. Die Zustände werden durch die Zahl der infizierten Menschen bestimmt, die hier Agents genannt werden. Außerdem werden Einflussfaktoren, gerichtete Transitionen (Übergänge) und positive Feedbackschleifen durch Pfeile markiert. Letztere „erzeugt eine selbstverstärkende und eskalierende Wirkung auf den betroffenen Zustand und lässt die Anzahl der Beteiligten stetig wachsen“⁴²³.

⁴²³ ebd S. 82

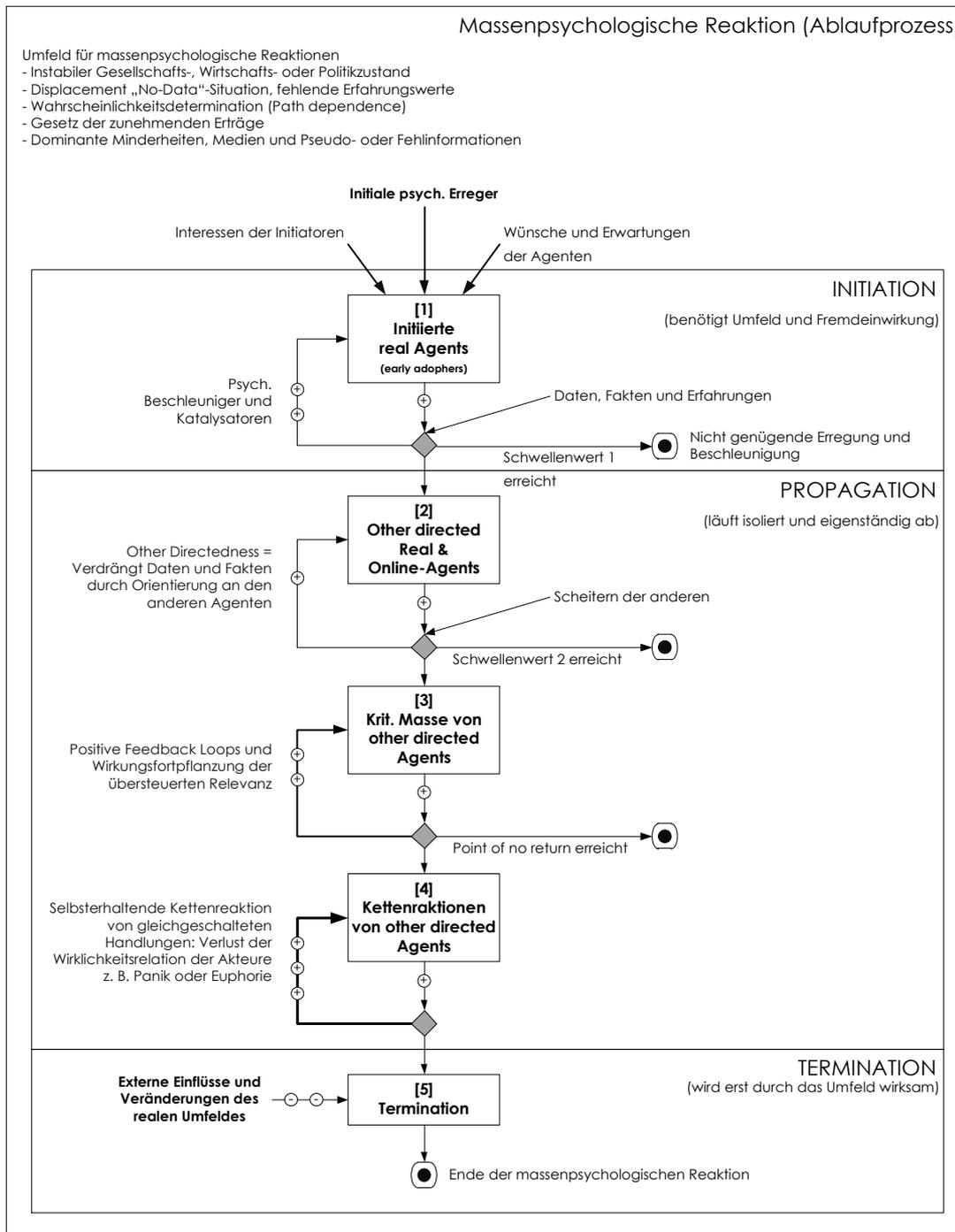


Abbildung 4-9: Der Ablaufprozess einer massenpsychologischen Reaktion⁴²⁴

⁴²⁴ vergl. ebd.: S. 83

Die erste Phase beschreibt einen Initialmoment, in dem eine Gruppe von Menschen getrieben durch die aufgeführten Input-Faktoren (*Zustand 1 - Initiierte Agents*) in den Prozess eintritt. Kurz darauf müssen bereits weitere Menschen in den Prozess eintreten, die von der ersten Gruppe infiziert werden und als Beschleuniger (Energieförderer) dienen; der erste Schwellenwert wird durchbrochen. Bleibt dies aus, ist der Prozess an dieser Stelle bereits beendet (terminiert).

In Phase 2, der *Propagation*, werden drei wesentliche Zustände durchlaufen: Weitere Menschen treten in den Prozess ein und orientieren sich nicht mehr an gesicherten Informationen (Fakten) oder selbstgesteuertem kritischem Denken sondern beginnen die Verhaltensmuster der sich schon vorher im Prozess Befindlichen zu imitieren (*Zustand 2 – Other directed Agents*). „Immer mehr außen stehende Agents tendieren dazu, dieser kollektiven Verhaltensform zu folgen und schließen sich der Bewegung an, ohne dabei viele Gedanken über die Sinnhaftigkeit der Handlungen zu vergeuden.“⁴²⁵ Dies wirkt bestärkend auf die sich ohnehin schon im Prozess befindlichen Menschen und gleichzeitig überzeugender auf die sich noch außerhalb befindenden. In diesem Zustand sticht eine simple Gesetzmäßigkeit der Massenbildung heraus, nämlich, dass Masse Masse anzieht und erzeugt, da eine Masse stetig wachsen will.⁴²⁶

Zustand 3 (*Kritische Masse von other directed Agents*) der 2. Phase beschreibt das Moment, in dem der zweite Schwellenwert bereits durchbrochen wurde und eine kritische Masse erzeugt wird. Ab hier beschleunigt sich die Reaktion dramatisch und führt zum sog. *Point of no Return*, dessen Erreichen das Durchbrechen des dritten Schwellenwertes meint. Ist dieser überwunden, ist „der Ausbruch der massenpsychologischen Kettenreaktion [...] unvermeidlich“.⁴²⁷ Auch die letzten Kritiker, die sich eben nicht am Verhalten der anderen orientieren, werden von der Masse überhört; alle Versuche, die Kettenreaktion durch abdämpfende Maßnahmen noch zu stoppen, sind vergeblich.

Von hier aus setzt Zustand 4 ein, erwähnte *Kettenreaktion von other directed Agents*. Diese beschreibt die vollständige Ausbildung des Ansteckungsprozesses, der ab hier irreversibel ist. Hier ist der Mechanismus der *Feedbackloops* entscheidend: „Die Agents beobachten was andere tun und handeln danach, die Beobachteten wiederum nehmen die Handlungen der Beobachter wahr und verstärken ihre Bestrebungen. Das System ist in einer selbstreferenziellen Spirale der gegenseitigen Manipulation und Imitation gefangen.“⁴²⁸

Die letzte Phase (*Termination*) tritt unweigerlich ein, wenn alle Energie der massenpsychologischen Reaktion verbraucht ist und keine neue Energie mehr hinzugefügt wird. Im fünften Zustand (*Auflösung der involvierten Agents bzw. Beendigung der Reaktion*), der in dieser Phase verortet wird, führt Russ einige mögliche Faktoren auf, die die Termination des Prozesses herbeiführen. Einer der wichtigsten scheint in unserem Zusammenhang die Zeit zu sein. Eine generelle Verlangsamung des Prozesses wirkt in jeder Stufe hemmend. Russ

⁴²⁵ ebd.: S. 93

⁴²⁶ vergl. „Der Drang zu wachsen ist die erste und oberste Eigenschaft der Masse“. In: Canetti, Elias 2003: Masse und Macht. Frankfurt am Main: Fischer Verlag, 28. Auflage, S.15

⁴²⁷ ebd.: S. 94

⁴²⁸ ebd.

beschreibt dies in der biologischen Terminologie, die seine Betrachtung durchzieht, als Zeit, in der die infizierten Agents im Sinne eines Heilungsprozess von der Ansteckung genesen. Anders formuliert könnte auch behauptet werden, dass sich die Menschen in einer Pause besinnen, die Orientierung an den anderen abnimmt, wie im gleichen Maße die kritische Reflektion zunimmt, weitere Feedback-Schleifen, als gegenseitiges, selbstreferenzielles Aufschaukeln verstanden, daraufhin ausbleiben und der Prozess schließlich zum Erliegen kommt.

Im Kern beschreibt das Russ'sche Modell ein kontinuierliches Anwachsen von Menschen zu einer Masse, die von einem hohen Grad der gegenseitigen Beeinflussung dominiert wird. Da es die Menschen in sozialen Netzwerken sind, welche die Basis für eine massenpsychologische Überreaktion bilden, gelten für Online-Crowds grundsätzlich die gleichen Regeln wie für Offline-Crowds, „Ausprägung und ihre Effekte können aber von den bekannten Phänomenen in Stärke und Geschwindigkeit variieren“⁴²⁹. Besonders interessant am Russ'schen Modell für unsere Betrachtung ist der Faktor der ständigen Energiezufuhr, die eine massenpsychologische bzw. massenmediale Überreaktion benötigt, um sich vollständig zu entwickeln. Jeder Mensch (Agent) ist ein Energielieferant für die Masse im Ganzen, deren Teil er wiederum ist. Des Weiteren ist der fortschreitende Prozess einer zunehmenden Orientierung an anderen und die damit einhergehende Aufgabe des selbstständigen, kritischen Denkens entscheidend. Eben der Moment, in dem die Masse von Selbstreferenzialität in ihrem Handeln geprägt wird und in sich als Selbstverstärker funktioniert. Und schließlich scheint die Geschwindigkeit der wesentliche Faktor einer massenpsychologischen Überreaktion zu sein. Hieraus ergibt sich auch, warum innerhalb einer Kampagne die fortlaufende Aktivierung und Anschlusskommunikation so wichtig ist, da diese zu Nutzeraktivitäten reizt, die die Energiequelle des Prozesses bilden. Wird der Prozess verlangsamt, verlieren sich die Nutzer, die Aufmerksamkeit wandert ab und der Prozess kommt zum Erliegen. In Bezug auf Online-Massen im Gegensatz zu Offline-Massen darf festgehalten werden, dass sich bei ersteren eine mögliche Kettenreaktion weitaus schneller entwickeln kann, begünstigt durch Mechanismen wie Replikation, Echtzeitverbreitung, Verfügbarkeit und Reaktionsschnelligkeit. Auch wenn sich Online-Massen schneller erzeugen lassen, laufen sie Gefahr, genauso schnell wieder zu zerfallen, da diese oft keine Nachhaltigkeit besitzen. Auch deswegen sind Kampagnenstrukturen wichtig, da sie die Nutzerenergien in einem gemeinsamen Ziel bündeln und damit in eine Gemeinschaft überführen (Community).

⁴²⁹ ebd.: S. 251

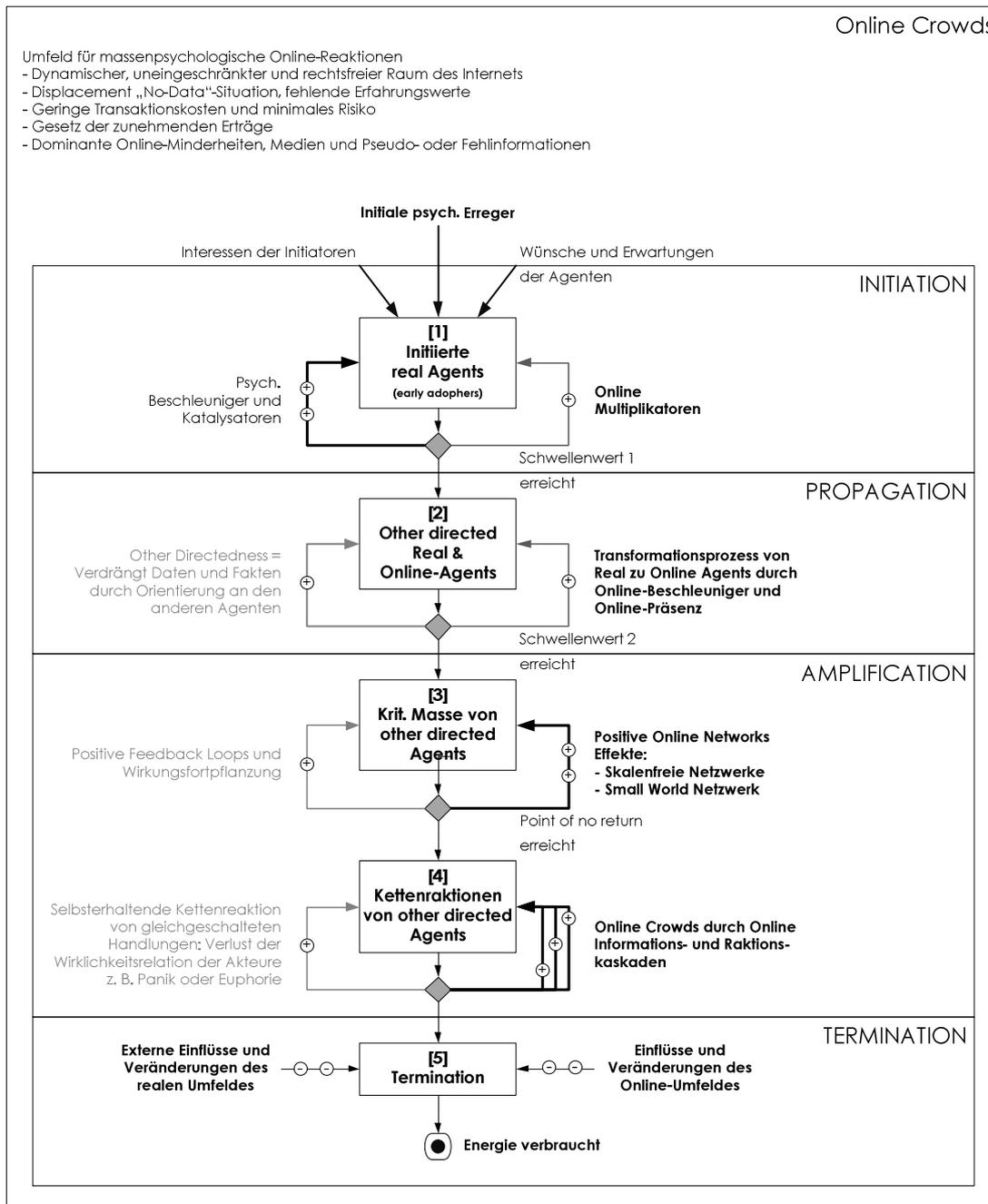


Abbildung 4-10: Online Crowds⁴³⁰

Russ benennt selbst die Unterschiede zwischen einer Offline-Crowd und einer Online-Crowd⁴³¹. Als wesentlich sieht er die Unterschiede in der Art des Umfelds, die maßgeblich das Agieren in

⁴³⁰ vergl. ebd.: S. 262

⁴³¹ vergl. ebd.: S. 263

der Sphäre des Internets mit sich bringt: 1. Dynamik und Unbegrenztheit des Internets, 2. niedrige Transaktionskosten und 3. die geringen Gefahren, die sich Internet-Nutzer aussetzen, wenn sie online agieren (siehe auch Kapitel 4.3 – Stichwort Clicktivism). Ein weiterer maßgeblicher Unterschied scheint in den sog. Feedback-Loops zu liegen. Diese erscheinen bei Online-Crowds weitaus stärker ausgeprägt, eben durch die einfache Herstellung, Distribution und Multiplikation von Inhalten in bereits vorhandenen Netzwerken. Damit steigert sich auch die Selbstreferenzialität, was wiederum dazu führt, dass im Prozess weniger Energie gebraucht wird, um die massenpsychologische Kettenreaktion auszulösen. Der Energiefluss ist ab Zustand 4 in gewisser Weise inhärent. Das passt mit den Thesen Kruses zusammen, der ebenfalls auf die selbstverstärkenden Prozesse in Online-Netzwerken aufmerksam macht. Das Vorhandensein von Netzwerken, in dem die Nutzer per se hochaktiv sind, die niedrigen Bedienhürden, insbesondere für die Weitergabe von Informationen und die damit verbundene Geschwindigkeit sowie der Schutzraum Internet, gemeint als nicht physischer Raum, begünstigen psychische Überreaktionen. Für das Modell einer massenpsychologischen Überreaktion von „Online Crowds“ hat Russ eine weitere Phase, die der *Amplification* eingebaut, welche eben diesen „massiven Netzwerkeffekten des Internets und der grenzenlosen Kommunikation und Replikation der digitalen Inhalte im Web Rechnung tragen“⁴³² soll.

Im Zuge eines Interviews mit Christian Russ bot sich die Gelegenheit, das von ihm aufgebaute Modell noch einmal zu vertiefen. Besonderes Augenmerk wurde hierbei auf die Kaskadeneffekte und die Art der Massenphänomene gelegt. Grundsätzlich ist laut Russ in zwei Arten zu unterscheiden: Erstens selbstgesteuerte Phänomene, d. h. mit eigenem Ziel und Zweck und zweitens die fremdgesteuerte, massenpsychologische Kettenreaktion, die von einer Orientierung an anderen (Herdeneffekt, Informationskaskade) getragen wird. Russ erläuterte weiter, dass die beiden Phänomentypen nicht zwangsläufig voneinander getrennt sind und verschiedene Phasen durchlaufen könnten. Individuen könnten beide Rollen einnehmen, was bedeutet, dass eine rational durchdrungene Selbststeuerung in einer anderen Situation in ein massenpsychologisch fremdgesteuertes Phänomen verfallen kann. Die Unterscheidung, wann jemand selbstgesteuert oder fremdgesteuert handelt, ist wohl sehr schwierig, da die Intention, jemandem zu folgen, ursprünglich selbstgesteuert sein kann, sich dann aber verändert. Indikatoren, für Fremdsteuerung sind laut Russ allem voran die Verneinung von Warnsignalen, wie zum Beispiel die Ausblendung kritischer Stimmen. Wenn die kritische Masse überschritten wird, käme es zu einem selbstverstärkenden Prozess, der alles mit in den Sog nimmt. Selbst Experten würden sich dann diesem psychologischen Muster unterwerfen, was mit der Verdrängung von Fakten einhergeht.

Die Kombination der Theorien von Russ und Kruse erklärt bietet auch einen Erklärungsansatz für die beständige Zunahme an Internet-Phänomenen wie dem Meme oder dem Shitstorm. Das sog. Meme⁴³³ bezeichnet eine hochkomprimierte Gedankeneinheit, eine Art Konzept, das sich rasant über die sozialen Netzwerke in Form eines medialen, meist kurzen Inhalts ausbreitet und genauso schnell wieder verschwindet, wie es gekommen ist. Ein Meme zeichnet sich

⁴³² ebd.: S. 261

⁴³³ vergl. Wikipedia 2012: Internet-Phänomen. <<http://de.wikipedia.org/wiki/Internet-Ph%C3%A4nomen>> (27.04.2012)

insbesondere dadurch aus, dass es rasant weitergeleitet und dessen Hintergrund nicht weiter hinterfragt wird. Des Öfteren kommt es zu kreativen, humorvollen Adaptionen⁴³⁴, wobei die eigentliche Intention aber intakt bleibt. Hier ist ein Kaskadeneffekt deutlich zu beobachten, im ursprünglichen Sinne, dass ein Ereignis einfach auf dem vorhergehenden in einer Kettreaktion aufbaut. Ein Meme ist in höchstem Maße selbstreferenziell und verstärkt sich durch jede Weiterleitung eines Nutzers in sein privates Mikronetzwerk. Jedes Sharing führt der Kettenreaktion weitere Energie zu und ist gleichzeitig Bezugspunkt für die nächste Weiterleitung (Feedback-Schleifen).

Ein Shitstorm⁴³⁵ bezeichnet indes eine massenhafte, öffentliche Entrüstung durch soziale Medien, innerhalb derer sich sachliche Kritik zusehends mit unsachlichen Äußerungen, wie bloßen Behauptungen oder gar Beleidigungen mischt. Auch bei diesem Internet-Phänomen bauen die Behauptungen selbstreferenziell aufeinander auf, die Faktenlage wird kaum noch bemüht. Hier ist der schnelle Übergang von faktischer Sachlichkeit zu bloßer Polemik besonders gut zu beobachten. Bloße Behauptungen des einen Nutzers werden blind vom nächsten übernommen und/oder erweitert. Die reflektierende Überprüfung setzt aus. Hier begünstigt der Schutzraum Internet das Phänomen nochmal gesondert, da Beleidigungen oftmals ohne Konsequenzen bleiben und viele Nutzer dem Drang, ein beleidigendes Verhalten an den Tag zu legen, umso schneller nachgeben, wenn dieses Verhalten von anderen Nutzern bereits vorgelebt wurde (Orientierung an anderen). Shitstorms können als Art der veröffentlichten Empörung gedeutet werden, die sich gerade durch die Veröffentlichung aneinander steigert. Man hat das Gefühl, eine größere Menge an Menschen stößt sich kollektiv an einem Thema oder einer Person. Dass die Menge der sich empörenden Akteure allerdings größer und damit gewichtiger durch das Internet geworden ist, bleibt fragwürdig. Vielmehr kann man sich einen Shitstorm als die Veröffentlichung vernetzter Stammtischgespräche vorstellen, die dazu noch aufeinander referenzieren und sich gegenseitig steigern. Gerade bei Shitstorms ist eine signifikant erhöhte Menge an Fehlinformationen zu beobachten.

In einer Studie auf der Website der englischen Tageszeitung „The Guardian“ wurden die Hintergründe zu den sog. London Riots von 2011 untersucht.⁴³⁶ Im Rahmen der Untersuchung wurden auch 2,6 Millionen Tweets ausgewertet, um festzustellen, wie schnell sich Fehlinformationen ausbreiten und wie hoch die Korrekturfunktion im Medium Twitter ist. Unter dem Titel „Riot rumours: how misinformation spread on Twitter during a time of crisis.“⁴³⁷ wurde u. a. die Ausbreitung einer Meldung auf Twitter untersucht, die besagte, dass ein Tiger aus dem Zoo entflohen sei. Anhand der Visualisierung ist gut zu erkennen, dass kurz vor dem

⁴³⁴ Ein Beispiel ist das Meme „Wulff-Filme“, eines der ersten Polit-Meme 2012. Die Titel bekannter Spielfilme wurden von Twitter-Nutzern aufgegriffen und inhaltlich auf die Affäre um Christian Wulff angepasst. Aus dem Blockbuster „Der mit dem Wolf tanzt“ wurde „Der sich den Wulff tanzt“, „Einer flog über das Kuckucksnest“ wurde in „Einer flog übers Eigenheim“ uminterpretiert. Vergl. gutjahr (verschiedene Autoren) 2012: <<http://gutjahr.biz/2012/01/50-wulff-filme>> (27.04.2012)

⁴³⁵ vergl. Wikipedia 2012: Shitstorms. <<http://de.wikipedia.org/wiki/Shitstorm>> (27.04.2012)

⁴³⁶ vergl. the Guardian online (o. V.) 2012: Reading the riots: Investigating England's summer of disorder. <<http://www.guardian.co.uk/uk/series/reading-the-riots>> (27.04.2012)

⁴³⁷ vergl. the Guardian online (Procter, Rob; Vis, Farida und Voss, Alex) 2012: Riot rumours: how misinformation spread on Twitter during a time of crisis. <<http://www.guardian.co.uk/uk/interactive/2011/dec/07/london-riots-twitter>> (27.04.2012)

Höhepunkt der Kettenreaktion solche Meldungen überwiegen, die den Inhalt unterstützen (grün) und jene, die der Meldung keinen Glauben schenken (rot), weitgehend verdrängen. Der *Point of no Return* ist hier schon überschritten und Zustand 4 (*Kettenreaktion von other directed Agents*), sprich eine „selbsterhaltende Kettenreaktion von gleichgeschalteten Handlungen mit einhergehendem Verlust der Wirklichkeitsrelation der Akteure“⁴³⁸, ist erreicht. Kurz darauf ist die Energie verbraucht, die kritischen Stimmen setzen sich durch und es kommt zur Termination des Prozesses. Anhand der Entwicklung von Gerüchten online ist auch nochmal ersichtlich, dass Beziehungsnetzwerke (wie z. B. in Facebook oder Twitter) Vertrauensnetzwerke erzeugen. Das heißt, dass von der Persönlichkeit auf den Inhalt geschlossen wird. Es findet ein Vertrauensübertrag von Nutzer zu Nutzer statt, der den Inhalt als vertrauenswürdig erscheinen lässt, ohne dass die Quelle kritisch geprüft wird. Diese Vertrauensübertragung begünstigt die Selbstreferenzialität innerhalb des massenpsychologischen Ansteckungsprozesses.

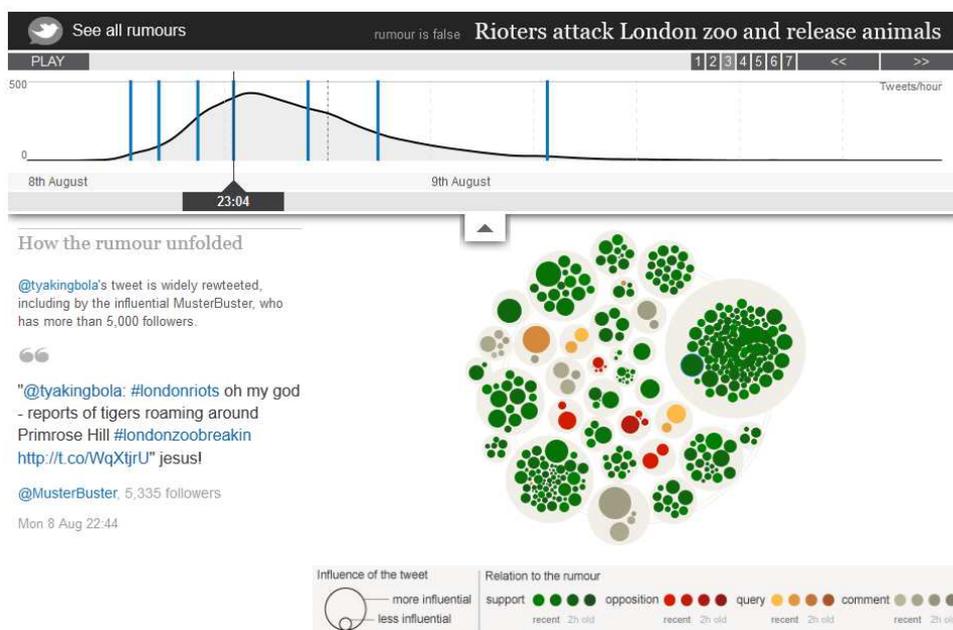


Abbildung 4-11: Rioters attack London zoo and release animals⁴³⁹

Social Campaigning wurde im vorangegangenen Kapitel rudimentär als eine strategische Platzierung von Themen im Internet als initiales Moment durch eine gut vernetzte Gruppe oder Organisation, die über das dazu nötige inhaltliche wie technische Wissen und bereits vorhandene Verteilungsknoten verfügt, definiert. Die Informationskaskaden bilden einen wesentlichen Bestandteil von Online-Kampagnen, deren Mechanismen wiederum in fast allen beobachteten Fällen den Nukleus eines Internet-Tsunamis bilden. Hieraus lässt sich auch die schon erläuterte Formatierung der Inhalte ableiten, die auf möglichst einfache kognitive

⁴³⁸ Russ 2010: S. 262

⁴³⁹ the Guardian online (Procter, Rob; Vis, Farida und Voss, Alex) 2012: Rioters attack London zoo and release animals. <<http://www.guardian.co.uk/uk/interactive/2011/dec/07/london-riots-twitter>> (27.04.2012)

Verarbeitung angelegt sind, emotional aktivieren und zur Weiterleitung anregen sollen, damit eine Informations-Kaskade entstehen kann. Die Inhalte sind teils hochpersuasiv und zielen auf die Vermeidung intellektueller Prozesse ab. Das Anonymous-Video im Fall ACTA, die Bilder des erschlagenen Khaled Said oder das Kampagnenvideo Kony2012 gleichen sich in diesem Mechanismus, differieren aber im Grad der Beeinflussung. Alle diese Inhalte könnten auch als Meme innerhalb eines Internet-Tsunamis bezeichnet werden, sowie auch jeder Netz-Tsunami von aufkommenden und wieder abflachenden Shitstorms begleitet wird. Besonders aber finden sich die zu Anfang von Russ aufgezeigten Rahmenbedingungen bestätigt. Eine kleine, selbstgesteuerte Gruppe (*Dominante Minderheiten*) nutzt strukturelle Verschiebungen und das Fehlen gesicherter Erfahrungswerte (*Displacements und „No-Data“-Situation*) dazu aus, gezielt Informationen verpackt in Kampagnen im Internet zu platzieren, um eine Kettenreaktion auszulösen. Mit der zunehmenden Orientierung an anderen und der damit einhergehenden Selbstreferenzialität werden die Akteure fremdgesteuerter, da die kritische Durchdringung im Verlauf immer weiter abnimmt, bis zu einem Punkt, an dem die Masse in Hysterie umschlagen kann. Zusammenfassend darf also behauptet werden, dass Massenkommunikationsphänomene im Internet primär durch die Emotionalisierung von Themen zustande kommen.

Wo die Russ'sche Betrachtung nun aufhört, nämlich bei der Termination der Online-Crowd, setzt in unserer Betrachtung, kurz vor der Auflösung der Online-Masse, ein Transformationsprozess dieser in eine Offline-Masse ein. Folgt man weiter dem hier erläuterten Mechanismus, so kann Folgendes abgeleitet werden. Bereits beim Initiieren einer massenpsychologischen Kettenreaktion online scheint der Zeitpunkt entscheidend zu sein, wie im Fall Ägypten erläutert wurde. Auch bei der Überführung der Online- in eine Offline-Masse spielt der Zeitpunkt eine große Rolle, da die Überführung nicht zu früh, also vor Zustand 4 (*Kettenreaktion von other directed Agents*), erfolgen darf. Der *Point of no Return* muss überschritten sein. Da sich die massenpsychologische Reaktion ab hier jedoch drastisch beschleunigt und sich somit schnell dem Zerfall nähert, muss vorher der entscheidende Impuls zu einer Offline-Aktivität gesetzt werden, um die Masse zu transformieren. Ist dies geglückt, setzt die ebenfalls im vorangehenden Kapitel erläuterte On-/Offline-Wechselwirkung ein. Hier erfolgt die für eine massenpsychologische Reaktionen so wichtige Energiezufuhr gleich aus mehreren Quellen: Es kommt nicht nur zu Selbstrückkopplungseffekten online, die durch eine Schwemme an User Generated Content von den Offline-Aktivitäten noch verstärkt wird, sondern auch Mundpropaganda und die Berichterstattung durch traditionelle Medien werden zu starken Energielieferanten. Gerade die Wechselwirkungen zwischen On-/Offline-Massen und der Medienberichterstattung verdichten ein Thema derart, dass es als vermeintlich omnipräsent in den Köpfen der Beteiligten erscheint, was wiederum dazu führt, dass sich die Beteiligten und damit das Phänomen aneinander extrem steigern.⁴⁴⁰ Hierfür sind die Fälle ACTA und Occupy signifikante Beispiele.

Aus psychologischer Sicht erscheinen Online-Massenphänomene extrem anfällig für Fehlinformation und Manipulation. Ein massenpsychologischer Mechanismus ist laut Russ die Orientierung an anderen und eine Sogwirkung, die von Massen ausgeht. Im Internet sei die

⁴⁴⁰ vergl. Interview 37

Gefahr aufgrund der Geschwindigkeit, der Vernetzungsdichte und des Vertrauensübertrages enorm hoch, so dass Sogwirkung und Orientierung an Anderen in Hinsicht auf die gezielte Verbreitung von Fehlinformation greifen. Begünstigt wird dies durch das Fehlen einer Zwischenwelt, die Geschwindigkeit hemmt und Abnutzung von Informationen sicherstellt. Online ist außerdem die Sogwirkung nicht lokal begrenzt, sondern kann durch die weltweite Vernetzung global erfolgen.⁴⁴¹

Des Weiteren wies Russ darauf hin, dass Manipulierbarkeit und Ablenkung dem Menschen inhärent seien und erläuterte wie folgt.⁴⁴² Tatsächlich bewerkstelligen es wohl nur wenige geniale Persönlichkeiten, alle Wahrscheinlichkeiten und Eventualitäten eines Problems zu erfassen und diese in eine konkrete Lösungsfindung zu überführen. Menschen bräuchten Idole, die ihnen vorgeben, was gut oder richtig ist. Diese Werte würden als eigene Entscheidung adaptiert, was zu einer geistigen Entlastung führe. Es müsste erlernt werden, Wissen und Fakten von Unwahrheiten zu unterscheiden, Gerüchte, Ängste und Vorurteile zu kontrollieren und zu mäßigen. Daraus ließe sich abschließend ableiten, dass der kritische Umgang mit neuen, partizipativen Medien vehement gestärkt werden muss. Bei konkreten Phänomenen müssten der Hintergrund, die Initiatoren und die Nutznießer sichtbar gemacht werden. Die übergeordnete und zuvorderst zu stellende Leitfrage für Russ lautet: Wer profitiert davon? Im gleichen Maße müssten die Korrekturfunktionen online ausgebaut werden, so dass sich Menschen mit gemeinsamen Visionen zusammenfinden und aufklärerische Gegenbewegungen bilden. Darüber hinaus sollten auch Authentifizierungs- und Akkreditierungsmechanismen hinterfragt werden (Stichwort Web of Trust). Durch die zusätzlichen Beschleuniger, Multiplikatoren und Feedbackschleifen im Internet seien eine frühzeitige Erkennung und Richtung von Massenphänomenen und damit auch von Manipulation extrem schwierig auszumachen. Aufgrund mangelnder intellektueller Durchdringung, Leichtgläubigkeit und Kritiklosigkeit könnten Pseudo- und Fehlinformationen schnell zu vollwertigen Wahrheiten mutieren, die schlussendlich das Handeln der Menschen ganz real beeinflussen können. Die dringliche Frage hier sei jene nach Verbindlichkeit und Identität der online agierenden Agents.

⁴⁴¹ vergl. Interview 07

⁴⁴² ebd.

4.5 Der Tsunami-Effekt

Mit Tsunami-Effekt ist eine Abfolge verschiedener On- wie Offline-Mechanismen unter bestimmten Rahmenbedingungen gemeint, die signifikant zur Entstehung eines Internet-Tsunamis beitragen, diesen aber nicht zwangsläufig auslösen müssen. Die einzelnen Mechanismen sind nicht singulär zu betrachten, da sie innerhalb eines komplexen Kommunikationssystems konkret aufeinander Bezug nehmen, miteinander in Wechselwirkung treten und zueinander in Abhängigkeit stehen. Im Wesentlichen handelt es sich um eine Kombination verschiedener psychologischer, technologischer und kommunikativer Prozesse in On- und Offline-Medien (worunter auch Mundpropaganda zu zählen ist), die aufgrund medial inszenierter Inhalte in Gang gesetzt werden.

In den voranstehenden Kapiteln wurden Kampagnenmechanismen, Wechselwirkungen zwischen Mediensystem und der On-/Offline-Sphäre wie auch massenpsychologische Abläufe aufgezeigt. Außerdem wurden innerhalb der Fallstudien konkret auf die gesellschaftlichen, politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Rahmenbedingungen, die sog. Klima-Faktoren, hingewiesen, die für die jeweilige Entwicklung der untersuchten Internet-Tsunamis als notwendig evaluiert wurden. Im Folgenden sollen die Ergebnisse der Exploration und Analyse konsolidiert und um Metriken ergänzt werden. Abschließend wird sich noch der Frage gewidmet, warum es sich bei Internet-Tsunamis um ein relativ junges Phänomen handelt, welches immer häufiger und in zunehmend kürzeren Intervallen auftritt.

Die folgende Grafik beschreibt eine Ablaufheuristik, die im Weiteren genauer erläutert wird. Hierbei handelt es sich um eine Theorie auf Grundlage der Ergebnisse der Exploration und der Analyse.

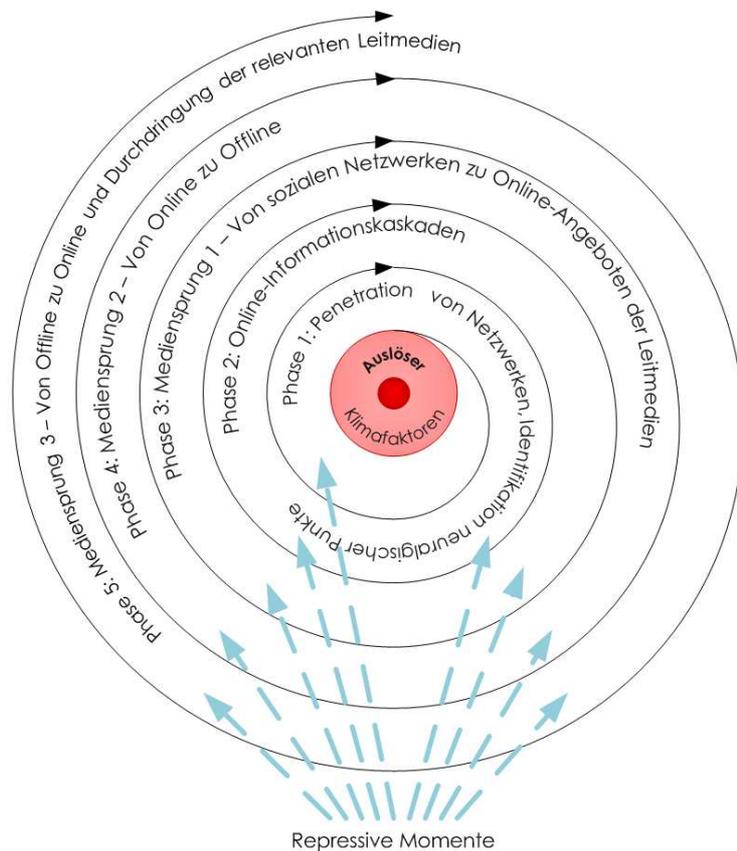


Abbildung 4-12: Die Internet-Tsunami-Spirale

Auslöser und Rahmenbedingungen

Der Auslöser eines Internet-Tsunamis ist in der realen Welt, also der Offline-Sphäre zu verorten. Dieser kann nur rückwirkend betrachtet werden, da er im Moment seines Auftretens online nicht erkennbar ist. Ein Auslöser (Input-Funktion) wurde als ein punktuelleres Geschehnis (Bsp.: Erste Plagiatsvorwürfe, Selbstverbrennung Bouazizis) oder eine Verkettung von Geschehnissen definiert, die auf ein entsprechend förderliches gesellschaftspolitisches Klima treffen, wie zum Beispiel vorherrschende sozioökonomische Zustände (Bsp.: Ägypten, Occupy). Der Realkontext variierender Vor- und Rahmenbedingungen ist für die Erklärung des jeweiligen Verlaufs entscheidend (siehe Klima-Faktoren und Input-Funktion der Fallstudien). Erst durch die Transformation eines Offline-Geschehnisses in einen digitalen Inhalt, wird ein Auslöser im Internet gesetzt und kann folglich auch betrachtet werden. Hierbei ist es nochmal wichtig zu erwähnen, dass ein Internet-Tsunami zwangsläufig aus Medieninhalten besteht (Text, Audio, Bild, Bewegtbild), die in den Binärcode überführt wurden (digitalisiert) und eine sinnstiftende Funktion besitzen. Jedes einzelne Kommunikat der Nutzer innerhalb eines

Massenkommunikationsphänomens wie dem Internet-Tsunami wird hier als mediales Artefakt verstanden.

Der Auslöser fungiert als maßgeblicher Impuls und Initialzündung, eine Art der initialen Energie, aufgrund derer weitere Mechanismen in Gang gesetzt werden. Inhaltlich stellt dieser immer ein Anliegen dar, das gegen einen bestehenden Zustand gerichtet zu sein scheint. Die reaktive, negative Komponente scheint hier zur Bündelung von Energien sehr wichtig zu sein. Keiner der untersuchten Fälle basiert auf einem Anliegen, das nicht konkret auf einem als negativ gewerteten Zustand bezogen ist. Es scheint der öffentlichen Artikulation eines klaren und eindeutigen „Feindbildes“ zu bedürfen, auf das sich divergierende Nutzergruppen mit Interessen und Positionen beziehen können.

Der Auslöser besitzt demnach eine „vereinende“ Funktion. Der auslösende Moment ist zunächst eine Verdichtung eines ganzen Komplexes an Geschehnissen zu einem Inhalt, der die primäre Funktion besitzt, Nutzer emotional zu aktivieren. Dieser Inhalt (Bsp.: Video über Bouazizis Selbstverbrennung, Foto des erschlagenen Khaled Said) unterliegt stets der Interpretation durch den Nutzer, der den Inhalt individuell deutet. Der Inhalt hat eine Stellvertreterfunktion insofern, dass er exemplarisch für einen Gesamtzusammenhang steht und seinen Kontext implizit mittransportiert. Das Foto vom erschlagenen Blogger Khaled Said stand stellvertretend für die gesamte politische Situation im vorrevolutionären Ägypten, ebenso wie das von der Occupy-Bewegung proklamierte Motto „We are the 99 %“. Letzteres impliziert, dass es sich um die Position der überwiegenden Mehrheit der Bevölkerung handelt und selbige betrifft. Der Inhalt wird derart formatiert, dass dieser eine bestimmte Lesart bzw. Wirkungsweise intendiert, um Deutungshoheit zu einem Thema zu erzeugen (siehe Anti-ACTA-Video von Anonymous oder Kony2012). Es handelt sich also um einen taktisch-funktionalen Inhalt, der zunächst die Emotionen und nicht das kritische Urteilvermögen des Nutzers anspricht. Neuere Forschungsarbeiten, die kognitionswissenschaftliche Erkenntnisse mit politischen Entscheidungsprozessen und Kampagnen, zum Beispiel bei Wahlen oder parlamentarischen Entscheidungen, in Verbindung setzen, belegen, dass Emotionen eine maßgebliche Rolle für das Treffen politischer Entscheidungen spielen. Dabei werden Emotionen durch Bilder und die damit verbundenen narrativen Verknüpfungen determiniert.^{443 444} Inhalte sind demnach zur emotionalen Aktivierung oft drastischer Natur und persuasiv gehalten; formal richtet sich die Inszenierung danach, welche Adressatengruppen angesprochen werden sollen (Bsp.: Ästhetik der Kony2012-Kampagne ist auf eine junge Nutzergruppe zugeschnitten).

Phase 1: Penetration von Netzwerken, Identifizierung neuralgischer Punkte

Für die Setzung des Inhalts ist das Timing entscheidend, das sich maßgeblich nach dem gesellschaftspolitischen Klima richtet. Hier spielt auch der Zufall eine fundamentale Rolle. Nahezu stündlich versuchen Nutzer im Internet Empörungswellen auszulösen. Der

⁴⁴³ Westen, Drew 2007: The Political Brain. The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation. New York: Public Affairs

⁴⁴⁴ Lakoff, George 2008: The Political Mind. A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and its Politics. London: Penguin Books

Überwiegende Großteil dieser Versuche führt zu keinem Ergebnis. Einige wenige entwickeln sich zu kurzfristigen Hypes. Darum sind strategische Komponenten, wie sie im Kapitel 4.1) erläutert wurden, von großer Bedeutung. Diese sorgen für Nachhaltigkeit und die gezielte Steuerung von Aufmerksamkeit, als Maßnahme gegen die Flüchtigkeit von Inhalten, die im Internet per se gegeben ist. Mittels emotionaler Aktivierung durch einen initial gesetzten Inhalt wird Energie erzeugt. Wie in Kapitel 4.3 erläutert, wird bei einem Internet-Tsunami eine massenpsychologische Kettenreaktion ausgelöst, die einer beständigen Energiezufuhr bedarf. Stillstand führt zu einer Energieabnahme bzw. einem Energieverlust. Geschwindigkeit und der zeitliche Verlauf sind daher von entscheidender Bedeutung. Grundsätzlich stellt jeder Nutzer mitsamt seinem persönlichen Mikronetzwerk eine potenzielle Energiequelle dar und fungiert als ein Katalysator innerhalb der Reaktion. Da so viele Mikronetzwerke wie möglich penetriert werden sollten, ist hier die Adressierung möglichst divergierender Nutzergruppen entscheidend. Bleibt das Anliegen in einem Interessenskreis verhaftet, so überschneiden sich die Mikronetzwerke der einzelnen Nutzer, was einen weiteren Anstieg der Energie verhindert, da weniger neue Nutzer in die Reaktion eintreten. Um Nutzermassen zu aktivieren, muss der initiale Inhalt in eine Vielzahl voneinander abweichenden Mikronetzwerken distribuiert bzw. multipliziert werden. Hierfür ist es sinnvoll, Schlüsselfiguren bzw. Knotenpunkte als neuralgische Punkte im Internet zu identifizieren und diese gezielt mit einem Inhalt zu adressieren. In anderen Fällen reicht eine einzige Distribution von einem einzelnen Nutzer aus, um eine erste Welle auszulösen. Ein strategisches Vorgehen kann die Entstehung eines Internet-Tsunamis fördern, ist jedoch kein Garant für dessen Auslösung. Auch wenn einzelne taktische Komponenten oder sogar ganze Strategien in allen hier betrachteten Fällen nachgewiesen werden konnten, gibt es keine generelle Strategie zur Auslösung von Internet-Tsunamis. Trifft ein Inhalt auf ein bereits aufgeheiztes gesellschaftspolitisches Klima, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit für die Entwicklung eines Internet-Tsunamis signifikant.

Phase 2: Online-Informationskaskaden

Die Setzung eines Auslösers hat dann funktioniert, wenn selbiger eine erste Online-Informationskaskade (Bsp.: Shitstorm und Meme) ausgelöst hat, so dass bereits eine größere Anzahl von Nutzern für ein Thema aktiviert wurde. Im Folgenden werden weitere Inhalte gesetzt (Anschlusskommunikation), die ebenfalls weitere Informationskaskaden und verstärkt positive Feedback-Loops provozieren. Das Internet begünstigt durch seine Struktur und die einfache Weiterverbreitung von Inhalten (Sharing-Funktionen) die Bildung von Informationskaskaden. Es hat sich im Rahmen der Fallstudien gezeigt, dass der Wahrheitsgehalt von Informationen nicht entscheidend für deren Verbreitung ist. Oftmals finden ungeprüfte Behauptungen, Vermutungen und Fehlinformationen Eingang in Informationskaskaden. Potenziell können die falschen Informationen jedoch genauso schnell wieder korrigiert werden, wie sie sich ausgebreitet haben.⁴⁴⁵

Schlüsselrolle bei der Verbreitung von Informationen spielen hierbei die reichweitenstarken Blogs und die sog. A-Blogger, da diese über starke Netzwerke verfügen, in denen sich meist weitere technisch hochaffine Nutzer befinden, die sich auch höherschwelliger Produktionsmittel zur Herstellung medialer Inhalte bedienen können. Manche produzieren und

⁴⁴⁵ Sunstein, Cass R. 2007: Republic.com 2.0. New Jersey: Princeton University Press, 86 - 90

distribuierten aufwendigen themenbezogenen Inhalten (maßgeblich auf Blogs und Videoportalen) und setzen weitere Websites samt Verweisungsstrukturen zu bereits bestehenden Online-Angeboten im selben Themenkreis auf. Andere leiten diese Inhalte in soziale Netzwerke weiter (Facebook, Twitter, Social Bookmarks) oder generieren neue Inhalte aus den bereits bestehenden (Remix). Und wieder andere bedienen sich lediglich der Kommentarfunktion. Eine zunehmende Zahl an Nutzern tritt in die Kommunikation über das Thema ein. Auf der inhaltlichen Ebene wird die kritische Reflexion zugunsten einer psychologischen Überreaktion zurückgedrängt, aufgrund der Ausbildung eines zunehmend selbstbezogenen Referenzsystems, da die Nutzer damit beginnen, sich des Inhalts eines anderen Nutzers als Quelle zu bedienen. Hier kann die Entstehung eines Internet-Tsunamis bereits aktiv mitverfolgt werden. Der initiale Auslöser wird meist noch mittransportiert, hat aber an Wichtigkeit verloren, da jeder weitere Medieninhalt ebenfalls eine neue Welle von Inhalten im Rahmen der Selbstreferenzialität auslösen kann.

Phase 3: Mediensprung 1 – Von sozialen Netzwerken zu Online-Angeboten der Leitmedien

Eine erhöhte Anzahl aktiver Nutzer an eigens eingerichteten Knotenpunkten (Facebook-Fanpages, Kampagnen-Websites) kann festgestellt werden. In diesen virtuellen Schutzzräumen entstehen positive Online-Masseneffekte (Sicherheit, Kollektivgefühl, Selbstaufschaukelung), so dass sich die Nutzer untereinander motivieren können und zusätzliche Energie freigesetzt wird. Entscheidend ist die Herstellung einer solchen Online-Masse für die spätere Offline-Aktivierung der Nutzer. Bis jetzt wurde die Online-Sphäre noch nicht verlassen, der überwiegende Großteil der Online-Massenreaktion beschränkt sich auf Clicktivism, die Multiplikation der von Nutzern generierten Inhalte. Einzelne Online-Portale klassischer TV-, Radio- und Printformate werden auf das Thema aufmerksam, sei es durch Recherche der Redakteure (Monitoring aktueller Netzthemen) oder gezielte Penetration durch die Initiatoren. Ist die Durchdringung der ersten Online-Plattformen klassischer Medienformate geglückt, setzt eine erste Wechselwirkung zwischen Social-Media und klassischen Online-Portalen ein. Letztere sind für den Internet-Tsunami von fundamentaler Bedeutung, da sie das Thema einem größeren Nutzerkreis bekannt machen, der dem Tsunami weitere Energie zuführt. Von den Online-Portalen wird das Thema von den Nutzern in die Mikronetzwerke multipliziert, weitere, divergierende Nutzergruppen werden penetriert und fungieren als Energielieferanten für den entstehenden Tsunami. Sind erst einmal einige wichtige Online-Portale reichweitenstarker Nachrichtenformate auf das Thema aufmerksam geworden und haben selbiges redaktionell verarbeitet, kommt es meistens zu einem Dominoeffekt und die restlichen Nachrichtenformate folgen. Dieser Prozess vollzieht sich dann rasant, dem Aktualitätsdogma der traditionellen Berichterstattung geschuldet. Die ersten Informationskaskaden in sozialen Medien dienen vorrangig der Penetration der Online-Portale großer Nachrichtenagenturen. Wird das Thema redaktionell aufgearbeitet, erhöht sich die Relevanz desselben erheblich. Die Wechselwirkung verstärkt die Selbstreferenzialität, die dem Thema aus sich heraus fortwährend neue Energie zuführt und weitere Nutzergruppen anzieht. Gerade die traditionellen Medienformate bedienen divergierende Nutzergruppen, so dass ein Thema breitenwirksam werden kann.

Phase 4: Mediensprung 2 – Von Online zu Offline

Die nächste Phase beschreibt die Durchdringung der Offline-Sphäre, die wiederum eine weitere Durchdringung der Medien als primäres Ziel hat. Bleibt ein Internet-Tsunami in der Online-Sphäre verhaftet, kommt es früher oder später zum Zerfall der Nutzermasse, die an einigen Knotenpunkten konsolidiert wurde. Die erfolgreiche Transformation einer Online- in eine Offline-Masse ist wiederum von den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen abhängig und erfordert ein genaues Timing. Wie in Kapitel 4.2 erläutert, stellt die Offline-Masse eine physische Verbindlichkeit zum Thema her und verleiht diesem ein gesteigertes Maß an Wichtigkeit und damit gesellschaftliche Relevanz. Eine weitere Wechselwirkung soll erreicht werden, diesmal mit den Offline-Medien wie TV, Radio und Print. Hierbei gilt, je mehr Menschen sich offline an einer Aktion (meist Demonstration) beteiligen, umso höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Offline-Medien darüber berichten. Relevanzkriterium ist immer der rein quantitative Wert. Zusätzlich wird ein Mechanismus der Mundpropaganda in Gang gesetzt, der fern aller Medieninszenierungen einer der wichtigsten und am wenigsten nachzuverfolgenden überhaupt ist.

Phase 5: Mediensprung 3 – Von Offline zu Online und Durchdringung der relevanten Leitmedien

Kam ein Offline-Event zustande, so wird meist in dessen Rahmen ein hohes Maß an von Nutzern generierten Inhalten (Fotos und Videos) erzeugt, die wiederum in alle bereits durchdrungenen und neuen Online-Kanäle distribuiert werden. Kam es zu einer Berichterstattung der Offline-Medien (allen voran TV), kann das Thema als gesetzt und gesamtgesellschaftlich relevant gewertet werden. Die Inhalte der Offline-Medien werden in deren Online-Verlängerungen distribuiert, diese werden wiederum in die sozialen Medien überführt und schreiben sich dort fort. Sind die relevantesten, sprich reichweitenstärksten Medien on- wie offline durchdrungen, kann von einem Internet-Tsunami gesprochen werden. Auch wenn die Online-Sphäre im Zuge eines Offline-Events verlassen wird, müssen diese im Rahmen der Internet-Tsunamis doch aufgrund der On-/Offline-Wechselwirkungen mitbetrachtet werden, da die Offline-Events als mediale Entsprechungen in die Online-Sphäre wieder überführt werden. Hat das Thema eine gesamtgesellschaftliche Relevanz erreicht, kann versucht werden, die Wechselwirkungen aufgrund beschriebener Mediensprünge⁴⁴⁶ zwischen Offline-Welt (Mundpropaganda, Demonstrationen, Print, TV) und Online-Welt (Online-Portale TV & Radio, Online-Portale Print, Social Media) so lange aufrechtzuerhalten, bis realpolitische Maßnahmen als Reaktion folgen.

Wichtige Energiezufuhr: Das Repressive Moment

Ein wichtiger Energielieferant ist das im Rahmen dieser Studie identifizierte repressive Moment. Damit ist ein Akt der Repression gemeint, der gegen das Anliegen und seine Vertreter gerichtet ist. Die Art der Repression ist vielfältig. Diese kann von einem offiziellen Dementi (zu Guttenberg) über die Abschaltung technischer Strukturen (Ägypten) bis hin zu Sanktionen (Occupy) oder offener Gewalt (Arabischer Frühling) reichen. Die Repression kann punktuell

⁴⁴⁶ vergl. auch **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**

oder durchgängig erfolgen, on- wie offline. Entscheidend ist, dass diese in allen beobachteten Fällen kontraproduktiv im Sinne der Unterdrückung eines Massenphänomens wie dem Internet-Tsunami wirkt. Vorfälle in der Offline-Sphäre (z. B. Polizeigewalt) werden in Medieninhalte transformiert. Die nunmehr medial inszenierte Repression setzte in allen beobachteten Fällen neue Wellen der Empörung frei und führte zu einem Anstieg und der inhaltlichen Verschärfung weiterer, von Nutzern produzierten, medialen Inhalte, die sich auf das repressive Moment beziehen. Es kommt zu einer drastischen Emotionalisierung des Themas, was der On- wie Offline-Masse, als politische „Bewegung“ verstanden, zusätzlich ein hohes Maß an Energie zuführt. Ein repressives Moment führt dazu, dass die noch unentschlossenen und zögernden Nutzer in das Massenphänomen „eintreten“. Der Umschlag in eine Hysterie wird hier wahrscheinlicher. Aufgrund ihrer starken, Energie zuführenden Wirkung werden solche Momente von den Initiatoren, also jener Gruppe, die ihr Partikularinteresse einer weiteren Öffentlichkeit bekannt machen möchte, um realpolitische Reaktionen zu erzwingen, oftmals provoziert⁴⁴⁷. Die medialen Inszenierungen der repressiven Momente besitzen ähnlich wie der Auslöser eine Stellvertreterfunktion für den gesamten Komplex (z. B. steht der pfeffersprühende Polizist John Pike stellvertretend für die Ungerechtigkeit und Hilflosigkeit des gesamten Systems, das dieser in persona vertritt). Hier ist auch die vermeintliche physische Zeugenschaft von großer Bedeutung, derer das Gros der Nutzer in Form von UGC gewahr wird. Die Nutzer „erleben“ die Repression lediglich als medialen Inhalt, also fern jeder physischen Zeugenschaft, billigen diesem jedoch automatisch einen erhöhten Wahrheitsgehalt zu.

Die klassischen Medienformate sind gezwungen, das Geschehnis ebenfalls aufzuarbeiten. Selbst wenn diese zu anderen, mitunter kritisch reflektierten Schlüssen kommen, ist doch das pure Ereignis die wesentliche Information, die beim Nutzer hängenbleibt. Wieder ist das Bild auf seinen reinen Nutzwert reduziert. Somit kann durch eine Provokation einer Repression das bestehende Mediensystem ebenfalls als Energielieferant innerhalb eines Internet-Tsunamis instrumentalisiert werden. Wie bereits beschrieben, kann die Repression verschiedene Formen annehmen, von schlichter Leugnung über Informationsunterdrückung und Zensur bis hin zu staatlicher Sanktionierung auf legislativer und exekutiver Ebene. Sie kann technologischer, medialer und physischer Art sein.

Die grundlegenden Bedingungen für einen Internet-Tsunami sind Verteilungsgeschwindigkeit, Netzwerkreichweite, Diversität von Nutzern und ihrer Mikronetzwerke, bestehende Knotenpunkte (große soziale Netzwerke wie Facebook), Multiplikation der Inhalte und die zunehmende Durchdringung von on- und offline-Medienystemen. Ein vereinfachter und beispielhafter Ablauf eines Internet-Tsunamis gestaltet sich wie folgt:

1. Aus den sozioökonomischen, wirtschaftlichen, kulturellen und/oder politischen Gegebenheiten werden Kerninformationen abgeleitet (Kontextanalyse).
2. Unter Berücksichtigung des Kontext wird ein Anliegen formuliert, dass sich gegen einen vorherrschenden Zustand richtet.

⁴⁴⁷ vergl. Interview 08

3. Divergierende Gruppen werden identifiziert, um deren bereits vorhandene Energien zu nutzen und zu verstärken.
4. Knotenpunkte bzw. neuralgische Punkte im Internet werden identifiziert.
5. Das Anliegen wird in eine oder mehrere einfach zu rezipierende Botschaften umgewandelt, die gezielt die identifizierten Gruppen wie auch neue Nutzergruppen emotional aktivieren sollen.
6. Die Botschaften werden medial inszeniert. Die mediale Inszenierung richtet sich nach ihrem Nutzwert. Sie unterstehen dem Diktum der Komplexitätsreduktion (Verdichtung) und zielen auf emotionale Rezeption. Eine Ästhetisierung als UGC schafft Vertrauen, da die Inhalte dokumentarisch und authentisch wirken.
7. Die medialen Inhalte können Teil einer übergeordneten Kampagnenstruktur sein. Die Kampagne zielt auf die Verteilungslogiken und das Crowd-Verhalten der Nutzer im Internet. Zusätzlich wird die Produktion von UGC angeregt (durch Schablonen wie vorgefertigte One-Liner, Etablierung von Hashtags, Inhalte für Remix).
8. Der Auslöser wird im Internet gestreut. Erste Informationskaskaden entstehen und die Internetkommunikationsstrukturen dienen als Katalysatoren.
9. Eine erste Form der Online-Masse entsteht. Diese wird als „Bewegung“ instanziiert, um einen Mechanismus der Identifikation zu etablieren.
10. Die Online-Masse produziert verschiedene Formen von UGC. Weitere Teile des Internets werden durchdrungen, die Online-Masse wächst. Die zunehmende Geschwindigkeit der Massenreaktion führt zu einer fortschreitenden Reduktion kritischer Reflektion.
11. Nutzer konsolidieren sich an Knotenpunkten (Websites). Positive Masseneffekte setzen ein, die Nutzer bestätigen sich aneinander und schaukeln sich gegenseitig auf. Die Identifikation mit dem Thema nimmt zu.
12. Erste Berichterstattungen durch Online-Portale von Print, TV und Radio folgen. Erste Wechselwirkungen zwischen Online-Portalen und Social Media sind zu beobachten. Weitere Nutzergruppen treten in die Massenreaktion ein.
13. Ein Event in der Realwelt wird angestrebt, um eine Durchdringung der Offline-Medien herbeizuführen.
14. Eine Aktion in der Offline-Sphäre verstärkt die aufkommende Mundpropaganda.
15. Dokumentiertes Material (UGC) des Real-World-Activism wird online distribuiert und multipliziert.

16. Zunehmende Berichterstattungen durch Offline-Medien können beobachtet werden. Das Thema wird gesellschaftlich relevant. Weitere Nutzergruppen treten in die Massenreaktion ein.
17. Wechselwirkungen zwischen Online-Portalen, Social Media und Offline-Medien. Weitere Nutzergruppen treten in die Massenreaktion ein.
18. Mögliches repressives Moment beschleunigt das Wachstum der On- wie Offline-Masse.
19. Ab dem Punkt, an dem alle relevanten Leitmedien durchdrungen sind, kann von einem Internet-Tsunami gesprochen werden.

Es wurde bereits häufiger erwähnt, dass ein Internet-Tsunami im Moment seines Erkennens einem Massenphänomen in der Horizontalen der Gesellschaft ähnelt. In den hier betrachteten Fällen jedoch konnte bei jedem Internet-Tsunami eine kleine Gruppe von Personen identifiziert werden, die zunächst ein Partikularinteresse verfolgten und versuchten, dieses mittels des nötigen Know-hows auf technologischer, inszenatorischer und gesellschaftspolitischer Ebene einer größtmögliche Masse von Nutzern bekannt zu machen. Es muss jedoch ausdrücklich festgehalten werden, dass nicht jeder Internet-Tsunami Ergebnis einer strategischen Operation ist. Kampagnenstrukturen fördern Internet-Tsunamis im Sinne einer Wahrscheinlichkeitserhöhung, sind aber keinesfalls ein Garant für deren Entstehen. Oftmals geschieht die Auslösung erster Informationskaskaden zufällig und wird von einer Interessensgruppe erst nachträglich instrumentalisiert. Das oben aufgeführte Schema soll keine kausalmechanistische Beziehung aufzeigen, da sich ein Internet-Tsunami nicht linear entwickelt. Außerdem ist die Betrachtung eines Internet-Tsunamis zum jetzigen Zeitpunkt nur retrospektiv möglich. Darum sind die Einzelpersonen oder Interessensgruppen, die möglicherweise hinter einem Internet-Tsunami stehen, wenn überhaupt, auch nur retrospektiv zu ermitteln. Ob deren Anliegen nun redlich sind im Sinne einer Verbesserung von als negativ empfundener gesellschaftspolitischer Zustände, kann nicht durch eine Analyse von Internet-Tsunamis geklärt werden. Darüber hinaus ist der Rückschluss von einer Online-Identität auf eine Offline-Identität, also auf einen realen Nutzer samt dessen Zielen und Intentionen, per se nicht möglich.

Grundsätzlich darf jedoch behauptet werden, dass sich für nahezu jedes gesellschaftspolitische Thema eine Interessensgruppe finden lässt. Im Rahmen eines Internet-Tsunamis treten diese Interessensgruppen gewöhnlich in den Prozess mit ein, wenn der Zeitpunkt günstig erscheint. Es muss nicht hinter jedem Internet-Tsunami eine organisierte Gruppe stehen, die an der Auslösung eines Tsunamis aktiv beteiligt ist. Internet-Tsunamis verstanden als Massenphänomene können selbstgesteuert und fremdgesteuert sein.⁴⁴⁸ Selbstgesteuert bedeutet, dass von Anfang an ein bestimmtes Ziel verfolgt wird, eine Protestbewegung aus einem bestimmten Kollektiv hervorgeht. Während fremdgesteuert eine grundsätzliche Orientierung an Anderen meint, eine Art des Herdeneffekts. Die beiden Arten sind nicht voneinander zu trennen. Die meisten Nutzer können innerhalb eines Internet-Tsunamis zu verschiedenen Phasen beide Rollen einnehmen. Eine rational durchdrungene

⁴⁴⁸ vergl. Interview 07

Selbststeuerung kann in ein massenpsychologisch fremdgesteuertes Phänomen verfallen und umgekehrt. Gerade die vielfältigen Korrektive, die im Zuge verschiedener Massenphänomene im Internet immer wieder auftreten und sich für eine Überprüfung der Fakten einsetzen, zeugen von dieser Umkehrung.

Es stellt sich auch die Frage, ob es sich bei einem Internet-Tsunami nicht um eine Kombination aus Shitstorm und Flashmob handelt. Dies ist klar zu verneinen, da singuläre Internet-Phänomene wie ein Shitstorm keine realpolitischen Implikationen nach sich ziehen, die zu tatsächlichen Veränderungen im politischen Gefüge führen. Wie genau diese realpolitischen Implikationen definiert sind, wird im gleichnamigen Kapitel 7 dieser Studie erläutert werden. Shitstorms sind lediglich einzelne Informationskaskaden, die innerhalb eines Internet-Tsunamis auftreten. Ein Shitstorm steht im gleichen Verhältnis zu einem Internet-Tsunami, wie ein Flashmob zu einem Massenprotest. Größe, Wirksamkeit und Nachhaltigkeit sind hier die entscheidenden Faktoren.

Dass Internet-Tsunamis gerade jetzt in verstärktem Maße zu beobachten sind, ist im Wesentlichen auf die Grundbedingungen zurückzuführen, die bereits in Kapitel 1.2 Digitalisierung der Gesellschaft zusammengefasst wurden. Zu diesen zählen niedrigschwellige Tools zur Erstellung digitaler Inhalte (UGC), ubiquitäre technologische Nutzungsmöglichkeiten (mobile Endgeräte), die Konsolidierung von Nutzermassen in sozialen Netzwerken (Facebook, Twitter, YouTube), die Verlagerung politischer Anliegen ins Virtuelle, technisch affine und politisierte Nutzergruppen sowie national und international aktive Blogosphären. Gerade anhand letzterer lässt sich feststellen, dass es sich bei einem Internet-Tsunami nicht um eine *Creatio ex nihilo* handelt, sondern um ein Phänomen, welches auf langfristigen technologischen sowie (nutzer)kulturellen Entwicklungen basiert und nunmehr zur konsequenten Ausprägung kommt.

Außerdem handelt es sich beim Internet um ein noch weitestgehend unkontrolliertes Kommunikationssystem, das nicht von den klassischen Gatekeepern der bereits tradierten Mediensysteme beherrscht wird (Kontrollverlust). Die Möglichkeiten der Nutzer ihre Anliegen in einem Massenmedium zu veröffentlichen, direkt mit beliebig vielen Nutzern in Kommunikation zu treten und global zu interagieren, sich über einfach zu bedienende Tools zu Massenprotesten zu koordinieren und selbige zu organisieren, sind die Basis auf der sich Internet-Tsunamis herausbilden können. Eine neue Form der internettechnologischen determinierten Protestkultur scheint im Entstehen begriffen. Und nicht zuletzt hat diese auch zu einer Veränderung des klassischen Mediensystems in dem Sinne geführt, dass die großen Leitmedien eigene, unabhängige Online-Redaktionen aufgebaut haben, die den Phänomenen erst zu ihren Massen verhelfen.

4.6 Exkurs: Öffentlichkeit im Internet

Im Rahmen der Exploration kam fortwährend die Frage auf, was Öffentlichkeit im Internet eigentlich bedeute. Auch innerhalb der Analyse wurde auf die Herstellung und Strategisierung von Öffentlichkeit durch das Internet zum Zwecke gesellschaftspolitischer Einflussnahme eingegangen. Daraus ableitend ergeben sich weitere Fragen. In wie fern unterscheidet sich eine Online-Öffentlichkeit von einer Offline-Öffentlichkeit? Wie konstituiert sich eine Online-Öffentlichkeit? Welche Eigenschaften besitzt sie und was sind ihre Vorbedingungen?

Im folgenden Exkurs soll das Thema Öffentlichkeit im Internet kurz gestreift und auf einige Kernproblematiken in diesem Zusammenhang hingewiesen werden. Zunächst kann festgehalten werden, dass die Antworten im Rahmen der Interviews bzgl. des Themas sehr stark voneinander divergieren. Drei grundsätzliche Tendenzen lassen sich ausmachen: a) Öffentlichkeit im Internet ist durch das Nutzerverhalten, b) durch die Art der Technologie und c) durch den Anbieter der Dienste determiniert.

So kommt hinsichtlich der ersten Perspektive Öffentlichkeit immer dann zustande, wenn Menschen sich zu einem intelligenten Diskurs zusammenfinden. Um diesen zu führen, müssen die teilnehmenden Personen die entsprechenden Kulturtechniken beherrschen. Verhaltensmuster wie auch soziale Regeln müssten anerkannt und gepflegt werden, so wie auch an einer Verbesserung der Gesellschaft konstruktiv gearbeitet werden sollte. Diese Definition von Öffentlichkeit beschreibt also eine zutiefst soziale, die von der Intention der online agierenden Menschen abhängt. Die technologische Perspektive fokussiert sich auf die grundlegenden Bedingungen der Systeme, in denen Öffentlichkeit als Raum gedacht entstehen kann. Die Prämissen sind hier, dass nur solche Räume im Internet als öffentlich gelten können, die primär keinen wirtschaftlichen Interessen unterstehen, die für die Gesamtheit der Nutzer frei zugänglich sind und alle gleichsam besitzen. Außerdem sollten die Dienste von ihrer technischen Struktur her den Prinzipien der Transparenz folgen. Diese Strukturen wiederum sollten dezentral und nachvollziehbar sein. Die maximale Kontrolle über Daten, Inhalte und Interaktionsmöglichkeiten müsse stets bei den Nutzern liegen.⁴⁴⁹

Genau hier stoßen wir auf eine der Kernproblematiken des Öffentlichkeitsbegriffs im Internet, nämlich, dass die Art der Öffentlichkeit im Internet primär durch die Anbieter der jeweilig genutzten Online-Dienste determiniert ist. Innerhalb der Fallstudien und der Analyse wurde herausgearbeitet, dass Websites wie Facebook, Twitter oder YouTube massiv zur Herstellung von Öffentlichkeit als die maßgeblichen Massenkommunikationsräume genutzt werden. Doch befinden sich diese Websites im Besitz privatwirtschaftlicher Unternehmen. Generell untersteht der öffentliche Raum offline verbindlichen Gesetzen der staatlichen Legislative (z. B. Versammlungsrecht). Diese allgemeine Verbindlichkeit von Rechten und Pflichten existiert im Internet nicht. Doch ist das Internet bei weitem kein rechtsfreier Raum. Ganz im Gegenteil unterwerfen sich die Nutzer fortwährend und zwangsläufig den Gesetzen der jeweiligen Anbieter, sofern sie deren Dienste im Internet nutzen möchten. Diesen Gesetzen muss in Form

⁴⁴⁹ vergl. Interviews 02, 05, 33 und 40

von Terms and Conditions (AGB's) zugestimmt werden.⁴⁵⁰ Die Anbieter können infolge dessen massiven Einfluss auf die Art der dort stattfindenden Kommunikation nehmen⁴⁵¹ und gestehen dem Nutzer oft weniger Rechte zu, als selbiger im Offline-Raum hätte. Die Unternehmen haben hier ein Gewaltmonopol inne, das sonst nur dem Staat obliegt.⁴⁵² Am Beispiel Facebook kann dies konkretisiert werden. Mark Zuckerberg verbindet in seiner Person Legislative, Judikative und Exekutive in einem, so dass er eine absolute Hoheit bzw. Herrschaft über den „öffentlichen“ Raum Facebook ausübt. Grundsätzlich sind Online-Dienste wie Twitter, YouTube oder Facebook dazu berechtigt, Inhalte zu löschen, ganze Seiten zu sperren oder Nutzer auszuschließen, in dem einfach die betreffenden Accounts gelöscht werden. Mit der Zustimmung zu den jeweiligen AGB's unterwirft sich ein Nutzer auch den impliziten Moralvorstellungen gewisser Unternehmen. So werden im offiziellen Online-Store von Apple Applikationen nicht aufgenommen, die nicht in das Weltbild und den damit verbundenen Moralvorstellungen des Unternehmens passen. Das kann besonders an der Exponierung nackter Körper festgemacht werden. Zum Beispiel wurde die iPhone-Anwendung des deutschen Wochenmagazins stern zeitweise und ohne vorangehende Ankündigung von Apple aus deren App-Store entfernt, weil einer der redaktionellen Inhalte, eine Bilderstrecke, als zu anstößig seitens Apple empfunden wurde.⁴⁵³ Facebook zensurierte mit Verweis auf die eigenen Richtlinien⁴⁵⁴ die Titelseite des deutschen Frauenmagazins Emma, das eine Aktivistin der Gruppe FEMEN mit nacktem Oberkörper zeigte und auf deren Facebook-Seite veröffentlicht wurde.⁴⁵⁵ EMMA schrieb hierzu: „Wir sind den Facebook-Richtlinien zum Opfer gefallen, die keinen Unterschied machen zwischen einem nackten Körper und Pornografie.“⁴⁵⁶

⁴⁵⁰ vergl. Interview 33

⁴⁵¹ Eine strikte Vorgabe, wie Kommunikation innerhalb eines Online-Dienstes stattfindet, ist per se durch die angebotenen Interaktionsmöglichkeiten und die Art der inhaltlichen Repräsentation gegeben. So kann man z. B. auf Facebook Inhalte „liken“ jedoch nicht „disliken“. Die Inhalte der Benutzerkonten, mit denen Nutzer verknüpft sind, werden auf der Startseite vertikal in einem Stream organisiert. Die Anzeige der Inhalte erfolgt durch einen Algorithmus, der bestimmt, welche Inhalte ein Nutzer überhaupt zu sehen bekommt (Dies kann auch als eine Art der Zensur durch Selektion gewertet werden). Außerdem werden Werbebotschaften in die Streams integriert. Mit „likes“ und „friends“ oktroyiert das soziale Netzwerk dem Benutzer zudem eine Sprachregelung, die sich nicht umgehen lässt.

⁴⁵² „Technische Standards wie auch Lizenzverträge lassen sich als private Regulierungsinitiativen verstehen, die darauf zielen, über gesetzliche Regelungen hinaus neue politische Möglichkeitsräume zu eröffnen.“ In: Hofmann, Jeanette 2012: Information und Wissen als Gegenstand oder Ressource von Regulierung, In: Busch, Andreas und Hofmann, Janette 2012: Politische Vierteljahresschrift, Bd. 46 Online: <http://duplox.wzb.eu/people/jeanette/pdf/hofmann_pvs_sd_46_2012_vorwort-einleitung.pdf> S. 17

⁴⁵³ FOCUS Online (o. V.) 25.11.2009: Apple sperrt iPhone-App von stern.de. <http://www.focus.de/digital/handy/iphone/erotik-bilder-apple-sperrte-iphone-app-von-stern-de_aid_457428.html> (11.05.2012)

⁴⁵⁴ Facebook 2012: Standards der Facebook-Gemeinschaft. <<https://www.facebook.com/communitystandards>> (11.05.2012)

⁴⁵⁵ Netzwelt.de (Demgen, Annika) 05.01.2012: Facebook-Zensur: EMMA-Titelbild vom Netz genommen. <<http://www.netzwelt.de/news/90142-facebook-zensur-emma-titelbild-netz-genommen.html>> (11.05.2012)

⁴⁵⁶ Facebook 2012: EMMA <<http://www.netzwelt.de/news/90142-facebook-zensur-emma-titelbild-netz-genommen.html>> (11.05.2012)



Abbildung 4-13: Emma in Facebook⁴⁵⁷

Eine der absurdesten Auslegungen der Facebook-Richtlinien konnte im Fall eines Bildes beobachtet werden, dass der Schriftsteller Peter Glaser in seinem Facebook-Profil veröffentlichte und einen schlafenden Hund zeigt. Rein zufällig ähnelt das Bild durch die Aufnahmeperspektive einem übergroßen, felligen männlichen Glied. Glaser, der den Humor des Zufallsvexierbilds erkannte, betitelte selbiges als Schwanzhund. Dem Betrachter wird auf den ersten Blick hin klar, dass es sich hierbei um einen humoristischen Inhalt auf der Symbolebene handelt, weder um Nacktheit noch um Pornografie. Im Bildgehalt selbst findet sich keine Anstößigkeit, nicht mal hinsichtlich der Unternehmensrichtlinien. Doch die reine, sinnstiftende Betitelung schien für das Unternehmen Facebook auszureichen, den Inhalt zu löschen und den Schriftsteller zu verwarnen. Dieser bezog selbst Stellung zu dem Vorfall und schrieb: „Das Geschäftsmodell von Facebook besteht nicht darin, eine neue soziale Öffentlichkeit zu schaffen, wie viele irrtümlich glauben. Der Raum, in dem die 800 Millionen Facebook-Nutzer sich bewegen, ist keine Öffentlichkeit – es ist der Verfügungsbereich von Privatunternehmen. Und die haben das Hausrecht, wie in einer Kneipe oder in einem Einkaufszentrum. Sie können mich rausschmeißen, wenn ihnen meine Nase nicht passt oder mich gar nicht erst reinlassen. An der diktatorischen Kultur des Türstehertums kann man sich schon seit längerem an die wachsende Willkür der neueren Zeit adaptieren.“⁴⁵⁸

⁴⁵⁷ t3n (Schwenke, Thomas) 06.03.2012: Die 20 häufigsten Rechtsfehler beim Facebook-Marketing. <<http://t3n.de/news/20-hufigsten-rechtsfehler-beim-372134/>> (31.05.2012)

⁴⁵⁸ Futurezone (Glaser, Peter) 03.03.2012: Facebook und der Schwanzhund <<http://futurezone.at/meinung/7787-facebook-und-der-schwanzhund.php>> (11.05.2012)



Abbildung 4-14: Peter Glaser - Der Schwanzhund⁴⁵⁹

Weder besagte EMMA-Titelseite, noch die Bilderstrecke von stern.de und schon gar nicht die Fotokomik Glasers kollidieren in irgendeiner Form mit dem deutschen oder europäischen Recht. Facebook und andere US-amerikanische Internetdienste gestehen den Nutzern in diesen Fällen allerdings weit weniger zu, als deren nationale Rechtsprechung. So darf mit Recht gefragt werden: „Was ist ausschlaggebend - das Grundgesetz oder die AGB von Facebook?“⁴⁶⁰ Das Blog Gawker veröffentlichte ein Leak⁴⁶¹ der internen Richtlinien für Facebook-Mitarbeiter, die mit der Löschung von Inhalten betraut sind. In dem Dokument ist unter anderem ein Passus enthalten, in dem es heißt, dass Fotos von Müttern, die ihren Säuglingen die entblößte Brust geben, gelöscht werden müssten.⁴⁶² Nun stelle man sich hierzulande eine Mutter vor, die ihrem Säugling in einem Park die Brust gibt und daraufhin von einer exekutiven Instanz vertrieben wird unter Berufung auf das geltende Recht.

In einem anderen Fall wollte die deutsche Wochenzeitung Süddeutsche den Titel ihrer Facebook-Fanpage von Süddeutsche.de in Süddeutsche Zeitung umbenennen. Dies wurde von Facebook nicht gestattet.⁴⁶³ Auch hier probiere man sich gedanklich an einer Offline-Entsprechung der Situation. An solchen Fällen wird deutlich, dass eine Analogie zwischen Offline- und Online-Raum zwangsläufig scheitern muss, da sie sich oft ins Absurde verkehrt. Zwangsläufig drängt sich die Frage auf, warum Internetnutzer solchen Restriktionen online willfährig zustimmen, die sie offline auf das Schärfste ablehnen würden, da hier massive Einschränkungen der von staatlicher Seite garantierten Freiheiten durch privatwirtschaftliche Unternehmen vorliegen.

Man kann durchaus von einem Bedrohungsszenario sprechen, wenn das größte soziale Netzwerk der Welt, das mittlerweile in jedem auf Protest gerichteten Online-

⁴⁵⁹ ebd.

⁴⁶⁰ SPIEGEL ONLINE (Lobo, Sascha) 13.03.2012: Die größte digitale Lüge.

<<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/die-grosse-agn-luege-im-internet-a-820864.html>> (11.05.2012)

⁴⁶¹ Scribd (Ashcroft) 16.02.2012: Abuse Standards 6.2: Operation Manual For Live Content Moderators.

<<http://www.scribd.com/gawker/d/81877124-Abuse-Standards-6-2-Operation-Manual>> (11.05.2012)

⁴⁶² Gawker (Chen, Adrian) 16.02.2012: Inside Facebook's Outsourced Anti-Porn and Gore Brigade, Where 'Camel Toes' are More Offensive Than 'Crushed Heads'.

<<http://gawker.com/5885714/inside-facebooks-outsourced-anti+porn-and-gore-brigade-where-camel-toes-are-more-offensive-than-crushed-heads>> (11.05.2012)

⁴⁶³ vergl. Süddeutsche Zeitung (Plöschinger, Stefan) 01.02.2012: Wieso die SZ plötzlich doppelt auf Facebook ist. <<http://www.sueddeutsche.de/kolumne/social-media-groteske-wieso-die-sz-plotzlich-doppelt-auf-facebook-ist-1.1272331>> (11.05.12)

Massenkommunikationsphänomen eine Schlüsselrolle als Multiplikator und Knotenpunkt einnimmt, mit seiner Gesetzgebung eine bestimmte Art moralischer Vorstellungswelt durchsetzt, sei es mit inhaltlicher Zensur oder Ausschluss der Nutzer. Als privatwirtschaftliches Unternehmen ist Facebook von der Gunst der darin agierenden, weltweiten Unternehmen abhängig. Darum versucht das Netzwerk seinen Raum sauber und störungsfrei zu halten. Die Terms and Conditions können jederzeit so geändert werden, dass Proteste z. B. bei Marken-Fanpages zu unterlassen sind oder politische Rede allgemein nicht mehr erlaubt ist. Die massive Stärkung der Administrationsrechte für Fanpages in diesem Jahr ist ein Indiz für die wachsende Kommunikationshoheit der Unternehmen vor ihren Kunden. Die Angst vor politischer Zensur von staatlicher Seite scheint indes so weit ausgeprägt, dass die faktisch bereits vorhandene Zensur durch Unternehmen oft missachtet wird.⁴⁶⁴ 2010 löschte Facebook die Gruppe des marokkanischen Aktivisten Kacem El Ghazzali, die zu diesem Zeitpunkt bereits über 1.000 Mitglieder besaß. Die Löschung wurde weder begründet noch angekündigt. Nach Protesten internationaler Blogger, wurde die Gruppe zwar wieder eingerichtet, die Löschung jedoch nicht weiter begründet.⁴⁶⁵ Ob es sich hierbei nur um einen simplen Irrtum oder eine gezielte Aktion handelte, kann nicht geklärt werden. Es zeigt jedoch eindeutig, dass es sich bei Facebook nicht um einen öffentlichen Raum, sondern um einen Unternehmensraum handelt, der einzig und allein der willkürlichen Herrschaft seiner Besitzer unterworfen ist. Spätestens hier entlarvt sich die These von Facebook als „Motor der Demokratie“ als reiner Mythos: „What is clear is that, contrary to the expectations of many Western policymakers, Facebook is hardly ideal for promoting democracy; its own logic, driven by profits or ignorance of the increasingly global context in which it operates, is, at times, extremely antidemocratic.“⁴⁶⁶ Auch die versehentliche Zensur von Facebook-Kommentaren häuft sich, wie zuletzt im Fall des US-amerikanischen Autors und Bloggers Robert Scoble bekannt wurde. Hier sprach das Unternehmen von einer Fehlklassifizierung des Kommentars als Spam.⁴⁶⁷

Presseberichten zu Folge greifen auch staatliche Kontrollinstanzen auf Nutzerdaten zu. So scheint es nicht unüblich zu sein, dass US-amerikanische Unternehmen eine sog. Backdoor für US-Behörden einrichten.⁴⁶⁸ ⁴⁶⁹ Auch der Microblogging-Dienst Twitter ist zunehmend in den Fokus der Kritik geraten. So besteht der Verdacht, das Twitter im Rahmen der Occupy-Bewegung, die sich in den USA maßgeblich des Dienstes zu organisatorischen Zwecken bediente, gezielt die Hashtags #occupywallstreet und #ows unterdrückte, um eine weitere Durchdringung der Internetsphäre mit den Anliegen der Bewegung zu verhindern. Es wurde gemutmaßt, dass dies mit der Investition von ca. 400 Millionen Dollar in den in den

⁴⁶⁴ vergl. Interview 40

⁴⁶⁵ vergl: Morozov, Evgeny 2011: The Net Dellusion: How not to liberate the World. London: Allen Lane: S. 212 – 213.

⁴⁶⁶ Morozov, Evgeny 2011: The Net Dellusion: How not to liberate the World. Allen Lane: S. 213

⁴⁶⁷ t3n (Bonset, Sébastian) 09.05.2012: Facebook-Zensur: Ihr dürft keine irrelevanten und unangebrachten Kommentare posten. <<http://t3n.de/news/facebook-zensur-durft-keine-386533/>> (11.05.2012)

⁴⁶⁸ Futurezone.at (Futurezone) 19.04.2011: Dropbox legt Daten für US-Behörden offen <<http://futurezone.at/produkte/2774-dropbox-legt-daten-fuer-us-behoerden-offen.php>> (11.05.2012)

⁴⁶⁹ PRAVDA TV (o. V.) 06.05.2012: FBI will Abhör-Schnittstellen in Online-Kommunikationsdiensten. <<http://pravdatv.com.wordpress.com/2012/05/06/fbi-will-abhor-schnittstellen-in-online-kommunikationsdiensten/>> (11.05.2012)

Kurznachrichtendienst der Investmentbank JP Morgan zusammenhängt.⁴⁷⁰ Ein anderer Fall, der vom Spiegel aufgearbeitet wurde, dreht sich um die Involvierung des US-Heimatschutzes in Twitter. Laut dem Nachrichtenmagazin wurden zwei Touristen aus England und Irland die Einreise verwehrt, weil sie sich zuvor über die Zerstörung Amerikas und die Schändung des Grabes von Marilyn Monroe auf Twitter austauschten. Am Flughafen von Los Angeles angekommen, wurden die beiden Touristen, obwohl sie beteuerten, dass es sich um einen infantilen Spaß gehandelt habe, wie gewöhnliche Kriminelle verhört und inhaftiert. Anschließend mussten beide die Rückreise antreten.⁴⁷¹ Und schließlich erregte Twitter noch einigen Unmut mit der Ankündigung, man wolle eine länderspezifische Zensur einführen und in Folge dessen künftig rechtswidrige Inhalte blockieren.⁴⁷² Die Auslegung, was ein rechtswidriger Inhalt ist und was nicht, bezieht sich dann auf die Gesetzgebungen der verschiedenen Länder. In diesem Zusammenhang könnten dann nicht nur z. B. pornografische oder gewalttätige Inhalte gesperrt werden, sondern eben auch politische, maßgeblich solche oppositioneller Gruppen, die dem jeweiligen herrschenden politischen System missfallen. Das Unternehmen wies jedoch auf eine reaktive Vorgehensweise hin, so dass eine Zensur der Inhalte nur nach gültigem juristischen Ersuch erfolgen würde: „Zwar ermöglicht der Dienst die Zensur von Inhalten, doch wenn tatsächlich für jeden einzelnen Tweet eine juristische Anfrage vorliegen muss, wäre eine flächendeckende Kontrolle durch autokratische Regime allein angesichts der Masse der Tweets kaum möglich.“⁴⁷³ Doch auch wenn nicht systematisch zensuriert wird, ist an dieser Maßnahme die wirtschaftlich expansive Logik abzulesen, der ein Unternehmen wie Twitter fern aller revolutionären Illusionen konsequent folgt.

Als Fazit darf festgehalten werden, dass der öffentliche Raum im Internet einen veröffentlichten Raum⁴⁷⁴ darstellt, in dem sich Nutzer mit ihren Daten und Inhalten exponieren. Die Lust am scheinbar sozialen Miteinander wird von Unternehmen durch das Angebot niedrigschwelliger Dienste, die dazu anreizen, so viel wie möglich von sich selbst preiszugeben, kalkuliert ausgebeutet. Die Anliegen und Begehrlichkeiten des auf sozialen Austausch drängenden Online-Nutzers werden in einem per se asozialen technologischen Umfeld aufgehoben, das zum Zweck der Kommerzialisierung der Nutzerdaten geschaffen wurde und einzig dieser Logik folgt. Der Offline-Raum oder physische Raum wird im Moment seiner Digitalisierung durch Unternehmen zur bloßen Funktion marktwirtschaftlicher Interessen.

⁴⁷⁰ Süddeutsche Zeitung online (Moorstedt, Michael) 31.10.2012: Occupy-Wall-Street beschuldigt Unternehmen: Die Twitter-Zensur.

<<http://www.sueddeutsche.de/kultur/occupy-wall-street-beschuldigt-unternehmen-die-twitter-zensur-1.1177350>> (11.05.2012)

⁴⁷¹ SPIEGEL ONLINE (dkr) 31.01.2012: Visum verweigert: Touristen dürfen wegen Twitter-Blödelei nicht in die USA. <<http://www.spiegel.de/reise/aktuell/visum-verweigert-touristen-duerfen-wegen-twitter-bloedelei-nicht-in-die-usa-a-812494.html>> (11.05.2012)

⁴⁷² golem.de (Ihlenfeld, Jens) 27.01.2012: Twitter führt länderspezifische Zensurinfrastruktur ein. <<http://www.golem.de/1201/89358.html>> (20.10.2012)

⁴⁷³ ZEIT ONLINE (Kühl, Eike) 27.01.2012: Twitter filtert Inhalte nicht systematisch. <<http://www.zeit.de/digital/internet/2012-01/twitter-zensur-entwicklung>> (11.05.2012)

⁴⁷⁴ „Durch dessen permanente Veröffentlichung und unsere ‚Selbstveröffentlichung‘ verwandelt sich der öffentliche Raum zum veröffentlichten Raum.“ In: derStandard.at (Doesinger, Stephan) 21.09.2010: Willkommen im veröffentlichten Raum. <<http://derstandard.at/1285042380823/Kommentar-der-anderen-Willkommen-im-veroeffentlichten-Raum>> (11.05.2012)

Um eine tiefergehende Betrachtung der Frage nach der Öffentlichkeit im Internet zu leisten, müsste man zunächst den Öffentlichkeitsbegriff selbst hinreichend untersuchen, um diesen dann der Mediatisierung oder Virtualisierung des physischen Raums entgegenzusetzen, sofern die Bildung eines solchen Gegensatzpaares überhaupt zu weiteren Erkenntnissen führen kann.

4.7 Exkurs: Identität, Pseudonymität und Anonymität im Internet

Neben der Frage nach Öffentlichkeit im Internet wurde auch das Thema Identität im virtuellen Raum immer wieder gestreift. Hierbei handelt es sich ebenfalls um ein hochkomplexes Thema, das einer eigenen Bearbeitung bedürfte. Im Folgenden sollen einige markante Punkte, die um den Themenbereich kreisen, angesprochen werden.

Im Rahmen der Exploration ging es besonders um die klare Zuordnung von Online-Inhalten zu ihren Produzenten. Das Verhältnis von Online- und Offline-Identität ist in diesem Zusammenhang höchst ambivalent.⁴⁷⁵ Wie kann sichergestellt werden, dass der Inhaltsproduzent auch derjenige ist, der er vorzugeben scheint? Und warum ist diese Zuordnung überhaupt wichtig? Gerade innerhalb politischer Diskussionen auf Websites großer Nachrichtenmagazine wünschen sich viele Redakteure ein höheres Maß an Verbindlichkeit, eine klare Zuordnung der veröffentlichten Inhalte zu ihren Erstellern. Hier wird Identität mit Verbindlichkeit gleichgesetzt, die gewährleisten soll, dass der Nutzer auch für den von ihm erstellten Inhalt Verantwortung übernimmt. Das Problem scheint auch hier darin zu bestehen, dass vom Analogen aufs Digitale geschlossen und zwanghaft nach einer Online-Entsprechung für die physische Verbindlichkeit des Offline-Raums gefahndet wird. Dies geht oft mit einer Forderung nach Klarnamen einher, von der man sich eine Qualitätssteigerung der Online-Diskussionen verspricht, derart, dass über die verfassten Inhalte gründlicher nachgedacht wird und Formen des unsozialen Verhaltens minimiert werden. Oftmals wird der Verfall der Diskussionskultur angeführt, da sich Nutzer hinter einem beliebig ersonnenen Pseudonym verstecken können und unbedachte wie auch beleidigende Inhalte keine weiteren Konsequenzen nach sich ziehen. Dabei kommt es jedoch gar nicht auf klassische Attribute wie Vor- oder Nachname an, sondern lediglich auf die Zurechenbarkeit. Wenn eine Person in einem Diskussionsforum fortwährend sinnvolle Beiträge leistet, reflektiert und mit ernster Absicht schreibt, dann lässt sich diese auch entziffern – die Aussagen können zugerechnet werden, was Identität ausbildet.⁴⁷⁶ Somit erscheint obsolet, ob ein Nutzer unter seinem Klarnamen agiert oder drei verschiedene Pseudonyme verwendet.

Des Weiteren dreht sich die Debatte nicht nur um die Wertigkeit der Inhalte, sondern auch um deren Wahrheitsgehalt. Die zweifelsfreie Identität des Nutzers soll stellvertretend für den Wahrheitsgehalt der von ihm getätigten Aussagen stehen. Ganz simpel berührt das die Frage, ob man einem Inhalt trauen kann oder nicht, ob es sich um eine wahrheitsgemäße Schilderung handelt oder verschleierte Agitation. In welcher Funktion agiert der Inhaltsproduzent, im Eigen- oder im Fremdauftrag? Bereits im Rahmen der Fallstudien wurde immer wieder auf die Inszenierung von Geschichten aufmerksam gemacht, die spezielle Art der Formatierung von Inhalten, die zur Bildung von Online-Massen dienen und auf Grundlage derer sich sogar Initialmomente setzen lassen können, um Online-Nutzer zu Offline-Aktivitäten zu aktivieren. In Kapitel 4.2 wurden Mechanismen des Social Campaigning zur Herstellung von

⁴⁷⁵ vergl. Interviews 10, 24 und 34

⁴⁷⁶ vergl. Interview 24

Massen untersucht und in Kapitel 4.4 die psychologischen Muster aufgearbeitet, durch die Massenphänomene entstehen können. In besagten Kapiteln wurde immer wieder auf die besondere Funktion der Inhalte hingewiesen, die die Online-Nutzer überzeugen, überreden, beeinflussen und zur Massenbildung anreizen. In diesem Zusammenhang wird jeder digitale Inhalt zur Information, die von Nutzern bewertet und eingeordnet werden muss. Aus der Beschäftigung mit den massenpsychologischen Mechanismen konnte abgeleitet werden, dass Informationskaskaden maßgeblich aus einer Unterdrückung kritischer Reflektion entstehen und geschickt formatierte Inhalte eben diese provozieren. Hinzu kommt die Tatsache, dass eine Form des Vertrauensübertrags von Inhalt auf den Nutzer in sozialen Netzwerken stattfindet, die in ihrem Kern Beziehungsnetzwerke darstellen. Auch wurde auf die erleichterte Verbreitung von Fehlinformationen im Internet hingewiesen und im Rahmen dessen die Forderung aufgegriffen, dass bei jedem Phänomen, hier bei jedem Inhalt, Hintergrund, Initiatoren und Profiteure sichtbar gemacht werden müssten. Ob sich dies jedoch mit einem Mechanismus bewerkstelligen lässt, der die Online-Identität mit der Offline-Identität in Einklang bringt ist fragwürdig. Es ist sogar anzunehmen, dass diese klare Zuordnung per se scheitern muss, da eine Übertragung der Offline-Identität in eine Online-Identität unmöglich ist.⁴⁷⁷ Generell sind Identitätskonstruktionen online, genauso wie Online-Öffentlichkeiten und Kommunikation, von den Bedingungen der Online-Dienste abhängig, in dem diese hergestellt werden. Wie sich auch die Online-Öffentlichkeit nicht zentralisieren lässt, so wenig kann von einer Online-Identität eines Nutzers gesprochen werden. Dies hängt damit zusammen, dass das Internet per se dezentral organisiert ist, auch wenn sich einige Knotenpunkte entwickelt haben, in dem eine überaus große Anzahl an Nutzern zusammengezogen wird. Identitätsbildung ist zunächst einmal ein sinnstiftender Prozess, der maßgeblich von der Inszenierung des Nutzers und der Interpretation anderer Nutzer abhängig ist. Auf jedem Online-Dienst, in dem ein Nutzer einen Account einrichtet, sich einloggt oder frei kommentiert, ist er lediglich ein Identitätsfragment, eine sog. Teilidentität. Er hinterlässt überall dort, wo er interagiert, digitale Spuren, die sich, würde man einem bestimmten Nutzer durch alle von ihm genutzten Online-Dienste folgen sowie alle seine Fragmente einsammeln und in Bezug zueinander stellen, höchstens zu einer sich fortschreibenden, flüchtigen Identität verdichten ließen. Diese muss allerdings nicht den geringsten Aufschluss über seine Offline-Identität geben. Und schon gar nicht kann dadurch auf den Wahrheitsgehalt eines von dieser Identität erstellten Inhalts geschlossen werden.

Darüber hinaus ist die Online-Identität immer vom realweltlichen Kontext des Offline-Nutzers abhängig. Identitätsverschleierung (Pseudonymisierung oder Anonymisierung) ist für Nutzer, die unter der Herrschaft autokratischer Regimen leiden, oftmals der einzige Weg, sich politisch-oppositionell zu engagieren. Gerade im Zuge der arabischen Revolution boten Pseudonyme einen Schutz vor direkter staatlicher Repression im Virtuellen, wie auch eine allgemeine Flucht ins Virtuelle aufgrund der realweltlichen, politischen Unterdrückung beobachtet werden konnte. Was hier ausgelebt wurde, sind politisch motivierte Teilidentitäten, die im realen gesellschaftspolitischen Kontext eben nicht oder nur unter massiven Sanktionierungen ausgelebt werden konnten. Der Rückschluss von Online- auf die Offline-Identität hat in einem solchen Kontext Auswirkungen auf Leib und Leben.

⁴⁷⁷ vergl. ebd.

Eine Online-Identität ist immer abhängig von der Funktion, den diese innerhalb einer Selbstinszenierung erfüllen soll. Online-Identitäten können beliebig und zur Gänze konstruiert werden, wie es im Fall Tom McMaster geschah, einem vierzigjährigen Amerikaner, der vorgab, eine syrisch-amerikanische, fünfunddreißigjährige Frau zu sein, die von Amerika in den Nahen Osten übersiedelte. Von dort aus bloggte sie über ihre Homosexualität und die Sehnsucht nach einem Regimестurz. McMaster erfand über die Jahre eine komplette Autobiografie und stilisierte den Charakter dann zunehmend zur politischen Aktivistin und Freiheitskämpferin.⁴⁷⁸ Gerade dieser Fall zeigt, dass es vorrangig nicht um Klarnamen oder Pseudonyme geht, sondern um die Art der inhaltlichen Repräsentation, die eine Identität ausbildet. Die vorgetäuschte Identität wurde derart genau und umfassend konstruiert, dass sie und ihre Inhalte zur Wahrheit wurden. Allerdings ist auch diese Konstruktion vom gesellschaftspolitischen Kontext, eben den Rahmenbedingungen, abhängig. Die Geschichte der Bloggerin traf auf die Präferenzen verschiedener Redakteure, die nahezu alles willfährig verarbeiteten, was sich im Kontext des Arabischen Frühlings verorten ließ, da eine mediale Aufmerksamkeit fortlaufend kreiert und bedient werden musste. Hier wird einmal mehr die Wechselwirkung zwischen tradierten Mediensystemen und Internet-Hypes, inhaltlicher Manipulation oder schlichter Fehlinformation deutlich.

Identitäten können allerdings auch konsequent gesteigert, wenn nicht sogar überzeichnet werden. So exponierte etwa die ägyptische Bloggerin Aliaa Magda Elmahdy⁴⁷⁹ ihren nackten Körper auf ihrem Blog⁴⁸⁰, um auf die vorherrschenden Verhältnisse im postrevolutionären Ägypten aufmerksam zu machen. Sinnbildlich könnte man sagen, anstatt ihre Identität zu verschleiern, entblößte sie diese vollends. Auch das ist eine Spielart mit der Online-Identität, die von ihrem realweltlichen Kontext wie ihrer Funktion determiniert wird. Auch können Identitäten online durch andere Nutzer verzerrt werden, wie es der Kolumnist und Aktivist Dan Savage am US-amerikanischen Senator Rick Santorum vorführte. Savage erfand einfach eine Definition⁴⁸¹ für das Wort Santorum, die infolge einer geschickten von Savage initiierten Kampagne einige Popularität erlangen konnte, sodass bei verschiedenen Suchmaschinen die erfundene Definition als Suchergebnis an vorderer Stelle und in Zusammenhang mit ihrem Namensgeber auftauchte. Ein einfaches Verfahren⁴⁸², in dem die Mechanismen einer Suchmaschine zur Neukonnotation einer ursprünglichen Bedeutung genutzt werden. Natürlich können Identitäten auch einfach gestohlen werden, was in Zusammenhang mit Online-Shopping verstärkt beobachtet werden kann. Hier besteht die Identität aus einigen Merkmalen wie Name, Adresse und Kontoinformationen, sowie E-Mail-Account und Passwort. Hat man alle diese Informationen über einen Nutzer zusammen, kann man über dessen

⁴⁷⁸ ZEIT ONLINE (Gehlen, Martin) 16.06.2011: Eine junge syrische Bloggerin ist 40 und trägt Bart. <<http://www.zeit.de/digital/internet/2011-06/amina-blog-2>> (11.05.2012)

⁴⁷⁹ vergl. ZEIT ONLINE (Lau, Jörg) 15.11.2011: Eine ägyptische Bloggerin zeigt sich nackt. <http://blog.zeit.de/joerglau/2011/11/15/eine-agyptische-bloggerin-zeigt-sich-nackt_5235> (11.05.2012)

⁴⁸⁰ vergl. Blog von Aliaa Magda Elmahdy 2012: <<http://arebelsdiary.blogspot.de>> (11.05.2012)

⁴⁸¹ vergl. Wikipedia 2012: Campaign for "santorum" neologism: „[...] the frothy mixture of lube and fecal matter that is sometimes the byproduct of anal sex.“ <http://en.wikipedia.org/wiki/Campaign_for_%22santorum%22_neologism> (11.05.2012)

⁴⁸² vergl. Wikipedia 2012: Google bomb: „The terms Google bomb and Googlewashing refer to practices, such as creating large numbers of links, that cause a web page to have a high ranking for searches on unrelated or off topic keyword phrases, often for comical or satirical purposes.“ <http://en.wikipedia.org/wiki/Google_bomb> (11.05.12)

Teilidentität als Online-Einkäufer beliebig verfügen. Oder es wird eine kollektive, popkulturelle Stellvertreteridentität inszeniert, unter der sich eine beliebige Masse an Online-Nutzern sammeln kann und die jeder einzelne für sich in Anspruch nehmen kann, um unter dem Schutz einer Kollektividentität zu agieren, wie es bei Anonymous der Fall ist. Oft werden Identitäten auch fremdbestimmt durch andere, primär nicht online-agierende Medien. So stilisierten internationale Zeitschriften die arabischen Blogger zum neuen Typus des zeitgenössischen Revolutionärs⁴⁸³ ⁴⁸⁴ und erfanden soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter als die neuen Demokratisierungsmaschinen gleich mit.

Es ist also ein Irrglaube, wenn man meint, einen Internetnutzer immer eindeutig einer realen Person zuordnen zu können. In Bezug auf Internet-Tsunamis interessieren uns die „aktiven“ Nutzer, d. h. Personen, die in politische Themen involviert sind. Doch wie sind Internetnutzer überhaupt identifizierbar? Hier soll diese Problematik noch einmal kurz aus der technischen Perspektive betrachtet werden.

Kann man (technisch) bestimmen, wie viele (unterschiedliche) Personen sich für ein (politisches) Thema interessieren? Technisch ist die Unterscheidung zwischen menschlichem und maschinellm Zugriff (Traffic) kaum möglich. Hier müssen Wahrscheinlichkeiten, die sich aus statistischen Erhebungen ergeben, berücksichtigt werden. Des Weiteren muss berücksichtigt werden, dass einerseits viele Nutzer von Social Networks, Blogs, Foren etc. aufgrund ihrer Registrierung und Anmeldung identifizierbar sind, andererseits gibt es, wie bereits beschrieben, Anonymität im Internet, Missbrauch und Manipulationen durch Scheinidentitäten. Außerdem sind „Im Schnitt [...] die in mindestens einem sozialen Netzwerk angemeldeten Internetnutzer in 2,3 Netzwerken angemeldet.“⁴⁸⁵ Will man die Frage klären, wie viele Personen zu einem Thema insgesamt, d. h. plattformübergreifend miteinander diskutieren, so wäre es wünschenswert diese Identitäten als Einzelpersonen zu isolieren und zu identifizieren.

Eindeutig identifiziert werden kann das Gerät, über das der Internetzugang erfolgt ist, mit Hilfe der IP. Grundsätzlich kann der Inhaber dieses Internetzugangs über den Provider ermittelt werden, da sich der Inhaber beim Provider mit dem Personalausweis identifizieren muss und eine vom Provider verwaltete und im Normalfall dynamische IP bei jeder Einwahl in das Internet erhält. Die Herausgabe der Identität der realen Person dieses Internetzugangs ist in Deutschland aber nur per Gerichtsbeschluss möglich. Wer tatsächlich diesen Internetzugang benutzt hat, ist damit nicht zweifelsfrei nachvollziehbar.

⁴⁸³ vergl. Süddeutsche.de (Kreye, Andrian) 12.09.2011: Neuer Typus des Revolutionärs: Adieu idéologie. <<http://www.sueddeutsche.de/kultur/neuer-typus-des-revolutionaers-adieu-ideologie-1.1141878>> (11.05.2012)

⁴⁸⁴ vergl. TIME online (Andersen, Kurt) 14.12.2011: The Protester. <http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2101745_2102132,00.html> (11.05.2012)

⁴⁸⁵ vergl. BITKOM (Hg.) 2011: Soziale Netzwerke: Eine repräsentative Untersuchung zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet. Zweite, erweiterte Studie. Berlin: BITKOM

Welche Daten sind für eine Identitätsprüfung vorhanden?

Grundsätzlich muss beachtet werden, dass viele der folgenden Punkte weder nach deutschem Datenschutzrecht noch nach internationalen Maßstäben als Datenauswertungssatz zusammengeführt werden dürften. Der Vollständigkeit halber werden aber die wesentlichen Informationen hier zusammengefasst, um eine höchstmögliche Transparenz herzustellen. Für die Identitätsprüfung einer Person können folgende Daten herangezogen werden: Name, Vorname, Adresse (Abgleich mit dem Einwohnermelderegister), E-Mail-Adresse (Abgleich mit E-Mail-Anbietern), Bankdaten (Abgleich mit den Kundendaten der Bank), Lokations- und Geo-Daten (Abgleich mit Ortungsdiensten von z. B. Mobile-Anbietern, WLAN) und die Hardware-Erkennung (eindeutige MAC-Adresse⁴⁸⁶ des Internet-Zugang-Gerätes)

Aus Sicht des Datenschutzes und weiterer rechtlicher Regelungen ist diese Zusammenführung der Daten (Identifikation/Lokalisation) in Deutschland nicht erlaubt. Es ist aber unumstritten klar, wer an diese Fülle von Daten kommt, kann eine Person bzw. den Inhaber des Internetanschlusses auch bei der Angabe von Scheinidentitäten im Internet nahezu zweifelsfrei identifizieren (s. Echelon⁴⁸⁷).

Scheinidentität, Pseudonyme (Identitätskonstruktion)

Aus dem Ansatz und der Entstehung des Internets sind zunächst mal nur die Computer mit einer eindeutig identifizierbaren Identität ausgestattet worden, durch MAC-Adresse und IP-Adresse. Für die handelnden Personen in diesem Raum war eine persönliche Identifikation primär nicht notwendig, da mit dem Beginn des Internets nur Universitäten und staatliche Forschungsinstitutionen Zugriff auf das Netz hatten.

Diese Ausgangslage hat sich nun drastisch hin zu einem Internet mit vielen interaktiven Menschen und der sozialen Netze gewandelt. Heute stellt sich nicht die Frage, ob sich alle Menschen im Internet wiederfinden werden sondern nur noch wann.

Menschen nehmen im Internet häufig und gern sogenannte Scheinidentitäten an oder nutzen Pseudonyme (z. B. Lumpi123, DerRaecher0815), um sich vor unerwünschten Kontakten zu schützen, um ihre wahre Identität geheim zu halten oder um eine eigene Identitätskonstruktion zu benutzen. Das kann viele Gründe haben.

„Menschen können mit Hilfe von Pseudonymen im Web eine Identität leben, die ihnen in einer ihrer gesellschaftlichen Rollen versagt bleibt. Politische Meinungen können geäußert werden, Opfer können über ihre Erlebnisse berichten und sich Rat holen. Sexuelle Vorlieben können geäußert und diskutiert werden, man kann sich geschützt nach einem neuen Partner umsehen. Hilfe bei Krankheiten, Depressionen,

⁴⁸⁶ Die MAC-Adresse (Media-Access-Control-Adresse) dient der eindeutigen Identifizierung eines jeden Netzwerkadapters.

⁴⁸⁷ vergl. heise online (Campell, Duncan) 2000: Inside Echelon: Zur Geschichte, Technik und Funktion des unter dem Namen Echelon bekannten globalen Abhör- und Filtersystems.
<<http://www.heise.de/tp/artikel/6/6928/1.html>> (27.03.2012)

Behinderungen, Vergewaltigungen.... die Liste, wann man nur mit einem Pseudonym im Web offen kommunizieren kann, würde mehrere Seiten füllen. [...]

Nicht nur in autoritären Regimen, auch im „Freien Westen“ brauchen Menschen Schutzräume, um verschiedene Seiten in sich leben zu können und um mit Gleichgesinnten ungehemmt kommunizieren zu können, ohne Sanktionen durch Arbeitgeber, Staat, Lehrer, Kollegen, Familie etc. zu fürchten. [...]

Foren, Communities und Chaträume leben vom Schutz der Anonymität. Wer will schon auf einem Singleportal mit der wahren Identität surfen? Das könnte gerade für Frauen sehr bedrohlich sein. Weibliche Nicknamen werden im Web 25-mal häufiger belästigt oder bedroht als männliche oder geschlechtsneutrale Pseudonyme – eine Pflicht zum Klarnamen wäre viel zu gefährlich – es käme einem Maulkorb gleich.“⁴⁸⁸

Gründe für die Verwendung von Scheinidentitäten im „positiven“ Fall sind also der allgemeine Schutz der Privatsphäre (Verhinderung von unerwünschter Kontaktaufnahme, von Mobbing, Stalking, Belästigung, Beleidigung, Diskriminierung, Rassismus ...), der Schutz vor unerlaubter Werbung und Kommerzialisierung, Schutz vor jeglicher Überwachung und Kontrolle durch andere und damit auch Schutz vor Erkennung von politisch Verfolgten in Diktaturen und Schutz von religiösen und politischen Meinungen. Scheinidentitäten erlauben außerdem das Ausleben von unterdrückten Teilidentitäten (z. B. Homosexualität).

Im „negativen“ Fall werden Scheinidentitäten für kriminelle Zwecke missbraucht. Beispiel sind hier sexuell motivierte Kriminalität, die Leitung von kriminellen Angeboten direkt an den Nutzer (z. B. Abo-Fallen), das Vorspielen von Seriosität gegenüber den Nutzern und gleichzeitige Platzierung von Viren und Trojanern, Ausspionieren von Geld- und Kreditkarten, Abschließen von Online-Geschäften.

Scheinidentitäten, Pseudonyme sind im Web in verschiedenen Bereichen bisher der Standard gewesen. Die großen Social-Media-Anbieter, wie Facebook, Google+, gehen aus verständlichen Gründen dazu über, die Identität der Nutzer vorauszusetzen (vergleiche AGBs der Anbieter). Dies betrifft insbesondere den sogenannten Klarnamenszwang und die Zusammenführung vorhandener Nutzerdaten. Viele Anbieter von Web-Diensten fordern deshalb eine Registrierung der Nutzer und stellen die gesamte Zahl ihrer angebotenen Dienste erst nach erfolgreicher Anmeldung zur Verfügung.

Datenerfassung für die Identifizierung und Identitätsprüfung im Internet

Wenn eine natürliche Person sich im Internet aktiv an politischen Diskussionen beteiligen will, so muss sie sich dafür registrieren und persönliche Angaben zur Identität machen. Standardmäßig müssen meist Name und E-Mail-Adresse erfasst werden. Oft werden aber zusätzliche Angaben wie z. B. das Geburtsdatum oder Informationen zur Wohnadresse

⁴⁸⁸ SteadyNews (Ihnenfeldt, Eva) 2011: Anonym im Web? Chancen und Risiken von Pseudonymen im Internet. <<http://www.steadynews.de/allgemein/anonym-im-web-chancen-und-risiken-von-pseudonymen-im-internet>> (27.03.2011)

abgefragt. Bei vielen Social-Media-Anbietern wird man außerdem gebeten, ein Bild von sich zu veröffentlichen. Bei wahrheitsgemäßen Angaben zur Person und einem entsprechenden Foto sind natürliche Personen, die sich dem entsprechenden Account verbergen, schnell eindeutig identifiziert.

Natürlich kann ein Nutzer für die Registrierung z. B. bei Social-Media-Anbietern beliebige im Internet erstellbare Namen und E-Mail-Adressen nutzen. Für eine widerspruchsfreie Identifizierung langt dies dann natürlich nicht. Daher nutzt man inzwischen zusätzlich verschiedene Mechanismen um diese Identifizierung weit möglichst herzustellen (z. B. Abhören, Tracking-Cookies, Ortung von mobilen Geräten, virtueller Fingerabdruck). Die so erfassten Daten werden oft „auf Vorrat“ gespeichert.

Vorratsdatenspeicherung

Ziel der Vorratsdatenspeicherung ist die Identifizierung von Internet-Nutzern. Dabei werden Bestandsdaten (Rufnummer bzw. E-Mail-Adresse, Name, Anschrift und Geburtsdatum des Anschluss-Inhabers, Datum des Vertragsbeginns etc.) und Verkehrsdaten (benutzter Telekommunikationsdienst, Beginn und Ende der jeweiligen Verbindung, Nummer bzw. Kennung der beteiligten Anschlüsse (Sender und Empfänger) und ggf. Kartenummer, personenbezogene Berechtigungskennungen, eventuell vorliegende Standortdaten, übermittelte Datenmengen etc.) gespeichert.

Da es sich bei diesen Daten vorrangig um personengebundene Daten handelt, unterliegen diese in Deutschland dem Datenschutz und anderen gesetzlichen Bestimmungen.

Allerdings ist die Vorratsdatenspeicherung weltweit sehr unterschiedlich geregelt. So ist in den USA der Datenschutz durch Gesetze oder Vorschriften nur minimal geregelt, in Frankreich gibt es eine 12-monatige Vorratsdatenspeicherung im Rahmen der Gesetze zur Terrorismusbekämpfung und in Schweden ist die Speicherung auf 6 Monate beschränkt. Im Gegensatz dazu suchen (und erhalten auch) Diktaturen immer neue Überwachungstechnik, um Personen auch im Internet zu identifizieren und ausspionieren zu können:

„In Dubai ist am Montag wieder die jährliche Überwachungsmesse ISS World MEA angelaufen, [...] Was da genau seit Montag trainiert wird, beschreibt der Titel des Vortrags von Simone Benvenuti wohl am besten: "Erforschung von Mobilien IP-Netzwerken: ein effizienter Ansatz zur Massenüberwachung des Web". Dieses Knowhow wird den Trainees - Polizei, Militärs und Geheimdienstleuten - aus den Diktaturen, absolutistischen Monarchien und sonstigen Gewaltherrschaften des Nahen und Ostens und Afrika vermittelt.“⁴⁸⁹

Fest steht, je mehr Daten ich über einen Internet-Nutzer sammeln kann, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, die reale Person, die sich hinter dem Internet-Nutzer verbirgt, zu identifizieren.

⁴⁸⁹ FM4.ORF.at (Moeschel, Erich) 2012: Technische Hilfe für Nahost-Diktaturen. <<http://fm4.orf.at/stories/1694652/>> (28.03.2012)

Anonymität

Unter Anonymität versteht man die Namenslosigkeit, das Nichtbekanntsein, das Nichtgenanntsein.⁴⁹⁰

In Deutschland gibt es das gesetzlich geschützte Recht, dass personengebundene Daten nur dann verarbeitet werden dürfen, wenn der Betroffene eingewilligt hat. Eine Ausnahme darf nur richterlich angeordnet werden, wenn diese z. B. der Strafverfolgung dient.

„Das Recht auf Anonymität ist an sich so selbstverständlich, dass man darüber nicht schreiben oder sprechen müsste. Ein Grundsatz des Datenschutzes besagt nämlich, dass die Verarbeitung personenbezogener Daten nur zulässig ist, wenn der Betroffene eingewilligt hat oder wenn ein Gesetz die Verarbeitung erlaubt. Anonymität wird von uns als selbstverständliche Lebensqualität angesehen. Doch unser Recht auf Anonymität ist inzwischen so massiv gefährdet, dass Aufklärung über Gefährdungen und mögliche Sicherungen erforderlich erscheinen.“⁴⁹¹

Aus der bisherigen Diskussion in der Studie ist ersichtlich, dass es hier und da notwendig ist, manchmal sogar überlebenswichtig ist, seine Anonymität im Internet zu bewahren.

„Anonymität ist ein spezieller Aspekt beim Schutz der Privatsphäre. Anonymität bedeutet, dass ich öffentlich handeln kann, ohne meine Identität preis zu geben. Es ist damit eines der Mittel Privatsphäre zu wahren. [...] Es ist eine Tatsache, dass Außenseiter, Querdenker und andere Unbequeme in allen Gesellschaften schief angesehen werden. Wer sich nicht an die ‚herrschende Moral‘ anpasst, wird schnell diskriminiert.“⁴⁹²

„Wer sich in einem Fachforum über Alkoholismus, Depression oder eine Geschlechtskrankheit informieren, wer sich online an einer Debatte über eine Branche beteiligen möchte, zu der auch der eigene Arbeitgeber gehört, wer Hobbys pflegt, die ihm ein bisschen peinlich sind - es gibt viele Menschen, für die das Recht auf Tarnung im Internet auch bei uns, in einer Nicht-Diktatur, ein hohes Gut ist.“⁴⁹³

Allerdings herrscht im Internet nur ein gewisser „Grad“ an Anonymität. Dieser ist abhängig davon, welchen Zugang man zu den Daten hat und wie vollständig dieser Zugang ist. Im Falle der demokratischen Staatsautorität und ihrer sicherlich rechtlich einwandfreien Gründe sich Zugang zu erlauben, ist ein Nutzer (eigentlich besser ein Gerät, über das der Internet-Anschluss

⁴⁹⁰ vergl. Duden o. J.: Anonymität. Online: <<http://www.duden.de/rechtschreibung/Anonymitaet>> (20.09.2012)

⁴⁹¹ Der Landesbeauftragte für den Datenschutz Niedersachsen (Robra, Uwe) o. J.: Anonymität im Internet. <http://www.lfd.niedersachsen.de/live/live.php?navigation_id=13023&article_id=55988&_psmand=48> (26.03.2012)

⁴⁹² Sicherheitskultur.at (Reiser, Christian und Schaumann, Philipp) 2011: Die Bedrohung der Privatsphäre (Privacy). <<http://sicherheitskultur.at/privacy.htm>> (28.03.2012)

⁴⁹³ SPIEGEL ONLINE (Stöcker, Christian) 2012: Ohne Anonymität keine Freiheit. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,823733,00.html>> (29.03.2012)

hergestellt wurde) jederzeit zu lokalisieren. Dies gilt auch für Anonymisierungsnetzwerke, sofern diese in irgendeiner Form technisch zugänglich sind.^{494 495}

Für Privatpersonen kann man aber heute eine hinreichend „sichere“ Anonymität auf Grundlage von Anonymisierungsnetzwerken erreichen. Beispielhaft sei hier **The Onion Router** (Tor) genannt. Tor ist Netzwerk und Methode. Die Daten werden nicht direkt zum Ziel geleitet sondern über verschiedene Anonymisierungsdienste bzw. Netzknoten zum Ziel geschickt. Je mehr Anonymisierungsdienste an der Weiterleitung der Daten beteiligt sind, umso schwerer ist die Rückverfolgung zum ursprünglichen Absender.

Aus der Sicht des Nutzers erhält dieser eine „hinreichende“ Sicherheit bei der Anonymisierung. Die Sicherheit nimmt erheblich zu, wenn möglichst viele demokratische Länder Netzknoten von Tor beherbergen. Es ist kaum denkbar, alle diese Länder zu Überwachung und Vollstreckung von Maßnahmen einzusetzen.

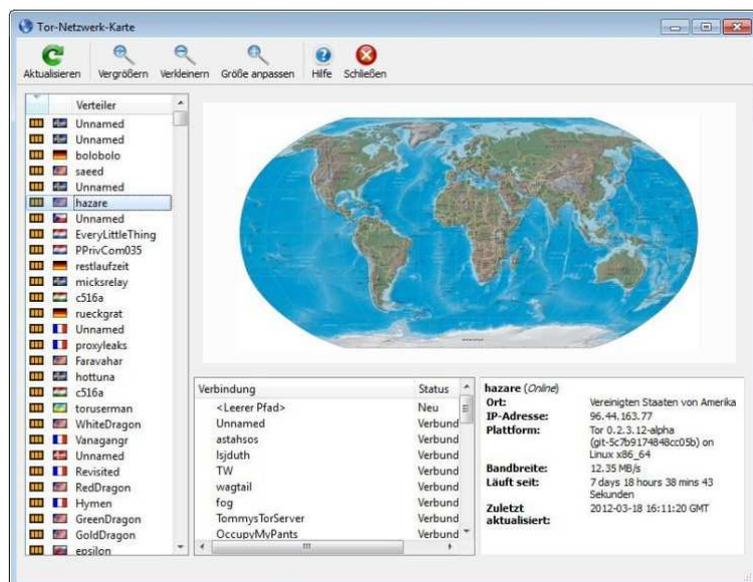


Abbildung 4-15: Tor-Netzwerk-Karte⁴⁹⁶

Ein vollständiges Tor-Netzwerk in nur einem Land lässt sich einfach und schnell überwachen, z. B. durch einen Zwang zur Vorratsdatenspeicherung.

⁴⁹⁴ vergl. golem.de (o. V.) 2006: Staatsanwaltschaft beschlagnahmt Anonymisierungsserver: Durch deutsche Tor-Server sollen Kinderpornos geschleust worden sein. <<http://www.golem.de/0609/47702.html>> (29.03.2012)

⁴⁹⁵ vergl. DIE RAVEN HOMPAGE (o. V.) 2006, 2007: Verfolgung von Tor Ausgangsrouten-Betreibern. <<http://hp.kairaven.de/bigb/asurf8.html>> (29.03.2012)

⁴⁹⁶ Computer Bild.de (o. V.) 2011: Tor-Browser-Paket: Screenshots. <<http://www.computerbild.de/download/Tor-Browser-Paket-5270217-screenshots.html>> (29.03.2012)

Wie aktuell schon bekannt ist, nutzen viele Oppositionsgruppen in autokratischen Regimen, wie China, Irak, Iran, Syrien bereits Tor. In China wird sogar die Verbindungsaufnahme zu Tor bereits überwacht.⁴⁹⁷

Manipulation von Identität

Internet-Tsunamis werden durch Menschen verursacht und brauchen auch für die Ausbreitung den Menschen. Menschen können manipuliert werden und damit auch Internet-Tsunamis. Bereits in den vorangegangenen Kapiteln wurden verschiedene Möglichkeiten hierzu genannt (Foto-Manipulation, Erzeugung von Emotionen etc.). Inwieweit ein Thema, eine Aussage, ein Bild oder Video bereits manipuliert wurde, um einen Internet-Tsunami auszulösen, kann rein technisch nicht bewertet werden.

Der Grad der Manipulation, der zur Entstehung und Ausbreitung eines Internet-Tsunamis beiträgt, ist rein technisch gesehen nicht relevant. Für die Bewertung der Ursache und die Bestimmung der politischen Relevanz müssen aber mögliche Manipulationen berücksichtigt werden.

Technische Manipulationen von Internet-Tsunamis

Die Ursache eines Internet-Tsunamis kann technisch nur dahingehend bestimmt werden, dass der „technische“ Ort⁴⁹⁸ bzw. der „technische“ Verursacher des erstmaligen Auftretens einer Meldung zu einem bestimmten Thema ermittelt wird. Bereits hier kann die erste Manipulation durch Scheinidentitäten oder Identitätsdiebstahl erfolgen. Beispiele hierfür sind die verfälschte Identität einer syrischen Bloggerin⁴⁹⁹, die versetzte Identität von Santorum⁵⁰⁰, gestohlene Identitäten von Daniela F.⁵⁰¹ und das Fake-Profil des Rostocker Finanzsenator bei Facebook⁵⁰², verschleierte Identitäten von GhoniM, Sandmonkey⁵⁰³ und auch kollektive, popkulturelle Identitäten wie z. B. Anonymous.

⁴⁹⁷ datenschutzraum e. V. (Guthausen, Frank) 2011: Digitale Aufrüstung: TOR.

<<http://www.datenschutzraum.de/blog/2011/12/29/digitale-aufruestung-tor/>> (29.03.2012)

⁴⁹⁸ „technischer“ Ort bzw. „technischer“ Verursacher heißt hier konkretes Soziales Netzwerk und/oder ggf. auch Nutzer, der das Soziale Netzwerk nutzt

⁴⁹⁹ vergl. ZEIT ONLINE (Gehlen, Martin) 16.06.2011: Blog-Fake: Eine junge syrische Bloggerin ist 40 und trägt Bart.

⁵⁰⁰ vergl. Wikipedia 2012: Campaign for "santorum" neologism.

⁵⁰¹ vergl. WELT ONLINE (Fuest, Benedikt) 19.03.2012: Datenklau: Wenn die eigene Identität im Netz gestohlen wird. <<http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article13929533/Wenn-die-eigene-Identitaet-im-Netz-gestohlen-wird.html>> (08.05.2012)

⁵⁰² vergl. WILDE BEUGER SOLMECKE RECHTSANWÄLTE 2011: Internetrecht: Identitätsdiebstahl über Fake-Profil bei Facebook – und wie man dagegen vorgehen kann.

<<http://www.wbs-law.de/internetrecht/identitaetsdiebstahl-uber-fake-profile-bei-facebook-und-wie-man-dagegen-vorgehen-kann-11449/>> (08.05.2012)

⁵⁰³ vergl. Kapitel 3.3 Arabischer Frühling

Mittlerweile werden auch von staatlichen Institutionen Scheinidentitäten in größerem Maßstab genutzt, um Social-Media-Dienste zu unterwandern.⁵⁰⁴ So hat das kalifornische Software-Unternehmen Ntrepid den Zuschlag für die Entwicklung eines Systems erhalten, das Mitarbeitern der US-Streitkräfte ermöglichen soll, „bis zu zehn Fake-Profilen zu steuern“⁵⁰⁵.

Die Manipulation des Verursachers kann aufgrund der Gesetzeslage in Deutschland technisch nicht überprüft werden. (vergl. vorangegangene Kapitel)

Für die Manipulation der Verbreitung von Internet-Tsunamis, d. h. dem Erzeugen einer scheinbaren Massenresonanz, gibt es verschiedene Möglichkeiten: Astroturfing, Crowdturfing, Nutzung von Bots bzw. Botnetzen, Reputation Management.

Manipulation mit Astroturfing

Unter dem Begriff Astroturfing werden politische Public-Relations- und kommerzielle Werbeprojekte zusammengefasst, die „den Anschein einer sogenannten ‚Graswurzelbewegung‘ [...] erwecken, um die eigenen Botschaften zu verbreiten.“⁵⁰⁶ Vermittelt werden soll der Eindruck einer spontanen politischen bzw. gesellschaftlichen Initiative, „die aus der Basis der Bevölkerung entsteht.“⁵⁰⁷

Die Zielrichtung ist oft eindeutig die Manipulation von politischen bzw. gesellschaftlichen Meinungen. Ein klassisches Beispiel für die Anwendung von Astroturfing in Deutschland ist die „Stimmungsmache“ gegen die Gegner des Projektes „Stuttgart 21“.

„Es gibt einige Indizien und Belege dafür, dass im Rahmen der Auseinandersetzung um Stuttgart 21 mittlerweile beauftragte PR-Agenturen massiv in sozialen Medien als Befürworter auftreten und dort Bürgerengagement simulieren. Metronaut hat schon einige Seiten enttarnt (‚Stuttgart 21: Mit PR-Agenturen gegen Demonstranten‘) und bei Andreas Bühler finden sich weitere Informationen: Die gekaufte Bewegung? Stuttgart 21-Befürworter im Netz.“⁵⁰⁸

Rein technisch ist Astroturfing kaum zu erkennen. Typische Merkmale von gefälschten bzw. gekauften Einträgen sind in der Wortwahl (werbetyperischer Ausdruck, übertriebene Lobeshymnen) und in den „künstlich“ wirkenden Nutzerprofilen zu finden.⁵⁰⁹

⁵⁰⁴ Netzwelt.de (Kluczniok, Jan) 18.03.2011: Cyber War: US-Armee will Social Media mit Fake-Profilen manipulieren. <<http://www.netzwelt.de/news/86002-cyber-war-us-armee-will-social-media-fake-profilen-manipulieren.html>> (09.05.2012)

⁵⁰⁵ ebd.

⁵⁰⁶ Liller, Tapio und Schindler, Marie-Christine 2011: PR im Social Web: Das Handbuch für Kommunikationsprofis. Köln: O'Reilly Verlag. S. 343

⁵⁰⁷ ebd.

⁵⁰⁸ netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 25.09.2010: Astroturfing bei Stuttgart 21. <<http://netzpolitik.org/2010/astroturfing-bei-stuttgart-21/>> (09.05.2012)

⁵⁰⁹ vergl. Weblawg (Ulbricht, Carsten) 17.10.2011: Gefälschte Fans bei Weleda ? – Rechtliche Bewertung falscher Profile in Sozialen Netzwerken.

<<http://www.rechtzweintull.de/index.php?/archives/187-Gefaelschte-Fans-bei-Weleda-Rechtliche-Bewertung-falscher-Profilen-in-Sozialen-Netzwerken.html>> (09.05.2012)

Für Astroturfing werden gekaufte Identitäten und Scheinidentitäten genutzt.

Manipulation mit Crowdturfing

„Die meisten Aufträge, die Crowdsourcing-Dienste in China und den USA abwickeln, dienen inzwischen der Manipulation von sozialen Netzwerken und der öffentlichen Meinung.“⁵¹⁰ Mittels Crowdturfing wird vorrangig die Bewertung von Produkten auf Verkaufsplattformen im Sinne des Herstellers bzw. Verkäufers positiv beeinflusst (z. B. „Liken“ von Facebook-Seiten). Mittlerweile werden aber auch Meinungen zu verschiedensten, auch gesellschaftspolitischen, Themen in sozialen Netzwerken platziert mit dem Ziel einer emotionalen Manipulation. Für Crowdturfing werden gekaufte Identitäten und Scheinidentitäten genutzt.

Das Problem ist auch hier, dass Crowdturfing kaum erkennbar ist. Lediglich über die Lokalisierung der User ist eventuell ein Crowdturfing erkennbar. So ist es sehr „merkwürdig“, wenn bei einem nur in Deutschland politisch relevanten Thema massenhaft User mit IP's aus den USA oder China Stellung beziehen.⁵¹¹

Manipulation durch Nutzung von Bots bzw. Botnetzen

Bots sind Software-Programme, die automatisiert, d. h. ohne menschlichen Eingriff, Aktionen auf Rechnern durchführen. „In diesem Zusammenhang jedoch versteht man unter einem Bot ein schädliches Programm, welches ohne Kenntnisnahme des Betroffenen im Hintergrund des PCs ausgeführt wird und durch das Netzwerk übermittelte Befehle abarbeitet.“⁵¹² Damit können u. a. Identitäten erspäht und gestohlen werden. Mit diesen gestohlenen Identitäten sind Manipulationen von Internet-Tsunamis möglich.

Manipulation mit Reputation Management

Manipulation mit Reputation Management wird u. a. dazu genutzt, über Social Media z. B. den Wert von Marken, Unternehmen, Organisationen oder Personen nachhaltig zu steigern. Dabei werden gegen Gebühr beliebig viele „follower“ bei Twitter angeboten oder Freunde bei Facebook und Google+, die sich alle nur positiv äußern und besonders begeistert von einem Unternehmen bzw. einer Marke, Organisation oder Person sind.

Ausführende Organe hiesiger Anbieter sind Unternehmen in China und Indien, die dann vorgefertigte Texte bei unterschiedlichen Nutzern (auch selbst angelegt) – gegen Bezahlung – einstellen.

⁵¹⁰ heise online (Simonite, Tom) 13.12.2011: Das Geschäft mit dem Crowdturfing.

<<http://www.heise.de/tr/artikel/Das-Geschaeft-mit-dem-Crowdturfing-1394104.html>> (08.05.2012)

⁵¹¹ vergl. Crowdsourcing (Steuer, Philipp) 10.01.2012: Crowdturfing – Die dunkle Seite von Crowdsourcing.

<<http://www.crowdsourcingblog.de/blog/2012/01/10/crowdturfing-die-dunkle-seite-von-crowdsourcing/>> (09.05.2012)

⁵¹² Mönch, Nicolas 2012: BOTNETS: Informatik-Seminar SS2012: IT-Sicherheit. FH Wedel. Online:

<http://www.fh-wedel.de/~gb/seminare/ss2012/moench_botnets.pdf> (13.11.2012)

Das Geschäft in dieser virtuellen Welt erweitert sich dabei gerade um die interessanten Aspekte wie virtuelles Marketing und virtuelle PR. Die Methode grenzt dabei an offene Kriminalität.

„Clickworker <http://www.clickworker.com>, ein deutsches Pendant zu den untersuchten Plattformen, hat strenge Richtlinien bei der Annahme von Aufträgen. ‚Wir untersuchen jeden Auftrag. Zweifelhafte Angebote nehmen wir nicht an‘, so ein Mitarbeiter von Clickworker im Gespräch mit *pressetext*. Anfragen zu manipulativen Social-Media-Aufträgen gibt es aber sehr wohl. ‚Unternehmen sprechen uns etwa ein Mal die Woche auf solche Angebote an‘, sagt der Insider. Die etwa 155.000 Angestellten von Clickworker verfassen hauptsächlich Produktbeschreibungen und Übersetzungen, wie ein Blick auf die angebotenen Jobs bestätigt.“⁵¹³

Zusammenfassung

Unabhängig von den verschiedenen Arten der hier beschriebenen Manipulationen gibt es erkennbare Muster, die auf eine Manipulation eines Internet-Tsunamis hindeuten. Kommen viele Daten, Informationen aus einer Quelle (eine IP, ein IP-Range, in allen sozialen Netzwerken) oder aus einem nicht von der Problematik betroffenen Land (Lokalisation), so liegt mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit eine Manipulation vor. Werbetypische Phrasen, übertriebene Lobeshymnen oder der zentrale Aufruf von einer oder mehreren Organisation, sich für ein Projekt zu engagieren sind ebenfalls Manipulationsmuster und User, die minimalisierte und schematische Profile haben, die oft auch noch sehr ähnlich sind, und die sich „immer und überall“ beteilige, deuten auf virtuelle Nutzer bzw. gekaufte Identitäten) hin.

Was an Manipulationen technisch erkennbar ist, hängt in hohem Maß von Art und Umfang der vorliegenden Daten ab. Da es in Deutschland verboten ist, die hierfür relevanten Daten automatisiert zu sammeln und zusammenzuführen (Datenschutz), müssen andere Mechanismen gefunden und genutzt werden. Eine wichtige Rolle bei der Erkennung von Manipulationen kann die Einbindung/Nutzung der „menschliche Intelligenz“ leisten. Das Internet und insbesondere die Social-Media-Plattformen unterstützen die Bildung von „kollektivem Wissen“. Über das Web kann das dezentral verstreute private Wissen der Individuen koordiniert und zu einer „kollektiven Intelligenz“ oder auch „korrektiven Intelligenz“ zusammengeführt bzw. verdichtet werden. So sind z. B. die Ergebnisse bei Wikipedia beeindruckend. Sie lassen sich sowohl in der Qualität und auch der Quantität mit von Experten und Fachleuten erstellten Enzyklopädien vergleichen.^{514 515}

Die Überlegung einer unabhängigen, multinationalen, menschlichen Schwarmintelligenz ist mächtig und könnte einen Beitrag zur Erkennung und Kategorisierung von Internet-Tsunamis unter Berücksichtigung möglicher Manipulationen leisten.

⁵¹³ *Pressetext* (pte) 15.12.2011: Social-Media: Beeinflussung bringt Millionen: Crowdsourcing-Plattformen ermöglichen Manipulation im großen Stil. <<http://www.pressetext.com/#news/20111215003>> (13.06.2012)

⁵¹⁴ Hammwöhner, Rainer 2007: Qualitätsaspekte der Wikipedia. In: *kommunikation@gesellschaft* 8 (2007). Online: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B3_2007_Hammwoehner.pdf

⁵¹⁵ Rachbauer, Tamara 2012: Brockhaus und Wikipedia – Enzyklopädien im Wandel vom statischen Nachschlagewerk zum nutzergenerierten Lexikon: Studienarbeit. München: GRIN Verlag

Online-Identitäten sind also immer abhängig von ihrem Kontext, ihrer Inszenierung, der Interpretation durch Andere und dem Zweck, dem ihre Herstellung dient. Und maßgeblich von dem System, in dem sie ausgebildet werden. Online sind reale Nutzer nichts weiter als eine Unzahl von Identitätsfragmenten, die sich in den verschiedenen Online-Diensten dezentral fortschreiben. Jede Online-Interaktion ist nichts weiter als ein Identitätssplitter; diese zu einem ganzheitlichen Gebilde zusammensetzen, muss aufgrund der Bedingungen des Internets selbst scheitern. Identitätsstiftung in einem System, das simultan, emergent und volatil ist, kann ebenso nur zu einer sich ständig wandelnden, flüchtigen und fragmentarischen Identitätsausbildung führen. Darum wäre es ratsamer, hinsichtlich der Prozesse einer Identitätsstiftung online, zunächst vom System selbst auszugehen, dessen Grundbedingungen gleichzeitig als jene für die Ausbildung von Identität anzuerkennen und anschließend Ableitungen zu treffen, vom Digitalen auf das Digitale, als plump vom Realen auf das Virtuelle schließen zu wollen.



5 Sozialwissenschaftliche Betrachtung

Mit diesem Statement sprach McLuhan im Jahr 1969 eine These aus, die in der damaligen Zeit befremdlich geklungen haben muss. Im Jahr 2012 müssen wir uns hingegen damit beschäftigen, ob diese Entwicklung bereits eingetreten ist oder noch eintreten wird. Wir werden uns somit in diesem Teil der Studie mit einer der Grundfragen der Soziologie beschäftigen und diese auf das digitale Zeitalter anwenden: Wie ist Gesellschaft möglich?

In diesem Kapitel soll die sozialwissenschaftliche Dimension näher beleuchtet werden, indem Analogien zu den klassischen Gesellschaftstheorien gezogen werden. Zu diesem Zweck wird zunächst anhand des Habermas'schen „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ skizziert, wie sich das Mediensystem über die Jahrhunderte herausgebildet hat, bevor wir die Luhmann'sche Systemtheorie zur Erklärung der Funktionsweise von Medien herangezogen wird. Zuletzt soll schließlich das Wechselspiel von Internet und Medien beleuchtet und die Thesen zur Bedeutung der Internet-Tsunamis für das gesellschaftliche Funktionssystem herausgestellt werden.

” In unserer Software-Welt unmittelbarer elektronischer Kommunikationsübertragung verändert sich die Politik vom alten Modell der politischen Repräsentation hin zu einer neuen Form von spontaner und sofortiger gemeinschaftlicher Beteiligung. [...] Wahlen, wie wir sie heute kennen, werden keine Bedeutung mehr haben.“

- Marshall McLuhan, 1969

5.1 Einordnung des Phänomens – Eine soziologische Betrachtung

Im ersten Abschnitt der Studie wurden die Auswirkungen von digitalen Technologien auf gesellschaftliche Ereignisse skizziert. Der Arabische Frühling, die Debatten um die Plagiatsvorwürfe gegen Karl-Theodor zu Guttenberg und der scheinbare Siegeszug von sozialen Medien im World Wide Web werfen Fragen auf, denen sich die Sozialwissenschaften stellen müssen. Dies ist in der Vergangenheit nur bedingt geschehen. Mitte der 1990er Jahre konnte man einen rasanten Anstieg von theoretischen Entwürfen beobachten. Es stellte sich die Frage, welche Rolle der Computer in einer zukünftigen Gesellschaft einnehmen könnte? Soziologen, Politologen, Philosophen und viele andere versuchten den Computer als eine radikale Maschine zu beschreiben, die geltende gesellschaftliche Mechanismen außer Kraft setzen würde. Die Untersuchungen kamen jedoch häufig zu dem Schluss: Das Internet ist ein Medium der Exklusion, da Teilnahmevoraussetzungen zu hoch erschienen.⁵¹⁶ Die Anschaffung von Computern, Netzwerkanschlüssen oder Mobiltelefonen, war für große Teile der Bevölkerung nicht möglich. Des Weiteren schienen auch die eingesetzten Dienste nicht erfolgsversprechend. Internet Relay Chats und E-Mails bargen nur wenig revolutionäres Potential. Die Zeit war scheinbar noch nicht reif.

2012 befinden wir uns in einer grundlegend veränderten Situation. Mit dem Aufkommen von sozialen Netzwerken, günstigen Computern, Smartphones und Netzanschlüssen wurde die gesellschaftliche Revolution scheinbar begonnen. In Ländern wie Ägypten und Tunesien konnte das WWW die Defizite der staatsgelenkten Medien ausgleichen, indem anhand von Social Networking eigene Informationen durch die Bürger veröffentlicht wurden und so eine kritische Masse erzeugt werden konnte.

Karl-Theodor zu Guttenberg wurde die Kollaboration zum Verhängnis. Initiiert durch einen Zeitungsbeitrag, begannen Bürger auf GuttenPlag kritische Stellen in seiner Doktorarbeit zu markieren und für jeden nachvollziehbar zu visualisieren. Ein aberkannter Dokortitel und das vorzeitige Ende seiner politischen Karriere waren die Ergebnisse.

Zuletzt sorgte der öffentlich ausgetragene Streit zwischen dem Chaos Computer Club und einer Gruppe von Tatort-Autoren für Aufsehen. In einem offenen Brief kritisierten 51 Tatort-Autoren die liberalen Positionen von Grünen, Piraten, Linken und der „Netzgemeinde“ zum Copyright. Der „Netzgemeinde“ wurde vorgeworfen unter dem Deckmantel von kostenloser Partizipation an Kunst, Kultur und Medien, Urheberrechtsverletzungen zu befürworten.⁵¹⁷ Der CCC entgegnete, dass dies keineswegs das Interesse der sog. „Netzgemeinde“ wäre, sondern sich die Kritik vor allem gegen die großen Verwerter, wie z. B. die GEMA, richtet. Allerdings

⁵¹⁶ vergl. Schwalm, Carola 1998: Globale Kommunikation. Der Wandel sozialer Beziehungen durch die Kommunikation in Computernetzwerken. Berlin: Wissenschaftlicher Verlag: S. 128

⁵¹⁷ vergl. Verband Deutscher Drehbuchautoren e. V. (51 Tatort-Autoren) 29.03.2012: Offener Brief von 51 Tatort-Autoren.

räumte sie auch ein, dass Filesharing über P2P-Börsen oder One-Klick-Hoster zu einem ernstzunehmenden Problem geworden ist.⁵¹⁸

Wir können somit beobachten, dass das Internet und seine Nutzungsweisen Irritationen in dem Funktionssystem der Gesellschaft hervorrufen. Die sich ständig weiterentwickelnden technischen Möglichkeiten führen zu Spannungen zwischen dem was wir in der Soziologie mit dem Begriff „Soziale Systeme“ umschreiben.

Die neuen Nutzungsweisen stoßen nicht nur mit dem derzeitigen Recht an. Vielmehr müssen wir uns mit der Frage beschäftigen, welche Auswirkungen das Netz auf die Medien ausübt. In Gesellschaften ohne ein gefestigtes Mediensystem, wie z. B. China, ist das Internet ein mächtiger Verbündeter, das den Zugang zu Informationen ermöglicht, welche nicht die staatlichen Zensurstellen durchlaufen haben. Nicht umsonst kapselt sich die Volksrepublik China immer weiter vom internationalen Datenstrom ab und baut seine digitalen Überwachungskapazitäten weiter aus. Oder nehmen wir den Fall Ägypten. Dort sah sich der ehemalige Staatspräsident Mubarak in einer derart verzweifelten Situation, dass der gesamte Datenstrom während der Revolutionen einfach abgekapselt wurde.⁵¹⁹

In der Bundesrepublik Deutschland scheint das Internet kein revolutionäres Potential vorzuweisen. Zu gefestigt wirkt unser heutiges Mediensystem. Durch den staatlichen Rundfunk, welcher als unabhängige Informationsquelle dienen soll, besteht eigentlich kein großes Interesse an einem neuen „Medium“ oder gar einer neuen Gewalt im Staate. Doch auch hier können wir an den bereits genannten Beispielen und den Untersuchungen in den ersten Kapiteln einen sozialen Wandel beobachten. Eine Forderung nach Transparenz besteht auch in westlichen Staaten. Wie sonst könnten wir den Erfolg von Projekten wie Wikileaks oder sozialen Medien wie Twitter und Facebook erklären? Es scheint, dass der Bürger zunehmend als Verfasser von Informationen in den Vordergrund drängt. Ob es nun der Post bei Facebook über ein Unternehmen mit umweltschädlichen Aktivitäten ist, eine Twitter-Meldung auf der Demonstration, die Rezension über einen neulich gekauften Fernseher oder aber ein Blog zu einem ungeliebten Bauprojekt in seiner unmittelbaren Wohnumgebung: Durch die Vernetzungsmöglichkeiten des Internets ist dies alles möglich.

Trotz dieser, nahezu selbstverständlichen, Nutzung ist die Debatte über die Bedeutung des Internets für die gesellschaftlichen Funktionsmechanismen nicht in der breiten wissenschaftlichen Debatte angekommen. Diese Tatsache muss kritisch hinterfragt werden.

Bourdieu charakterisierte die Soziologie als „Störenfried der Gesellschaft“⁵²⁰. Ihre Aufgabe besteht in der Hinterfragung dessen, was als selbstverständlich und „normal“ gilt.⁵²¹ Wenn sie

⁵¹⁸ vergl. Chaos Computer Club e. V. (zas) 29.03.2012: Antwort auf den offenen Brief der Tatort-Drehbuchschreiber. <<http://ccc.de/updates/2012/drehbuchautoren>> (25.05.2012)

⁵¹⁹ vergl. Handelsblatt Online (Dörmer, Stephan und Sawalls, Achim) 31.01.2011: Ägypten Offline. Wie Mubarak das Internet abschalten ließ. <<http://www.handelsblatt.com/technologie/it-tk/it-internet/aegypten-offline-wie-mubarak-das-internet-abschalten-liess/3820280.html>> (29.05.2012)

⁵²⁰ Selke, Stefan 2009: Die Spur zum Menschen wird blasser: Individuum und Gesellschaft im Zeitalter der Postmedien. In: Dittler und Selke (Hg.) 2009: S. 13

⁵²¹ vergl. ebd.

dies auch in der heutigen Zeit leisten soll und wir soziologische Konzepte auf das Mediensystem anwenden wollen, müssen wir nach Selke (2009) von einer Grundannahme ausgehen:

„[...] dass sich Medien und Gesellschaft in einer ständigen Wechselwirkung befinden, die weder technik- noch kulturdeterministisch gedacht werden darf. Technologische Entwicklungen und gesellschaftliche Bedürfnisse wirken in feinen, teils homöopathischen, Wechselbeziehungen aufeinander ein. Medien sind Teil der Gesellschaft und Gesellschaft ‚macht‘ Medien, indem Individuen sie in Gebrauch nehmen“⁵²²

Wir müssen uns somit die Frage stellen, was passiert, wenn Menschen diese Medien anders in Gebrauch nehmen? Es muss hinterfragt werden, wenn Bürger zunehmend Nachrichten über Portale wie Google News lesen oder Zeitungsartikel auf Blogs kritisch untersucht werden. Und damit gelangen wir an den Punkt, in dem wir Internet-Tsunamis gesellschaftliche Relevanz zuschreiben müssen. Das bedeutet, dass wir herausstellen müssen, welche Rolle neue Medien an dem Prozess der Vergesellschaftung einnehmen.⁵²³

Damit wird auch ein Grundgedanke der Soziologie deutlich, der leider allzu häufig in Diskussionen über die „Netzgemeinde“ oder Vorgänge im Internet vergessen wird:

„Die gesellschaftliche Wirklichkeit ist das, was wir *gemeinsam* erzeugen, was wir *gemeinsam* ‚konstruieren‘.“⁵²⁴

Somit müssen wir das Internet als neuen Ort zur gesellschaftlichen Kommunikation ansehen. Einen Raum, der es ermöglicht, mit anderen in Kontakt zu treten, seine Ansichten zu teilen oder Widerstand zu leisten. Er wird von allen gesellschaftlichen Schichten geformt und gesteuert. Die oft beschriebene Trennung von Offline- und Online-Welt ist eine Illusion. Dies verdeutlichen die im Kapitel 0 getätigten Fallbeispiele.

Wir werden uns somit in diesem Teil der Studie mit einer der Grundfragen der Soziologie beschäftigen und diese auf das digitale Zeitalter anwenden: Wie ist Gesellschaft möglich? Zu diesem Zweck wird in Kapitel 5.2 anhand des Habermas'schen „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ skizziert, wie sich das Mediensystem über die Jahrhunderte herausgebildet hat, bevor wir in 5.3 und 5.4 die Luhmann'sche Systemtheorie zur Erklärung der Funktionsweise von Medien heranziehen. In 5.5 wird das Wechselspiel von Internet und Medien beleuchtet und schließlich in 5.6 die Thesen zur Bedeutung der Internet-Tsunamis für das gesellschaftliche Funktionssystem herausgestellt werden. Es soll aufgezeigt werden, dass sich mit der Verortung des Phänomens Internet-Tsunamis an die Standards der Soziologie eben durch die Konkretisierung anhand der Fallbeispiele neuer Raum zur wissenschaftlichen Weiterentwicklung des Themas erschließt.

⁵²² ebd.: S. 13 - 14

⁵²³ vergl. ebd.: S. 14

⁵²⁴ ebd.: S. 16

5.2 Die Entstehung einer neuen Öffentlichkeit

Nachdem wir nun die evolutionären Mechanismen der Medien betrachtet haben, gilt es nun festzustellen, wie sehr sich der Begriff von Öffentlichkeit in den vergangenen Jahrhunderten gewandelt hat. Im Kontext der sozialwissenschaftlichen Analyse der Meinungstsunamis nimmt auch dieser Punkt eine bedeutende Rolle ein. Die Frage, was die Begriffe „Öffentlich“ oder „Privat“ darstellen und wie sie unser politisches System beeinflussen, sollen Grundlage und Gegenstand dieses Kapitels werden.

Eine Auseinandersetzung mit diesen Begriffen sollte im Hinblick mit dem stattfinden, was wir als „Meinung“ definieren. Denn öffentlich kann nur das werden, was auch öffentlich kommuniziert wurde.

Die Entwicklung der Öffentlichkeit geschah in einer wechselseitigen Beeinflussung mit den Medien. Die immer schneller wachsende Bevölkerung konnte sich nicht mehr über Versammlungen und direkte Kommunikation organisieren, sodass eine neue Form der Kommunikation notwendig war, um Ansichten, Wünsche und Empfindungen der gesamten Gesellschaft zugänglich zu machen. Beschleunigt durch technische Innovationen, stießen die Printmedien in diese Lücke und definierten den öffentlichen Raum neu.

Den Einstieg in die Betrachtung der Entwicklung von Öffentlichkeit soll parallel zu dem der medialen Evolution stattfinden. Das Mittelalter war gekennzeichnet durch die Macht des Klerus und des Adels. Öffentlich war das, was diese gesellschaftlichen Schichten artikulierten.⁵²⁵ Alles was außerhalb dieses Rahmens stattfand, war für das politische System nicht relevant. Die Ansichten wurden somit von oben an die unteren gesellschaftlichen Schichten weitergereicht. Die Entmündigung der Gesellschaft begann erst mit der Kommunikation der Kaufleute zu erodieren.⁵²⁶ Und wie im Fall der Presse bildete dies den Beginn des „mündigen Bürgers“.

Doch zunächst muss wieder ein Rückgriff auf die hellenistische Öffentlichkeit geschehen, da diese die erste Form einer bürgerlichen Gesellschaft darstellte, welche eine Trennung der Begriffe öffentlich und privat vorsah. Dieses Staatsverständnis prägt die Gesellschaft auch in der heutigen Zeit.

Im griechischen Stadtstaat war die Sphäre der Polis, welche dem freien Bürger gemein war, streng von der Sphäre des Privaten, was die Griechen als „Oikos“ bezeichneten⁵²⁷, getrennt. Mit Oikos, aus diesem Wort wurde der Begriff Ökonomie abgeleitet, war die Haus- und Wirtschaftsgemeinschaft gemeint. Wenn ein Bürger nicht frei von diesen ökonomischen

⁵²⁵ vergl. Windhorst, Ariane 2009: Die politische Rolle der Öffentlichkeit unter besonderer Berücksichtigung des Web 2.0. <<http://edoc.ub.uni-muenchen.de/12006/>> (15.10.2011): S. 33.

⁵²⁶ vergl. ebd.

⁵²⁷ vergl. Habermas, Jürgen 1990: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp: S. 56.

Pflichten war, konnte er auch nicht am politischen Treiben auf dem Marktplatz, der Agora, teilnehmen. Dort spielte sich das öffentliche Leben ab. Allerdings war die Öffentlichkeit nicht lokal gebunden, sondern konstituierte sich im Gespräch, welches, laut Habermas, auch die Form der Beratung vor Gericht oder einer gemeinsamen Handlung, wie z. B. der Kriegsführung annehmen konnte.⁵²⁸

Obwohl die Bürger von produktiver Arbeit befreit waren, mussten sie auch frei von häuslicher Arbeit sein, um an dem politischen Prozess partizipieren zu können. Die Griechen besaßen somit eine klare Definition von Privatsphäre:

„Die Privatsphäre ist nicht nur dem (griechischen) Namen nach ans Haus gebunden; beweglicher Reichtum und Verfügung über Arbeitskraft sind ebensowenig Ersatz für die Gewalt über Hauswirtschaft und Familie, wie umgekehrt Armut und fehlende Sklaven an sich schon ein Hindernis für die Zulassung zur Polis wären [...]“⁵²⁹

Trotz der diskriminierenden Elemente ist bereits an dieser Stelle die Idee der heutigen Konstitution von Öffentlichkeit zu erkennen. Das Bild vom unabhängigen Berufspolitiker ist unverkennbar.

Die Wünsche und Ansichten der unfreien Bürger wurden diesem System nach nur beachtet, wenn sie zu den freien Bürgern durchdrangen und auf der Agora besprochen wurden. War dies nicht der Fall, waren sie praktisch nicht vorhanden. Dennoch lässt sich eine Kontinuität dieses Modells und des ideologischen Musters erkennen, welches bis in unsere heutige Zeit reicht.⁵³⁰

Nach dem Untergang der griechischen und römischen Hochkulturen, geriet das hier beschriebene Ideal zunächst in Vergessenheit. Die Trennung von Privatem und Öffentlichem war nicht vorhanden, was vor allem dem Rechtsstatus der Menschen verbunden war: Da die Menschen in Herrschaftsverhältnissen mit einzelnen Herren eingebunden und damit zum „Eigentum“ des Einzelnen degradiert wurden, war es nicht vorgesehen, dass sie als Privatperson in eine Öffentlichkeit hervortreten konnten.⁵³¹ Die repressiven Machtverhältnisse im Mittelalter unterbrachen somit die Entwicklung von Öffentlichkeit und verlangsamten deutlich die demokratische Entwicklung, welche durch die Römer und Griechen initiiert wurde.

Genau diese Machtverhältnisse durchbrachen die Kaufleute, die im 13. Jahrhundert einen gewissen Reichtum anhäufen konnten. So bildete, wie bei den Printmedien, der frühe Kapitalismus die Fortsetzung der Öffentlichkeit. Diese konnten zu Beginn noch problemlos in das feudale Herrschaftssystem integriert werden, so dass im Laufe der Zeit die öffentliche

⁵²⁸ vergl. ebd.

⁵²⁹ ebd.

⁵³⁰ vergl. Habermas 1990: S. 57

⁵³¹ vergl. ebd.: S. 58

Gewalt in untere Schichten durchsickern konnte.⁵³² Ariane Windhorst (2009) zitiert Habermas in diesem Kontext:

„Die Reduktion der repräsentativen Öffentlichkeit, die mit der Mediatisierung der ständischen Autoritäten durch die Landesherrn einhergeht, gibt einer anderen Sphäre Raum, die mit dem Namen der Öffentlichkeit im modernen Sinne verknüpft ist: der Sphäre der öffentlichen Gewalt.“⁵³³

Dies bedeutet, dass die Umgehung der feudalen Herrscher durch die Kaufleute zum Zwecke ihrer Handelsbeziehungen den Startpunkt für die neugewonnene Sphäre der öffentlichen Gewalt darstellte. Diese Sphäre bedeutete letztendlich eine Trennung von Staat und Gesellschaft und die Abkehr von der kirchlichen und feudalen Herrschaft, die das Volk willkürlich mit Informationen versorgten.⁵³⁴ Während der Aufklärung und dem damit verbundenen Zerfall dieser Herrschaftsformen „spaltete sich, ähnlich einer Zellteilung, ein ‚Publikum rasonierender Privatleute‘ mehr und mehr ab, bis es quasi genügend Distanz erreicht hat, um den Blick auf den Staat zu richten und sich über das, was es sieht, untereinander auszutauschen.“⁵³⁵

Habermas begründet dies dadurch, dass eine Polarisierung vorangegangen war, die innerhalb der Gesamtheit der bürgerlichen Gesellschaft als Erweiterung und Ergänzung der Sphäre kleinfamiliärer Intimität anzusehen war.⁵³⁶ Diese Erweiterung stellte die Sphäre des Publikums dar, in welchem sich die Privatleute versammelten und die Quelle bildeten, aus der sich die Öffentlichkeit speiste.⁵³⁷ Was zunächst etwas sperrig klingt, wird durch die weiteren Ausführungen von Habermas deutlicher:

„Wohnzimmer und Salon befinden sich unter gleichen Dach; und wie die Privatheit des einen auf die Öffentlichkeit des anderen angewiesen, die Subjektivität des privaten Individuums auf Publizität von Anbeginn bezogen ist, so ist auch in der zu ‚fiction‘ gewordenen Literatur beides zusammengefaßt. Einerseits wiederholt der sich einfühlende Leser die in der Literatur vorgezeichneten Beziehungen; er erfüllt die fingierte Intimität aus der Erfahrung der realen, und erprobt sich an jener für diese [...] die zum Publikum zusammengefassten Privatleute rasonieren auch öffentlich das Gelesene und bringen es in den gemeinsam vorangetriebenen Prozeß der Aufklärung ein.“⁵³⁸

Dieser Prozess entstand somit aus der Kommunikation im privaten Umfeld und mündete schließlich in Büchereien, Buchclubs, Lesezirkeln und einem erhöhten Umsatz von Tages- und Wochenzeitungen, deren Umsatz sich z. B. im England des 18. Jahrhunderts nahezu

⁵³² vergl. ebd.: S. 69

⁵³³ Windhorst 2009: S. 33

⁵³⁴ vergl. Windhorst 2009: S. 33

⁵³⁵ ebd.: S. 34

⁵³⁶ vergl. Habermas 1990: S. 115

⁵³⁷ vergl. Windhorst 2009: S. 34

⁵³⁸ Habermas 1990: S. 115

verdoppelte.⁵³⁹ Die Schrift spielte in dieser Entwicklung also eine zentrale Rolle, da Habermas an dieser Stelle auch die Definition von Öffentlichkeit liefert.

Dieser Wandel von der obrigkeitlich reglementierten Öffentlichkeit hin zum Publikum der rasonierenden Privatleute etablierte eine Sphäre der Kritik an der öffentlichen Gewalt und vollzog sich als Umfunktionierung der schon mit Einrichtungen des Publikums und Plattformen der Diskussion ausgestatteten literarischen Öffentlichkeit.⁵⁴⁰

Den zentralen Wendepunkt der Öffentlichkeit markiert somit das 18. Jahrhundert und die dort stattfindende Transformation der privaten Sphäre mit den halböffentlichen literarischen Veranstaltungen der damaligen Elite hin zu einer durch die Presse bedingten politischen Öffentlichkeit.⁵⁴¹ Somit ging die politische Öffentlichkeit aus der literarischen hervor und ließ die Grenze zwischen dem Privaten und Öffentlichen verschwinden.⁵⁴² Habermas beschreibt, dass die erste politische Öffentlichkeit zunächst im England des 18. Jahrhunderts entstand:

„Kräfte, die auf die Entscheidungen der Staatsgewalt Einfluß nehmen wollen, appellieren an das rasonierende Publikum, um Forderungen vor diesem neuen Forum zu legitimieren. Im Zusammenhang mit dieser Praxis bildet sich die Ständeversammlung in ein modernes Parlament, um ein Prozeß, der sich freilich über ein ganzes Jahrhundert hinzieht.“⁵⁴³

Dies bedeutete, dass sich das Verhältnis der Bürger zum Staat änderte. War zuvor noch das Bild von Machiavellis Katalog geheimer Machtpraktiken, die die Erhaltung der Herrschaft über ein unmündiges Volk sichern sollten, allgegenwärtig, wurde nun durch die Eliten in der Bevölkerung ein Wandel initiiert. Der Arkanpolitik wurde nun das Prinzip der Publizität entgegengehalten.⁵⁴⁴ Wir haben es somit bei der Bildung der politischen Öffentlichkeit mit einem Prozess zu tun, der von Eliten maßgeblich gestaltet wurde. Welche Intentionen hierbei von Bedeutung waren, soll im folgenden Teil näher beleuchtet werden.

Die Schaffung der politischen Öffentlichkeit war im Großbritannien des 18. Jahrhunderts eng mit der kapitalistischen Entwicklung verbunden. Bereits im 17. Jahrhundert entstand eine große Anzahl von Textilmanufakturen, die Metallindustrie wuchs und auch die Papierfabrikation konnte massive Zuwächse verzeichnen. In Großbritannien entstand durch diese Zuwächse ein starker Gegensatz zwischen „landed“ und „moneyed“ Interessen, welcher sich bereits, laut Habermas, in früheren Tagen andeutete.⁵⁴⁵

„[...] in England, wo die jüngeren Söhne der Landaristokratie schnell zu erfolgreichen Kaufleuten aufsteigen und die Großbourgeoisie oft genug Grundbesitz erwirbt, ohnehin nicht zu einem scharfen Klassengegensatz ausgebildet hatte, wird nun von einem

⁵³⁹ vergl. ebd.: S. 115f

⁵⁴⁰ vergl. Habermas 1990: S. 116

⁵⁴¹ vergl. Windhorst 2009: S. 36

⁵⁴² vergl. ebd.

⁵⁴³ Habermas 1990: S. 122

⁵⁴⁴ vergl. ebd.: S. 117

⁵⁴⁵ vergl. ebd.: S. 122

neuen Interessengegensatz überlagert: von dem zwischen den restriktiven Interessen des Kommerz- und Finanzkapitals auf der einen und den expansiven Interessen des Manufaktur- und Industriekapitals auf der anderen Seite.“⁵⁴⁶

Es begann somit mit einer Art „Generationenkonflikt“. Auf der einen Seite stand der traditionelle Adel, der sich auf dem feudalistischen Prinzip des Großgrundbesitzes ausruhte und auf der anderen Seite stieß zunehmend eine neue Generation von Unternehmern ins Rampenlicht, die ihren Reichtum durch wirtschaftliches Handeln und Zuwächse vermehren wollte. In Zeiten der absolutistischen Herrschaft, als Machiavellis Ratschläge noch auf fruchtbaren Boden trafen, war dieser Konflikt wohl nur auf die herrschenden Parteien beschränkt geblieben.⁵⁴⁷ Allerdings bestand nun ein großer Unterschied zu der vorangegangenen Zeit. Im England des 17. und 18. Jahrhunderts wurde der Konflikt der herrschenden Klassen für die Bevölkerung erfahrbar, da sich die kapitalistische Produktionsweise durchsetzte und somit auch breitere Schichten betraf.

Habermas führt weiter aus, dass es somit naheliegend war, dass die schwächere Seite, die jungen kapitalistischen Unternehmer, darauf bedacht war, den Konflikt in die Öffentlichkeit zu bringen.⁵⁴⁸ So drängte der Parteizwist auch in die nicht wahlberechtigte Bevölkerung.⁵⁴⁹ Bereits an dieser Stelle wird deutlich, dass die Schaffung der Öffentlichkeit kein Vorgang ist, der auf gesellschaftlichen Idealen beruhte, sondern vielmehr auf machtpolitische Überlegungen zurückzuführen war.

Es bleibt festzuhalten, dass sich der Strukturwandel in der Öffentlichkeit dadurch vollzogen hat, dass eine Verschränkung von zwei zuvor getrennten Sphären stattfand: Der privaten und der öffentlichen Sphäre.⁵⁵⁰

„Zwar steht die Zivilgesellschaft insgesamt der öffentlichen Gewalt, sprich den politischen Institutionen gegenüber, und die öffentliche Sphäre des politischen Rasonnements wird als dem Privatbereich zugehörig beschrieben – schließlich handelt es sich um ‚eine Öffentlichkeit von Privatleuten‘, gleichwohl wird zwischen der Privatsphäre einerseits, in der die bürgerliche Gesellschaft (Warenverkehr und Arbeit) und die familiäre Intimsphäre verortet sind, und der politischen Öffentlichkeit andererseits, in der sich die Privatleute zum politischen Diskurs zusammenfinden, differenziert.“⁵⁵¹

Damit wurde die Trennlinie, welche zuvor Gesellschaft und Staat trennte, entfernt. Das ermöglichte die Politisierung des Alltags. Lingenberg zitiert Habermas und schreibt:

⁵⁴⁶ ebd.: S. 122 f.

⁵⁴⁷ vergl. ebd.: S.123

⁵⁴⁸ vergl. ebd.

⁵⁴⁹ vergl. Habermas 1990: S. 123

⁵⁵⁰ vergl. Lingenberg, Swantje 2010: Europäische Publikumsöffentlichkeiten. Ein pragmatischer Ansatz. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften: S. 43

⁵⁵¹ ebd.: S. 43

„Indem die Öffentlichkeit als in den privaten Lebenswelten der Bürger wurzelnd gedacht wird, entspricht deren Kolonialisierung durch die Gesetze des Marktes, der Massenmedien sowie der Politik ihrer Entpolitisierung. In der Folge wird der gesamte Privatbereich unterminiert, sodass ‚der Kulturkonsum [...] in den Dienst ökonomischen und politischer Werbung‘ tritt.“⁵⁵²

Das Aufkommen der Massenmedien provoziert laut Habermas wiederum eine „Entpolitisierung“ des Publikums:

„[...] ziehen [sie] das Publikum als Hörende und Sehende [doch] in ihren Bann, nehmen ihm aber zugleich die Distanz der ‚Mündigkeit‘, die Chance nämlich, sprechen und widersprechen zu können. Das Raisonement eines Lesepublikums weicht tendenziell dem ‚Geschmacks-‘ und ‚Neigungsaustausch‘ von Konsumenten“.⁵⁵³

Im Jahre 1962 erschien „Strukturwandel der Öffentlichkeit“. Und bereits dort bemerkte Habermas das entscheidende „Manko der damaligen Massenmedien“, welches für die „Entmündigung“ des Bürgers verantwortlich war: „Ihnen fehlte für vernünftige politische Kommunikation der notwendige Rückkanal.“⁵⁵⁴

Die Massenmedien ziehen das Publikum also in ihren Bann, nehmen ihm jedoch „die Distanz der ‚Mündigkeit‘, die Chance nämlich, sprechen und widersprechen zu können.“⁵⁵⁵ Ariane Windhorst (2009) sieht an dieser Stelle eine Analogie zu der „Brechtschen Radiotheorie“. Brecht forderte bereits Ende der 1920er Jahre, dass der Rundfunk aus dem Lieferantentum herausgehen und den Hörer als Lieferanten organisieren solle.⁵⁵⁶ In den 1970er Jahren stellte nicht nur Hans Magnus Enzensberger die Frage nach besagten Rückkanal sondern auch der Zukunftsforscher und spätere Preisträger des „Alternativen Nobelpreises“ Robert Jungk, welcher auf die befreiende Wirkung einer kritischen Auseinandersetzung mit den Medien setzte.⁵⁵⁷

Die sich ständig weiterentwickelnden Medien erzeugen diesen Widerspruch nach Habermas durch ihren Hang zum Entertainment. Er konstatiert in „Strukturwandel der Öffentlichkeit“: „Die durch Massenmedien erzeugte Welt ist Öffentlichkeit nur noch dem Scheine nach“⁵⁵⁸.

Um diese negative Wandlung zu durchbrechen, plädiert Habermas „für einen differenzierten Blick auf das Phänomen der politischen Kultur“.⁵⁵⁹ Aus dieser bilde sich eine kritische Öffentlichkeit heraus, „die sich an der ‚Produktivkraft des Diskurses‘ (Habermas 1990, 33)

⁵⁵² ebd.

⁵⁵³ ebd.

⁵⁵⁴ Windhorst 2009: S. 37

⁵⁵⁵ ebd.

⁵⁵⁶ vergl. ebd.

⁵⁵⁷ Jungk, Robert 1988: Glaubhafte Ermutigung: zur Zukunft des kritischen Journalismus.

<http://www-a.ibt.uni-oldenburg.de/bisdoc_redirect/publikationen/bisverlag/unireden/ur21/urede21.html> (10.06.2012)

⁵⁵⁸ Habermas 1990: S. 261

⁵⁵⁹ Schicha, Christian 2003: Kritische Medientheorien. In: Weber, Stefan (Hg.) 2003: Theorien der Medien: Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH: S. 108 - 131

orientiere. Zugleich fordert er die Aufrechterhaltung einer politisch funktionierenden Öffentlichkeit, die sich als Gegenpol zu einer durch Massenmedien beherrschten Öffentlichkeit zu bewähren hat, um eine ‚vermachtete Arena‘ (Habermas 1990, 43) zu vermeiden.“⁵⁶⁰ Christian Schicha (2003) bezieht diesen Vorgang auf Habermas' Kritik an den bestehenden Machtverhältnissen:

„Habermas beschäftigt sich zudem kritisch mit den konkreten Macht- und Herrschaftsphänomenen im Rahmen von Medienprozessen. Dabei gehe es weniger um verständigungsorientiertes Handeln, sondern primär um ... ,[...] die kommunikative Erzeugung legitimer Macht einerseits und andererseits [um] die manipulative Inanspruchnahme der Medienmacht zur Beschaffung von Massenloyalität, Nachfrage und ‚compliance‘ gegenüber systemischen Imperativen.“⁵⁶¹

Neben diesen strukturellen Problemen wird auch die Selektion der Medien thematisiert. Damit ist der inhaltliche Selektionsprozess gemeint. Vor allem „im medienzentrierten Umfeld der aktuellen Öffentlichkeit haben sich – der inhaltsanalytischen Diagnose von Habermas zufolge – spezifische Spezialsprachen herausgebildet, die sich den Anforderungen der Sachwänge in den Medien angepasst haben.“⁵⁶² Medien können sich aufgrund der Knappheit ihrer Darstellung gar nicht adäquat um gesellschaftliche Themen kümmern. Es handelt sich somit immer um eine Darstellung von Partikularinteressen. Damit gelangen wir an die Betrachtung von massenmedial vermittelten Kommunikationsprozessen.

Habermas beschäftigt sich an dieser Stelle mit der „Differenz zwischen der „face to face“-Kommunikation und der technisch vermittelten Kommunikation“⁵⁶³. Dies geschieht auch hier wieder im Hinblick auf evolutionäre Potenziale. Technisch vermittelte Kommunikation beginnt mit dem Aufkommen von Fernsehen und Rundfunk. Diese gelten als Kommunikationstechnologien, welche die Beschränkung von direkter Kommunikation aufheben und damit eine virtuelle Öffentlichkeit schaffen können: Durch den Einzug der elektronischen Massenmedien bilden sich somit neue Öffentlichkeiten.⁵⁶⁴

„In dem Maße, wie die Medien eine Loslösung der Sprechhandlungen vom unmittelbaren raum-zeitlichen Kontext ermöglichen und sie in die ‚abstrakte Gleichzeitigkeit eines virtuell präsent gehaltenen Netzes‘ eintreten lassen, wodurch sie in zahlreichen Kontexten zugänglich werden, erlauben sie die Entstehung von Medienöffentlichkeiten.“⁵⁶⁵

Hier entwächst nach Habermas ein ambivalentes Potenzial. Denn einerseits könnten sich durchaus emanzipatorische Möglichkeiten ergeben, andererseits ist das Mediensystem durch

⁵⁶⁰ ebd.

⁵⁶¹ ebd.

⁵⁶² ebd.

⁵⁶³ ebd.: S. 10

⁵⁶⁴ vergl. ebd.

⁵⁶⁵ Leguizamón, Fernando Mauricio Garcia 2009: Vom klassischen zum virtuellen öffentlichen Raum: Das Konzept der Öffentlichkeit und ihr Wandel im Zeitalter des Internet.
<www.diss.fu-berlin.de/diss/receive/FUDISS_thesis_000000015529> (10.09.2011) S. 52

ökonomische, politisch-ideologische und die sich immer weiter verstärkende Unterhaltungskultur so geschaffen, dass es dieses im Keim unterdrückt:

„Die politische Öffentlichkeit kann sich unter dieser Prämisse einen solchen Resonanzboden schon deshalb nicht bilden, weil sie zusammen mit dem Publikum der Staatsbürger an einen Machtcode angeschlossen ist und mit symbolischer Politik abgespeist wird.“⁵⁶⁶

Habermas sieht die einzige Lösungsmöglichkeit in einer „idealen“ Gesellschaft. Für ihn sind an die „Idealtypische Öffentlichkeit“ drei Bedingungen geknüpft. Sie muss einerseits offen für alle gesellschaftlichen Gruppen sein und eine Diskussion aller Themen von kollektiver Bedeutung ermöglichen. Des Weiteren muss sie dem Prinzip der Diskursivität folgen. Das bedeutet, dass ein gesellschaftlicher Diskurs auf Basis der rationalen Begründung von Normen stattfinden muss. Dies soll dazu führen, dass die öffentliche Meinung nicht als Produkt von Kompromissen, sondern durch Überzeugung der besseren Argumente zustande kommt.⁵⁶⁷ Die dritte Bedingung ist schließlich die Legitimationsgrundlage der Herrschaft: Das politische Handeln muss durch den gesellschaftlichen Diskurs legitimiert werden.

Die Formulierung des Idealtyps dient Habermas zur Kritik an den bestehenden Missständen der realen Öffentlichkeit, die sich seiner Meinung nach zunehmend zu einer „vermachteten Arena“ entwickelt hat, da Medien zunehmend manipulativ die Massenkommunikation steuern und sich reklametechnisch arrangieren.⁵⁶⁸ An dieser Stelle wird auch der Bezug zur „Kritischen Theorie“ der Frankfurter Schule deutlich, die maßgeblich von Max Horkheimer und Theodor W. Adorno geprägt und schließlich von Habermas weiterentwickelt wurde. Die „Kritische Theorie“ von Horkheimer und Adorno war ein wissenschaftliches Projekt, welches eine kritisch-marxistisch orientierte Gesellschaftsforschung zum Ziel hatte und letztendlich die herrschenden gesellschaftlichen Gegensätze bzw. ausbeuterischen Systemzusammenhänge identifizieren sollte.⁵⁶⁹

Habermas' Beschreibung des Strukturwandels der Öffentlichkeit wird aus vielen Richtungen kritisiert. Swantje Lingenberg (2010) hebt vor allem zwei Kritikpunkte hervor. Hierbei handelt es sich um eine Überstilisierung der am Ausgangspunkt beschriebenen Öffentlichkeit sowie deren Fähigkeit zum rationalen Medienkonsum und der Wehrlosigkeit gegenüber der entmündigenden Wirkung der Massenmedien.⁵⁷⁰ Kurt Imhof wirft Habermas bei seiner Verfallsthese vor, einer Verwechslung des Ideal- und Realtypus von Öffentlichkeit erlegen zu sein.⁵⁷¹ Diesem überstilisierten Realtypus entging, laut Imhof, die Heterogenität des

⁵⁶⁶ Habermas, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung. Frankfurt am Main: Suhrkamp: S. 417

⁵⁶⁷ vergl. Embacher, Serge 2001: Selbstverschuldete Unmündigkeit. Überlegungen zu den normativen Grundlagen einer Kritik der Öffentlichkeit. <http://www.diss.fu-berlin.de/diss/servlets/MCRFileNodeServlet/FUDISS_derivate_000000001050/3_ZweiterTeil.pdf?hosts=> (25.06.2012) S. 122.

⁵⁶⁸ Vergl. Bolz, Norbert: Im Blindflug über das globale Dorf. Wie praxisnah kann eine Medientheorie sein? In: Essener Unikate (2002) Seite 42 - 49 <<http://duepublico.uni-duisburg-essen.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-11469/17-Bolz.pdf>> (25.05.2012) S. 46.

⁵⁶⁹ vergl. Schicha 2003: S. 2

⁵⁷⁰ vergl. Lingenberg 2010: S. 44

⁵⁷¹ vergl. ebd.

bürgerlichen Publikums während der Aufklärung und den verschiedenen Formen von Gegenöffentlichkeiten, welche sich in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts herausbildeten.⁵⁷²

Habermas reagierte schließlich 1990 in der Neuauflage von „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ und revidierte seine These:

„Kurzum, meine Diagnose einer geradlinigen Entwicklung vom politisch aktiven und privatistischen, ‚vom kulturräsonnierenden zum kulturkonsumierenden Publikum‘ greift zu kurz. Die Resistenzfähigkeit und vor allem das kritische Potential eines in seinen kulturellen Gewohnheiten aus Klassenschranken hervortretenden, pluralistischen, nach innen weit differenzierten Massenpublikums habe ich seinerzeit zu pessimistisch beurteilt“.⁵⁷³

Habermas räumt ein, dass er das Publikum angesichts kommunikationssoziologischer Untersuchungen zur Medienrezeption als zu passiv und der Produktivkraft medienwirksamer Kommunikation als zu hörig eingeschätzt hat.⁵⁷⁴ Damit revidiert er seinen Punkt der „überstilisierten Öffentlichkeit“. Dies hat jedoch nicht zur Folge, dass diese nicht als Startpunkt einer bürgerlichen Öffentlichkeit herangezogen werden kann. Habermas führt weiter an, dass die Bedeutung alternativer zivilgesellschaftlicher, subkultureller oder klassenspezifischer Assoziationen und Öffentlichkeiten unterschätzt worden ist.⁵⁷⁵ Damit wird auch deutlich, dass die Betrachtung der Gesellschaft als Einheit, welche über Medien, Recht und politische Macht auf sich selbst einwirkt, nicht der Komplexität einer funktional differenzierten Gesellschaft gerecht wird.⁵⁷⁶ Durch diese Revisionen lässt Habermas bereits eine stärkere Hinwendung zu den Bedingungen öffentlicher Kommunikation, unter denen eine freie und diskursive Meinungs- und Willensbildung in pluralistischen und funktional differenzierten Gesellschaften zustande kommen kann, erkennen.⁵⁷⁷

Bewegen wir uns allerdings in die Richtung der Kommunikation über soziale Netzwerke oder andere Kanäle des Internets, müssen wir die theoretischen Grundlagen von Habermas erweitern, um die Konstitution von Öffentlichkeit im 21. Jahrhundert zu erfassen.

Der Siegeszug des Internet samt seiner multimedialen und interaktiven Kommunikationsmöglichkeiten rief in den 1990er Jahren eine von Hoffnung geprägte Debatte in der Wissenschaft hervor. In den Sozialwissenschaften lässt sich das Internet zunächst als eine Art Infrastruktur beschreiben, die durch einen Pool an unterschiedlichen, massenmedialen und

⁵⁷² vergl. Imhof, Kurt (2006): Der normative Horizont der Freiheit. „Deliberation“ und „Öffentlichkeit“: zwei Zentrale Begriffe der Kommunikationswissenschaft. fög discussion paper GL-2006-0006. fög-Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft. Zürich.

<http://jahrbuch.foeg.uzh.ch/publikationen/discussion%20papers/Horizont_der_Freiheit.pdf> (20.05.2009)

⁵⁷³ Habermas 1990: S. 30

⁵⁷⁴ vergl. Lingenberg 2010: S. 45

⁵⁷⁵ vergl. ebd.

⁵⁷⁶ vergl. ebd.

⁵⁷⁷ vergl. ebd.: S. 40

interpersonalen Anwendungen und Kommunikationsmitteln charakterisiert wird.⁵⁷⁸ Wir werden uns hier nur auf die sozialwissenschaftlichen Konzepte beziehen. Einen Definitionsversuch führt Swantje Lingenberg aus: In diesem Sinne kann das Internet auch als ein globaler, elektronisch mediatisierter Kommunikationsraum mit „transmedialem Charakter“ beschrieben werden, der den Computer zur Schnittstelle und zum „Hybridmedium“ werden lässt.⁵⁷⁹ „Der ‚Cyberspace‘ stellt sich damit als imaginärer, ‚computergenerierter Raum, hinter‘ dem Computerbildschirm [dar], der statt einer realen Anwesenheit Telepräsenz – eine Illusion von Nähe trotz geographischer Distanz – vermittelt“.⁵⁸⁰

Diese Einschätzung muss im Jahr 2012 erweitert werden. Das Smartphone, das Tablet und womöglich auch in naher Zukunft die Datenbrille werden zu „Digitalen Prothesen“.⁵⁸¹ Für nahezu jede Alltagssituation wird eine App entwickelt. Somit verschmelzen Internet und Realität zu einem globalen Raum, der in noch nie dagewesener Weise Kommunikationsbarrieren löst. Das Internet ist allgegenwärtig.

Die Frage, welche Bedeutung und welchen Einfluss das Internet für und auf die politische Öffentlichkeit hat, wird in der wissenschaftlichen Debatte äußerst ambivalent beantwortet.⁵⁸² Einerseits vertreten viele ein positives Bild, indem der egalitäre Charakter betont wird. Prinzipiell kann jeder Bürger gleichermaßen an politischen Prozessen teilhaben. Des Weiteren scheint das Internet auch „eine quantitativ höhere und zugleich auch qualitativ bessere Teilnahme einzelner Individuen an (politischen) Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen“⁵⁸³ zu ermöglichen.

Die Skeptiker weisen an dieser Stelle jedoch darauf hin, dass das politische Potential weniger von den technischen Voraussetzungen und Möglichkeiten als vielmehr von der Kommunikationsbereitschaft der Sprecher sowie des Publikums abhängt:

„So kann das Internet zwar helfen, technische Barrieren einer umfassenden politischen Beteiligung abzubauen – und zwar in den Dimensionen Zeit, Raum, Wissen und Zugang – nichtsdestotrotz muss davon ausgegangen werden, dass letztlich soziale Faktoren ausschlaggebend für die tatsächliche politische Beteiligung der Menschen am politischen Prozess sind. Mit Blick auf die vermeintlich besseren Teilnahmechancen im Internet weist Jarren darauf hin, dass es dort sogar noch zusätzliche begrenzende Sozialfaktoren wie limitierte Zeit- und Aufmerksamkeitsbudget und endliche Verarbeitungskapazitäten auf Seiten der Nutzer gibt. Und schließlich – so zeigen empirische Studien zum Nutzungsverhalten der Online-User – wird das Netz größtenteils gar nicht zum Zwecke politischer Kommunikation oder Information, sondern für ganz

⁵⁷⁸ vergl. ebd.: S. 59

⁵⁷⁹ vergl. ebd.

⁵⁸⁰ ebd.

⁵⁸¹ Google gab im April 2012 bekannt, dass das Unternehmen mit der Entwicklung einer Datenbrille beschäftigt ist. Diese soll praktisch alle Funktionen eines modernen Smartphones bieten, jedoch noch näher mit dem Nutzer verschmelzen. Auf YouTube kann man das Konzeptvideo unter http://www.youtube.com/watch?v=9c6W4CCU9M4&feature=player_embedded betrachten.

⁵⁸² vergl. Lingenberg 2010: S. 57 f.

⁵⁸³ vergl. ebd.: S. 60

andere Dinge wie das E-mailing, Onlinebanking, E-Shopping oder die gezielte Suche nach bestimmten Angeboten genutzt. Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen lässt sich mit Blick auf das demokratie- und öffentlichkeitstheoretische Potential des Internets sagen, dass das Onlinemedium nicht per se die politische Beteiligung der Zivilgesellschaft erhöht. Schließlich sind dafür nicht die technischen Voraussetzungen, sondern die Art der darin stattfindenden Kommunikationen entscheidend – also ob und inwiefern die Menschen das Internet tatsächlich für politik- und öffentlichkeitsrelevante Handlungen und Interaktionen nutzen. In diesem Sinne sind es also nicht die technischen Möglichkeiten allein, sondern das Handeln der Menschen als Nutzer dieser Techniken, das relevant für die Etablierung und Verstetigung von Öffentlichkeit ist.“⁵⁸⁴

„In diesem Zusammenhang formuliert Leggewie, dass ‚die Transformation des bürokratischen Anstaltsstaates in einen responsiven Netzwerkservice [...] keine Kleinigkeit, sondern nicht weniger als eine Revolution des überkommenen Staatsbegriffs‘ ist.“⁵⁸⁵

An dieser Stelle können wir eines der wichtigsten Argumente gegen eine politische Öffentlichkeit im Internet erkennen: Es wird von der Prämisse ausgegangen, dass der Nutzer keine Zeit in politischer Partizipation verwendet. Doch ist nicht gerade der Wille zur politischen Partizipation der Grund, warum wir uns überhaupt mit dieser Materie beschäftigen müssen? Doch bevor wir uns mit diesem Punkt befassen, soll noch der Rückschluss auf Jürgen Habermas stattfinden. Dieser zeichnete sich auch in der Vergangenheit als Kritiker aus.

Überführen wir die Einschätzung von Habermas in die Gegenwart, so können wir im Internet eine grundlegend differente Struktur beobachten. Zwar sind auch hier die klassischen Massenmedien mit ihren Portalen vertreten, doch wird das Angebot durch „private“ Aktivitäten zunehmend unübersichtlicher. Für den kritischen Medienkonsumenten ergeben sich weit mehr Möglichkeiten, andere Quellen heranzuziehen und zu vergleichen. Blogger stoßen zunehmend in diese Lücke und greifen die Erzeugnisse der Massenmedien auf. Sie hinterfragen oder weisen auf Themen hin, die im alltäglichen Medienschwung untergehen. Es scheint als könne der Bürger seine abhanden gekommene Mündigkeit wieder zurück erlangen.

Der mittlerweile über 80 Jahre alte Habermas teilt diese Einschätzung jedoch nicht. Die stattfindende Fragmentierung würde zu sehr die öffentliche Aufmerksamkeit verschwimmen lassen.⁵⁸⁶ Diese Einschätzung drückt er anlässlich der Verleihung des Bruno-Kreisky-Preises im März 2006 aus:

„Der begrüßenswerte Zuwachs an Egalitarismus, den uns das Internet beschert, wird mit der Dezentrierung der Zugänge zu unredigierten Beiträgen bezahlt. In diesem Medium verlieren die Beiträge von Intellektuellen die Kraft, einen Fokus zu bilden.“⁵⁸⁷

⁵⁸⁴ Lingenberg 2010: S. 60 f.

⁵⁸⁵ ebd.

⁵⁸⁶ vergl. Pflasterstrand (Nils Bremer) 2009: Habermas und das Internet.
<<http://www.pflasterstrand.net/blog/kultur/habermas-und-das-internet/>> (25.05.2012)

⁵⁸⁷ ebd.

Trotz dieser pessimistischen Einschätzung ist Habermas aktueller denn je. Die Hoffnung von Habermas, eine rasonierende Bevölkerung zu haben, ist heute wahrscheinlicher als vor fünfzig Jahren. Das Internet, das zeigen die Internet-Tsunamis deutlich auf, kann als Ort zum Diskurs und zum Ort des Widerstandes werden. Deswegen formuliert Nils Bremer in Bezug auf Habermas:

„Es ist ja richtig: das Internet ist individualisierter, kleinteiliger und schwerer zu durchschauen und zu kontrollieren als die bisherigen Medienformen. Doch durch die geringen Kosten der digitalen Medienproduktion sinkt der ‚Grad der ökonomischen Konzentration‘ gen Null. Das ängstigt die Medienkonzerne, denn die Wege, in die Medienlandschaft einzugreifen, sind direkter geworden. Es ängstigt den Intellektuellen Habermas, weil die Fragmentierung Raum greift. Dabei sind die Möglichkeiten des Internets lediglich die logische Schlussfolgerung aus einer Habilitationsschrift aus den 60er-Jahren. Der Siegeszug der Ideen Habermas‘ wird durch die Verbreitung im Netz nur größer. Die Angst ist unbegründet.“⁵⁸⁸

Damit gelangen wir an eine bereits umrissene These. Diese lautete:

„Medien sind Teil der Gesellschaft und Gesellschaft ‚macht‘ Medien, indem Individuen sie in Gebrauch nehmen“⁵⁸⁹

Wir müssen deswegen die heutige Entwicklung als soziale Evolution auffassen. Aus den Mängeln der Printmedien ergeben sich mit den Möglichkeiten des Internets neue Nutzungsweisen, die sich auf unser politisches Verständnis auswirken. Forderungen spontaner Teilhabe lassen sich eindeutig der sog. Netzgemeinde zuschreiben. Deswegen müssen wir zu der Einschätzung kommen, dass das Internet per se politisch ist. Dabei können wir getrost quantitative Untersuchungen vernachlässigen, welche versuchen Nutzungsstatistiken zu erstellen und daraus eine politische Ableitung zu finden. Wie Habermas treffend feststellte, begann die Politisierung des Alltags bereits im 18. Jahrhundert und schritt im Laufe der Zeit weiter voran. Das Internet, mit all seinen Chancen und Gefahren, setzt diese Entwicklung nur weiter fort. Ein Internet-Tsunami stellt diesen Vorgang doch deutlich dar: Ein Klick und ich bin Aktivist. Wir haben es somit nicht mit einer Revolution zu tun, sondern mit einer kontinuierlichen gesellschaftlichen Evolution.

⁵⁸⁸ ebd.

⁵⁸⁹ Selke 2009: S. 13-14

5.3 Plädoyer für eine Systemtheoretische Betrachtung

Nachdem wir uns im ersten Abschnitt der soziologischen Betrachtung mit der Entstehung der Öffentlichkeit befasst haben, gilt es nun, die heutigen Zustände, welche durch das Internet beeinflusst werden, zu verorten. Hierzu scheint die soziologische Systemtheorie, welche vor allem durch Niklas Luhmann geprägt wurde, die beste Möglichkeit zu sein.

Das Problem bei der soziologischen Einordnung von gesellschaftlichen Bewegungen im Internet liegt daran, dass wir dort einem kontinuierlichen Wandel ausgesetzt sind. So scheint das Aufkommen der sozialen Netzwerke derzeit noch die traditionelle Soziologie zu überfordern, da nur eine sehr geringe Anzahl an Publikationen vorzufinden ist. Eine erstaunliche Tatsache, wenn man bedenkt, wie weit das Internet bereits in unserem Alltag integriert ist und, zumindest in der westlichen Welt, nahezu unersetzlich ist. Dieses konstante Desinteresse der Wissenschaft führt dazu, dass bei einer einfachen Suche über Google scheinbar mehr Hausarbeiten von Studierenden aufzufinden sind, als handfeste wissenschaftliche Publikationen.

Trotz dieses schweren Standings in der Wissenschaft, bestehen dennoch einige Publikationen die sich umfassend mit dieser Materie auseinandergesetzt haben. Für diese Arbeit waren vor allem die Überlegungen von Markus Kluba von großer Bedeutung. In seiner Publikation „Massenmedien und Internet – eine systemtheoretische Perspektive“⁵⁹⁰ finden wir einen äußerst interessanten und umfassenden Versuch der systemtheoretischen Einordnung des Internets.

Die Systemtheorie gehört zu den jüngeren und aktuelleren Theorien der modernen Soziologie. Niklas Luhmann veröffentlichte im Jahr 1964 sein erstes Buch „Funktionen und Folgen formaler Organisation.“⁵⁹¹ Bekannt wurde die Systemtheorie jedoch erst durch die Auseinandersetzung Luhmanns mit Jürgen Habermas Anfang der 1970er Jahre. Durch große Aufmerksamkeit bestätigt, arbeitete Luhmann an seiner Theorie weiter und veröffentlichte schließlich im Jahr 1984 das Buch „Soziale Systeme“, mit dem er die erste umfassende Beschreibung seiner Theorie lieferte und „die Soziologie grundbegrifflich auf Kommunikation festlegte.“⁵⁹² Während seiner Forschungslaufbahn beschäftigte sich Luhmann mit der Analyse verschiedener gesellschaftlicher Teilbereiche, wie z. B. dem Recht, der Politik oder auch Protestbewegungen.⁵⁹³ Im Jahr 1997 veröffentlichte Luhmann schließlich seine letzte Arbeit „Die Gesellschaft der Gesellschaft“, welche auch die wichtigsten Inhalte für die hier verfasste Arbeit bietet, bevor er im Jahr 1998 verstarb.

Luhmanns Theoriefindung besaß eine unglaubliche Breite und wirkte sich auf die unterschiedlichsten akademischen Disziplinen aus. Vor allem die Sprach- und

⁵⁹⁰ Kluba, Markus 2002: Massenmedien und Internet – eine systemtheoretische Perspektive. In: *Networx* 2002 (Nr. 26) <<http://www.mediensprache.net/de/networx/docs/networx-26.aspx>> (20.02.2012)

⁵⁹¹ vergl. ebd.: S. 6

⁵⁹² ebd.: S. 7

⁵⁹³ vergl. ebd.

Literaturwissenschaften profitierten von den Thesen Luhmanns. Dieser Umstand deutet bereits an, wie umfassend das hier beschriebene Theoriewerk zu sein scheint.

Da wir es hier mit einem äußerst komplexen Forschungsgegenstand zu tun haben, wird zunächst eine kurze Einführung in die Systemtheorie vorgenommen werden, bevor im darauffolgenden Teil die Anwendung der systemtheoretischen Matrix in den Fokus der Beobachtung rückt.

5.3.1 Exegese des Systemtheoretischen Frameworks

Die von Niklas Luhmann geschaffene Systemtheorie zeichnet sich durch die Besonderheit aus, dass sie keine hierarchisch organisierte Theorie darstellt, sondern eher als labyrinthische angesehen werden muss.⁵⁹⁴ Dies bedeutet, dass sie, bildlich gesprochen, nicht als Theorie mit einem breiten Fundament, welche sich wie eine Pyramide zuspitzt, zu verstehen ist. Vielmehr scheint diese Theorie auf den ersten Blick diffus zu sein, da jeder Begriff einen anderen voraussetzt.⁵⁹⁵ So besteht auch in den von Luhmann veröffentlichten Schriften kein Einführungsband. Sicherlich auch ein Umstand, welcher die wissenschaftliche Befassung mit der Thematik Internet und Gesellschaft behinderte. Dennoch muss natürlich ein Punkt gewählt werden, um in die hier genannte Theorie „hineinzuspringen“. Deswegen startet die Betrachtung mit den Begriffen „Gesellschaft“ und „Kommunikation“.

Elementar ist für Luhmann die Frage nach der gesellschaftlichen Ordnung. Damit stand Luhmann in einer Linie mit berühmten Soziologen wie Talcott Parsons oder Jürgen Habermas. Im Gegensatz zu Jürgen Habermas, anhand dessen Beobachtungen wir den Strukturwandel der Öffentlichkeit nachgezeichnet haben, war Niklas Luhmann „Realist“. Luhmann versuchte mit seiner Theorie keinen Idealtyp der Gesellschaft zu bilden, sondern gesellschaftliche Zusammenhänge zu analysieren, ohne mit einer „dogmatischen“ Haltung vorzugehen.

Doch wie funktioniert nun Gesellschaft? Gesellschaft ist laut Luhmann Kommunikation. Markus Kluba führt dies anhand eines Zitates von Luhmann weiter:

„[...] Gesellschaft ist Kommunikation. Aber: ‚Kommunikation ist unwahrscheinlich. Sie ist unwahrscheinlich, obwohl wir sie jeden Tag erleben, praktizieren und ohne sie nicht leben würden.‘⁵⁹⁶

5.3.2 Kommunikation

Kommunikation wird nicht als eine Art Phänomen aufgegriffen, sondern als Problem. Denn damit Kommunikation überhaupt stattfinden kann, muss eine Vielzahl an Problemen überwunden werden.⁵⁹⁷ Diese Problemlage wird folgendermaßen zusammengefasst:

⁵⁹⁴ vergl. Kluba 2002: S. 12

⁵⁹⁵ vergl. ebd.

⁵⁹⁶ ebd.: S. 13

1. Verstehen: Verstehen meint im systemtheoretischen Kontext das Erfassen von Sinninhalten. Das Problem beim Verstehen von Sinninhalten besteht jedoch darin, dass diese nur in dem jeweiligen Zusammenhang erfasst werden können. Der Grund hierfür liegt denkbar einfach: Niemand kann dem anderen in den Kopf schauen.⁵⁹⁸ „Sinn kann nur kontextgebunden verstanden werden, und als Kontext fungiert für jeden zunächst einmal das, was sein eigenes Wahrnehmungsfeld und sein eigenes Gedächtnis bereitstellt.“⁵⁹⁹

2. Das Erreichen von Empfängern: Wenn „kommuniziert“ werden soll, ist es unwahrscheinlich, dass mehr als eine Person erreicht werden kann, da man nicht von der Aufmerksamkeit der „Kommunizierenden“ ausgehen kann.⁶⁰⁰

3. Der Erfolg: Selbst wenn die beiden anderen Bedingungen erfüllt werden, ist weiterhin fraglich, ob sich durch die Kommunikation auch der gewünschte Erfolg einstellt. Es ist nicht klar, ob beim gegenüber eine Akzeptanz oder Annahme der Mitteilung vorherrscht.⁶⁰¹

Anhand dieser Problemlagen wird klar, warum Kommunikation zunächst als unwahrscheinlich beschrieben werden muss. Sie wirken als Schwellen der Entmutigung. Wer eine Kommunikation für aussichtslos hält, unterlässt sie.⁶⁰² Da sich jedoch ohne Kommunikation keine sozialen Systeme bilden können, stellt sich die Frage, wie wir heute dennoch in einer funktionierenden Gesellschaft leben können?

Die Antwort liegt darin, dass durch evolutionäre Vorgänge Mittel und Wege geschaffen wurden, um Kommunikation zu ermöglichen und soziale Systeme zu schaffen. Der Aufbau sozialer Systeme regelt sich daher durch eine erfolgsorientierte Steuerung: Wie „die ‚Unwahrscheinlichkeiten des Kommunikationsprozesses‘ überwunden und in ‚Wahrscheinlichkeiten‘ umgewandelt werden“⁶⁰³.

Das Mittel zur Umwandlung der Unwahrscheinlichkeiten stellen in der Systemtheorie die Medien dar. Allerdings muss dieser Begriff deutlich differenzierter verstanden werden, da hiermit nicht nur Massenmedien, also Zeitungen oder Rundfunk sowie die Sprache gemeint sind, sondern auch „symbolisch generalisierte Tauschmedien“, wie Geld, Macht, Liebe, Kunst und Wahrheit.⁶⁰⁴

Bevor wir uns jedoch tiefer mit diesen Medien befassen, gilt es noch einmal die grundsätzliche Bedeutung des Kommunikationsbegriffes für die Systemtheorie herauszustellen:

⁵⁹⁷ vergl. ebd.

⁵⁹⁸ vergl. ebd.: S. 14

⁵⁹⁹ Luhmann, Niklas 1984: Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp: S. 217.

⁶⁰⁰ vergl. ebd.: S. 218

⁶⁰¹ vergl. ebd.: S. 218

⁶⁰² vergl. ebd.: S. 218

⁶⁰³ Kluba 2002: S. 15

⁶⁰⁴ vergl. Luhmann 1984: S. 222

„Gesellschaft [besteht] aus Kommunikation und der Mensch kommt in der Gesellschaft nicht vor.“⁶⁰⁵

Dieses Zitat drückt einen Sachverhalt aus, der sich zunächst nicht mit unseren Beobachtungen im Alltag deckt: Der Mensch kommuniziert nicht. Dennoch zeigt unsere Alltagserfahrung, dass Menschen tagtäglich miteinander kommunizieren. Somit entsteht die Frage, welchen Beitrag die Systemtheorie eigentlich zur Lösung der Problemlage beitragen kann? Die Antwort auf diese Frage bietet eine genauere Beschäftigung mit dem Begriff der „Kommunikation“.

Im Alltag wird üblicherweise der Kommunikationsbegriff mit der Metapher „Übertragung“ gleichgesetzt.⁶⁰⁶ Deswegen geht man davon aus, dass die Kommunikation Nachrichten oder Informationen vom Absender auf den Empfänger überträgt. Doch genau diese Metapher stellt sich im Alltag als falsch heraus. Sie suggeriert nämlich, dass der Absender dem Empfänger etwas übergeben würde.⁶⁰⁷ Dies trifft aber, laut Luhmann, schon deswegen nicht zu, weil „der Absender nichts weggibt in dem Sinne, dass er selbst es verliert. Die gesamte Metaphorik des Besizens, Habens, Gebens und Erhaltens, die gesamte Dingmetaphorik ist ungeeignet für ein Verständnis von Kommunikation“.⁶⁰⁸

Durch dieses Missverständnis wird der Fokus beim Verständnis von Kommunikation falsch gesetzt. Dieser deutet an, dass das Wesentliche der Kommunikation der Akt der Übertragung, die Mitteilung, wäre.⁶⁰⁹ Diese Einschätzung trifft allerdings nicht zu. Die Mitteilung ist nichts anderes als eine „Anregung“, die erst durch ihre Aufnahme beim Empfänger zur Kommunikation wird. Somit stellt sich die subjektive Annahme, dass Menschen kommunizieren, als undifferenzierte Alltagserfahrung heraus. Diese suggeriert, dass die übertragene Information für Absender und Empfänger dieselbe sei. Luhmann gesteht zwar ein, dass daran etwas Wahres sein mag⁶¹⁰, allerdings wird dies nicht durch die Information an sich, sondern durch den Kommunikationsprozess garantiert. Und genau dieser Prozess ist komplizierter, als uns die Alltagserfahrung zu vermitteln bedarf. Kommunikation setzt ein Höchstmaß an Selektion voraus, da schon das Versenden der Mitteilung, logischerweise, selektiv erfolgt.

„Die Selektion, die in der Kommunikation aktualisiert wird, konstituiert ihren eigenen Horizont; sie konstituiert das, was sie wählt, schon als Selektion, nämlich als Information.“⁶¹¹

Der „zweistellige“ Prozess (der Absender teilt dem Empfänger etwas mit) muss somit erweitert werden, um den Vorgang der Kommunikation zu verstehen. Der Grund hierfür liegt darin, dass die Information selbst ein Moment des Kommunikationsprozesses ist, weil nur durch sie selektive Aufmerksamkeit aktiviert wird und damit einhergehend; der gewünschte Erfolg.

⁶⁰⁵ Kluba 2002: S. 15

⁶⁰⁶ vergl. Luhmann 1984: S. 193

⁶⁰⁷ vergl. ebd.

⁶⁰⁸ vergl. ebd.

⁶⁰⁹ vergl. ebd.: S. 193 ff.

⁶¹⁰ vergl. ebd.: S. 194

⁶¹¹ ebd.: S. 194

Zu diesem Zweck muss Kommunikation als Einheit aus drei Selektionen definiert werden:⁶¹²

1. Mitteilung
2. Information
3. Verstehen

Vor allem die dritte Selektion entscheidet über den Erfolg der Kommunikation, da diese nur erfolgreich sein kann, wenn zwischen Information und Mitteilung unterschieden werden kann. Deutlich wird dieser Vorgang, anhand eines Beispiels mit dem Adressaten „Alter“ und dem Empfänger „Ego“:

„Im Unterschied zu bloßer Wahrnehmung von informativen Ereignissen kommt Kommunikation nur dadurch zustande, dass Ego zwei Selektionen unterscheiden und diese Differenz seinerseits handhaben kann. Der Einbau dieser Differenz macht Kommunikation erst zur Kommunikation, zu einem Sonderfall von Informationsverarbeitung schlechthin. Die Differenz liegt zunächst in der Beobachtung des Alter durch Ego. Ego ist in der Lage, das Mitteilungsverhalten von dem zu unterscheiden, was es mitteilt. Wenn Alter sich seinerseits beobachtet weiß, kann er diese Differenz von Information und Mitteilungsverhalten selbst übernehmen und sich zu eigen machen, sie ausbauen, ausnutzen und zur [...] Steuerung des Kommunikationsprozesses verwenden. Die Kommunikation wird sozusagen von hinten her ermöglicht, gegenläufig zum Zeitablauf des Prozesses.“⁶¹³

Der Kommunikationsprozess ist also dann realisiert, „wenn und soweit die dritte Selektion, das Verstehen, zustande kommt.“⁶¹⁴ Erst dann kann Kommunikation angeschlossen werden.

Doch auch wenn Kommunikation verstanden worden ist, kann ihr Erfolg ausbleiben. Der Grund liegt in der Mehrdeutigkeit der Sprache. Diese bietet viele Möglichkeiten, um auf bestimmte Anliegen zu reagieren. In den meisten Situationen kann somit der Empfänger der Botschaft anders reagieren, als es der Absender intendiert hat. Deswegen wurden im Laufe der gesellschaftlichen Evolution Medien gebildet, um die Aussichten auf eine erfolgreiche Kommunikation zu erhöhen. Wie bereits erwähnt, bezieht sich Luhmann hier auf die „symbolisch generalisierten Tauschmedien“. Das „Medium“ Geld verdeutlicht diese Rolle wohl am besten.⁶¹⁵

Wenn man z. B. ein Geschäft betritt und eine Ware erhalten möchte, ist es nötig mit dem Verkäufer zu kommunizieren und diesem sein Anliegen zu nennen. Da es aber sehr unwahrscheinlich ist, dass man die gewünschte Ware nur durch das Medium Sprache erhält,

⁶¹² Kluba 2002: S. 17

⁶¹³ Luhmann 1984: S. 198

⁶¹⁴ Knudsen, Sven-Eric (2006): Luhmann und Husserl: Systemtheorie im Verhältnis zur Phänomenologie. Würzburg: Königshausen & Neumann: S. 102

⁶¹⁵ Krause, Detlef (2001): Luhmann-Lexikon: Eine Einführung in das Gesamtwerk von Niklas Luhmann; mit über 500 Stichworten. Stuttgart: UTB: S. 42

zieht man das generalisierte Tauschmedium Geld hinzu, um die Wahrscheinlichkeit einer erfolgreichen Kommunikation zu erhöhen. Ähnlich verhält es sich mit den weiteren Medien Macht, Liebe und Wahrheit. Sie können, wie Geld, eine erfolgreiche Kommunikation ermöglichen.

Mit der Begriffsdefinition von Kommunikation wurde bereits ein wichtiger Abschnitt des systemtheoretischen Frameworks herausgearbeitet. Allerdings muss der Blick noch auf weitere Aspekte geleitet werden, um den gesamten Komplex der Systemtheorie zu verstehen. Der Begriff der Beobachtung soll deswegen in den Fokus der weiteren Betrachtung gesetzt werden, da auf diese Weise Luhmanns Unterscheidung von System und Umwelt entschlüsselt werden kann. Mit dem Begriff der Beobachtung verhält es sich ähnlich, wie mit dem bereits näher skizzierten der Kommunikation. Er unterscheidet sich deutlich von dem, was mit der Alltagserfahrung wahrgenommen wird.

5.3.3 Die Beobachtung

Die Beobachtung ist in der Systemtheorie ein Ereignis, das sich durch eine zweiwertige Unterscheidung auszeichnet. „Indem ich z.B. etwas als ‚Stuhl‘ bezeichne, unterscheide ich es zugleich von ‚Sesseln‘ oder ‚Tischen‘ oder auch nur von allen anderen Dingen im Raum. Die Bezeichnung ‚Stuhl‘ läßt dabei offen, wovon ich das so bezeichnete Objekt unterscheide, setzt dabei aber die Unterscheidbarkeit des Bezeichneten von anderem voraus.“⁶¹⁶

Durch Beobachtungen kann das System von der Umwelt unterschieden und als solches bezeichnet werden. Dazu bedarf es, laut Luhmann, keinen Menschen. Auch technische Geräte können vom eigenen System und der Umwelt unterscheiden.

Luhmann bezieht sich bei seinem Beobachtungsbegriff auf sinnkonstruierende Systeme. Mit diesen sind soziale oder psychische Systeme gemeint. „Sinn bestimmt als Selektion die Anschlussfähigkeit, die es den (beobachtenden) Systemen ermöglicht, an vorhergehende Operationen anzuschließen – und auch die Beobachtung ist eine Operation“.⁶¹⁷ Der Beobachter ist somit eine Kette von Beobachtungen und bildet letztendlich ein System oder Teilsystem, welches zur Beobachtung abgestellt wird.⁶¹⁸ An dieser Stelle muss jedoch auf eine Unterscheidung eingegangen werden, die sich im Hinblick auf die Medien, als sehr bedeutend herausstellen wird: Es muss zwischen Selbst- und Fremdbeobachtung unterschieden werden. Ein System kann sowohl sich selbst, als auch andere Systeme beobachten. Diese Beobachtung ist jedoch immer von der jeweiligen internen Struktur des Systems abhängig.⁶¹⁹ Luhmann beschreibt daher, dass es nichts gibt, was unabhängig vom

⁶¹⁶ Schneider, Wolfgang Ludwig (2009): Grundlagen der soziologischen Theorie. Band 2: Garfinkel – RC – Habermas – Luhmann. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften: S. 276

⁶¹⁷ vergl. Kluba 2002: S. 19

⁶¹⁸ vergl. Luhmann, Niklas 2002: Die Gesellschaft der Gesellschaft. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft: S. 139 ff.

⁶¹⁹ vergl. ebd.: S. 140

Beobachter gesagt werden kann.⁶²⁰ Diese einfache Unterscheidung wird als Beobachtung erster Ordnung bezeichnet.

Schneider illustriert diesen Vorgang anhand eines psychischen Systems:

„Gedanken schließen an Gedanken an (Selbstreferenz) und sind zugleich auf etwas, auf einen bestimmten Inhalt gerichtet (Fremdreferenz). Jeder nächste Gedanke schließt an im Kontext dieser Unterscheidung und kann eine ihrer beiden Seiten als Anknüpfungspunkt bezeichnen. Ich denke etwa, dass ich von einem Freund schon lange nichts mehr gehört habe und schließe an den Inhalt dieses Gedankens an, wenn ich überlege, ob er vielleicht durch seinen Beruf so sehr in Anspruch genommen wird, dass ihm zur Pflege freundschaftlicher Beziehungen nur wenig Zeit bleibt. Ist mein nächster Gedanke hingegen, ‚Wie merkwürdig, dass mir dieser Gedanke gerade jetzt kommt‘, dann beziehe ich mich damit nicht auf das Verhalten meines Freundes, sondern auf den Umstand, dass dieses Verhalten gerade jetzt zum Gegenstand eines Gedankens wird. Im ersten Falle markiert der Folgegedanke den fremdreferentiellen Pol der vorausgegangenen psychischen Operation, im zweiten den selbstreferentiellen Pol. Dabei setzt jede Markierung des einen Pols den anderen, der aktuell unbezeichnet bleibt, notwendig voraus. Jede neue Operation, die an eine vorausgegangene anschließt, beobachtet diese mit Hilfe der Unterscheidung von Selbst- und Fremdreferenz und bezeichnet eine ihrer beiden Seiten an der vorausgegangenen Operation des Systems. Die Reproduktion des Systems impliziert die Beobachtung jeder Operation durch ihren Nachfolger und insofern die kontinuierliche *Selbstbeobachtung* des Systems.“⁶²¹

Durch diese Systemabhängigkeit können somit „blinde Flecken“ entstehen, da jedes System aufgrund seiner Strukturen nur wahrnehmen kann, was diese zulassen. Dieses Problem kann jedoch durch eine Beobachtung der Beobachtung ausgeschaltet werden. Diese wird als Beobachtung zweiter Ordnung bezeichnet. Durch diese „zweite“ Beobachtung kann der „blinde Fleck“ der ersten Beobachtung reflektiert werden.

Da Beobachtungen mit Unterscheidungen gleichgesetzt werden, ist es nicht überraschend, dass diese in einer „unendlichen“ Anzahl zur Verfügung stehen, da eine Sache nun mal unterschiedlich gedeutet werden kann. Somit ist Realität immer vom Beobachter abhängig, was letztendlich zu der Erkenntnis führt, dass jedes System in sich geschlossen ist und ohne Einwirkung von außen seine eigene Realität konstituiert.⁶²²

⁶²⁰ ebd.

⁶²¹ Schneider 2009: S. 276

⁶²² Luhmann 1984: S. 104 f.

5.3.4 Soziale Systeme

Es wurde festgestellt, dass eine Beobachtung in der Operation des Bezeichnens und Unterscheidens besteht.⁶²³ Somit kann nun auf den genaueren Aufbau von „Systemen“ eingegangen werden, da der Ausgangspunkt die Unterscheidung von System und Umwelt darstellt. Ein System konstituiert sich nämlich genau aus dieser Unterscheidung. Somit folgt, dass Umwelt und System sich gegenseitig „benötigen“:

„Die Systeme in der Umwelt des Systems sind ihrerseits auf ihre Umwelten hin orientiert. Über fremde System/Umwelt-Beziehungen kann jedoch kein System ganz verfügen, es sei denn durch Destruktion. Daher ist jedem System seine Umwelt als verwirrend komplexes Gefüge wechselseitiger System/Umweltbeziehungen gegeben, zugleich aber aus als eine durch das eigene System selbst konstituierte Einheit, die eine nur selektive Beobachtung erfordert.“⁶²⁴

Im Folgenden werden die Systeme nach Luhmann, die Binäre Codierung und die Strukturelle Kopplung betrachtet.

1. Systeme nach Luhmann

Luhmann unterscheidet folgende Systeme:

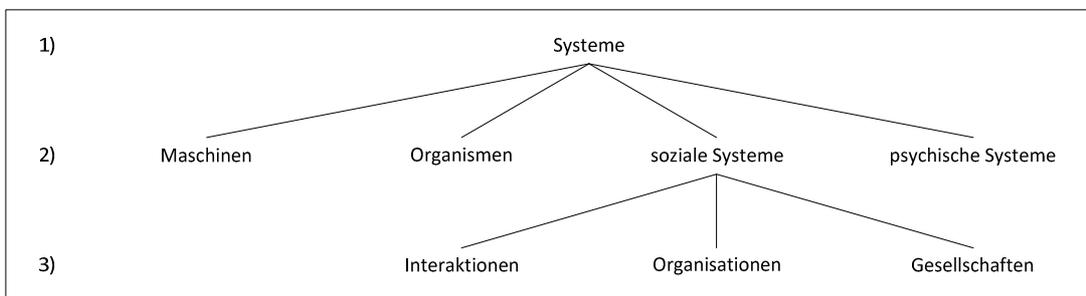


Abbildung 5-1: Systeme nach Luhmann⁶²⁵

Dieses Schema legt Luhmann in seinen Betrachtungen zu Grunde. Allerdings darf dieses nicht als hierarchisch verstanden werden, sondern dient dazu Vergleichseinheiten festzulegen.⁶²⁶ Die Gesellschaft dient hier als das umfassendste soziale System. Innerhalb des sozialen Systems kommt es im Laufe der gesellschaftlichen Entwicklung „zu einer modernen Gesellschaft mit einer funktionalen Differenzierung, der Ordnungsform, die für die heutige Gesellschaft kennzeichnend ist.“⁶²⁷ Luhmann begreift diesen Vorgang analog zur Biologie und sieht dies als

⁶²³ Schützeichel, Rainer 2003: Sinn als Grundbegriff bei Niklas Luhmann. Frankfurt am Main: Campus Verlag: S. 51

⁶²⁴ Luhmann 1984: S. 37

⁶²⁵ vergl. Luhmann 1984: S. 16

⁶²⁶ vergl. Kluba 2002: S. 23

⁶²⁷ ebd.

einen evolutionären Prozess an. Wie ein biologisches System, erzeugt sich das soziale System durchgehend selbst und kann nicht vom Individuum gesteuert werden. Somit entwickelte sich das soziale System der Gesellschaft im Laufe der Geschichte weiter. Drei Differenzierungsformen führten zu der heutigen Beschaffenheit.

In den primitiven Gesellschaften vollzieht sich Kommunikation im Wesentlichen in der unmittelbaren Interaktion unter Anwesenden.⁶²⁸ Die Teilsysteme sind in dieser Gesellschaftsform auf Gleichheit angelegt und differenzieren sich nach Abstammung oder Wohngemeinschaften. „Die Unterscheidung anwesend/abwesend funktioniert hier als Grundlage für die Schließung von Kommunikationssystemen, die jeweils nur so lange existieren, wie Personen sich zur gleichen Zeit am gleichen Ort befinden und Mitteilungen aneinander adressieren.“⁶²⁹ Wer den Ort verlässt, ist nicht mehr direkt erreichbar und scheidet aufgrund der Distanz aus der Kommunikation aus. Umgekehrt greift dieser Vorgang natürlich auch. Wer hinzuzieht und eine räumliche Nähe schafft, kann wiederum an der Kommunikation partizipieren. Allerdings ist in archaischen Gesellschaften die Grenzziehung zwischen den Kommunikationssystemen nicht natürlich gegeben, da diese selbst darüber entscheiden können, wer an der Kommunikation partizipiert und wer nicht.⁶³⁰ Dies führt dazu, dass in unmittelbarer Nähe befindliche Personen ignoriert werden können. Andererseits ist es möglich, „entfernt Stehende durch Zurufe einzubeziehen oder Bäume, Steine, die Geister der Ahnen als anwesende Kommunikationspartner zu behandeln“.⁶³¹

Mit den im Laufe der Zeit entstehenden gesellschaftlichen Veränderungen brach diese „Starrheit“ der Teilsysteme langsam auf. Diese hochkulturellen Gesellschaften expandierten weit über den unmittelbar erreichbaren Personenkreis hinaus und lockerten die Bindung von Anwesenheit und Kommunikation deutlich.⁶³² Der Handel ließ Distanzen geringer werden und spezialisierte Berufsrollen, die frühe Form der Arbeitsteilung, steigerten die Produktivität der Gesellschaft. Des Weiteren institutionalisierten sich symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien wie Geld und Macht und sicherten die Annahme von Kommunikation über Grenzen hinweg.⁶³³ Die Voraussetzung dafür war, wie Schneider beschreibt, „die Bildung von Institutionen der Herrschaft und die Entstehung einer Schicht, die primär mit Aufgaben der Ausübung und Sicherung von Herrschaft befaßt ist, d.h. politische, administrative, militärische, rechtliche und religiöse Aufgaben erfüllt“.⁶³⁴ Dadurch kam es zur Differenzierung zwischen einer überregional agierenden Oberschicht und einer Unterschicht, die weiterhin in lokalen Einheiten lebte.⁶³⁵ Mit der Differenzierung dieser verschiedenen Schichten war „die räumliche Differenzierung zwischen den *städtischen Zentren* [verknüpft], in denen die Herrschaftsfunktionen zusammenlaufen, und den von dort aus beherrschten entfernteren Gebieten, der *Peripherie*“.⁶³⁶ Die Oberschicht sicherte sich in der Gesellschaft den Zugang zu

⁶²⁸ vergl. Schneider 2009: S. 331

⁶²⁹ Schneider 2009: S. 330 f.

⁶³⁰ vergl. ebd.: S. 331

⁶³¹ ebd.: S. 331

⁶³² vergl. ebd.: S. 333

⁶³³ ebd.

⁶³⁴ ebd.

⁶³⁵ vergl. ebd.

⁶³⁶ ebd.

bedeutenden Rollen, was dazu führt, dass gesellschaftlich relevante Kommunikation nur in dieser Schicht stattfindet.

Eine weitere Form der Differenzierung stellte die „stratifikatorische“ dar. Diese lässt sich im Mittelalter verorten und basierte auf der Unterscheidung zwischen Adel und Volk. Das Prinzip der stratifikatorischen Differenzierung überlagerte und verdrängte die segmentäre Differenzierung als primäre gesellschaftliche Differenzierungsform. Die räumliche Differenzierung zwischen den jeweiligen Wohngebieten „wird transformiert in eine Differenz zwischen den städtischen Herrschaftszentren und den Siedlungsgebieten an der *Peripherie* eines Herrschaftsgebietes“.⁶³⁷

Die moderne Gesellschaft zeichnet sich durch eine „funktionale Differenzierung“ aus, welche sich aufgrund der immer weiter steigenden Komplexität, die z. B. durch neue Machtformen, Familienkonstellationen und Wirtschaftssysteme zunahm, aus dem System Gesellschaft entwickelte. „Die Umstellung gesellschaftlicher Differenzierung auf [...] funktionale Differenzierung hat weitreichende Folgen.“⁶³⁸ Die moderne Gesellschaft lässt sich, im Gegensatz zu der archaischen, statt als Einheit „nur noch als vielfältige funktionale Einheit von Differenzen beobachten, je unterschiedlich[er] aus der Sicht der jeweiligen Teilsysteme“⁶³⁹. Damit wird ein weiterer grundlegender Begriff der Systemtheorie eingeführt. Teilsysteme sind die Ausdifferenzierung wichtiger gesellschaftlicher Funktionen. Jedes dieser Teilsysteme übernimmt eine spezielle Funktion in der Gesellschaft und bedient ausschließlich diese.⁶⁴⁰ Wirtschaft, Kunst, Wissenschaft, Politik, Pädagogik, Religion, Recht, Liebe stellen einige dieser funktionalen Ausdifferenzierungen dar. Diese Teilsysteme stellen Problemlösungen für die Bewältigung gesellschaftlich gewachsener Kommunikation dar.⁶⁴¹ Sie entstehen also, wenn die bereits vorhandenen Differenzierungsformen an ihre Entwicklungsgrenzen stoßen. Daraus folgt, dass sich Gesellschaft nur weiterentwickeln kann, wenn es die Einschränkung seiner bestehenden Funktionssysteme überwinden kann.

Diese Ansicht führt zu der Frage, wie sich die Systeme grundlegend in ihrer Kommunikation unterscheiden können, wenn sie doch im selben System, der Gesellschaft, zu verorten sind? Luhmann bedient sich an dieser Stelle der „Codierung“, welches die Funktion eines Teilsystems steuert. Diese „Codierungen“ haben in jedem Teilsystem nur einen Zweck: Die Reduktion von Komplexität.

2. Binäre Codierung

Bereits zu Beginn dieses Kapitels wurde dargestellt, wie unwahrscheinlich Kommunikation ist. Selbst bei einer simplen Kaufabsicht in einem Geschäft bleiben unzählige Möglichkeiten auf eine Mitteilung zu reagieren. „Codierungen“, grundsätzlich binäre, reduzieren diese Unwahrscheinlichkeiten in einer hoch entwickelten Gesellschaft und stellen die Möglichkeit

⁶³⁷ ebd.: S. 340

⁶³⁸ Krause 2001: S. 45

⁶³⁹ ebd.

⁶⁴⁰ vergl. Kluba 2002: S. 25

⁶⁴¹ vergl. Krause 2001: S. 43 f.

der Anschlusskommunikation sicher. In der folgenden Abbildung werden einige Beispiele gezeigt.

Teilsystem	Binäre Codierung
Erziehung	besser/schlechter
Kunst	schön/nicht-schön
Politik	Macht/Ohnmacht
Recht	Rechte/Unrecht
Religion	Immanenz/Transzendenz
Wirtschaft	zahlen/nicht-zahlen
Wissenschaft	wahr/unwahr

Tabelle 5-1: Beispiele für binäre Codierung

Nehmen wir nun das Beispiel des Teilsystems Wissenschaft. Dieses definiert sich durch die Unterscheidung von wahr und unwahr. Die Unterscheidung ist unveränderlich, da das System nur in diesem Code operieren kann. Eine Theorie ist nur solange wahr, bis sie widerlegt wurde. Mit dieser Einfachheit lässt sich das Teilsystem der Wissenschaft beschreiben. Ähnlich verhält es sich mit der Wirtschaft. Sie operiert in ihrem Teilsystem nur mit dem Code zahlen oder nicht-zahlen.

Diese Einschätzung deckt sich jedoch nicht immer mit der Alltagswahrnehmung, da sich diese als äußerst differenzierter darstellt. Dieses „Problem“ entsteht durch sog. „Programme“. Ich möchte dies kurz anhand eines Beispiels darstellen.

Es gilt allgemein als anerkannt, dass sich Lebewesen evolutionär entwickeln. Diese Ansicht gilt somit im Teilsystem der Wissenschaft als wahr. Dennoch existieren religiöse Gruppierungen, die diesen Vorgang leugnen und z. B. einer kreationistischen Ansicht folgen. Für das System der Wissenschaft ändert diese Ansicht nichts, da es wissenschaftlicher Konsens ist, dass die Evolution biologische und physiologische Entwicklungen in der Natur vorantreiben. Diese Aussage bleibt somit auch in einer kreationistischen Gemeinde wahr. Der Grund für die Leugnung liegt somit nicht am Teilsystem der Wissenschaft, sondern an eine Art „Störfeuer“, welches in der Systemtheorie mit dem Begriff „Programm“, in diesem Fall der Religion, gefasst wird. Durch die Dogmatik der religiösen Auffassung können die Anhänger der bewiesenen Aussage nicht folgen, weil es in diesem Fall die Auslegung der Bibel nicht erlaubt. Die wissenschaftlichen Ergebnisse müssen somit geleugnet werden. Deswegen folgen die Glaubensanhänger einer gegensätzlichen Auffassung.

Dieses Beispiel illustriert die Funktion von Programmen in der Systemtheorie und stellt den Gegensatz zur Codierung heraus. Diese sind im Gegensatz zur Codierung flexibel angelegt und bewirken, dass sich Teilsysteme für Einflüsse aus der Umwelt öffnen können. Wäre dies nicht der Fall würde der Alltag nur aus binären Entscheidungen bestehen, da es keinen Wert geben würde, nach dem eine Entscheidung getroffen werden kann. So kann nur über Recht

und Unrecht entschieden werden, „wenn es eine Regel gibt, die es erlaubt, den einen oder anderen Wert einzuordnen“⁶⁴². Das Programm, das diesen Wert liefert, ist das Gesetz.

Programme öffnen somit ein System für Einflüsse aus der Umwelt. Gleichzeitig bleiben die Codierungen in den Systemen bestehen. Man kann damit die Funktion von Programmen als Steuerung der einzelnen Teilsysteme interpretieren.⁶⁴³ Damit folgt Luhmann strikt dem Vorbild der Biologie und erklärt zugleich den Begriff eines „autopoietischen“ Systems:

„Systeme entstehen durch Grenzziehung. Ein Innen muß von einem Außen, ein System von seiner Umwelt unterschieden und diese Differenz in der Zeit stabil gehalten werden. Sofern Systeme in der Lage sind, eine solche Innen/Außendifferenz selbständig durch die Erzeugung systemeigener Elemente aus systemeigenen Elementen kontinuierlich zu reproduzieren, handelt es sich um *autopoietische* (=sich selbst erzeugende) Systeme.“⁶⁴⁴

Trotz dieser Aussage bleibt zunächst unklar, wie sich ein System kontinuierlich selbst reproduzieren soll. Deswegen soll an dieser Stelle noch auf die Analogie zum psychischen System zurückgegriffen werden:

„Psychische Systeme reproduzieren sich durch die kontinuierliche Verkettung von Gedanken, die das jeweilige psychische System als ‚meine Gedanken‘ identifizieren kann (=selbstbezüglicher oder selbstreferentieller Aspekt); zugleich hat jeder Gedanke etwas zum Gegenstand, ist er auf etwas gerichtet (z.B. das Wetter, die Arbeit, das bevorstehende Wochenende), das nicht er selbst ist (=fremdbezüglicher oder fremdreferentieller Aspekt). In der kontinuierlichen Anknüpfung von *Gedanke an Gedanke* prozessieren psychische Systeme selbstreferentiell. Weil bzw. insofern es sich dabei um *Gedanken über etwas* handelt, impliziert die selbstreferentielle Verkettung der Gedanken zugleich Fremdreferenzen. Plausibel ist auch, daß psychische Systeme nicht in ihrer Umwelt operieren, sich z.B. nicht in andere Bewußtseine oder eine gerade laufende Interaktion ‚hineindenken‘ können.“⁶⁴⁵

Somit deutet sich an, wie der Reproduktionsbegriff des selbsterzeugenden Systems gefasst werden kann. Systeme reproduzieren sich selber: Ein Gedanke produziert Gedanken. Dennoch wirft diese Begriffsübertragung in der alltäglichen Handhabung Fragen auf: Wie kann sich ein System innerhalb einer Gesellschaft selbst reproduzieren?

Die Antwort lautet: Durch Einflüsse von außen (Siehe „Programme“ und „Codierung“). Diese werden jedoch nicht einfach in ein System aufgenommen. Sie erzeugen, ähnlich dem psychischen System, Eindrücke, welche Irritationen auslösen.⁶⁴⁶ Gesellschaftliche Systeme reagieren durch „Strukturelle Kopplung“ auf diese Umwelteinflüsse.

⁶⁴² Krause 2001: S. 53

⁶⁴³ vergl. Krause 2001: S. 53

⁶⁴⁴ Schneider 2009: S. 273

⁶⁴⁵ ebd.: S. 274 f.

⁶⁴⁶ vergl. ebd.: S. 276

3. Strukturelle Kopplung

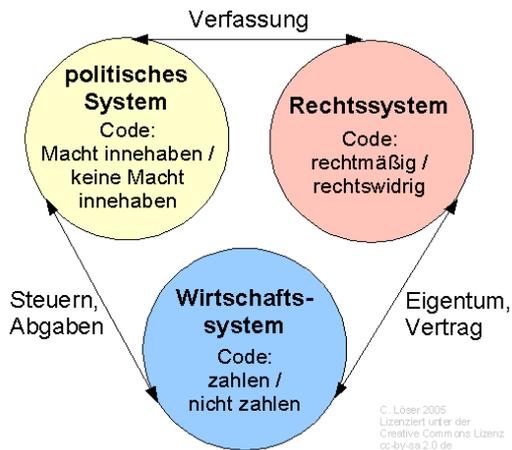


Abbildung 5-2: Strukturelle Kopplung zwischen 3 ausgewählten Systemen⁶⁴⁷

Die „Strukturelle Kopplung“ beschreibt die Operation, welche ein Reagieren des Systems auf die Umwelt und damit einhergehend, auf andere Systeme ermöglicht.⁶⁴⁸ „Irritationen“ eines Systems werden in der Umwelt produziert, allerdings muss eine „Störquelle“ identifiziert werden, damit diese wahrgenommen werden kann.⁶⁴⁹ Irritation kann nämlich nur über die Enttäuschung einer Erwartung entstehen, da das System in diesem Augenblick mit etwas rechnet, das nicht eintritt.⁶⁵⁰ Die dann entstehende Irritation wird z. B. von „Programmen“ verarbeitet und letztendlich damit zu einem systeminternen Ereignis werden.⁶⁵¹ Kluba illustriert dies an einem Beispiel:

„Im System der Politik werden Steuern erlassen, die das Wirtschaftssystem dazu veranlassen, seine eigenen Operationen nach neuen Kriterien auszurichten. Die Ökologische Steuerreform bspw. war eine Reform, die innerhalb des Systems Politik mit der Codierung Macht/keine Macht entstand. Das politische System gibt allgemeingültige Vorgaben, die (auch) das Wirtschaftssystem betreffen. Dies wird von der Steuerreform irritiert und ändert seine Programme. Es wird versucht in Produktionsprozessen Energie zu sparen, weil diese teurer geworden ist und die Entwicklung energiesparender Technologien (bspw. Autos) wird lohnenswert, da ein entsprechender Absatz zu erwarten ist.“⁶⁵²

Allein dieses Beispiel lässt sich in beliebiger Weise ausweiten und zeigt auf, wie sich die Verknüpfung einzelner gesellschaftlicher Funktionssysteme in unserer Alltagswahrnehmung

⁶⁴⁷ Löser, C. 2005: Systemtheorie_Luhmann.png In: Wikipedia 2012: Strukturelle Kopplung

<http://de.wikipedia.org/wiki/Strukturelle_Kopplung> (25.05.2012)

⁶⁴⁸ vergl. Kluba 2002: S. 30

⁶⁴⁹ vergl. ebd.

⁶⁵⁰ vergl. ebd.

⁶⁵¹ ebd.

⁶⁵² ebd.: S. 31

manifestiert. Damit soll nun auch die grundsätzliche Beschäftigung mit den Strukturen der Systemtheorie beendet werden. Im folgenden Teil soll das System der Massenmedien in den Fokus gerückt werden, um der Einordnung des Internet in das systemtheoretische Framework einen Schritt näher zu kommen.

5.4 Die Realität der Massenmedien

Nachdem der Einstieg durch die Beschreibung der systemtheoretischen Grundlage vollzogen wurde, soll nun das Spiegelmodell Luhmanns beschrieben werden, um die Rolle Teilsystem der Medien herauszustellen. Dieses Modell ist eng mit dem Begriff der Öffentlichkeit verbunden, welcher bereits in Punkt 5.2 skizziert wurde.

„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien [...] Andererseits wissen wir so viel über die Massenmedien, daß wir diesen Quellen nicht trauen können“.⁶⁵³

Luhmann begründet diese These damit, dass es sich bei den Massenmedien wie bei allen Funktionssystemen um ein operativ geschlossenes und insofern autopoietisches System handle. Damit unterscheidet sich das System der Massenmedien nicht von dem der Wirtschaft, der Politik, der Wissenschaft oder des Rechts. Zudem ist auch die Kognition selbstreferentiell und geschlossen.⁶⁵⁴ „Dies gilt auch dann, wenn man berücksichtigt, daß in der Gesellschaft mit dem System der Massenmedien aus dessen Umwelt heraus kommuniziert werden kann. Denn auch diese Kommunikationen sind nur möglich auf Grund des Wissens, das die Massenmedien bereitgestellt haben; und außerdem verstehen die Massenmedien das, was ihnen mitgeteilt wird, nur auf Grund ihres eigenen Netzwerkes der Reproduktion von Informationen“.⁶⁵⁵ Jede Kommunikation in und mit Massenmedien bleibt gebunden an die Schemata, die dafür zur Verfügung stehen.

Dies bedeutet, dass die Massenmedien nicht die Abbildung einer von ihnen unterschiedenen Realität darstellen, und das auch gar nicht leisten können, sondern ihre primäre Aufgabe darin liegt, selbst eine Realität zu erzeugen, die sie als Nachrichten, Berichte, Werbung tagtäglich verbreiten. Paradox ist, dass diese Realität, obwohl sie eine gemachte und selektiv zustande gekommene Realität ist, und uns dies bewusst ist, die gesellschaftlich relevante ist, die sich auch nicht dadurch auflöst und einen Blick auf die wirkliche Realität gewährt, wenn man durchschaut, wie diese produziert, konstruiert und konsumiert wird.⁶⁵⁶

Mit dem Begriff der Massenmedien sollen also alle Einrichtungen der Gesellschaft betrachtet werden, die sich zur Verbreitung von Kommunikation technischer Mittel der Vervielfältigung bedienen. Vor allem meint Luhmann hier Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, aber auch photographische oder elektronische Kopierverfahren (hier kann man zwangsläufig an das Internet und die Online-Präsenzen der großen Zeitungen oder Magazine denken) jeder Art, sofern sie Produkte in großer Zahl mit noch unbestimmten Adressaten erzeugen. Auch die Verbreitung der Kommunikation über Funk wurde bedacht, allerdings unter dem Begriff, dass

⁶⁵³ Luhmann, Niklas 2004: Die Realität der Massenmedien. 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften: S. 9

⁶⁵⁴ Bechmann, G. 2001: Die Abklärung der Aufklärung. In: Vierteljahrbuch des Deutsch-Russischen Kollegs Karlsruhe. <http://www.drkk.uni-karlsruhe.de/e-pub/vjb01_2.html> (03.03.2012) S. 17

⁶⁵⁵ Luhmann 2004: S. 207

⁶⁵⁶ Bechmann 2001: S. 17 f.

sie allgemein zugänglich ist und nicht nur der telefonischen Verbindung einzelner Teilnehmer dient.⁶⁵⁷

Diese Beispiele der Verbreitungstechnologie der Massenmedien leisten das, „was für die Ausdifferenzierung der Wirtschaft durch das Medium Geld geleistet wird: Sie konstituiert selber nur ein Medium, das Formenbildungen ermöglicht, die dann, anders als das Medium selbst, die kommunikativen Operationen bilden, die die Ausdifferenzierung und die operative Schließung des Systems ermöglichen“⁶⁵⁸. Entscheidend ist in diesen Fall jedoch, dass, aufgrund der Beschaffenheit dieser Technologien, „keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sendern und Empfängern stattfinden kann“.⁶⁵⁹ Die Konsequenzen sind denkbar weitreichend. Es kann keine unmittelbare Rückkopplung zwischen Sender und Empfänger stattfinden, die zentral gesteuert werden kann, sondern beide müssen sich eigene Bilder des anderen konstruieren: „Die Medienmacher haben gewisse Vorstellungen, für wen sie eigentlich produzieren, aber es handelt sich um Vermutungen, Spekulationen und statistische Werte, die den Zuschauer ausmachen“⁶⁶⁰

Massenmedien müssen somit individualisieren, verallgemeinern und produzieren und können sich gar nicht auf das Individuum beziehen. Dieses Dilemma beschreibt die strukturelle Operationsweise der Medien.

Diese Ambivalenz verstärkt sich durch einen weiteren Vorgang. Massenmedien besitzen eine doppelte „Realität“.⁶⁶¹ Zum einen bezeichnet diese „Realität“ der Massenmedien ihre technische Vorgehensweise. Schrift, Funk, Fernsehbild, „also alles was die durch sie verbreitete und in ihrem System als durchlaufende Kommunikation verstanden werden kann“⁶⁶². Zum anderen erzeugen sie Realität für sich und andere. Im Gegensatz zur technischen Operation steht hier die Beobachtung im Fokus, die Frage wie die Massenmedien die Welt beobachten?⁶⁶³

Die Antwort ist, dass eine Realitätsverdopplung stattfindet: „Es kommuniziert tatsächlich über etwas. Über etwas anderes oder über sich selbst.“⁶⁶⁴ Massenmedien unterscheiden zwischen Selbst- und Fremdreferenz und man kann dies beobachten:

„Themen bilden nicht nur das ‚Gedächtnis‘ der Medien, sondern stellen die strukturelle Kopplung an andere Gesellschaftsbereiche dar. Innerhalb des Systems, und das macht die eigentliche Funktionsweise aus, kommt es zu einer laufenden Abstimmung zwischen Selbst- und Fremdreferenz. Konstruktion der Realität meint nicht Beliebigkeit oder sogar Willkür - im Gegenteil, die laufende Erzeugung der Einheit von Selbst- und Fremdreferenz

⁶⁵⁷ vergl. Luhmann 2004: S. 9

⁶⁵⁸ ebd.: S. 11

⁶⁵⁹ ebd.

⁶⁶⁰ Bechmann 2001: S. 18

⁶⁶¹ vergl. Luhmann 2004: S. 12

⁶⁶² Bechmann 2001: S. 18

⁶⁶³ vergl. Luhmann 2004: S. 13 f.

⁶⁶⁴ ebd.: S. 15

ist, bei vorausgesetzter operativer Geschlossenheit des Systems, der regelgeleitete Modus, mit dem die Medien Realität systematisch erzeugen“⁶⁶⁵

Neben dem ständigen Prozessieren der Differenz von Selbst- und Fremdreferenz müssen die Massenmedien auch noch systemspezifisch unterscheiden können, welche Kommunikation massenmedial und eben nicht rechtlich, wissenschaftlich oder religiös ist. Hier knüpft Luhmann an seine Ausdifferenzierungs- und Medientheorie an. Das Moderne der modernen Gesellschaft ist ihre funktionale Differenzierung in unterschiedliche Subsysteme, die jeweils ihre eigene Kommunikationsweise ausgebildet haben.⁶⁶⁶

Der Code für ein Teilsystem der Massenmedien ist Information/Nichtinformation, wobei Information der positive Wert ist, an den fortlaufend angeschlossen werden kann, und Nichtinformation der negative, der Reflexionswert ist, der angibt, unter welchen Voraussetzungen der positive Wert eingesetzt werden kann.⁶⁶⁷ Diese Art der Codierung hat zwei Besonderheiten, die als Folge eine ständige Unruhe und Irritation in der Gesellschaft produzieren.⁶⁶⁸ Durch die Codierung wird der Zwang zur laufenden Generierung von Informationen erzeugt. Ereignisse verlieren ihren Informationswert, wenn sie wiederholt werden.⁶⁶⁹ Ein Ereignis, von dem immer wieder berichtet wird, ist nicht mehr informativ, sondern nur noch redundant. Dies lässt sich an einer ganz einfachen Alltagsbeobachtung festmachen: Wird die mediale Berichterstattung überreizt, wendet sich der Leser ab und beschäftigt sich mit anderen Themen. Als Beispiel hierfür kann die Berichterstattung um den GAU in Fukushima gelten. Nachdem keine für den Leser nennenswerten Neuigkeiten, inklusive der Live-Ticker, berichtet werden konnten, wandte sich Medienlandschaft abrupt ab.

Die „Nachrichten“ entsprechen wahrscheinlich am ehesten den Erwartungen an eine realitätsabbildende Funktion der Medien.⁶⁷⁰ Obwohl hier Informationen im Modus der Neutralität und der Objektivität angeboten werden, zeigt sich bei näherem Hinsehen, dass die Massenmedien nicht so sehr an der Wahrheit, schon gar nicht an der wissenschaftlich erzeugten Wahrheit interessiert sind und dies auch strukturell gar nicht können. Das Problem besteht nämlich in der geregelten Selektivität.⁶⁷¹

„Entscheidend ist die Einsicht, dass die Medien, selbst wenn sie es wollten, keine Punkt-für-Punkt Korrespondenz zu ihrer Umwelt [zwischen Information und Sachverhalt, zwischen der operativen und repräsentierten Realität] herstellen könnten, das würde nämlich bedeuten, man könnte und vor allem das System selbst könnte sich nicht von seiner Umwelt unterscheiden.“⁶⁷²

⁶⁶⁵ Bechmann 2001: S. 18

⁶⁶⁶ vergl. ebd.: S. 19

⁶⁶⁷ vergl. Luhmann 2004: S. 36

⁶⁶⁸ vergl. ebd.: S. 46

⁶⁶⁹ vergl. ebd.: S. 41

⁶⁷⁰ vergl. Bechmann 2001: S. 19

⁶⁷¹ vergl. Luhmann 2004: S. 56

⁶⁷² Bechmann 2001: S. 20

Wie wir im Laufe der Arbeit festgestellt haben, müssen Systeme mit der Unterscheidung zwischen System und Umwelt arbeiten, um beobachten zu können. Sie müssen diese Differenz von System und Umwelt in das System mit der Unterscheidung von Selbst- und Fremdreferenz hineinkopieren:

„Es geht dabei weniger um die Tatsache der Auswahl als solcher als vielmehr um die Erfordernisse der Massenmedien, die Differenz von Information/Nichtinformation für die Gesellschaft zu prozessieren. Viele dieser Selektionsroutinen sind weidlich bekannt. Konflikte werden bevorzugt, ebenso von den normalen Erwartungen abweichende Ereignisse. Quantitäten sind besonders leicht als Informationen darstellbar, weil Zahlen immer von anderen Zahlen differieren und dadurch Neues suggerieren. Normverstöße erwecken besondere Aufmerksamkeit insbesondere dann, wenn sie sich zu Skandalen verdichten. Eindeutig liegt die Präferenz der Medien bei außergewöhnlichen Ereignissen und bei moralischen Bewertungen. Dies alles sind Beispiele, wie aus Ereignissen Informationen und aus Informationen Nachrichten werden, die dann wieder unser Bild der gesellschaftlichen Wirklichkeit prägen.“⁶⁷³

Das, was die Medien als Realität präsentieren, ist nichts anderes als ein Erzeugnis ihrer selbst, bei dessen Schaffung sie nicht auf ihre Umwelt angewiesen sind.⁶⁷⁴

Ein Problem entsteht jedoch dadurch, dass den Massenmedien der Verdacht anhaftet, interessengesteuert zu sein. Die Massenmedien scheinen ihre eigene Glaubwürdigkeit zugleich zu pflegen und zu untergraben.⁶⁷⁵ „Sie ‚dekonstruieren‘ sich selber, da sie mit ihren eigenen Operationen den ständigen Widerspruch ihrer konstativen und ihrer performativen Textkomponenten reproduzieren.“⁶⁷⁶ Als Grund für diesen Widerspruch sieht Luhmann das Programm Werbung (siehe binäre Codierung):

„Dieser Widerspruch wird, wenn auch auf andere Weise, durch die Werbung, reproduziert. Nicht die Erzeugung des schönen Scheins der Wahrheit liegt der Werbung zugrunde, im Gegenteil, sie deklariert ihren Willen zur Manipulation offen. Und indem sie das tut, kann sie um so besser die Motive und das Gedächtnis des Umworbenen beeinflussen. Werbung ist Beihilfe zur Selbsttäuschung, indem sie ihre eigene Unaufrichtigkeit laut verkündet.“⁶⁷⁷

Nicht das Produkt ist in der Werbung ausschlaggebend; sondern ihre latente Funktion besteht darin, „Leute ohne Geschmack mit Geschmack zu versorgen“.⁶⁷⁸ Damit liegt auf der Hand was Sinn und Zweck der Werbung ist: Die Erzeugung von Realität. Dieses Phänomen können wir heute am deutlichsten an den Werbekampagnen von „Apple“ beobachten. Die Werbung spielt bei „Apple“ scheinbar nur eine unwesentliche Rolle, da die Produkte hauptsächlich über die Medienlandschaft in Form von „Gerüchteküchen“ und „Testberichten aus dem Alltag“

⁶⁷³ ebd.

⁶⁷⁴ vergl. Luhmann 2004: S. 75

⁶⁷⁵ vergl. Bechmann, 2001, S. 20

⁶⁷⁶ Luhmann 2004: S. 76

⁶⁷⁷ Bechmann 2001: S. 20 f.

⁶⁷⁸ Luhmann 2004: S. 89

angepriesen und vertrieben werden. Die für den Konsumenten nicht sichtbare Werbekampagne des Unternehmens erzeugt den Wunsch des „haben wollen“, da es scheinbar das ist, worauf man immer gewartet hat.

„Die wichtigste Funktion der Werbung dürfte deshalb auch in einer produzierten Wirklichkeit liegen, die zugleich Redundanz und Varietät in immer neuen Formen für das Alltagsleben entstehen lässt.“⁶⁷⁹ Die Werbung dient, wie Nachrichten und Unterhaltung (Talkshows, Filme usw.), in dem System der Massenmedien als „Programm“ (siehe „binäre Codierung“).

Das weitaus schwierigste Programm stellt jedoch für den Alltag die Unterhaltung dar. Auch hier scheinen die Grenzen nicht klar sichtbar:

„Unterhaltung ist Fiktion, Tatsachenvermittlung, Werbung und Erzählung (Gedächtnis) in einer bunten Gemengelage, so dass es nicht leicht fällt, eine durchgängige Struktur zu finden. Massenmedial produzierte Unterhaltung setzt voraus, dass der Zuschauer, im Gegensatz zu seinem eigenen Leben, Anfang und Ende beobachten kann [...] Es entsteht eine zweite, fiktionale Realitätsebene, die aber, weil sie Imagination ist, Information benötigt und hier klinken sich die Massenmedien mit ihrem Code Information/Nichtinformation ein. Unterhaltung muss, obwohl fiktional, auch „realitätsgerecht“ sein. Sie muss in Verbindung zur Alltagswelt der Zuschauer stehen oder zumindest dazu, wie sich die Medien diese vorstellen. Genau an dieser Stelle setzt der Mechanismus von Selbst- und Fremdreferenz ein. Filme, Geschichten oder Talkshows müssen zum einen ihre eigene Plausibilität erzeugen. Sie leben von selbst gemachten Stories, Handlungsabläufen usw.“⁶⁸⁰

An dieser Stelle wird wieder das Konzept der Beobachtung zweiter Ordnung deutlich:

„Auch ist die Wirkung nicht mit dem einfachen Konzept der Analogiebildung und der Nachahmung zu erfassen - so als ob man nun mit sich selbst ausprobierte, was man im Roman gelesen oder im Film gesehen hat. Man wird nicht zur Angleichung eigenen Verhaltens motiviert (das würde das eigene Können rasch überfordern und, wie man weiß, lächerlich wirken). Man lernt Beobachter beobachten -und zwar im Hinblick auf die Art, wie sie auf Situationen reagieren, also: wie sie selber beobachten. Dabei ist man als Beobachter zweiter Ordnung klüger, aber auch weniger motiviert als der, den man beobachtet; und man kann erkennen, dass er für sich selbst weitgehend intransparent bleibt, oder mit Freud: nicht nur etwas zu verbergen hat, sondern etwas latent Bleibendes ist.“⁶⁸¹

Unterhaltung bewirkt somit, dass sich der Mensch in der dargestellten Welt verorten kann, ohne dass er in eine bestimmte Richtung gesteuert wird, denn dafür sind, laut Luhmann, Psychologische Effekte viel zu komplex. Was jedoch Fiktion auslösen kann, haben wir bereits in

⁶⁷⁹ Bechmann 2001: S. 21

⁶⁸⁰ Bechmann 2001: S. 21

⁶⁸¹ Luhmann 2004: S. 112 f.

Habermas' Definition des Strukturwandels der Öffentlichkeit: Sie war im 18. Jahrhundert ein Grundpfeiler der Entwicklung der mündigen Gesellschaft.

Nachdem wir die Programme im System der Massenmedien betrachtet haben, stellt sich nun die Frage, wie Massenmedien in den Kontakt zur ihrer gesellschaftlichen Umwelt treten? Durch strukturelle Kopplung. Strukturell bedeutet, ohne dass man auf kausale Abhängigkeiten eingehen muss, „die wechselseitige Angewiesenheit der Programmtypen auf spezifische Umweltlagen des Systems. [...] Massenmedien erzeugen eine Hintergrundrealität, die das ‚Gedächtnis‘ der Gesellschaft bilden.“⁶⁸².

Dabei ist zu beachten, dass nicht die aktuelle Meldung von Bedeutung ist, sondern die Erzeugung bestimmter Realitätsannahmen, an die man in der gesellschaftlichen Kommunikation anknüpfen und auf deren Anschlussfähigkeit man vertrauen kann. Aus diesem Grund können Themen auch als wichtiger betrachtet werden, statt der jeweils aktuellen Meinungen, die in den Medien verbreitet werden.⁶⁸³

„Dass dabei Überschneidungen vorkommen ist ungewöhnlich, aber gerade durch die Differenz der Bezüge lassen sich Überschneidungen erst identifizieren und als solche feststellen“⁶⁸⁴. Überschneidungen sind kritisch anzusehen, da z. B. Medien unabhängig berichten, die Werbung jedoch Konsumwünsche generieren soll. Eine Vermischung dieser Programme kann somit nicht wünschenswert sein.

Das Problem der Überschneidungen entsteht allerdings auf der Grundlage, dass ein einheitliches technisches Medium verwendet wird, welches für unterschiedliche Formen verwendet werden kann.⁶⁸⁵ Dies stellt, systemisch gesehen, eigentlich nicht die Regel dar, da sich jedes Programm auf die spezifische Umweltlage seines Systems bezieht. Diese Gemengelage wird im weiteren Verlauf der Arbeit noch eine wichtige Rolle spielen, da das Internet in seiner heutigen Form als Kommunikationsmittel von diesem Problem geradezu durchzogen ist.

Im letzten Abschnitt des Kapitels soll die Rolle der Öffentlichkeit noch näher beleuchtet werden und ihre Rolle im Wechselspiel mit den Medien herausgestellt werden. Aufgrund der gewonnenen Vorkenntnisse über das System der Massenmedien lässt sich folgende Aussage treffen:

„Sie [die Massenmedien] leisten einen Beitrag zur Realitätskonstruktion der Gesellschaft. Dazu gehört eine laufende Reaktualisierung der Selbstbeschreibung der Gesellschaft und ihrer kognitiven Welthorizonte, sei es in konsensueller, sei es in dissensueller Form [...]“⁶⁸⁶

⁶⁸² Bechmann 2001: S. 21

⁶⁸³ vergl. ebd.: S. 21 f.

⁶⁸⁴ ebd.

⁶⁸⁵ vergl. Luhmann 2004: S. 119

⁶⁸⁶ Luhmann 2004: S. 183

Will man somit diesen Analysen etwas über die gesellschaftliche Funktion von Massenmedien entnehmen, müssen wir wieder auf die grundlegende Unterscheidung von Operation und Beobachtung zurückgreifen, die uns bereits im Laufe der Arbeit an mehreren Stellen begegnet ist. Genau an dieser Stelle lässt sich die Bedeutung der Massenmedien für das heutige Gesellschaftssystem herausarbeiten. Zuvor soll noch die Definition von Öffentlichkeit in der Systemtheorie dargestellt werden:

„Man kann Öffentlichkeit, einer Anregung von Dirk Baecker folgend, definieren als Reflexion jeder gesellschaftsinternen Systemgrenze, oder anders: als gesellschaftsinterne Umwelt der gesellschaftlichen Teilsysteme, also aller Interaktionen und Organisationen, aber auch der gesellschaftlichen Funktionssysteme und der sozialen Bewegungen. Der Vorteil dieser Definition ist: daß man sie auf die gesellschaftlichen Funktionssysteme übertragen kann. Der ‚Markt‘ wäre dann die wirtschaftssysteminterne Umwelt wirtschaftlicher Organisationen und Interaktionen; die ‚öffentliche Meinung‘ wäre die politiksysteminterne Umwelt politischer Organisationen und Interaktionen.“⁶⁸⁷

Massenmedien stellen täglich eine Vielzahl an Informationen bereit. Dieser Umstand führt dazu, dass eine unmittelbare Beobachtung der Umwelt nahezu unmöglich ist, stattdessen beobachtet man die Umwelt über die Massenmedien, die tagtäglich Berichte, Reportagen, Meldungen etc. veröffentlichen. Deshalb muss Öffentlichkeit als ein Beobachtungssystem der Gesellschaft begriffen werden, in welchem der öffentliche Diskurs eine sekundäre Rolle einnimmt.⁶⁸⁸ Die Publizität steht stattdessen im Mittelpunkt, da die Reproduktion zu dem zentralen Anliegen des Systems der Massenmedien zählt. Wie wir außerdem bereits festgestellt haben, zeichnet sich Öffentlichkeit durch ihre Offenheit aus. Sie steht zwischen den Systemen wie Politik, Recht, Wirtschaft oder Kultur. Daher ist sie zunächst thematisch offen.

Die Funktion der Öffentlichkeit besteht darin, dass sie die Selbstbeobachtung und die Herstellung einer Selbstbeschreibung von Gesellschaft mittels Veröffentlichung von Themen ermöglicht. Kurz: Öffentlichkeit dient als Reflexionsmedium.⁶⁸⁹ Jedoch wird Öffentlichkeit keineswegs auf das Spiegelbild der Wirklichkeit der gesellschaftlichen Teilsysteme reduziert, sie ist vielmehr die Konstruktion der Wirklichkeit auf der Grundlage der Beobachtung zweiter Ordnung, welche durch die mediale Berichterstattung erzeugt wird:

„Die Massenmedien erzeugen eine transzendente Illusion. Bei diesem Verständnis wird die Tätigkeit der Massenmedien nicht einfach als Sequenz von *Operationen* angesehen, sondern als Sequenz von *Beobachtungen*, oder genauer: von beobachtenden Operationen. Um dieses Verständnis von Massenmedien zu erreichen, müssen wir also ihr Beobachten beobachten. Für das zuerst vorgestellte Verständnis genügt ein Beobachten erster Ordnung, so als ob es um Fakten ginge. Für die zweite

⁶⁸⁷ ebd.: S. 184

⁶⁸⁸ Gerhards, Jürgen 1998: Öffentlichkeit: S. 11 In: Jarren, Otfried; Sarcinelli, Ulrich und Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft, Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften: S. 268 - 274

⁶⁸⁹ Jäckel, Michael 2011: Medienwirkungen: Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: Springer Wissenschaftsverlag: S. 243

Verstehensmöglichkeit muß man die Einstellung eines Beobachters zweiter Ordnung einnehmen, eines Beobachters von Beobachtern.⁶⁹⁰

Damit wird klar, dass die Medien durch ihre Berichterstattung öffentliche Meinung durch ihre Beobachtung konstruieren. Deshalb definiert Luhmann öffentliche Meinung als Medium der Öffentlichkeit, „in dem durch laufende Kommunikation Formen abgebildet und wieder aufgelöst werden“⁶⁹¹. Die Entleerung des Begriffs macht es möglich, dass die öffentliche Meinung als Spiegel funktioniert. In der Öffentlichkeit sehen Politiker nicht das, was Menschen wirklich denken, sie sehen nur sich selbst und andere Politiker, die sich vor dem Spiegel für den Spiegel bewegen. Der Effekt des Spiegels liegt nicht in der Korrektur des Handelns, sondern in der Reflexion.⁶⁹²

Somit sind, wie eingangs beschrieben, Presse und Funk die Formgeber der öffentlichen Meinung.⁶⁹³ Diese Formgeber binden die Aufmerksamkeit des Publikums und arbeiten nach bestimmten Regeln, wie z. B. der dauerhaften Bereitstellung von etwas neuem. Laut Luhmann wirken die Medien ebenfalls wie ein undurchsichtiger Spiegel zwischen Zuschauer und Politiker. Die beiden Seiten sehen und wissen nichts voneinander, auch wenn eine Illusion der Direktwahrnehmung durch elektronische Medien für das Publikum erzeugt wird. Bei dieser Illusion handelt es sich jedoch durchaus um die Beobachtung zweiter Ordnung.

⁶⁹⁰ Luhmann 2004: S. 14 f.

⁶⁹¹ Jäckel 2011: S. 245

⁶⁹² Luhmann, Niklas 1992: Die Beobachtung der Beobachter im politischen System: Zur Theorie der Öffentlichen Meinung. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Öffentliche Meinung, Theorie, Methoden, Befunde, Beiträge zu Ehren von Elisabeth Noelle-Neumann, Freiburg: S. 77 - 86

⁶⁹³ Jäckel 2011: S. 227 ff.

5.5 Das Internet als Erweiterung der klassischen Massenmedien?

Öffentlichkeit und Massenmedien. Diese Begriffe waren im Laufe der Analyse die bestimmenden Begriffe. Massenmedien konstruieren durch ihre Beobachtung zweiter Ordnung das, was wir als öffentliche Meinung tagtäglich wahrnehmen. Betrachtet man die Beschaffenheit des World Wide Webs, so trifft diese Einschätzung derzeit zu.

Luhmann äußerte in einem Interview, dass das Internet kein Massenmedium sei. Diese These ist vor dem heutigen Hintergrund nicht haltbar. Im Laufe der Zeit verlagerten die klassischen Printmedien ihre Berichterstattung immer weiter ins Netz. Diese Webseiten weisen noch das klassische Modell vor, welches Luhmann in seinem Werk „Die Realität der Massenmedien“ formulierte:

„Entscheidend ist auf alle Fälle: daß keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sender und Empfängern stattfinden kann.“⁶⁹⁴

Im Jahr 2012 muss also keine großangelegte wissenschaftliche Analyse vollzogen werden, um Websites der klassischen Medien dem Teilsystem der Massenmedien zuzuschreiben. Denn zunehmend verlagert sich die Berichterstattung ins World Wide Web. Doch hat diese Tatsache zunächst keinen Einfluss auf die Ansicht, dass das WWW ein autopoietisches System darstellen würde. Ende der 90er Jahre wurden einige Versuche unternommen, dass WWW innerhalb der Systemtheorie zu kategorisieren. Huber fasst diese Ansichten treffend zusammen:

„Der Versuch, das WWW als autopoietisches System zu beschreiben erscheint nun sehr schnell aussichtslos. Wo ist hier ein dynamisches Prozessieren in der Form von Kommunikation zu erkennen? Die nicht autopoietisch generierten, sondern allopoietisch von der Umwelt im Netz abgelegten Informationen werden durch ihren Abruf nicht beeinflusst, sie bleiben statisch. Wird ihr Abruf, ihre Verarbeitung durch psychische Systeme als WWW-spezifische Kommunikation betrachtet, so bewirkt er keine als Information nutzbare Strukturveränderung, wie es für Kommunikation in sozialen Systemen charakteristisch ist.

Das liegt nun nicht daran, dass es technisch unmöglich wäre, den Abruf von WWW-Seiten kommunikativ nutzbar zu machen und zu einem sozialen System zu schließen, das dann diesen ‚Abruf‘ prozessiert, ja vielleicht sogar als symbolisch generalisiertes Kommunikationsmedium verwendet. Es passiert einfach nicht, weil all die Kommunikationsangebote im WWW völlig unterschiedlich motiviert sind. Ob jemand sich und seine Arbeit auf einer persönlichen ‚Homepage‘ vorstellt oder ein Unternehmen die Webseite als Aushängeschild für seine ‚Innovativität‘ verwendet, in beiden Fällen dürfte relativ unwichtig sein, wieviele Menschen das Kommunikationsangebot wirklich zur Kenntnis nehmen und wie sie darauf reagieren.

⁶⁹⁴ Luhmann 2004: S. 11

Dasselbe gilt für das Auftreten einer staatlichen Einrichtung oder anderer Organisationen, wenn ein möglichst umfassendes Informationsangebot als (derzeit immer kostenloser) Service verstanden wird.

Soll dagegen dieses Informationsangebot weitere Kommunikationen anbahnen, womit sowohl Rückmeldungen aufgrund von Interessenverwandschaft mit der Folge weiterer Kommunikationen, als auch der Kauf der vorgestellten Produkte gemeint sein kann, dann erfüllt der Abruf nur eine Vorbedingung für die Nutzbarmachung des WWW durch ein anderes soziales System. Gemeinsam ist allen Angeboten dann nur die Präsenz in einem Verbreitungsmedium, das seinen Verbreitungsmodus, die Logik nach der diese geschieht noch nicht entwickelt oder jedenfalls noch nicht enthüllt hat, aber aufgrund seiner technischen Möglichkeiten alles verspricht.

Einen Extremfall für den dies nicht mehr gilt, markieren dabei Organisationen des Massenmediensystems, die mit ihrer Webpräsenz auf die Jagd nach möglichst hohen Zugriffszahlen gehen, um damit Werbeeinnahmen zu erzielen. Das ist natürlich nichts anderes als die Nutzung des WWW als Verbreitungsmedium durch ein auf die Nutzung von Verbreitungsmedien angewiesenes Funktionssystem, und sie geschieht (jedenfalls zur Zeit) unter Rückgriff auf die durch dieses System entwickelten Selektoren. Das Online-Angebot der Spiegel-Redaktion z.B. stützt sich auf die dem Nachrichtenmagazin als Teil des Massenmediensystems zugesprochene Bekanntheit und Kompetenz, wenn es im WWW auftritt.“⁶⁹⁵

Diese Einschätzung deckt sich auch mit der Klubas. Dieser entwickelte seine Ergebnisse aus den theoretischen Vorarbeiten von Peter Fuchs und Elena Esposito, die sich schon in den frühen 90er Jahren mit systemtheoretischer Relevanz des Internets beschäftigten. Er distanziert sich jedoch deutlich von Fuchs' Thesen:

„Es ließe sich im Gegenteil die These aufstellen, dass das WWW nicht codiert sein kann, da in Anschluss an Wehner (1997) das ‚Fehlen‘ einer Referenz gerade die Funktion des WWW darstellt. So ist es offen für sämtlichen codierten sozialen Systeme und auch für Mitteilungen psychischer Systeme, sodass, wie gezeigt, ein nicht unerheblicher Teil der im WWW vorfindbaren Dokumente bzw. Web-Seiten den Massenmedien zurechenbar sind, die sich des WWW als *Medium* bedienen. Private Webseiten sind aufgrund ihrer fehlenden organisatorischen Struktur jedoch nicht den Massenmedien als System zurechenbar. Auch wenn sie an ihrer Oberfläche und von ihrer inhaltlichen Gestaltung her viele Analogien aufweisen, so sind es doch private (adressatenanonyme) Mitteilungen, die einen Diversifizierungsbedarf decken, den die Massenmedien aufgrund ihrer selektierenden Struktur offensichtlich nicht decken können. Die absolute Offenheit des Mediums für alles (auch für Massenmedien) scheint damit eine Lücke zu füllen, die die zwangsläufige Selektivität der Massenmedien und ihrer organisatorischen Strukturen provoziert hat. Zugleich ermöglicht die im Vergleich zu nicht verknüpfbaren Medien (Zeitung, Buch etc.) neuartige Vernetzung oder auch ‚Verlinkung‘ eine

⁶⁹⁵ Huber, Steff 1997: Die Theorie sozialer Systeme und das Internet: 4. Soziale Systeme im Netz? <<http://www.steff.de/netzsystem/netzsystem-03.htm#TopOfPage>> (10.03.2012)

prinzipiell unbegrenzte Komplexität, die als Ganzes nicht beobachtbar ist. Beobachtbar ist lediglich die Oberfläche des Mediums, und auch diese nur in Teilauszügen mit Hilfe maschineller bzw. technischer Selektionsfunktion, wie sie bspw. durch Suchmaschinen erfüllt wird.“⁶⁹⁶

Diese Thesen scheinen auf den ersten Blick zutreffend zu sein. Mit der starken Kommerzialisierung des WWW wurde dieses für viele Funktionssysteme geöffnet. Medien, Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst und viele andere Systeme nutzen das WWW zur Übertragung von Kommunikation. Aber wird diese Einschätzung diesem riesigen und ständig expandierenden Raum gerecht? Wie kann es dann sein, dass die Abläufe im WWW ständige „Irritationen“ in der Gesellschaft hervorrufen?

Betrachtet man die Fallbeispiele aus Deutschland und dem „Arabischen Frühling“ wird der Eindruck erweckt, dass Internet-Tsunamis nicht nur eine Form der Partizipation an politischen Prozessen darzustellen vermag. Vielmehr müssen wir uns in diesem Fall mit einem Raum beschäftigen, der seine eigene Realität konstruiert und Forderungen stellt.

Bevor wir nun diesen Ansatz weiter diskutieren, soll noch ein weiterer Rückgriff auf die Überlegungen von Peter Fuchs (2003) stattfinden, da hier eines der wenigen Konzepte vertreten wird, welches sich aus den Strukturen der Luhmann'schen Vorgaben löst. Wie die bisherigen Beispiele zeigen, ist es schwierig, eine Codierung des WWWs zu finden und das Konzept der Beobachtung zweiter Ordnung zu identifizieren. Fuchs versucht dies indem er den Hyperlink zu eben dieser Beobachtung macht:

„Die Form dieses Systems, des WWW, ist die laufende Reproduktion der Differenz der Dokumentebenen erster und zweiter Ordnung, eine Reproduktion, für die gelten müsste, dass sie geschützt wird gegen Interdependenzen mit dem System der Massenmedien. In dieser Schutz- oder Abschirmfunktion stehen klassisch *Interdependenzunterbrecher*, also Grenzen bzw. autopoietische Schließungen. Wir hatten schon ausgeführt, dass die Chance zur Schließung des WWW einzig in seiner Hypertextualität liegt, die virtuelle Vernetzungen der Dokumente erster Ordnung erlaubt. Diese Vernetzungen sind sequentielle Arrangements von Dokumenten, die Hyperlinks enthalten, die zu weiteren Dokumenten führen, die Hyperlinks enthalten, die zu weiteren Dokumenten führen, die ... etc. Jene Arrangements sind, wie man vielleicht sagen könnte, nicht inferentiell aufeinander bezogen im Sinne einer hierarchisch-logischen Struktur der Induktion bzw. Deduktion. Ihr Zusammenhang ist *transferentiell*, sie sind *Kurzfristmuster mit hoher Zufallsempfindlichkeit und Zerfallsanfälligkeit*.“⁶⁹⁷

Das „Surfen“ von Dokument zu Dokument stellt für Fuchs eine spezifische Operation dar, die es ermöglicht das WWW als autopoietisches System zu sehen. Der operative Prozess, der dann im Netz stattfinden kann und ständig stattfindet, ist ein „operatives Verweisen“, ein Durchschalten via Hyperlinks, das Fuchs mit dem Verb „linken“ benennt. So entsteht auf den Bildschirmen der

⁶⁹⁶ Kluba 2002: S. 98 ff.

⁶⁹⁷ Fuchs, Peter 2003: Das World Wide Web ohne Technik.
<http://www.fen.ch/texte/gast_fuchs_www.htm> (20.05.2012)

Nutzer „ein ständig neues Bild unser Welt, dessen Kontingenz durch einen Verweisungszusammenhang gezähmt wird.“⁶⁹⁸

Fuchs vergleicht das Internet nicht nur mit dem System der Massenmedien, sondern auch mit dem der Kunst:

„So sonderbar es klingt, damit wird dieses System nicht nur vergleichbar mit dem System der Massenmedien, sondern auch mit dem der Kunst. Deren soziale Funktion gravitiert um das Problem, wie man in der Welt (die immer nur die Welt ist, die sie ist) wahrnehmbar macht, dass diese Welt *nur beobachtete Welt* und das heißt: unaufhebbar kontingent ist. [...] Etwas operativer ausgedrückt: Die (moderne) Kunst zeigt an Kunstwerken, dass in jeder Beobachtung – weil sie Beobachtung ist – etwas verschwindet, die Möglichkeit einer Einheitsbeobachtung, einer Totalsicht, einer Perfektion in der Beobachtung der Welt. Kunst führt wahrnehmungstechnisch vor, dass die Welt nicht zu ‚haben‘ ist. Ebendeshalb ist Kunst zutiefst ironisch.

Das System [der Kunst] reproduziert die Differenz *beobachtbar/unbeobachtbar* im Medium der Wahrnehmung anhand eigens dafür präparierter Kunstobjekte, und es setzt dabei eine psychische Umwelt voraus, die in einem Zuge etwas Wieder erkennen und sich am Wieder erkennen bzw. Wieder erkannten überraschen lassen kann.“⁶⁹⁹

Des Weiteren bereitet es seine Erzeugnisse auch so zu, dass sich diese für den Beobachter in einer großen Varianz entfalten.⁷⁰⁰ Damit gilt, dass nicht die Zusammenstellung in den Fokus rückt, sondern die „operative Reproduktion jener Differenz“⁷⁰¹. Damit gelangen wir auch an den Vergleichspunkt des WWW mit dem System der Kunst. Beide Systeme lassen es nicht zu, eine Einheit zu repräsentieren. Die Kunst erfüllt dies durch die Schöpfung von Objekten, die sich nicht in jeder Facette betrachten lassen. Das WWW macht uns mit seinem unüberblickbaren Raum deutlich, dass sich Gesellschaft jeder Komplettbeobachtung entzieht. Fuchs begründet dies mit dem Spannungsverhältnis gegenüber den klassischen Medien:

„Die Kunst erfüllt ihre Funktion durch die Präsentation von Objekten, die sich nicht vollständig beobachten lassen, also auf Unerschöpfbarkeit hingetrimmt sind; das WWW konfrontiert die kurrenten Selbstbeschreibungen der Gesellschaft durch die Massenmedien mit durch diese Medien nicht erfassbaren Gegenseiten, indem es eine ‚Dauerverblitzung‘ installiert, die sich nicht selbst publizieren lässt. Beide Systeme richten sich auf der Ebene der Unmöglichkeit einer totalisierenden Beobachtung ein.“⁷⁰²

Allerdings unterscheidet sich die Art und Weise wie das WWW seine Umwelt rekonstruiert deutlich von der Kunst. Die Kunst richtet sich auf das Ästhetische. Sie bezieht sich auf ein Bewusstsein, das durch Objekte, die keinen praktischen Sinn oder Nutzen haben, fasziniert

⁶⁹⁸ Huber 1997

⁶⁹⁹ Fuchs 2003

⁷⁰⁰ ebd.

⁷⁰¹ ebd.

⁷⁰² ebd.

werden kann.⁷⁰³ Die Entschlüsselung steht nicht im Fokus, sondern das Erleben: Bei jeder Betrachtung neue Facetten zu entdecken, um dann wieder von vorn zu beginnen. Im Gegensatz dazu benötigt das WWW eine andere Form des Bewusstseins. Dieses zeichnet sich durch eine gewisse Unruhe aus. Es kann nur befristet gebunden sein, da es zum „Surfen“ animieren soll.⁷⁰⁴ Die Sinnoperationen sind hier weitaus einfacher. Es geht hauptsächlich darum, dass Gerät zu bedienen.

Auch die theoretischen Überlegungen von Fuchs bieten ihre Tücken. Übertragen wir dieses System 1:1 in die Gegenwart, so wären Unternehmen wie Google, Facebook, Yahoo, Microsoft die Beobachter zweiter Ordnung. Sie bestimmen anhand ihrer Algorithmen, welchen Hyperlink ich zu sehen bekomme. Damit würden die Suchmaschinenbetreiber Realität erzeugen. Diese Vorstellung wirkt zunächst abschreckend, da Google als sog. „Datenkrake“ verschrien ist. Und trotzdem: Google ist heute unangefochtener Marktführer bei den Suchmaschinen. Alle frei verfügbaren relevanten Informationen, von Nachrichten bis hin zu wissenschaftlichen Texten, können wir heute bequem mit einem Mausklick abrufen. Aus dieser Sicht werden die Thesen von Fuchs verständlicher und zeigen auf, dass gewisse Verschiebungen im Mediensystem stattfinden. Wenn Luhmann in den 1980er Jahren sagte, dass alles Wissen durch die Massenmedien vermittelt werden würde, so mussten wir ihm damals Recht geben. Heute können wir diese These nicht mehr uneingeschränkt unterstützen. Wikipedia ist auf dem Weg die traditionellen Enzyklopädien größtenteils zu verdrängen. Wissen wird zunehmend kollektiv gesammelt. Es bestehen somit einige Anhaltspunkte für eine gesellschaftliche Veränderung, die unsere bisherigen Funktionssysteme berühren.

Soziale Systeme dienen der Reduktion von Komplexität. Wie schon eingangs beschrieben, ist das Sicherstellen von Anschlusskommunikation Aufgabe der gesellschaftlichen Funktionssysteme. Durch die Verlagerung von globalem Wissen in das WWW wird zunehmend deutlich, dass die ursprünglichen Medien nicht mehr die Geschwindigkeit halten können, die das Internet vorlegt. Vielleicht sind wir in ein Zeitalter gekommen, in dem gesellschaftliche Kommunikation nicht mehr durch analoge Medien sichergestellt werden kann. Das Internet ist die größte Kommunikationsrevolution seit der Erfindung des Buchdrucks. Der Buchdruck wiederum war mitverantwortlich für die Emanzipation des Bürgertums. Es wäre nicht logisch, wenn mit den Möglichkeiten des Internets keine Neu-Strukturierung der gesellschaftlichen Funktionssysteme einhergehen würde. Allerdings besteht auch bei all den Hoffnungen ein Problem: Wir können bisher keine Codierung des Systems feststellen, da diese Entwicklung noch zu jung ist.

Dennoch können wir aus diesen Überlegungen, Schlüsse auf die Internet-Tsunami ziehen. Gehen wir von der Prämisse aus, dass sich das WWW zu einem System entwickelt, werden gesellschaftlich relevante Themen zunehmend in diesen Raum verlagert und nach seinen Kriterien behandelt. So wie die Massenmedien nach dem Code informativ/nicht-informativ arbeiten, wendet auch das WWW seinen eigenen an. Die Internet-Tsunamis zeigen doch deutlich auf, dass der Nutzer bereits ein Prinzip des WWW verinnerlicht hat und es auf das politische System übertragen will: Spontane Teilhabe.

⁷⁰³ ebd.

⁷⁰⁴ ebd.

5.6 Fazit und Ausblick

Wir haben in diesem Abschnitt einen langen Weg abgezeichnet. Von Habermas' „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ bis hin zur Moderne und der „Realität der Massenmedien“, wie sie Niklas Luhmann formulierte. Dabei haben wir zwei Konzepte angesprochen, die in der Vergangenheit maßgeblich unser Verständnis von Gesellschaft geprägt haben. Und auch in der heutigen, schnelllebigsten Welt, müssen wir diese Konzepte heranziehen um evolutionäre Prozesse in der Gesellschaft zu verorten. Dass dies keineswegs leicht ist, haben wir spätestens bei der systemtheoretischen Analyse feststellen müssen. Dennoch plädieren wir dafür, die Systemtheorie bei weiteren Untersuchungen nicht zu vernachlässigen. Die Identifizierung von binären Codes im System des WWW, muss weiter vorangetrieben werden. Denn wenn wir ehrlich sind, wissen wir leider zu wenig über gesellschaftliche Vorgänge im Zeitalter der Bits und Bytes. Und das, obwohl wir die Auswirkungen tagtäglich spüren. Der Organisationssoziologe Peter Kruse unterstützt die These eines gesellschaftlichen Wandels, initiiert durch neue Kommunikationsmittel:

„Wir erleben eine grundlegende Änderung der weltweiten Kommunikationssysteme. In den 90er Jahren hatten wir vor allem die Vernetzungsdichte in der Welt erhöht, uns daran berauscht, Zugang zu immer mehr Informationen und Kontakt zu immer mehr Menschen zu erhalten. Dem folgte eine sprunghafte Zunahme der Bereitschaft, sich selbst mit vielfältigen Beiträgen im Netz einzubringen. Der "Zugangs-Boom" mündete im ‚Beteiligungs Boom‘.

Jetzt hat mit den sozialen Netzwerken des Web 2.0 die Spontanaktivität im Internet dramatisch zugenommen. Millionen wollen eigene Spuren im Netz hinterlassen und selbst etwas verändern. Im Internet bildet sich ein Interaktionsraum, in dem aus dem Stand heraus neue Koalitionen aktivierbar werden. Gruppierungen und Szenen werden immer dichter miteinander verkoppelt. In Deutschland haben Schnelligkeit und Intensität, mit der sich die Stuttgart-21-Gegner organisiert haben, gezeigt, welche Wirkungen so möglich werden.“⁷⁰⁵

Ähnlich sieht es der Journalist und Professor Jeff Jarvis:

„Wir durchlaufen eine gewaltige Veränderung. Ich weiß auch noch nicht, wie groß sie sein und wie lange sie dauern wird. Es dauerte etwa hundert Jahre, bis man die Auswirkungen des Buchdrucks wirklich spüren konnte. Stellen Sie sich vor, es wäre 1472, und Sie sollten mir glauben, dass diese Erfindung die katholische Kirche entmachtete,

⁷⁰⁵ Kruse, Peter 2011: Interview mit dem Deutschen Stifterverband: Wie verändern die neuen Medien die gesellschaftliche Wirklichkeit?
<http://www.stifterverband.info/meinung_und_debatte/2011/kruse_neue_medien_gesellschaft/index.html>
(10.06.2012)

eine wissenschaftliche Revolution auslöst und die Bildung auf den Kopf stellt. Sie würden sagen: Blödsinn.“⁷⁰⁶

Auch staatliche Institutionen beginnen das Internet als Spiegel der Gesellschaft zu sehen. So wurde am 23.08.2011 eine Ausschreibung der IARPA⁷⁰⁷, einer geheimdienstlichen Forschungseinrichtung, veröffentlicht. Diese will Methoden entwickeln, um aus öffentlich zugänglichen Daten aus möglichst vielen Quellen kommende Unruhen, Wirtschaftskrisen oder politische Krisen antizipieren zu können.⁷⁰⁸ Diese „öffentlich zugängliche Daten“ können, laut IARPA, z. B. Suchanfragen im Internet, Blogs, Mikroblogs, Internetverkehr, Finanzmärkte, Verkehrskameras, Einträge in Wikipedia und vieles andere darstellen.⁷⁰⁹ Dieser durchaus vermessene Versuch einer Art „Zukunftsdeutung“ untermauert die hier getätigten Thesen: Das Internet scheint immer weiter zu einem System zu wachsen, welches direkten Einfluss auf die politische Ebene nehmen kann.

Kommunikation findet zunehmend in diesem Raum statt und obwohl es in jeder Phase des Alltags spürbar ist, können wir die direkten Auswirkungen nicht in gesellschaftstheoretische Konzepte überführen. Eine Einschätzung lässt sich jedoch treffen. Das Netz konkurriert zunehmend mit dem System der Massenmedien, indem es breitere gesellschaftliche Diskurse zulässt. Und genau hier geraten wir in ein Dilemma: Einerseits scheint es in diesem aufzugehen, andererseits scheinen sich die Strukturen durch den Rückkanal des Nutzes deutlich zu unterscheiden. Dieser Punkt führt zwangsläufig zu dem Fazit, dass das WWW in seiner heutigen Form nicht dem System der Massenmedien zugerechnet werden kann. Gerade diesen Rückkanal hat Luhmann in „die Realität der Massenmedien“ ausgeschlossen. Somit würde es im Umkehrschluss bedeuten, dass entweder das WWW ein wildes Becken verschiedener Funktionssysteme darstellt, oder, und das zeigt das Beispiel der Internet-Tsunami, sich die Kommunikationsweisen in der modernen Welt grundsätzlich ändern. Der Internet-Tsunami muss damit als Indikator gefasst werden. Ein Indikator der aufzeigt, dass grundsätzlich jede Handlung im WWW politische Auswirkungen hervorrufen kann, für die keine Zugehörigkeit in Parteien, NGOs oder sonstigen Vereinigungen notwendig ist. Vielmehr werden sich Menschen in Netzwerken bewegen und maßgeblich von den technischen Möglichkeiten beeinflusst werden.

Wie die zahlreichen Beispiele von Internet-Tsunamis in dieser Studie zeigen, wird es zunehmend komplizierter, die gewohnten Konzepte und Denkrichtungen herkömmlicher Betrachtung von Medien und (politischer) Öffentlichkeit direkt in die heutige Zeit zu übertragen. Hier soll gezeigt werden, dass eine neue Form der Konstruktion von Öffentlicher Meinung vorliegt, deren Spielregeln, Aushandlungsprozesse und Untiefen noch lange nicht feststehen. So wie im

⁷⁰⁶ NEON Online (Schwenke Philipp) 13.01.2012: Mal ganz offen: Partyfotos, Kundendaten, Street View: Das digitale Zeitalter löst die Privatsphäre auf. Der US-Professor Jeff Jarvis findet das völlig in Ordnung. <<http://www.neon.de/artikel/freie-zeit/computer-internet/mal-ganz-offen/822434>> (10.06.2012)

⁷⁰⁷ Intelligence Advanced Research Projects Activity

⁷⁰⁸ heise online (Rötzer, Florian) 08.09.2011: Wie erkennt man zukünftige Ereignisse? <<http://www.heise.de/tp/artikel/35/35459/1.html>> (10.06.2012)

⁷⁰⁹ IARPA 23.08.2011: Open Source Indicators (OSI) Program Broad Agency Announcement. <https://www.fbo.gov/index?s=opportunity&mode=form&id=cf2e4528d4cbe25b31855a3aa3e1e7c9&tab=core&_cview=0> (10.06.2012)

18. Jahrhundert die Politisierung des Alltags die Welt zunächst schleichend aber nicht weniger radikal veränderte, geschieht dies heute zunehmend über die sozialen Aspekte und Implikationen der Internetnutzung.

Die Generation der Digital Natives wird absehbar andere Kommunikationskanäle präferieren als es die Offline-Generationen zuvor taten. Hierdurch sehen wir uns jedoch einem Problem ausgesetzt. Denn wie bereits skizziert wurde, führt die Informationsbeschaffung hauptsächlich über Dienste, denen man zunächst überhaupt keine bedeutsame politisierende Position zuschreibt. Zunächst müssen Unternehmen wie Google, Facebook, Twitter etc. allesamt nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten arbeiten und sind damit prioritär nicht am Gemeinwohl orientiert. Daraus könnten sich in Zukunft Schwierigkeiten für die noch junge gesellschaftliche Entwicklung des Internets ergeben. So sieht es auch der Soziologe Gerhard Schulze:

„Das Internet ermöglicht diesen Diskurs, es erzwingt ihn aber nicht. Und es birgt in sich auch die Gefahr einer neuen Perversion dieses Diskurses, da es viele Manipulationsmöglichkeiten beinhaltet. Man kann zum Beispiel mit Twitter eine Gefolgschaft aus dem Nichts herbeizaubern. Oder Firmen und politische Organisationen können sich private Datenspuren für ihre eigenen Zwecke aneignen – etwa in Form von Werbung.“⁷¹⁰

Da sich bisher rechtliche Konsequenzen für diese Unternehmen in Grenzen halten, wird die Informationsbeschaffung im Internet zunehmend auf deren „Gutmütigkeit“ angewiesen sein, wenn nicht Systeme geschaffen werden, die eine unabhängige Bewertung von öffentlichen Schwerpunkten bieten. Bei Ariane Windhorst finden wir eine ähnliche These:

„Am Beispiel des amerikanischen Suchmaschinenbetreibers „Google“ kann man erkennen, wie die beschränkt die grenzenlose Freiheit des Internets ist. Erstens unterliegt Google als Wirtschaftsunternehmen ökonomischen Sachzwängen, zweitens sieht man am Beispiel Chinas, dass der Konzern undemokratischen Restriktionen durch Ländergesetze, an die er gebunden ist, gehorchen muss. Drittens ist der Dienst darüber hinaus höchst anfällig für technische Manipulationen mit dem Ziel weltweiter Zensur. Viertens steht Google als Informationssammler erster Güte in dem Ruf, bei der Veränderung seiner Vorzeichen von ‚don't be evil‘ (Firmenmotto) zu ‚be evil‘ leicht der ‚Große Big Brother‘ von einem Format werden kann, von dem Stasi und Gestapo nur träumen konnten.“⁷¹¹

Die wesentliche Erkenntnis an dieser Stelle der Betrachtung ist, dass diese Gefahren nicht zwingend zu einer Orwell'schen Welt führen müssen. Allerdings zeigen sie auf, dass neue „Meinungsmonopolisten“ aufkommen und gesellschaftlich empfundene Realität ausbilden können, z. B. bei der Suche nach Informationen über Google. Auch dies ist ein stiller und schleichender Prozess, der nur in besonderen Fällen, wie z. B. um die Diskussion der „Autocomplete“-Funktion in der Suchmaske von Google deutlich wird. Dass Google dabei

⁷¹⁰ Goethe Institut (Reinle, Dominik) 2012: Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0? – Antworten von Gerhard Schulze. <<http://www.goethe.de/ges/pok/pan/de8726366.htm>> (01.11.2012)

⁷¹¹ Windhorst 2009: S. 288.

sich verändernde Positionen einnimmt, hat die letzte Revision der AGB's eindrucksvoll bewiesen. Jahrelang betonte Google, dass es nicht an einer Zusammenführung der Daten ihrer Nutzer interessiert sei. Zuvor wurden z. B. Nutzerdaten von YouTube nicht automatisch mit Google-Mail-Konten verknüpft.⁷¹² Im Kontext von Internet-Tsunamis und auch von sogenannten Shitstorms bilden Verknüpfungen von Suche und Mitgliedschaften in sozialen Netzwerken wie Facebook gleichsam Knotenpunkte, die besondere nicht gekannte Hebelwirkungen entfalten.

In Bezug auf Deutungs- und Inhaltsmacht mag ein Blick auf Dienste wie Amazon ausreichen, deren E-Books, laut AGB, nur Lizenzen darstellen und die von Amazon ohne Vorwarnung des Nutzers gelöscht werden können. Auch hier müssen Rahmenbedingungen geschaffen werden, die die Manipulation von Öffentlichkeit verhindern können und gleichzeitig das Geschäftsmodell der jeweiligen Dienste schützen. Bei den klassischen Printmedien versucht der Presserat die Einhaltung der ethischen Grundwerte zu überwachen. Im Internet scheint die Lage ungleich schwieriger, da ein Unternehmen nicht ohne Weiteres gezwungen werden kann, moralische Grundwerte z. B. für die Erhaltung einer neutralen Nachrichtensuche tatsächlich einzuhalten.

Eine der besonderen Chancen bieten hier die zivilgesellschaftlichen Ansätze von Netzaktiven, die Werkzeuge und Institutionen schaffen, die ein bürgerliches Selbstbewusstsein fördern, um eine breite Öffentlichkeit wahrscheinlicher zu machen.

Aus wissenschaftlicher Sicht deutet sich eine Weiterentwicklung des Themas Internet-Tsunamis im Sinne einer Weiterentwicklung des Themas Öffentlichkeit 2.0 an. Die hier gewählte Verschränkung mit der Systemtheorie soll weiterer Theoriebildung im Sinne systemtheoretischen Betrachtens nach Luhmann dienen. Mit der phänomenologischen Betrachtung soll hier ein Denkansatz aufgezeigt werden, der weitere nach sich ziehen wird und einen evolutionären politischen Lern- und Reflektionsprozess theoretisch zu rahmen sucht.

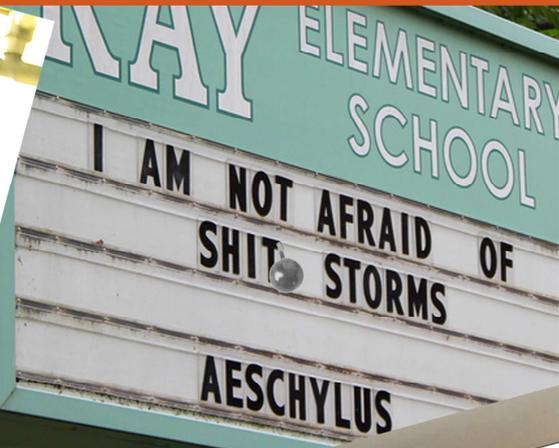
⁷¹² Der SPIEGEL (Reißmann, Ole) 03.02.2012: Daten-Verknüpfung. Google wartet nicht auf Datenschützer. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/daten-verknuepfung-google-wartet-nicht-auf-datenschuetzer-a-813183.html>> (01.11.12)



BEWERTUNG

BLOCK III: BEWERTUNG

Shitstorm
Wie das Netzgetöse zum Medienereignis wird



CDU-Hinterbänkler zieht "Shitstorm" auf sich
Der CDU-Abgeordnete Ansgar Heveling hatte dem Web 2.0 im Kampf gegen Internetgesetze à la SOPA und PIPA eine schwere Niederlage vorausgesagt. Kurz darauf floss dagegen sein eigenes "digitales Blut".



OFF UM INTERNET-ABKOMMEN ACTA
"Shitstorm" gegen Merkers
Regierungssprecher
STEFFEN SEIBERT VERTEIDIGTE DAS URHEBERRECHTS-
ABKOMMEN AUF TWITTER UND ERNIEHT ENTRÜSTETE
REAKTIONEN DER NETZ-GEMEINDE

Die Revolution, die keine war

Protestbewegung als «Facebook-Revolution»?



Gabriel erntet Shitstorm wegen
Israel-Kritik

Horst Köhler: Ein Rücktritt unter Blog
Mitwirkung



Bayern

"Shitstorm" ist Anglizismus des Jahres 2011
"Shitstorm" lautet der Anglizismus des Jahres 2011. Mit der 'Wail' will die englischen Ausdrücken auf die deutsche Sprache hervorheben.

CHRISTMAS ASCHERMITTWOCHE 2012
ANNA D. DONAU

CDU-Abgeordneter sagt "Netzgemeinde"
den Kampf an

1	Windstille	glatte See	Resonanz	Interesse von Medienschaffenden geweckt. Erste Artikel in Blogs und Online-Medien.
2	leiser Zug	ruhige, gekräuselte See	Wiederholte Kritik von Schwache Reaktionen der Community auf gleichen Kanal.	Zahlreiche Blogs und Berichte in Online Medien. Erste Artikel in Print-Medien.
3	schwache Brise	schwach bewegte See	Andauernde Kritik von Einzelpersonen. Zunehmende Reaktionen der Community auf weiteren Kanälen.	Ausführliche Blog-Beiträge. Follow-Up-Artikel in Online-Medien. Wachsende Zahl Artikel in klassischen Medien (Print, Radio, TV).
4	frische Brise	mässig bewegte See	Herausbildung einer vernetzten Protestgruppe. Wachsendes, aktives Follower-Publikum auf allen Kanälen.	Top-Thema in Online-Medien. Intensive Berichterstattung in allen Medien.
5	starker Wind	grobe See	Protest entwickelt sich zur Kampagne. Grosser Teil des wachsenden Publikums entscheidet sich fürs Mitmachen. Pauschale, stark emotionale Anschuldigungen, kanalübergreifende Kettenreaktion.	
6	Sturm	hohe See	Ungemessener Schneeball-Effekt mit aufgepeitschtem Publikum. Tonfall mehrheitlich aggressiv, beleidigend, bedrohend.	
	Orkan	schwere See		



Platzker-Protest gegen Wut im Netz
Shitstorm, nein danke!

6 Politikfolgenabschätzung

Internet-Tsunamis schaffen es, politische Massen zu mobilisieren und zu organisieren. Oft reicht der Druck der Masse aus, um politische Entscheidungen zu beeinflussen. Dieses Einflusspotenzial liegt insbesondere im Setzen der öffentlichen und politischen Agenda. Internet-Tsunamis erlangen potenziell die Deutungshoheit über ein Themengebiet und vermitteln so den Eindruck, die nationale Stimmungslage widerzuspiegeln. Dies kann politische Entscheidungsträger und politische Entscheidungen beeinflussen.

Der immanente Rückkanal im Internet, dieses potenzielle Mitsprache- und Kommentarrecht bei allen Meldungen, ist die eigentliche kulturelle Revolution des digitalen Zeitalters. Eine neue politische Beteiligungskultur befindet sich dabei im Formen, die im zunehmenden Maße auch ein Mitsprache- und Kommentarrecht bei politischen Belangen einfordert. Die politischen Folgen sind drastisch, denn es droht eine kulturelle Spaltung der Gesellschaft.

” Die Massen sind so etwas wie die Sphinx der antiken Sage: Man muss die Fragen, die ihre Psychologie uns stellt, lösen oder darauf gefasst sein, von ihnen verschlungen zu werden.“

- Gustave Le Bon

6.1 Die Wirkungen von Internet-Tsunamis auf den Politikprozess

Für die politische Bewertung der untersuchten Phänomene ist die entscheidende Frage, welche Auswirkung bzw. welchen Einfluss die Massenmobilisierung über das Internet und die sozialen Medien, sog. Internet-Tsunamis, auf den Politikprozess haben. Die Grundlage der Bewertung sind die geführten Interviews mit Politikern und politiknahen Akteuren (Kapitel 2), die Fallstudien (Kapitel 0) und die interdisziplinären Analysen der Kapitel 4 und 0.

Bevor eine Bewertung vorgenommen werden kann, muss definitorische Klarheit über die verwendeten Begriffe hergestellt werden, d. h. es werden die Begriffe und Konzepte von Politik, Politikprozess und politischen Massen genauer bestimmt.

Politische Massen

Politische Massen sind ein Zusammenschluss von Bürgerinnen und Bürgern, die ihren politischen Willen artikulieren. Das Hauptaugenmerk dieser Untersuchung liegt auf politischen Massen, die mit der aktuellen politischen Lage bzw. den politischen Entscheidungen unzufrieden sind. Das Ziel ist es, Aufmerksamkeit auf alternative Politikforderungen zu lenken, denn politische Massenbewegungen besitzen keine institutionalisierte Macht oder Plattform. Ihr Druckmittel ist die Anzahl der Beteiligten und die Entschlossenheit, mit der diese für ihre Belange eintreten. Ein probates Mittel ist dabei der kollektive Protest, über den eine breitere Öffentlichkeit zur Anteilnahme und Zustimmung gebracht werden soll.⁷¹³

Der wissenschaftliche Diskurs über politische Massen wird maßgeblich von zwei Forschungsrichtungen dominiert. Die erste basiert auf dem „klassischen“ massenpsychologischen Ansatz von Gustave Le Bon und Gabriel Tarde. Diese gehen von affektgeleiteten sowie von externen Reizen hochgradig abhängigen Menschenmassen aus. In abgeschwächter Form wurde dieser Ansatz im Contagion Approach (Ansteckungsansatz) weitergeführt. Der zweite Ansatz vernachlässigt die Rolle von spontanen Gefühlen und Affekthandlungen und geht eher von einer organisierten Mobilisierung aus. „Mobilisierung umfasst dingliche Aspekte, etwa Geld und infrastrukturelle Mittel, aber auch immaterielle Vorgänge der Motivierung, Problemdeutung und Überzeugungsarbeit, in denen affektive, kognitive und evaluative Momente zusammenwirken. Diesen letztgenannten Aspekten hat sich vor allem der Forschungsansatz des Framing zugewandt.“⁷¹⁴

In den letzten Jahren entstand ein deutlicher Trend in Richtung Protest- und Bewegungsgesellschaft. Politische Impulse werden nicht mehr nur durch etablierte

⁷¹³ Rucht, Dieter, 11.06.2012: Massen mobilisieren. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APUZ 25-26/2012), Protest und Beteiligung. <<http://www.bpb.de/apuz/138274/massen-mobilisieren>> (27.06.2012)

⁷¹⁴ ebd.: S. 4 – 5

Institutionen wie Parteien, Parlamente und Regierungen gesetzt, sondern gehen in zunehmendem Maße auch von eben jenen politischen Massen aus.⁷¹⁵

Politik

Der deutsche Politikbegriff wird mehrdimensional genutzt. In der Politikwissenschaft werden daher drei Dimensionen von Politik unterschieden: Polity, Politics und Policy. Polity bezieht sich auf die institutionelle Dimension, zum Beispiel die Verfassung, Grundrechte, Normen und Werte aber auch das Parlament und die staatlichen Organe. Polity bildet somit den Handlungsrahmen. Politics beschreibt die prozessuale Dimension. Es geht um demokratische Aushandlungsprozesse, wie den Interessenausgleich, die Willensbildung und die Konsensfindung. Policy steht für die inhaltliche Dimension der Politik. Dabei geht es um die Gesamtheit eines politischen Themenfelds sog. Politikfelder wie Gesundheitspolitik, Umweltpolitik, Verkehrspolitik, etc.⁷¹⁶

Rohe formuliert hierfür zusammenfassend, „dass Politik die Verwirklichung von Politik – policy – mit Hilfe von Politik – politics – auf der Grundlage von Politik – polity – ist.“⁷¹⁷ Das Zusammenspiel dieser drei Dimensionen beschreibt den Politikverfertigungsprozess oder kurz Politikprozess.

Politikprozess oder Policy-Making

Der Politikprozess wird in der modernen Politikwissenschaft als Policy-Making bezeichnet. Es geht dabei um den Verarbeitungsprozess gesellschaftlicher Probleme und Forderungen durch die Politik. Bedient man sich eines einfachen Input-Output-Modells, dann versteht sich das politische System als Subsystem des Gesamtsystems Gesellschaft. Im Mittelpunkt der Aktivitäten des politischen Systems steht die Sicherung seines Bestandes. Es kann zwischen dem Input durch den Bürger bzw. das Gesellschaftssystem und dem Output des politischen Systems unterschieden werden (Abbildung 6-1). Beim Input handelt es sich zum einen um Aufforderungen zur Lösung aktueller gesellschaftlicher Probleme und zum anderen um legitimatorische Unterstützung, wie dies z. B. bei Wahlen der Fall ist. Im politischen System werden die Forderungen nach Problemlösungen verarbeitet und politisch entschieden. Der Output entschiedener Programme wird als Gesetz implementiert. Wurden die Probleme für die Gesellschaft zufriedenstellend bearbeitet, steigt wiederum die Unterstützung für das politische System (Feedback) und der Kreislauf schließt sich.

Hier ist erkennbar, dass politische Massen Forderungen an das politische System artikulieren bzw. durch ihren Protest einen Schwund an Unterstützung sichtbar machen. Der Einfluss der

⁷¹⁵ vergl. Roth, Roland 2012: Occupy und Acampada: Vorboten einer neuen Protestgeneration? In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APUZ 25-26/2012): Protest und Beteiligung. Online: <<http://www.bpb.de/apuz/138286/occupy-und-acampada-vorboten-einer-neuen-protestgeneration>> (28.06.2012)

⁷¹⁶ vergl. Jann, Werner und Wegrich, Kai 2003: Phasenmodelle und Politikprozesse: Der Policy Cycle. In: Bandelow und Schubert (Hg.) 2003: S. 72

⁷¹⁷ Rohe, Karl 1994: Politik. Begriffe und Wirklichkeiten. 2. Auflage, Stuttgart: Kohlhammer: S. 64

Öffentlichkeit liegt also hier insbesondere auf der Input-Seite. Man könnte sogar sagen, Internet-Tsunamis haben eine unmittelbare Feedback-Funktion für das politische System.

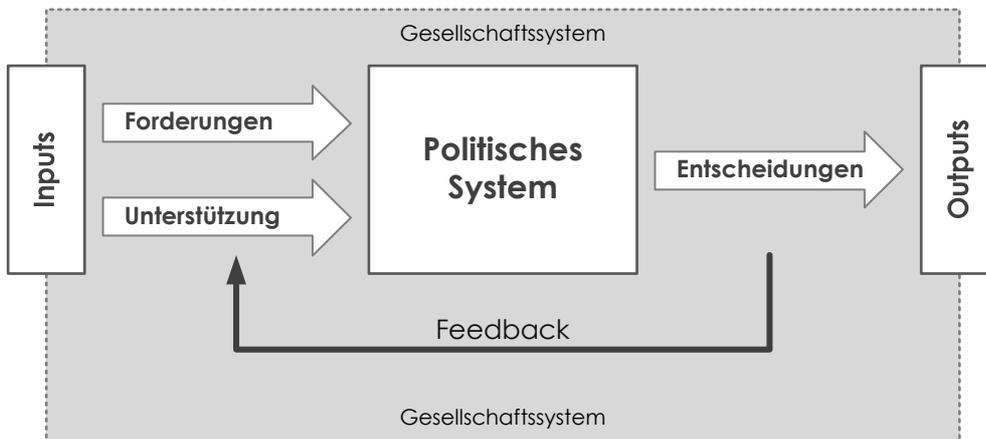


Abbildung 6-1: Policy-Making frei nach David Easton⁷¹⁸

Es lohnt sich die Artikulation der Forderungen bzw. die Problemverarbeitung auf der Inputseite etwas genauer zu betrachten. Dazu wird ein dynamisches Policy-Making-Modell verwendet, das Policy-Zyklus-Modell.⁷¹⁹ Es beschreibt den Policy-Making-Prozess als einen Zyklus von vier Phasen (siehe Abbildung 6-2).

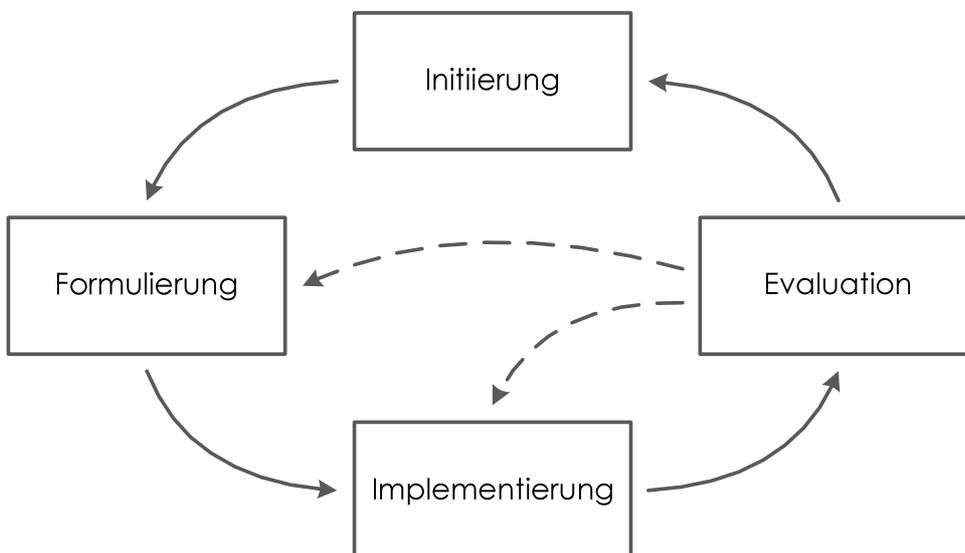


Abbildung 6-2: Policy-Zyklus

⁷¹⁸ vergl. Easton, David 1965: A Systems Analysis of Political Life. New York: John Wiley & Sons

⁷¹⁹ In der Politikwissenschaft gibt es verschiedene Policy-Zyklus-Modelle, die je nach Autor etwas divergieren. Eine Übersicht findet man unter: Jann und Wegrich 2003: Phasenmodelle und Politikprozesse: Der Policy Cycle. S. 71 - 105

Phase 1: Initiierung oder Agenda-Setting

Der Policy-Zyklus beginnt beim Agenda-Setting, die öffentliche Aufmerksamkeit wird auf ein spezifisches gesellschaftliches Problem oder Problemfeld gelenkt. Es kann dabei zwischen der öffentlichen Agenda (public agenda), der politischen Agenda (governmental agenda) und der Entscheidungsagenda (decision agenda) unterschieden werden. Erstere gibt die öffentliche Meinung und das politische Klima zu einem Thema wieder. Die zweite beschreibt, ob sich politische Entscheidungsträger in Parlament und Regierung ernsthaft mit einem Thema auseinandersetzen. Die dritte ist eine Untermenge von zwei. Das sind die Themen, die es auf die politische Tagesordnung geschafft haben und zur Entscheidung stehen.⁷²⁰

Phase 2: Formulierung

In der zweiten Phase, der Formulierungsphase, nehmen sich politische Entscheidungsträger im Parlament oder der Ministerialbürokratie des Problems an. Es geht um konkrete Lösungskonzepte. Gesetzesentwürfe, Richtlinien oder Programme werden entwickelt und diskutiert, um das aufgeworfene Problem zu adressieren.⁷²¹

Phase 3: Implementierung

In der dritten Phase, der Implementierung, werden Gesetzesentwürfe verabschiedet und weiterverarbeitet. Regierungs- und Verwaltungsinstitutionen setzen die verabschiedeten Gesetze in Richtlinien und Verordnungen um und implementieren diese mittels Ausschreibungen, Aufträgen, Verwaltungsakten etc.⁷²²

Phase 4: Evaluation

Die vierte und letzte Phase beschreibt die Evaluation. Policy-Analysten innerhalb und außerhalb der Regierung untersuchen den Erfolg bzw. die Wirkung der implementierten Programme und verabschiedeten Gesetze. Es wird dabei ermittelt, ob das adressierte Problemfeld Verbesserung erfahren hat oder nicht. Im Falle einer negativen Rückkopplung kommt das Problem erneut auf die Agenda.⁷²³

Es zeigt sich hier, dass gerade in der ersten Phase (Initiierung) durch Internet-Tsunamis gravierende Veränderungen zu beobachten sind. Internet-Tsunamis schaffen es, Themen auf die öffentliche Agenda zu bringen. In einem Anfangsstadium mag dies nur für eine Internet-Öffentlichkeit gelten, aber spätestens im Endstadium, also im Zuge einer Durchdringung der Offline-Leitmedien, ist ein Thema weit oben auf der öffentlichen Agenda angelangt. Der dadurch entstehende mediale Druck schafft dann die Möglichkeit, das Thema auch auf die politische Agenda zu bringen. Wie dieser Prozess genau vonstattengeht und welcher Einfluss dieser auf politische Entscheidungen hat, soll im Weiteren genauer erläutert werden.

⁷²⁰ vergl. ebd.: S. 83 – 85

⁷²¹ vergl. ebd.: S. 85 – 89

⁷²² vergl. ebd.: S. 89 – 92

⁷²³ vergl. ebd.: S. 92 – 94

Agenda-Setting und Windows of Opportunity

Um genauer beschreiben zu können, wie Internet-Tsunamis die öffentliche und politische Agenda beeinflussen, wird hier das Policy-Window-Modell von Kingdon⁷²⁴ vorgestellt. Beim Policy-Window-Modell lassen sich drei unabhängige Ströme unterscheiden, die durch das politische System fließen und bei deren Kopplung die politische Agenda setzen. In Folge dessen können potenziell politische Entscheidungen folgen.

Der erste Strom - der Problemstrom - beinhaltet Probleme und Problemstellungen. Warum beschäftigen sich politische Entscheidungsträger mit bestimmten Fragestellungen und mit anderen nicht? Die Antwort liegt in der Art und Weise wie das politische System und seine Entscheidungsträger auf problembehaftete Bereiche aufmerksam werden. Teilweise sind vorliegende Kennzahlen bzw. Indikatoren, wie Unfallzahlen, Arbeitslosenzahlen, Schulabbruchquoten, Kosten eines Programms oder ähnliches die Auslöser. Eine zweite Möglichkeit sind dramatische Ereignisse und Krisen. Zum Beispiel führte die Reaktorkatastrophe in Fukushima, zu einer 360-Grad-Wende in der deutschen Energiepolitik. Die dritte Möglichkeit sind Rückmeldungen bzw. Evaluationen von bereits implementierten Programmen. Welche Problemstellungen genau in Angriff genommen werden, ist oftmals abhängig von einer Kombination persönlicher Ausrichtungen, Partei- und Regierungsprogrammen sowie Koalitionsverträgen.⁷²⁵

Der zweite Strom, der sog. Policy-Strom, gleicht einer „Ursuppe“ an Ideen, Konzepten und Problemlösungen. Diese werden oftmals in Form von Gesetzesentwürfen, Strategiepapieren, Reden oder in Konversationen und Anhörungen durch Regierungs- und Ministeriumsmitarbeiter, wissenschaftliche Angestellte, Forscher, Berater und Denkfabriken angefertigt bzw. verbreitet. Die Anzahl an Ideen und Konzepten ist groß, nur wenige finden Eingang in den engeren Entscheidungsprozess. Die Auswahl erfolgt anhand von Kriterien wie politischer Machbarkeit und Eignung. Die meisten Ideen und Konzepte verschwinden schnell wieder in Schubladen, aus denen sie aber je nach Lage und Bedarf wieder herausgeholt werden können.⁷²⁶

Der dritte und letzte Strom ist der Politik-Strom (Akteure und Ereignisse). Dieser besteht zum einen aus der nationalen Stimmung, die anzeigt, welche Themen gerade als wichtig erachtet werden. Aktuelle Meinungsumfragen und Trendanalysen spielen dabei eine ebenso wichtige Rolle, wie auch die Berichterstattung in den Leitmedien. Zweitens haben Lobbytätigkeiten von Interessensgruppen erheblichen Einfluss darauf, welche Themen aktuell verhandelt werden sollen. Und drittens, beeinflussen personelle Wechsel und Veränderungen in Regierung und Verwaltung das Policy-Making. Wird ein Posten neu vergeben, so besteht beim „Neuling“ meist der Handlungsdruck, sich von seinem Vorgänger durch eigene Initiativen abzugrenzen. Dies öffnet die Tore für neue Politikinhalt.⁷²⁷

⁷²⁴ vergl. Kingdon, John W. 1995: *Agendas, Alternatives and Public Policies*. 2nd Edition, New York: Addison-Wesley Longman

⁷²⁵ vergl. ebd.: S. 90 – 115

⁷²⁶ vergl. ebd.: S. 116 – 144

⁷²⁷ vergl. ebd.: S. 145 – 164

Die meist getrennt verlaufenden Ströme können sich zu bestimmten kritischen Zeiten verbinden. Ein sog. Window of Opportunity (ein Gelegenheitsfenster) öffnet die Möglichkeit zur Kopplung von bestimmten Problemstellungen mit Lösungsvorschlägen, durch neue Akteure oder auf Grund aktueller Ereignisse. Dann wird die politische Agenda durch die mögliche Kopplung der drei Ströme gesetzt und öffnet ein Policy-Window (siehe Abbildung 6-3). Ein Policy-Window gibt Vertretern bestimmter Interessen die Möglichkeit, ihre Konzepte und Ideen als Lösungsvorschläge ins Gespräch zu bringen. Oder sie können auf ihre Probleme und Problemstellungen aufmerksam machen. Policy-Windows schaffen die Möglichkeit ein Thema auf die politische Entscheidungsagenda zu bringen. Allerdings bleiben diese nicht lange geöffnet. Wird der Augenblick verpasst, schließt sich das Fenster wieder und der Vorschlag verschwindet von der Entscheidungsagenda. Die Aufmerksamkeit richtet sich dann auf ein neues Problem, andere Gesetzesvorschläge oder neue Akteure mit anderen Aufmerksamkeitsfeldern betreten das Spielfeld.⁷²⁸

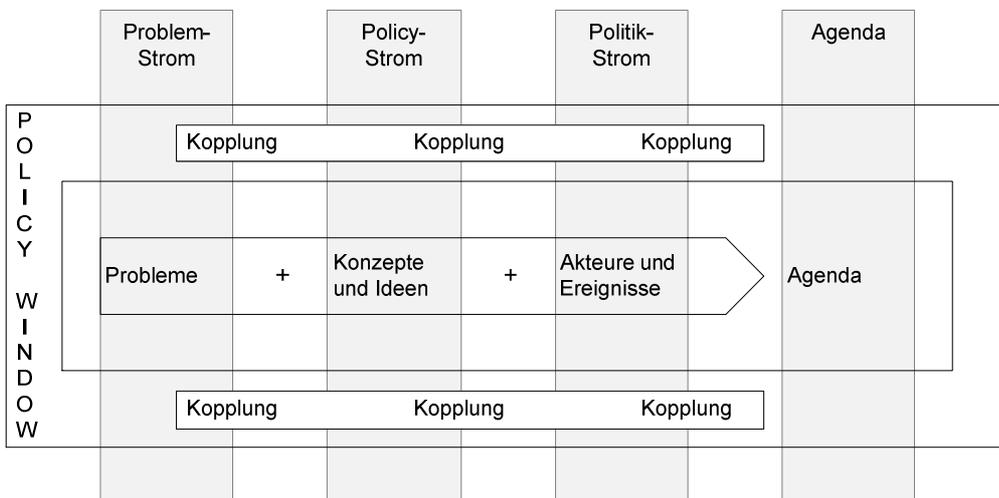


Abbildung 6-3: Policy-Window-Modell⁷²⁹

Nach Kingdon gibt es zwei Möglichkeiten, wie die Kopplung der unabhängigen Ströme initiiert wird. Ein Policy-Window öffnet sich entweder aus dem Problem-Strom, wenn eine akute Problemstellung auf Lösung drängt oder durch Ergebnisse bzw. Veränderungen im Politik-Strom. Dementsprechend unterscheidet er zwischen Problemfenstern (problem windows) und Politikfenstern (political windows).⁷³⁰

Auf Basis dieses Modells wird deutlich, dass über Internet-Tsunamis mobilisierte politische Massen Einfluss sowohl auf den Problem-Strom als auch den Politik-Strom nehmen können. Es besteht dadurch die Möglichkeit ein Policy-Window zu öffnen.

⁷²⁸ vergl. ebd.: S. 165 – 178

⁷²⁹ Abbildung nach: Burth, Hans-Peter und Görnitz, Axel 1998: Politische Steuerung: Ein Studienbuch. 2. Auflage. Opladen: Leske + Budrich, S. 155

⁷³⁰ vergl. Kingdon 1995: S. 173 f.

Ein Problemfenster öffnet sich, in dem politische Massen auf ein Problem aufmerksam machen. Bei entsprechender Größe und Dauer von Protesten können diese ein Thema erst auf die öffentliche Agenda (breite Medienberichterstattung) und dann auf die politische Agenda pushen. Den inhärent größten Einfluss haben Internet-Tsunamis aber auf den Politik-Strom, gerade hier werden eingeübte Herangehensweisen und Prozesse auf die Probe gestellt. Über mobilisierte politische Massen soll der Eindruck entstehen, dass diese die allgemeine nationale Stimmungslage widerspiegeln. Ein gutes Beispiel liefert hierfür die Aussage eines interviewten Politikers aus Kapitel 2, der über den Volksentscheid zu Stuttgart 21 meinte: „laut meiner Twitter-Timeline hätte die Abstimmung zu Stuttgart 21 unmöglich positiv ausfallen können“⁷³¹. Es zeigt sich hier, dass die politische Masse der Stuttgart-21-Gegner es geschafft hat, die Deutungshoheit zu erlangen. Dadurch wurde der Eindruck vermittelt (mindestens bei diesem Politiker), die nationale, in diesem Zusammenhang eher lokale, Stimmung, sei gegen das Bauprojekt. Auf die möglicherweise manipulativen Aspekte sowie die Mechanismen der Aufmerksamkeitssteuerung wurde schon in Kapitel 2.5 hingewiesen. Dort wurde aufgezeigt, dass sich Menschenmassen eben meist nicht spontan und zufällig zusammenschließen, sondern bewusst aktiviert werden. Die genaue Wirkungsweise bzw. die verwendeten Methoden und Instrumente wurden in Kapitel 4.2 unter dem Begriff Social Campaigning genauer untersucht. Gezeigt wurde, dass politische Massen durch die gezielte und strategische Platzierung von Themen für gut organisierte Partikularinteressen instrumentalisiert werden können. Dennoch sollte von Steuerungsphantasien und Verschwörungstheorien Abstand genommen werden. Obwohl in Retrospektive durch Kampagnenstrukturen oftmals initial Einfluss genommen wurde, sind deren (Miss-)Erfolg prospektiv kaum planbar. Die Netzwerkarchitektur des Internets und dessen Beschaffenheit als nichtlineares Mediensystem begünstigt Selbstaufschaukelungseffekte und erleichtert eine Mobilisierung, macht diese aber auch umso unberechenbarer.⁷³² Impulse können oftmals das genaue Gegenteil der intendierten Wirkung bewirken. Der Politikwissenschaftler Karl-Rudolf Korte beschreibt die Unberechenbarkeit von politischen Massen im Zusammenhang mit der Mobilisierung durch das Internet treffend:

„Eine digitale Demokratie lebt mit neuen Spielregeln politischer Öffentlichkeit. Die Online-Öffentlichkeit ist strukturlos und nicht steuerbar. Die heutige Politik hat es mit einer sich herausbildenden Netzwerkgesellschaft zu tun, in der Interaktion in veränderten Formaten stattfindet. Kommunikative Schwärme bilden sich plötzlich und sind ohne erkennbare Anführer - ganz im Gegensatz zu politischen Bewegungen in Zeiten der analogen Demokratie.“⁷³³

Internet-Tsunamis können also als ein Koppler der Ströme fungieren. Dabei kann die Kopplung sowohl aus dem Problem-Strom also auch aus dem Politik-Strom heraus initiiert werden. Am Wirkungsvollsten könnte sogar eine Kombination von beidem sein.

⁷³¹ Interview 44

⁷³² vergl. hierzu die Ausführungen von Peter Kruse in: Blog What's Next? (Reinhard, Ulrike) 2010: Ist die Nutzung des Internets eine Glaubensfrage?

⁷³³ Korte, Karl-Rudolf 06.02.2012: Beschleunigte Demokratie: Entscheidungsstress als Regelfall. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APUZ 7/2012), Digitale Demokratie, Online: <<http://www.bpb.de/apuz/75838/beschleunigte-demokratie-entscheidungsstress-als-regelfall?p=all>> (27.06.2012)

(1) Für politische Entscheider in Parlament und Verwaltung bedeutet dies, politische Entscheidungen werden nicht mehr nur einfach hingenommen, unabhängig davon ob sie demokratisch legitimiert sind. Es kann davon ausgegangen werden, dass sich politische Massen zeitnah vor und nach politischen Entscheidungen formieren und lautstark, gemessen an Teilnehmerzahl und Medienwirksamkeit, ihre Positionen und Meinungen proklamieren.

(2) Grundsätzlich wird in zunehmendem Maß mit politischen Protesten, ob online, offline oder in der Kombination beider (Internet-Tsunami) zu rechnen sein. Die politische Beteiligungskultur verändert sich und die Gesellschaft wandelt sich hin zu einer agilen und themenbezogenen Protest- und Bewegungsgesellschaft.

„Auch wenn die besondere Ereignisdichte und der beeindruckende Veränderungsschwung des Protestjahres 2011 stark an jene rebellischen Hochzeiten erinnern, die mit der Jahreszahl 1968 verbunden werden, liegen die Protestereignisse des vergangenen Jahres in einem längerfristigen Trend, der in Richtung Protest- und Bewegungsgesellschaften weist. Gemeint ist damit, dass sich im politischen Raum neben und teilweise gegen die dominierenden Institutionen (wie etwa Parteien, Parlamente, Regierungen) ein meist bunter Bewegungssektor etablieren konnte, von dem wichtige politische Impulse ausgehen.“⁷³⁴

(3) Es zeigt sich, dass ein einzelner Bürger, Gruppierungen von Bürgern und kleinere Interessenverbände heute die Möglichkeit haben, die öffentliche und die politische Agenda im Selbstauftrag mitzubestimmen. Die Nivellierung der Produktions- und Publikationsmittel stärkt heute die vermeintlich Ressourcenschwächeren. Dies führt zu einer gestiegenen Anzahl an potenziellen Agenda-Settern – in einem weit größeren Ausmaß, als dies noch vor fünf bis zehn Jahren der Fall war. Ob sich die neuen Agenda-Setter gegen ressourcenstärkere Lobbys durchsetzen können bleibt allerdings abzuwarten, denn auch diesen stehen die gleichen Instrumente zur Mobilisierung zur Verfügung.

(4) Die Verschiebung von Macht und Einflussmöglichkeit auf die Seite der Nutzer (Prosumer), verdeckt allerdings das Entstehen neuer Machtzentren. In der Vertikalen der Internet-Infrastruktur entstehen Kontrollpunkte bei Providern und Serviceanbietern, an denen das Wissen über einzelne Nutzer und Nutzergruppen in Echtzeit abgeschöpft werden kann. Mit diesem Wissen kann im Geheimen Einfluss auf gesellschaftliche und damit auch politische Prozesse genommen werden. Wer im Internet beeinflussen kann, ist damit ein mächtiger „Player“ im Politikspiel.⁷³⁵

(5) Internet-Tsunamis wirken sich auf alle drei Politik-Dimensionen aus. Sie beeinflussen die Strukturen (Polity), wie zum Beispiel die Rücktritte von Guttenberg oder Wulff zeigen. Die Prozessdimension (Politics) verändert sich, indem das Konsensversprechen der Demokratie ausgehebelt wird (Stuttgart 21). Entscheidungen der politischen Repräsentanten werden nicht mehr bedingungslos, bis zur nächsten Wahl akzeptiert. Auf der inhaltlichen Politikebene

⁷³⁴ Roth, Roland 11.06.2012: Occupy und Acampada: Vorboten einer neuen Protestgeneration

⁷³⁵ Stadler, Felix 2012: Selbermachen statt teilnehmen. In: Apprich, Clemens und Stadler, Felix (Hg.) 2012: Vergessene Zukunft – Radikale Netzkulturen in Europa, Bielefeld: transcript Verlag, S. 224

(Policy) werden Impulse gesetzt, bestimmte Inhalte aufzunehmen oder in einer bevorzugten Weise zu verarbeiten (ACTA).

Es konnte gezeigt werden, dass Internet-Tsunamis einen unmittelbaren Einfluss auf den Politikprozess haben. Im folgenden Kapitel werden die mittel- bis langfristigen Folgen auf Politik und die politische Kultur ausgeführt.

6.2 Die neue Beteiligungskultur

Internet-Tsunamis führen zu einer offensichtlichen Bildung einer politischen Masse und erzeugen dadurch Druck auf politische Entscheidungsträger und –prozesse. Die gesellschaftlichen Hintergründe und ursächlichen Rahmenbedingungen erschließen sich jedoch nicht ohne weiteres und bedürfen einer genaueren Analyse. Diese soll im folgenden Kapitel erfolgen, es geht dabei um folgende Fragen: Auf welcher gesellschaftlichen Grundlage bilden sich Internet-Tsunamis? Welche sozio-kulturellen Veränderungsprozesse begünstigen die Bildung von Internet-Tsunamis im digitalen Zeitalter? Welche politischen Forderungen gehen damit einher?

Das Internet wirkt auf Gesellschaft

Ohne Zweifel hat das Internet einen nachhaltigen und prägenden Einfluss auf fast alle Bereiche des gesellschaftlichen Zusammenlebens. Wir kommunizieren in Echtzeit, synchron oder asynchron, per Email, Chat, IP-Telefonie, privat wie geschäftlich. Wir kaufen Waren und Dienstleistungen in Online-Shops, erledigen unsere Bankgeschäfte per Online-Banking, machen unsere Steuererklärung online, verbringen unsere Freizeit auf Videoplattformen, in sozialen Netzwerken, in Game-Communities oder suchen nach Informationen um unseren Wissensdurst zu stillen. Laut einer BITKOM⁷³⁶-Studie erklären drei Viertel der Internetnutzer, nicht mehr auf das Internet verzichten zu können und verweisen Fernsehen, Bücher, Zeitungen und Zeitschriften sowie Handys auf die hinteren Plätze, als entsprechend für sie weniger wichtige Medien. Für Internetnutzer ist das Web zum wichtigsten Medium geworden. BITKOM-Präsident Prof. Dieter Kempf kommentiert: „Wer erst einmal mit dem Internet lebt und arbeitet, spürt sehr schnell seinen Wert für Information, Kommunikation und Unterhaltung“.⁷³⁷

„Neue Medien bedeuten neue kulturelle Umwelten. Sie verändern das Terrain, auf dem wir uns geistig bewegen, und sie verändern den Zugang zu Orten beziehungsweise zu Informationen, was mitunter das gleiche ist. Das Internet und digitale Medien wie das Handy stehen für die bislang letzte große grundsätzliche Veränderung der Medienlandschaft und es gibt nicht wenige Stimmen, die darin ein revolutionäres Potenzial sehen. [...] Mittlerweile scheint sich sogar eine ganze junge Generation über das Internet zu definieren und ihre digitalen Affinitäten als Distinktionsmerkmal gegenüber anderen zu nutzen.“⁷³⁸

Es lohnt sich, die Vielfalt der vorgenannten Aspekte genauer zu betrachten und anschließend zu untersuchen, woran sich genau das revolutionäre Potenzial des Internets festmachen lässt. Schon dem Fernsehen und Radio, als damals neuen Medien, wurden revolutionäre Potenziale nachgesagt.

⁷³⁶ BITKOM: Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und Neue Medien e.V.: <www.bitkom.org> (27.06.2012)

⁷³⁷ BITKOM (o. V.) 14.07.2011: Das Web ist das wichtigste Medium unter Internetnutzern, <http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64026_68611.aspx> (27.06.2012)

⁷³⁸ heise online (Stumberger, Rudolf) 09.01.2012: Wie neue Medien den Informationsfluss und damit die Gesellschaft verändern, <<http://www.heise.de/tp/artikel/36/36100/1.html>> (28.06.2012)

Wie bereits in Kapitel 1.2 Digitalisierung der Gesellschaft aufgezeigt, wird durch das Internet jeder Online-Nutzer potentiell in die Lage versetzt, Inhalte zu verarbeiten, zu verändern und weiterzugeben. Dadurch verändern sich die klassischen Rollenbilder von Produzenten und Rezipienten, sie verschmelzen zu einer Person, dem Prosumer (engl. producer + consumer).⁷³⁹

Auf Systemebene unterscheidet der renommierte Medienwissenschaftler Manuel Castells zwischen „mass communication“ und „mass-self communication“, also Massenkommunikation – ein Sender, viele Empfänger bei zentralisierter Produktion der Inhalte – und der Selbstkommunikation der Massen – viele Sender, viele Empfänger, bei dezentral produzierten Inhalten.⁷⁴⁰ Betrachtet man dies aus einer Perspektive der kulturellen Folgenabschätzung im Sinne einer Veränderung von Handlungs- und Verhaltensmuster, dann ist neben der Vielzahl an Sendern und der selbst produzierten Inhalte ein anderer Punkt von besonderer Bedeutung. Dies sind die Veränderungsprozesse im täglichen Verhalten und Denken der Menschen, die durch die Art der Kommunikation bei den beteiligten Akteuren ausgelöst werden. Jeder kommunikative Akt, wie zum Beispiel Fotos und Videos in ein soziales Netzwerk hochladen, Blogbeiträge verfassen oder Status-Updates posten, intendiert immer die Erzeugung einer Reaktion bzw. eines Kommentars. Einwegkommunikation wird zu Mehrwege-Kommunikation. Es öffnet sich bei jedem kommunikativen Akt potenziell ein Rückkanal. Auf jede Nachricht oder Meldung kann mit einem unmittelbaren Feedback via Rückkanal reagiert werden. Der für alle Benutzer offen stehende Rückkanal, dieses potenzielle Mitsprache- und Kommentarrecht bei allen Meldungen, ist die eigentliche kulturelle Revolution des digitalen Zeitalters.

Eine neue politische Beteiligungskultur

Die politischen Folgen können drastisch sein, denn es droht möglicherweise eine kulturelle Spaltung der Gesellschaft. Diejenigen, bei denen der Rückkanal Teil des Alltags geworden ist („Digital Residents“) bzw. die primär mit diesem aufgewachsen sind („Digital Natives“), werden vermehrt auch über die üblichen parlamentarischen Verfahren hinaus ein Mitsprache- und Kommentarrecht bei politischen Belangen einfordern. Wir wollen sie daher den Typus „Neopolitics“ nennen.

„... es [gibt] einen deutlichen Generationenunterschied bei der Frage, welche Akzeptanz demokratische Entscheidungen finden: Jüngere Menschen sehen es zu zwei Dritteln als legitim an, gegen den Mehrheitsbeschluss eines kommunalen Parlamentes mittels Bürgerinitiativen oder Demonstrationen vorzugehen, während fast die Hälfte der über 60-Jährigen den Beschluss als gegeben hinnehmen.“⁷⁴¹

⁷³⁹ Der Begriff Prosumer wurde erstmals durch den Zukunftsforscher Alvin Toffler, in dessen Buchveröffentlichung „The Third Wave“ geprägt. Toffler, Alvin 1980: The Third Wave. New York: Bantam Books

⁷⁴⁰ Castells, Manuel 2009: Communication Power. Oxford: University Press. S. 54 – 55

⁷⁴¹ Bergmann, Knut 11.06.2012: Zum Verhältnis von Parlamentarismus und Protest. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APUZ 25-26/2012), Protest und Beteiligung. <<http://www.bpb.de/apuz/138279/zum-verhaeltnis-von-parlamentarismus-und-protest>> (29.06.2012)

Zahlenmäßig ist der Typus Neopolitics anteilig bezogen auf die Gesamtbevölkerung am Steigen. Insbesondere in der Generation von 14 bis 29 Jahren bildet dieser möglicherweise sogar die Mehrheit. Die meisten Entscheidungsträger in Machtpositionen entsprechen derzeit eher dem anderen Typus, sinngemäß hier als „Oldpolitics“ bezeichnet, haben also noch die Vorstellung einer Politik der Einwegkommunikation (die Politik entscheidet, die anderen folgen). Im zunehmenden Maße treffen hier grundverschiedene Wertevorstellungen aufeinander. Der Sozialwissenschaftler Peter Lohauß schreibt,

„Das unterstreicht nachdrücklich, dass hier ein tiefer ideologischer Graben aufgesperrt ist zwischen denjenigen, die sich noch sicher an den Schalthebeln der Politik im Namen vorgeblich »normaler« Verhältnisse wähnen, und einer nachwachsenden Generation, die nichts weiter versucht, als ihre individuellen Ansprüche mit den Widersprüchen einer individualisierten und ökonomisierten Lebenswelt überein zu bringen.“⁷⁴²

Internet-Tsunamis sind Vorboten einer möglichen Form der Kanalisierung. Wenn sich der Bürger des Typus Neopolitics nicht politisch repräsentiert fühlt oder aber Entscheidungen anstehen bzw. getroffen wurden, die seinen Interessen zuwiderlaufen, dann schafft er sich über Kanäle jenseits tradierter Beteiligungsformen lautstark Gehör.

Der Politikwissenschaftler Roland Roth schreibt hierzu:

„*Occupy Wall Street* und *Acampadas* können zu Vorboten einer neuen Generation von Protesten werden: situative Bewegungen mit dem Anspruch auf liquide Demokratie. Sie sind noch weniger ideologisch fixiert, organisations- und ressourcenabhängig, als dies schon bei den neuen sozialen Bewegungen der Fall war. Sich in Camps und auf Plätzen zu versammeln, um dort gemeinsame Ziele und Handlungsmöglichkeiten auf gleicher Augenhöhe zu debattieren, erinnert an die Ursprünge der Demokratie im antiken Athen. Internet und soziale Medien bieten neue Kommunikations- und Mobilisierungschancen.“^{743 744}

Die nächste Generation Bürgerdialog?

Der Einfluss der Massen durch die neue politische Beteiligungskultur ist der Politik nicht entgangen. Ein Versuch auf supranationaler Ebene soll die „Europäische Bürgerinitiative“ der Europäischen Union zu mehr basisdemokratischer Erdung verhelfen und den Bürger näher an die Institutionen in Brüssel heranführen. Allerdings bewerten Experten diese eher als einen gut gemeinten Versuch, ohne wirkliche Folgen.

„Die Europäische Bürgerinitiative gilt ihren Kritikern als zahnloser Tiger. Zu hoch sind die Hürden, die für eine erfolgreiche Bürgerinitiative genommen werden müssen. Innerhalb von zwölf Monaten muss eine Initiative mindestens eine Million Unterschriften in

⁷⁴² Lohauß, Peter 2012: Weshalb es Piraten gibt. Jenseits der Sicherheit – Gesellschaftswandel und politische Erosion. In: *Kommune*, 30. Jahrgang, 4/2012, S. 73

⁷⁴³ Roth, Roland 11.06.2012: *Occupy* und *Acampada*: Vorboten einer neuen Protestgeneration?

⁷⁴⁴ *Acampada* werden die Straßenproteste in Form von Zeltlagern auf öffentlichen Plätzen in Spanien 2011/12 genannt

mindestens sieben verschiedenen Mitgliedsstaaten sammeln, wobei in den sieben Mitgliedsstaaten selbst eine Mindestzahl von Unterstützern gefunden werden muss. Kommen über eine Million Unterschriften zusammen, und wird die nötige Mindestzahl aber nur in sechs Staaten erreicht, ist die Initiative gescheitert.“⁷⁴⁵

Auf der Bundesdeutschen Ebene offerierten verschiedene Bundesministerien Bürgerdialogangebote.⁷⁴⁶ Die Medien stehen den Offerten teils kritisch gegenüber, so ist bei Spiegel Online zu lesen: „Echter Dialog wird meist nur vorgetäuscht. Das Ergebnis ist eine Pseudobeteiligung: Politik 1.0 statt Web 2.0.“⁷⁴⁷ Die Frage, inwiefern Dialogangebote eine hochwertige Einbindung des Bürgers, sowohl quantitativ als auch qualitativ gewährleisten können, bleibt bis dato scheinbar noch nicht ausreichend beantwortet.

Mut für Experimente könnte der Beantwortung dieser Frage zuträglich sein, denn die Chancen scheinen die Risiken zu überwiegen, so schreibt der Politikwissenschaftler Karl-Rudolf Korte:

„Die ergebnisorientierte Mitwirkung der Bürgerinnen und Bürger im Sinne einer modernen, rückgekoppelten Beteiligung sichert langfristig die Legitimität von Entscheidungen. [...] Mit institutioneller Phantasie kann zudem die Verzahnung parlamentarischer und außerparlamentarischer Online-Prozesse gelingen. Modell könnten hier repräsentativ zusammengesetzte Bürgerkammern sein, die mit einer Reaktionsverpflichtung für die Parlamente ausgestattet sein könnten. Bürgerpartizipation als Gesellschaftsberatung könnte so in einem neuen Format getestet werden, das seinen Ursprung im digitalen Vorfeld hätte. Die repräsentative Demokratie würde auf diese Weise neue Akzeptanz erhalten.“⁷⁴⁸

Internettechnologie determinierte Gesellschaft

Zum Abschluss des Kapitels über die veränderte Beteiligungskultur soll hier noch eine Beobachtung geteilt werden, die sich auf den Aspekt der kulturellen Veränderungen bezieht. Die Anfänge der breiteren gesellschaftlichen Nutzung von Internettechnologien kann ungefähr auf Anfang der 90er Jahre datiert werden. Betrachtet man rückblickend diese letzten 20 Jahre, so lässt sich konstatieren, das Internet hat maßgeblich die gesellschaftliche Entwicklung mitgeprägt, teilweise sogar neue gesellschaftliche Handlungsmuster determiniert. Wir surfen im Internet, googeln, tweeten, haben Follower, stupsen Freunde (die im deutschen Sprachgebrauch höchsten als Bekannte bezeichnet werden können), posten Fotos und taggen diese mit den Namen eben erwähnter „Freunde“. Wer aber gestaltet diese Kommunikationsräume, deren Sprachregelungen und Interaktionsmuster uns maßgeblich beeinflussen?

⁷⁴⁵ heise online (Duwe, Silvio) 02.06.2012: Europäische Kommission will Bürgerinitiative gegen Atomkraft nicht zulassen. <<http://www.heise.de/tp/artikel/37/37042/1.html>> (28.06.2012)

⁷⁴⁶ „Dialog Internet“ (BMFSFJ), „Bürgerdialog Nachhaltigkeit (Bundeskanzleramt), „Vergessen im Internet“ (BMI), „Dialog über Deutschland“ (Bundeskanzleramt), „Bürgerdialog Zukunftsthemen“ (BMBF)

⁷⁴⁷ SPIEGEL ONLINE (Becker, Sven) 02.09.2011: Teure Websites: Regierung scheitert am Bürgerdialog. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/teure-websites-regierung-scheitert-am-buergerdialog-a-783532.html>> (02.06.2012)

⁷⁴⁸ Korte 2012

„In einem ganz wesentlichen Punkt steht die Debatte über die Folgen der digitalen Medien für demokratische Teilhabe erst am Anfang: Begreift man die sozialen Medien als Kommunikationsraum, in dem sich vernetzte Öffentlichkeiten formieren, muss auch über die Teilhabe an dessen Gestaltung nachgedacht werden. Bislang sind vor allem die Plattformbetreiber und Softwareentwickler die Architekten der neuen Kommunikationsräume. Sie programmieren den Software-Code und damit die Optionen und Restriktionen, die den Nutzerinnen und Nutzern für Austausch und Partizipation zur Verfügung stehen. Sie kanalisieren das Nutzerhandeln, wenngleich sie es nicht völlig determinieren.“⁷⁴⁹

Man muss sich die Frage stellen, ob demokratische Teilhabe nicht auch bedeutet, diese Kommunikationsräume mitzugestalten. Anders formuliert, hätten wir ein gemeinschaftlich getragenes soziales Netzwerk, dann müssten wir Facebook nicht zur Herstellung politischer Öffentlichkeit nutzen und uns damit den Geschäftsbedingungen (AGB's) eines privatwirtschaftlichen US-amerikanischen Unternehmens unterwerfen. Dies ist kein Plädoyer für ein staatliches oder bürgerorganisiertes soziales Netzwerk. Es geht vielmehr um einen Denkanstoß. Die unsichtbare Hand des Marktes regelt eben nicht automatisch alle Entwicklungen zum Wohle der Gemeinschaft. Staatliche Rahmensezung wie auch Impulse könnten hier ebenso von Nöten sein wie auch zivilgesellschaftliche und privatwirtschaftliche Initiativen.

⁷⁴⁹ Schmidt, Jan-Hinrik, 06.02.2012: Das demokratische Netz? In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APUZ 7/2012), Digitale Demokratie, Online: <<http://www.bpb.de/apuz/75830/das-demokratische-netz?p=all>> (29.06.2012)

6.3 Regierungshandeln zwischen Überwachungstechnik und Demokratieförderung

Der arabische Frühling wird als die große Demokratisierungsbewegung des noch jungen 21. Jahrhunderts gehandelt, im Rahmen derer vier autokratische Herrscher gestürzt wurden: Zine el-Abidine Ben Ali (Tunesien), Muhammad Husni Mubarak (Ägypten), Muammar al-Gaddafi (Libyen) und Ali Abdullah Salih (Jemen). Trotz der befürwortenden Rhetorik war der Westen gegenüber den meisten Despoten lange aus wirtschaftlichen, geopolitischen oder anderen Gründen loyal. Erst als ein Sturz unweigerlich bevorstand und die Massen die Straßen beherrschten, änderten viele Staaten des Westens ihre Position zugunsten der Bevölkerungsmehrheit. Die Demokratisierungsbewegungen wurden einerseits vom Westen äußerst begrüßt, andererseits kamen im Nachgang der Revolutionen vermehrt Informationen ans Tageslicht, die bestätigten, dass die von Geheim- und Sicherheitsdiensten verwendeten Überwachungstechnologien vielfach von westlichen Firmen an die autokratischen Regime geliefert wurden. Verschiedene Fragen werden in diesem Zusammenhang aufgeworfen: Wie passen Demokratieförderung und die Ausfuhr von Überwachungstechnologien zusammen? Wie werden Überwachungstechnologien genutzt, um Dissidenten und Regimegegner auszuspionieren? Woher kommen diese Überwachungstechnologien? Welche Position übernimmt der Westen bzw. die Bundesrepublik Deutschland hinsichtlich der Förderung und Ausfuhr dieser Technologien?

Internet-Tsunamis und autokratische Regime

Bei der politischen Bewertung von Internet-Tsunamis muss eine grundsätzliche Unterscheidung bezüglich der politischen Rahmenbedingungen getroffen werden. Es macht einen fundamentalen Unterschied, ob sich Mobilisierungsmaßnahmen in etablierten Demokratien oder in autokratischen Regimen abspielen. In autokratischen Regimen setzen Aktivisten oftmals ihre Freiheit und ihr Leben aufs Spiel, da bei einer Identifizierung umgehend die Gefahr besteht, auf Befehl des Regimes inhaftiert zu werden.

In den vorangegangenen Kapiteln konnte gezeigt werden, dass eine kritische Masse eine Schutzfunktion für die einzelnen Individuen ausbildet, sofern die Masse groß genug ist. Das heißt, die exekutiven Organe des Regimes sind bei einer hohen Anzahl von Beteiligten überfordert, da sie vergleichsweise nur wenige, offen protestierende Bürgerinnen und Bürger inhaftieren können. (Kapitel 2.4 und Kapitel 4.3).

Die Organisation im Netz ist daher umso wichtiger, da sich hier die kritische Masse „verabreden“ kann. Der dialogische Austausch in sozialen Netzwerken führt zur Gewissheit, nicht allein zu sein und fördert damit zusätzlich den Mut, die virtuelle Masse in eine reale Masse zu überführen.

Zunächst erfuhren die Vertreter der These von der demokratisierenden Wirkung des Internets auf Grund des Arabischen Frühlings eine Bestätigung. Heute, Mitte 2012, mit dem Blick auf

andere repressive Regime, kehrt eher Ernüchterung ein. Ein weiterer Domino-Effekt ist nicht zu erwarten. Es scheint als habe es sich eher um ein kleines Zeitfenster gehandelt, innerhalb dessen die Führer dieser Regime nicht ausreichend auf die Mittel und die Macht von Online-Massenphänomenen vorbereitet waren. Regime wie Syrien, Weißrussland, der Iran, aber auch Saudi-Arabien, Bahrain oder China gehen immer restriktiver gegen das Geschehen im Internet vor. Aufgeschreckt durch die mobilisierenden Potenziale der sozialen Netzwerke wurden Überwachungsmaßnahmen weiter intensiviert.

Google-Mitgründer Sergej Brin äußert sich im April 2012 in einem Interview mit dem Guardian äußerst kritisch gegenüber diesen Entwicklungen. Vor fünf Jahren habe er noch geglaubt, dass weder China noch ein anderer Staat das Internet langfristig beschränken könne. Doch er habe inzwischen grundlegende Zweifel an seiner damaligen Aussage. Es sei furchteinflößend, wie sich mächtige Kräfte auf der ganzen Welt gegen das offene Internet zusammengeschlossen hätten.⁷⁵⁰

Der Wissenschaftler und Blogger Evgeny Morozov folgerte daher in einem Zeit-Interview:

„Vermutlich werden bestimmte Formen von Netzpolitik in repressiven Gesellschaften zu längeren und häufigeren Phasen der Stabilität führen. Die Geheimpolizei kann mehr über die Gegner des Staates erfahren, wenn sie sich ihre Profile – und die ihrer Freunde – in sozialen Netzwerken ansieht. Die Ideologen der Regierung können ihre Legitimität durch neue Medienpropaganda künstlich steigern; sie können soziale Netzwerke unterwandern und sich dort als »Stimme des Volkes« inszenieren. Außerdem: Junge Menschen nutzen das Netz nicht nur für Politik. Durch Onlineshopping und Unterhaltung im Netz, das neue i-Opium des Volkes, kann es sogar von der Politik abgelenkt werden.“⁷⁵¹

Social Media Profiling

Über Facebook, Twitter, YouTube und Co. wird zu Protesten aufgerufen und werden Menschenrechtsverletzungen bekannt gemacht, doch durch eben diese Kanäle können auch Dissidenten ausfindig gemacht werden.

„Im Iran wurden am 24. Januar zwei Aktivisten gehängt, weil sie Videos von der »Twitterrevolution« 2009 im Internet verbreitet hatten. Eine in Kairo verbreitete 26-seitige Broschüre mit Tipps für Aktionen fordert ihre Leser eindringlich auf, sie lieber als Fotokopie oder per E-Mail zu verbreiten als über die sozialen Medien, da diese von der Sicherheitspolizei bespitzelt werden könnten.“⁷⁵²

⁷⁵⁰ vergl. the Guardian online (Katz Ian) 15.04.2012: Web freedom faces greatest threat ever, warns Google's Sergey Brin. <<http://www.guardian.co.uk/technology/2012/apr/15/web-freedom-threat-google-brin>> (29.06.2012)

⁷⁵¹ ZEIT ONLINE (Morozov, Evgeny) 03.02.2011: Überwachung: Revolution offline, aus dem englischen von Elisabeth Thielicke. <<http://www.zeit.de/2011/06/Internet/>> (27.06.2012) S. 2

⁷⁵² ebd.: S. 1

Facebook und Twitter sind hervorragend geeignet, um Aktivisten zu identifizieren. Ein Experte für Überwachungstechnologien bestätigte uns, soziale Netzwerke dienen in erster Linie zur Identifikation von Protagonisten durch die Herrschenden – eine so hervorragend strukturierte Datensammlung wie bei Facebook und Twitter können sich Geheimdienste gar nicht entgehen lassen. Mobiltelefone werden abgehört und mit Geodaten verknüpft, selbst Satellitenverbindungen seien nicht sicher. Neu an der Überwachung sei die Qualitätssteigerung durch die automatisierten Zusammenführungsmöglichkeiten von Überwachungssystemen. Über Profiling, Mustererkennung und Beziehungsstrukturen würde deutlich, wer wann aus der kontrollierten Masse ausbricht. Was die Technik nicht lösen kann, machen dann Menschen, so finden selbst Crowdsourcing-Elemente im Profiling Anwendung. Der Iran rief Regimetreue auf, Personen auf Fotos von Demonstrationen zu identifizieren. Ein gutes Beispiel dafür, dass es sich beim Internet doch nur um ein Medium handelt und es letztlich auf dessen Anwendung ankommt. Die Geheimdienste nutzen alle vorhandenen Möglichkeiten, um Dissidenten zu identifizieren.

Stephanie Hankey von Tactical Technology Collective⁷⁵³, einer NGO, die sich auf die Nutzung von Informationstechnologien für soziale und politische Veränderungsprozesse spezialisiert hat und Aktivisten in Krisenländern im Gebrauch digitaler Medien unterstützt, führt in einem Interview aus, es handle sich um ein Katz-und-Maus-Spiel zwischen Aktivisten und Regierungen. Regierungen haben technisch aufgeholt und sind heute viel besser in der Lage, ihre Bürger zu überwachen. Große Teile der Kommunikation finden im Netz statt und hinterlassen Spuren. Diese Spuren können verfolgt werden und die Situation ändere sich daher für Aktivisten vor Ort grundlegend.⁷⁵⁴

Westliche Überwachungstechnik

Die zur Anwendung kommenden Überwachungstechnologien kommen dabei primär von westlichen Unternehmen. Diese verkaufen an Regime Technologien, die zum Erhalt von Machtstrukturen bzw. der Herrschaftsstabilisierung dienen. Die westliche Welt verdient extrem an der Paranoia der sog. Schwellenländer, so ein Insider, der anonym bleiben möchte. Die Angst von Regimen lasse sich in Dollar messen, er schätze, Saudi-Arabien gebe jährlich 10 - 20 Millionen US-Dollar für Überwachungstechnologien aus.

„E-Mails, Chats, Internettelefonie - wir können alles mitschneiden und jeden finden. So werben westliche Unternehmen für Überwachungstechnik. In Tripolis fanden Reporter des ‚Wall Street Journals‘ Handbücher einer französischen Firma aus der Branche - in einer Überwachungszentrale. [...] Zwei Reporter des ‚Wall Street Journal‘ haben in Tripolis in einer verlassenen Überwachungszentrale Hinweise auf die Spähntechnik des gestürzten libyschen Regimes und seine Zulieferer entdeckt. Die Journalisten haben in

⁷⁵³ vergl. Tactical Technology Collective 2012: Home. <<http://tacticaltech.org>> (27.06.2012)

⁷⁵⁴ vergl. Blog ZDF Hyperland – Darüber spricht das Web (Endert, Julius) 30.04.2012: Netzpolitik: Telecomix: Netzaktivisten erproben sich als Revolutionshelfer (Minute 2:19 – 02:55), <<http://blog.zdf.de/hyperland/2012/04/telecomix-netzaktivisten-erproben-sich-als-revolutionshelfer/>> (27.06.2012)

Aktenordnern in einem Kontrollraum offenbar mitgeschnittene Chatprotokolle und E-Mail-Texte gefunden.“⁷⁵⁵

Die gefundenen Unterlagen führten die Reporter zu einem französischen Unternehmen namens Amesys, welches zum IT-Konzern Bull gehört. Die zur Anwendung gekommene Eagle-Software dient der Analyse von IP-Verbindungen. Laut Amesys kann die Software über 300 Übertragungsprotokolle unterscheiden, dazu zählen zum Beispiel E-Mail-Protokolle (SMTP, POP3, IMAP), Voice over IP (SIP, H323, RTP, RTCP), Webmail (Hotmail, Yahoo, Gmail) und Chats (MSN, AIM, Yahoo!). Die Kombination von Hard- und Software-Lösungen dient dem Analysieren und Filtern einzelner Datenpakete. „DPI-Systeme [Deep Packet Inspection] sind ein boomender Markt - chinesische, französische, deutsche und amerikanische Firmen bieten ähnliche Technik an. Marktforscher schätzen, dass US-Regierungsstellen im Jahr 2015 gut 1,8 Milliarden Dollar für DPI-Lösungen ausgeben werden - 36 Prozent mehr als im Jahr 2010.“⁷⁵⁶

Auch die EU spielt in diesem „Milliardengeschäft“ mit. Das von der EU-geförderte Forschungsprojekt Indect ist auf die Entwicklung von Drohnen, Überwachungskameras und integrierten Gesichtsscannern ausgelegt. Laut des dafür zuständigen Referatsleiters Sicherheitsforschung der EU, Marco Malcarne, sei der Markt mit Überwachungskameras ein „Milliardengeschäft“ und daher durchaus sinnvoll.⁷⁵⁷

Das BMWi definierte Ende 2010 in einem Strategiepapier⁷⁵⁸ die Ausfuhr solcher Technik als wichtige Säule deutscher Wirtschaftspolitik. Im Dokument heißt es: „Sicherheitstechnische Produkte und Dienstleistungen bieten große Chancen, ein spezifisches deutsches Kompetenzprofil zu entwickeln und nachhaltigen internationalen Markterfolg zu erzielen.“⁷⁵⁹

Und weiter im Text, „dies gilt in besonderem Maße für die als Zielmärkte interessanten Schwellenländer: Neben den staatlichen Nutzern von Sicherheitslösungen im klassischen Innenbereich (Polizei, Bevölkerungs- und Katastrophenschutz) kommt in diesen Ländern staatlichen Stellen auch als Inhaber und Betreiber kritischer Infrastrukturen eine dominante Rolle zu. Der adäquate Zugang zu staatlichen Entscheidungsträgern ist hier für Unternehmen ohne politische Unterstützung kaum zu erlangen. Bei großen sicherheitsrelevanten Beschaffungen haben häufig nur Angebote, die mit einer umfassenden politischen Flankierung einhergehen, eine reale Chance zum Zuge zu kommen.“⁷⁶⁰

⁷⁵⁵ SPIEGEL ONLINE (Lischka, Konrad) 30.08.2011: Überwachung in Libyen: Reporter finden Hinweise auf westliche Spähtechnik.

<<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/ueberwachung-in-libyen-reporter-finden-hinweise-auf-westliche-spaehtechnik-a-783303.html>> (27.06.2012)

⁷⁵⁶ ebd.

⁷⁵⁷ vergl. YouTube (netzpolitik) 13.10.2011: Kontraste – Steuergelder für den Überwachungsstaat – Projekt „Indect“, (Minute 6:21–06:42):

<http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=QqRIGZ4iej4> (27.06.2012)

⁷⁵⁸ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie 11/2010: Zukunftsmarkt Zivile Sicherheit – Industriepolitische Konzeption des Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

<<http://bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/XYZ/zukunftsmarkt-zivile-sicherheit,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>> S. 1

⁷⁵⁹ ebd.: S. 3 - 4

⁷⁶⁰ ebd.

Es geht demnach nicht nur darum, den Verkauf deutscher Spionage und Überwachungstechnologien zu gewähren, sondern diesen „umfassend politisch zu flankieren“.

Inwiefern deutsche Überwachungstechnologien auch wirklich in autoritären Regimen zur Anwendung gekommen sind, recherchierten Journalisten des NDR für die Sendung Zapp. Laut deren investigativen Recherchen lieferte die deutsch-britische Firma GAMMA, in Deutschland GAMMA International GmbH & Co KG, in Zusammenarbeit mit der Schweizer Firma Dreamlab Technologies AG Spyware nach Turkmenistan und den Oman. Ultimaco Safeware aus Aachen lieferte Spähtechnik an Syrien, Trovicor aus München Überwachungsmaterial an Bahrain und Nokia-Siemens-Networks Überwachungstechnik an den Iran.⁷⁶¹ Und wieder kommt das BMWi ins Spiel, auf eine Anfrage der Grünen-Fraktion antwortete das BMWi, es könne sein, dass die Exporte von Überwachungstechnologien mit staatlich abgesicherten Hermesbürgschaften unterstützt worden sind.⁷⁶²

Die Spähsoftware Finfisher von GAMMA International Ltd. ermöglicht es dem Anwender in private Telefone und Computer einzugreifen, Mikrophone und Kameras ferngesteuert zu aktivieren und auszuspionieren. Über Updates für Smartphones oder iTunes wird die Spyware auf dem lokalen Rechner installiert. Auch Skype-Gespräche können abgehört und aufgenommen werden.⁷⁶³

Stellt sich die Frage, wie der Einsatz und Export von Überwachungstechnologien in repressive Regime kontrolliert werden kann bzw. ob er überhaupt kontrolliert werden soll? Derzeit gibt es keinerlei gesetzliche Beschränkungen oder Vorgaben für den Export dieser Technologien. Dies kann insofern kritisch bewertet werden, da repressive Regime diese Technologien nachweislich zur Überwachung von Dissidenten, Aktivisten und Bürger einsetzen.

Im Inland werfen Vorfälle wie der Bundestrojaner gesellschaftspolitische Fragen auf.^{764 765} Natürlich hat Deutschland wie jeder Staat sicherheitspolitische Aufgaben, die zu Kontrolle und Überwachung führen. Wie viel Überwachung der Staat benötigt, ist ein gesellschaftlicher Diskurs, der auch öffentlich geführt werden sollte.

⁷⁶¹ Eine umfassend Liste von Unternehmen und Lieferländer ist auf <<http://buggedplanet.info/>> zu finden. (27.06.2012)

⁷⁶² NDR ZAPP (Ruprecht, Anne; Klofta, Jasmin; Burmester, Hanno und Goetz, John) 07.12.2011: Deutsche Überwachungstechnik im Ausland (Minute 03:45 - 10:22) <http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/medien_politik_wirtschaft/sicherheitstechnologie103.html> (27.06.2012)

⁷⁶³ ebd.: (Minute 2:12 - 03:10)

⁷⁶⁴ Chaos Computer Club e. V. (o. V.) 08.10.2011: Chaos Computer Club analysiert Staatstrojaner. <<http://ccc.de/de/updates/2011/staatstrojaner>> (27.06.2012)

⁷⁶⁵ vergl. ZEIT ONLINE (Biermann, Kai) 08.10.2011: Onlinedurchsuchung: CCC enttarnt Bundestrojaner. <<http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2011-10/ccc-bundestrojaner-onlinedurchsuchung>> (27.06.2012)



reality

control

monitoring

Schwarmintelligenz

twitterquacke

Semantische Netze

social

graph

7 Konklusion

Ziel dieses Forschungsprojekts war es, eine neue Art von Internetphänomenen – die Kommunikation und Mobilisierung von politischen Massen im Internet und den sozialen Netzwerken, sog. Internet-Tsunamis – zu untersuchen. Es konnte dabei gezeigt werden, dass es eine neue Qualität der Massenmobilisierung und der Massenkommunikation gibt, bei der Internettechnologien eine maßgebliche Rolle spielen.

Im folgenden Kapitel sollen die forschungsleitenden Fragen (Kapitel 1.3) noch einmal aufgegriffen und mit den jeweiligen Ergebnissen der Studie abgeglichen werden. Jedes Unterkapitel widmet sich je einer forschungsleitenden Frage.

Die Frage, was Internet-Tsunamis sind bzw. wie das Internet dazu beiträgt, politische Massen zu mobilisieren und zu organisieren, wird zusammenfassend in Kapitel 7.1 ausgeführt. Kapitel 7.2 befasst sich resümierend mit der Bewertung und den Folgen von Internet-Tsunamis für Politik, Politikprozess und Demokratie. Das Kapitel 7.3 wagt einen Ausblick auf Basis von sieben Thesen.

” Sich in Camps und auf Plätzen zu versammeln, um dort gemeinsame Ziele und Handlungsmöglichkeiten auf gleicher Augenhöhe zu debattieren, erinnert an die Ursprünge der Demokratie im antiken Athen“

- Roland Roth - Politikwissenschaftler

7.1 Mechanismen der Internet-Tsunamis

Frage 1: Wie trägt das Internet dazu bei, politische Massen zu mobilisieren und zu organisieren?

Es konnte gezeigt werden, dass sich im Internet neue Formen der Massenkommunikation und Massenmobilisierung ausbilden. Mechanismen und Regeln aus dem Vor-Internet-Zeitalter werden damit nicht pauschal außer Kraft gesetzt. Allerdings verändern sich die zur Anwendung kommenden Instrumente wie auch die Verbreitungsmechanismen.

Die Antwort auf die Frage, wie das Internet dazu beiträgt politische Massen zu mobilisieren und zu organisieren, wurde innerhalb der Studie wie folgt zusammenfassend beantwortet.

Der Internet-Tsunami

Die untersuchten Phänomene der Massenkommunikation und Massenmobilisierung wurden aufgrund ihres plötzlichen Auftretens und ihrer umwälzenden Folgen als Internet-Tsunamis bezeichnet. Der Ursprung von Internet-Tsunamis sind Ereignisse in der Offline-Welt, die als medialer Inhalt festgehalten und in das Internet übertragen werden. Dieser mediale Inhalt fungiert dann als Auslöser, in dem er Reaktionen evoziert und im Internet Informationskaskaden auslöst. Die daraus entstehenden Meinungsimpulswellen weiten sich auf Mediensysteme aus und können Masseneffekte hervorrufen. Resultat ist die Bildung politischer Massen in der Offline-Sphäre, die Eruptionen in den bestehenden politischen Systemen hervorrufen können.

Wie in Kapitel 4 erläutert, können Internet-Tsunamis nur rückwirkend betrachtet werden, da deren Ursprung in der Offline-Sphäre zu verorten ist. Der Ursprung ist in der Regel ein punktuelles Geschehnis oder eine Verkettung von Geschehnissen. Von diesen werden digitale Medieninhalte erzeugt (Text, Audio, Bild, Bewegtbild), die anschließend im Internet distribuiert werden. Innerhalb der Studie wurde dieser Gesamtvorgang als Input-Funktion bezeichnet.

Ein solcher digitaler Medieninhalt spiegelt eine bestimmte Weltsicht, eine politische Meinung bzw. Position wider. Er hat eine sinnstiftende und aktivierende Funktion und wurde daher als Meinungsimpuls bezeichnet. Meinungsimpulse fungieren als Initialzündung, eine Art der initialen Energie. Durch die beschleunigte Informationsweiterleitung durch diverse Nutzergruppen im Internet, auf die der Meinungsimpuls trifft, entsteht eine erste Informationskaskade. Diese erste Informationskaskade kann weitere Masseneffekte hervorrufen.

Auf der inhaltlichen Ebene konnte gezeigt werden, dass dieser Meinungsimpuls (zumindest in den untersuchten Fällen) immer ein Anliegen gegen einen bestehenden Zustand darstellt (Kapitel 0) Eine solche mediale Inszenierung eines negativen Anliegens besitzt eine Art der vereinenden Wirkung auf diverse Nutzergruppen. Nutzer scheinen zunächst am Unrecht interessiert zu sein und treten nach der ersten Empörung in einen Prozess der kollektiven Partizipation am Unrecht ein. Im Rahmen der ersten Meinungsimpulsquelle wird meist ein Feindbild etabliert. Dies scheint eine wichtige Funktion bei der Mobilisierung politischer Massen

auch im Internet darzustellen. Über ein Feindbild können sich unterschiedliche Nutzergruppen identifizieren, was eine erste Online-Massenbildung ermöglicht.

Bei der Gestaltung und Darstellung der Inhalte geht es dabei vorwiegend um die emotionale Aktivierung der Rezipienten. Oftmals werden dafür Mechanismen aus dem Marketing und der Unterhaltungsindustrie zur Anwendung gebracht. Diese werden jeweils auf eine bevorzugte Adressatengruppe abgestimmt (Kapitel 5.2).

Eine emotionale Aktivierung kann aber auch durch den reinen dokumentarischen Charakter bzw. den persönlichen Bezug des Rezipienten zum Sachverhalt hergestellt werden (z. B. Unterdrückungshandlungen durch ein Regime).

Schematischer Verlauf von Internet-Tsunamis

Im Rahmen der Studie konnte eine Ablaufheuristik entwickelt werden (vergleiche Kapitel 4.5, Abbildung 4-12: Die Internet-Tsunami-Spirale), welche den Verlauf von Internet-Tsunamis in Phasen unterteilt. Die Phasen stehen dabei nicht in einem kausalmechanistischen Zusammenhang, sondern dienen lediglich der schematischen Einordnung von Vorgängen, die zur Entstehung eines Internet-Tsunamis beitragen.

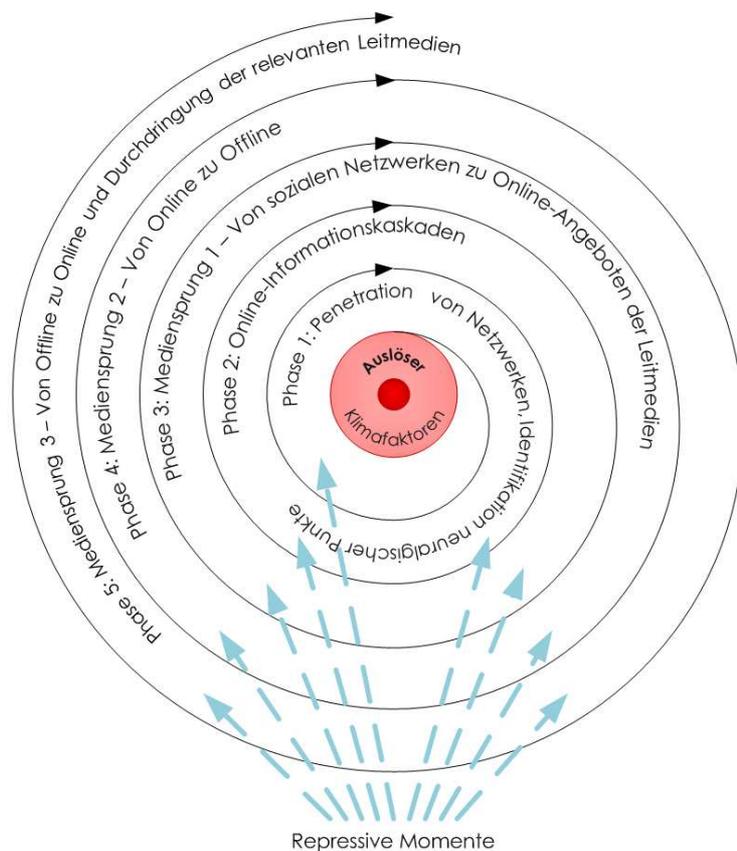


Abbildung 7-1: Die Internet-Tsunami-Spirale

Phase 1 beschreibt die erste Penetration von Netzwerken sowie die Identifizierung von neuralgischen Punkten. Über verschiedene Mikronetzwerke entsteht eine erste Verbreitungswelle. Oftmals spielt der Zufall hier eine wichtige Rolle, viele kurzfristige Hypes ebbten so schnell wieder ab, wie sie aufgekommen sind. Wichtig in dieser Phase ist die Distribution bzw. das Verbreiten über stark voneinander abweichenden Mikronetzwerke. Je diverser diese sind, desto höher die Wahrscheinlichkeit eines Internet-Tsunamis.

Phase 2 bezieht sich auf die ersten Online-Informationskaskaden. Ähnlich wie ein Meme oder Shitstorm kriert sich ein erster Hype und die Verbreitung innerhalb des Internets nimmt an Geschwindigkeit deutlich zu. Eine Schlüsselrolle spielen hierbei die reichweitenstarken Blogs und die sog. A-Blogger, die gut vernetzt sind und damit als Multiplikatoren und Meinungsführer eine weitere Energiezufuhr gewährleisten.

In Phase 3 vollzieht sich der erste Mediensprung von sozialen Netzwerken zu den Online-Angeboten der Leitmedien. Einzelne Online-Portale klassischer TV-, Radio- und Printformate werden auf das Thema aufmerksam. In Folge der Reichweitenstärke dieser Portale entstehen weitere Verbreitungswellen und es kommt in den meisten Fällen zu einem Dominoeffekt, dem die restlichen Nachrichtenformate folgen.

Phase 4 beschreibt den zweiten Mediensprung von Online zu Offline. Die Transformation einer Online- in eine Offline-Masse ist für die Entwicklung eines Internet-Tsunamis essentiell, denn erst die Offline-Masse stellt eine physische Verbindlichkeit zum Thema her und verleiht diesem ein gesteigertes Maß an Wichtigkeit und damit gesellschaftlicher Relevanz.

Phase 5 beschreibt den dritten Mediensprung anhand von zwei Mechanismen. Erstens findet eine Rückkopplung von Offline zu Online statt, in deren Rahmen Offline-Geschehnisse (z. B. Proteste) dokumentiert und online verfügbar gemacht werden. Zweitens kommt es zu einer Durchdringung der Leitmedien. Damit ist ein Thema auf der öffentlichen Agenda angekommen. Die öffentliche Aufmerksamkeit verstärkt den Druck, das Thema auf die politische Agenda zu nehmen.

Kernmerkmale und der Umgang mit Internet-Tsunamis

- Internet-Tsunamis sind schwer vorhersagbar

Erstens entwickelt sich ein Internet-Tsunami nie linear, beschreibt also keine kausalmechanistische Beziehung. Dies ist auf die Beschaffenheit des Internets als ein non-lineares Medium zurückzuführen.

Zweitens ist die Ursache von Internet-Tsunamis ein Offline-Ereignis und damit außerhalb des Suchhorizonts. Erst die mediale Überführung dieses Ereignisses wird zum Auslöser. Eine Erkennung kann demnach erst erfolgen, wenn eine ausreichende Massenaktivität im Internet nachweisbar ist.

Drittens reichen die heutigen Suchsysteme nicht dazu aus, politische Meinungsimpulse im Internet und insbesondere in den sozialen Netzwerken zu erkennen, zu analysieren und zu bewerten.

- Internet-Tsunamis sind nicht planbar

Die Auslösung eines Internet-Tsunamis kann nicht geplant werden. Es konnte gezeigt werden, dass Kampagnenmechanismen Einfluss nehmen können, Internet-Tsunamis jedoch nicht determinieren. Der gleiche Vorgang führt in anderen Kontexten zu völlig anderen Ergebnissen.

Oftmals spielt der Zufall eine entscheidende Rolle. Die ersten Informationskaskaden über ein Ereignis entstehen zufällig und werden oft erst nachträglich von Interessengruppen instrumentalisiert.

Internet-Tsunamis sind in hohem Maße von gesellschaftspolitischen und soziokulturellen Rahmenbedingungen abhängig (Klima-Faktoren). Diese können kaum beeinflusst werden und stellen daher eine gegebene Größe dar.

- Hohe Anfälligkeit für Fehlinformationen

Aus psychologischer Sicht erscheinen Online-Massenphänomene extrem anfällig für Fehlinformation und Manipulation.

Im Internet ist die Gefahr für eine Verbreitung von Fehlinformationen aufgrund der Weiterleitungsgeschwindigkeit, der Vernetzungsdichte und des Vertrauensübertrages enorm hoch.

Zusätzlich erschweren massenpsychologische Verhaltensmuster, wie z. B. die Orientierung an anderen und die Sogwirkungen, die intellektuelle Durchdringung von Inhalten, so dass Informationen innerhalb von Informationskaskaden meist ungeprüft weitergeleitet werden. (Kapitel 4.4)

- Unterdrückung wirkt kontraproduktiv

Repressive Momente führen bei Internet-Tsunamis zu einer gesteigerten Aufmerksamkeit und wirken als Verstärker.

Repressionen können vielfältiger Art sein: Ein offizielles Dementi im Fall der Plagiatsaffäre zu Guttenberg, die Abschaltung technischer Infrastrukturen in Ägypten, aggressive Akte der Staatsgewalt („Pepper Spraying Cop“ oder die Ermordung Khalid Saids).

Die mediale Dokumentation und die darauf folgende Inszenierung des repressiven Akts führen zu einem Umkehren der intendierten Wirkung und damit zur einer weiteren Stärkung des Internet-Tsunamis.

- Internet-Tsunamis werden zukünftig zunehmen

Die gesellschaftliche Durchdringung des Internets wird weiter zunehmen – sowohl in Bezug auf generationsübergreifende Nutzung als auch Anwendungsbereiche. Dies steigert auch die Wahrscheinlichkeit von Internet-Tsunamis.

7.2 Quo vadis, Demokratie: Revolution oder Evolution?

Frage 2: Welche Auswirkungen haben Phänomene der Massenmobilisierung über das Internet auf die Politik und den Politikprozess bzw. wie sind die politischen Auswirkungen zu bewerten?

Diese letzte Forschungsfrage bezieht sich auf die Auswirkungen von Internet-Tsunamis auf Politik und Politikprozesse bzw. den mittel- bis langfristigen Folgen für die Demokratie. Es konnte evaluiert werden, dass politische Massen durch die gezielte und strategische Platzierung von Themen durch Interessengruppen mobilisiert werden können. Durch Mechanismen, die dem Campaigning entlehnt werden, kann die Entwicklung von Internet-Tsunamis gefördert werden. Dennoch sind diese prospektiv nicht planbar, der Zufall spielt eine große Rolle. Oftmals werden Ereignisse erst im Nachgang im Rahmen von Kampagnenstrukturen instrumentalisiert. Selbige können ebenfalls erst retrospektiv nachgewiesen werden.

Internet-Tsunamis im Politikprozess

Aus den geführten Interviews (Kapitel 2) und untersuchten Fallstudien (Kapitel 0), wie auch den Politikfolgenabschätzungen (Kapitel 6) geht hervor, dass Internet-Tsunamis direkt auf den Politikprozess wirken können. Insbesondere beim Setzen der öffentlichen und politischen Agenda machen Internet-Tsunamis eine neue Qualität aus. Zum einen ermöglichen politische Massen, bei entsprechender Größe und Dauer von Protesten, auf eine Problemstellung aufmerksam zu machen. Zum anderen können es Internet-Tsunamis schaffen, den Eindruck zu vermitteln, die nationale Stimmungslage wiederzugeben. In beiden Fällen können politische Entscheidungsträger unter Druck gebracht werden, sich des proklamierten Themas anzunehmen.

Internet-Tsunamis können das Kräfteverhältnis im Hier und Jetzt verändern, in dem sie die Deutungshoheit über einen Sachverhalt bzw. ein Thema herstellen. Die Folgen für die Politik sind unterschiedlicher Art und lassen sich wie folgt beschreiben:

1. Politische Entscheidungen werden nicht mehr einfach nur hingenommen, unabhängig davon, ob sie demokratisch legitimiert sind. Es kann davon ausgegangen werden, dass vor und nach politischen Entscheidungen Gruppen von Bürgern ihre jeweiligen Positionen lautstark vertreten. Darauf müssen sich Entscheidungsträger in Parlament und Verwaltung einstellen.
2. Die politische Beteiligungskultur befindet sich in einem Wandel. In Zukunft muss vermehrt mit Protesten on- und offline gerechnet werden. Die Gesellschaft verändert sich zu einer agilen, themenbezogenen Protest- und Bewegungsgesellschaft.
3. Akteure und Akteursgruppen ohne politische Lobby haben durch das Internet und die damit gesunkenen Kosten für Produktion und Verbreitung von medialen Inhalten die Möglichkeit bekommen, die öffentliche und politische Agenda im Selbstauftrag

mitzubestimmen. Allerdings nutzen auch die ressourcenstarken Lobbys ähnliche Instrumente und Mechanismen.

4. Es entstehen im Internet neue Machtzentren. In der Vertikalen der Internet-Infrastruktur entstehen Kontrollpunkte bei Providern und Serviceanbietern, die an diesen das Wissen über einzelne Nutzer und Nutzergruppen in Echtzeit abschöpfen können. Mit diesem Wissen kann im geheimen Einfluss auf gesellschaftliche und damit auch politische Prozesse genommen werden.⁷⁶⁶

Internet-Tsunamis wirken schon jetzt auf den Politikprozess ein. Eine gravierendere Veränderung ist allerdings zu erwarten, wenn man einen weiteren Zeithorizont betrachtet. Die gerade entstehende politische Beteiligungskultur kann Erneuerungsimpulse für die Demokratie setzen, aber auch gesellschaftliche Konflikte hervorrufen.

Die neue politische Beteiligungskultur

Eine vordergründig paradoxe Entwicklung ist zu beobachten. Auf der einen Seite weist der Trend in Richtung Protest- und Bewegungsgesellschaft. In dessen Rahmen nutzen einzelne Bürger, Bürgerinitiativen oder Interessensverbände Internettechnologien zur politischen Mobilisierung. Ziel ist es, die öffentliche, wie auch die politische Agenda mitzubestimmen. Auf der anderen Seite erfahren die traditionellen politischen Beteiligungsformen (Wahlen oder Parteienmitgliedschaften) einen Rückgang. Dieser Trend ist sowohl in proportionalen, als auch absoluten Zahlen zu beobachten. Den Bürgerinnen und Bürgern dies als „Desinteresse“ am politischen Geschehen auszulegen wäre jedoch ein Fehler. Denn die neue Protest- und Beteiligungskultur zeigt, die Bürgerinnen und Bürger wollen mitreden und sich auch aktiv beteiligen. Allerdings suchen sie hierfür neue Organisationsformen.

Gewohnte Konzepte und Denkrichtungen liefern hierfür teilweise keine ausreichenden Antworten mehr. Zum Beispiel scheint die politische Verortung zwischen Rechts, Mitte und Links an Erklärungskraft zu verlieren. Möglicherweise ist eine Unterscheidung in Materialisten und Postmaterialisten zukünftig aussagekräftiger. Materialistische Wertevorstellungen beziehen sich primär eher auf Attribute wie Besitz, Einkommen und Sicherheit, wohingegen postmaterialistische Attribute stärker auf ein selbstbestimmtes Leben, persönliche Freiheit und die Möglichkeit der Selbstverwirklichung abzielen. Möglicherweise erklären sich hier auch die Veränderungen im Parteienengagement. So zeigen die Grünen wie auch insbesondere die Piraten starke Anzeichen einer postmaterialistischen Werteverortung. In diesem Zusammenhang ist es interessant zu beobachten, welchen Entwicklungs- und Transformationspfad bestehende Institutionen, insbesondere eben Parteien, nehmen. Werden Parallelwelten oder hybride Organisationsformen kreiert? Welche Entwicklung beschreitet die Piratenpartei, Vorreiter oder Exot? Denkbar ist auch ein Verschwimmen der Trennlinie zwischen Akteuren auf der politischen Bühne und dem Publikum. Folgt auf den Bürgerjournalisten der Bürgerpolitiker?

⁷⁶⁶ Stadler 2012: S. 224

Temporäre und liquide Organisationsformen

Gesellschaftliche Denk- und Verhaltensmuster wurden in den letzten 20 Jahren maßgeblich durch das Internet mitgeprägt. Als permanente Netzwerkinfrastruktur verbindet das Internet viele Millionen Menschen in Echtzeit miteinander. Diese Verbindungen können für politische Meinungsbildung nutzbar gemacht werden. Im Vor-Internet-Zeitalter musste man, um ein politisches Anliegen artikulieren und umsetzen zu können, ein Netzwerk aufbauen bzw. eine Organisation gründen (in der Regel eine Partei). Soziale Verbindungen waren auf Dauer ausgelegt, denn es galt zuerst eine gemeinsame Basis und Ausrichtung (Programmatik) zu bestimmen. Heute steht jedem politischen Anliegen der Zugang zu einem weltweiten Kommunikations- und Distributionsnetzwerk zur Verfügung. Verbündete als Multiplikatoren spielen heute eine ebenso wichtige Rolle wie damals. Aber die gemeinsame Ausrichtung und die damit einhergehende Dauerhaftigkeit sind von geringerer Bedeutung. Organisationsformen werden in zunehmendem Maße fluide und temporär.

Datenflut und Themensprünge

Das Internet ermöglicht es, politische Anliegen schnell (in Echtzeit), kostengünstig und breitenwirksam in Umlauf zu bringen. Politische Protestbewegungen lassen sich mittels einfach zu bedienender Online-Kommunikationswerkzeuge immer schneller initiieren, organisieren und koordinieren. Besonders digitale Inhalte lassen sich einfach produzieren und distribuieren. Dies zieht allerdings auch ein drastisches Überangebot an Inhalten nach sich, was zu weiteren Problemstellungen führt.

Erstens entsteht ein Konkurrenzkampf um die stark limitierte Aufmerksamkeit (Aufmerksamkeitsökonomie) des einzelnen Rezipienten, der zudem noch seine eigenen Relevanzkriterien für Informationen im Internet ausbilden muss, sofern er nicht völlig wahllos Inhalte konsumieren möchte.

Zweitens verlagert sich der Fokus immer stärker auf einzelne Themenkomplexe. Die Dauer der Auseinandersetzung mit diesen Themen und damit auch deren Durchdringung (Erkenntnistiefe) geht zurück. Die Rezipienten scheinen in Anbetracht des scheinbaren Überangebots an Information flüchtig zu werden; Themen lösen sich schnell gegenseitig ab.

Δ-Beteiligungskultur

Der Kampf um Aufmerksamkeit hat Folgen für politische Inhalte und deren Bearbeitung. Bürgerinnen und Bürger engagieren sich vermehrt punktuell, inhalts- und themengesteuert. Handlungs- und Verhaltensmuster ändern sich durch die Kommunikation, die im zunehmenden Maße durch Internettechnologien bestimmt wird. Aber nicht nur das Handeln, sondern auch das Denken wird geprägt. Neue Denkmuster werden geformt und für selbstverständlich angenommen. Der Rückkanal bei allen Meldungen im Internet ist ein entscheidender Vorgang mit möglicherweise revolutionären Potenzialen. Es entsteht eine Feedback-Kultur mit einem immanenten Mitsprache- und Kommentarrecht, welches sich auch auf politische Belange überträgt. Gerade jüngere Bürgerinnen und Bürger nehmen dieses Mitspracherecht als selbstverständlich an und können mit der Black-Box des Politikprozesses nichts mehr anfangen. Die Transparenzversprechen einer Piratenpartei fallen hier auf einen willkommenen Nährboden. Man sollte sich allerdings nicht fehlleiten lassen, es sind bei weitem nicht nur die jüngeren Bürgerinnen und Bürger, die zu diesem Typus „Neopolitics“ gezählt werden dürfen. Fühlen diese sich in politischen Entscheidungen nicht repräsentiert, nutzen sie die Mittel und Wege des Internets, um auf ihre Belange aufmerksam zu machen. Internet-Tsunamis sind dabei eine Form der Kanalisierung unterschiedlicher Vorstellungen von politischer Teilhabe. Die Differenz in der politischen Beteiligungskultur wird hier als Δ (Delta) beschrieben. Dieser Differenz liegen unterschiedliche Vorstellungen von Demokratie zugrunde, möglicherweise sind diese nicht miteinander vereinbar. Im schlimmsten Fall kann diese Differenz zu einer soziokulturellen Spaltung der Gesellschaft beitragen. Eine Spaltung, die sich allerdings langsam und vermutlich erst nur unterschwellig bemerkbar machen würde.

Chancen für die Demokratie

Auf der positiven Seite sind mit den Veränderungen der politischen Beteiligungskultur auch Möglichkeiten verbunden. Die breitere Einbindung des Bürgers in politische Prozesse kann im digitalen Vorfeld seinen Ursprung nehmen und als Frischzellenkur für eingefahrene und alternde demokratische Systeme wirken. Die Forderung von Bürgerseite nach neuen Konzepten und Prozessen im Politikbetrieb, um Erneuerungsimpulse für die Zukunft der Demokratie zu setzen, scheint immer vehementer zu werden. Formate die insbesondere den Typus „Neopolitics“ ansprechen und zur Teilnahme aktivieren.

Zuletzt sollte man auch über grundlegende Erweiterungen unserer demokratischen, politischen Systeme nachdenken. Gut durchdachte Weiterentwicklungskonzepte sind rar. Eine Ausnahme stellt, aus unserer Sicht, die Realutopie des Sozialphilosophen Johannes Heinrichs dar. Dieser wagte sich an einen politisch-strukturellen Entwurf eine „Vierparlamentare Demokratie“.^{767 768} Vorbildlich ist die Auseinandersetzung mit den systemischen Schwachstellen unserer parlamentarischen Demokratie. Ob man einen solchen Entwurf für angemessen oder umsetzungsfähig hält, muss jeder für sich selbst entscheiden.

⁷⁶⁷ Heinrichs, Johannes 2003: Revolution der Demokratie – Eine Realutopie. Berlin: MAAS Verlag

⁷⁶⁸ Heinrichs, Johannes 2005: Demokratiemanifest für die schweigende Mehrheit. Die „Revolution der Demokratie“ in Kürze. Ingolstadt: STENO Verlag



Wünschenswert sind aber in Zukunft mehr innovative Konzepte und ein tiefgehender Diskurs über Weiterentwicklungsoptionen und –potenziale von Demokratie.



7.3 Ausblick

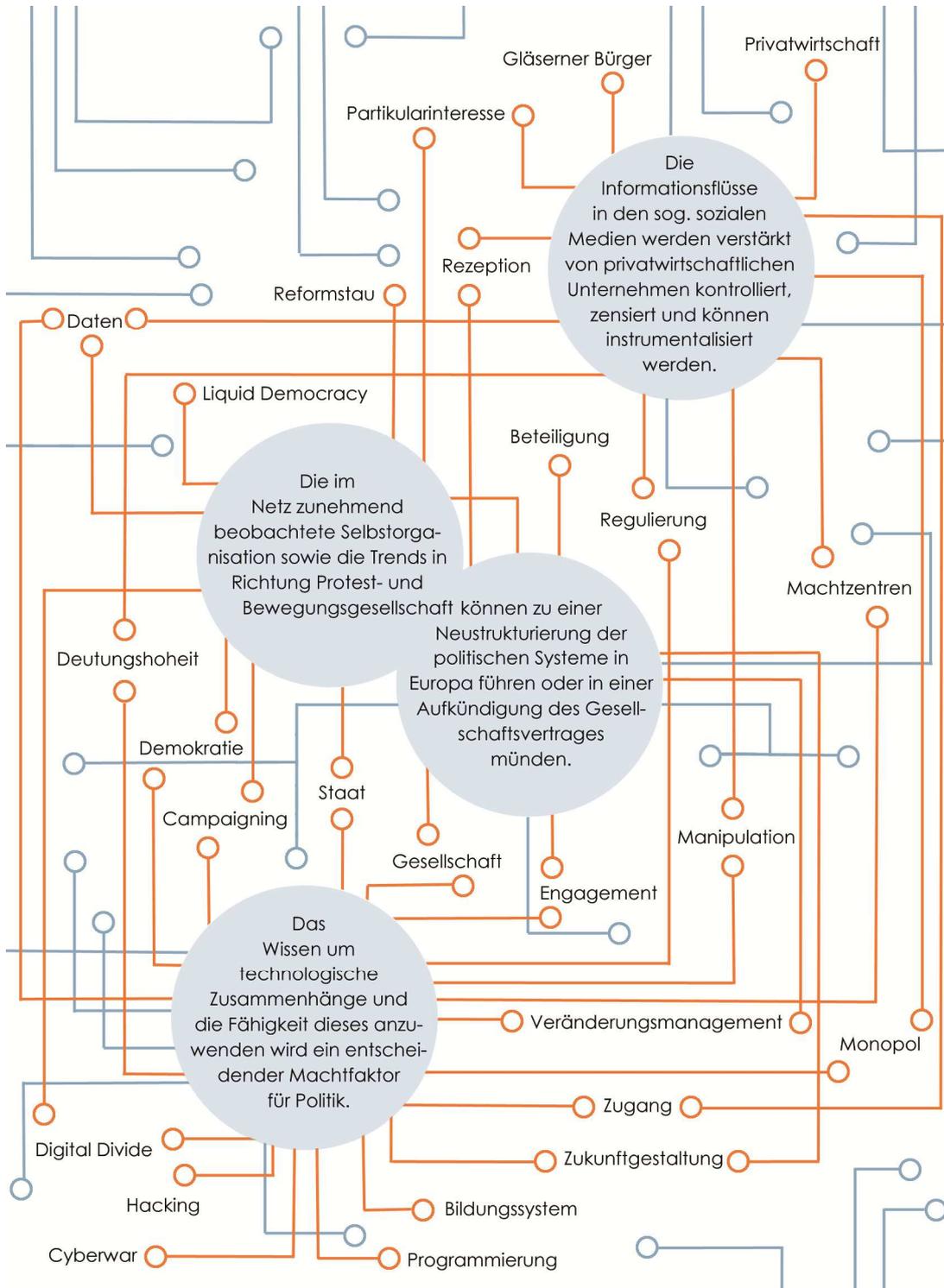


Abbildung 7-2: Thesen zu Internet-Tsunamis – Teil 1

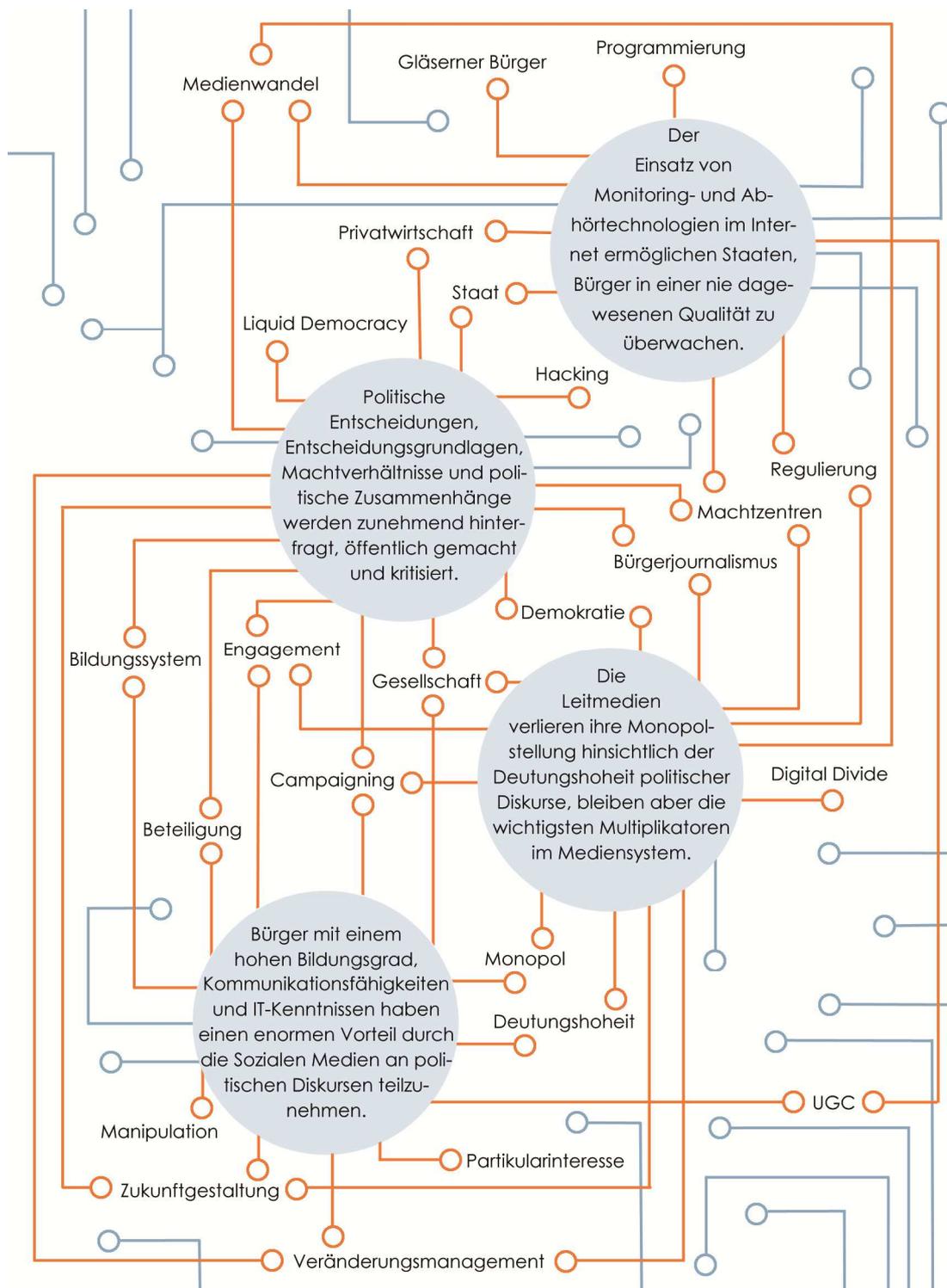


Abbildung 7-3: Thesen zu Internet-Tsunamis – Teil 2



Anhang

Wichtige
Referenz!

Daten
vergleichen und
analysieren

=>

Querverweis
einfügen!

Tabelle
übernehmen!?

S.251 / S.43?

Grafik!!!!



8 Verzeichnisse





8.1 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1-1: Wahlbeteiligung in der BRD von 1953 bis 2009	12
Abbildung 1-2: Veränderung der Parteienmitgliedschaft von 1990 bis 2010.....	12
Abbildung 1-3: Tsunamimetapher.....	19
Abbildung 1-4: Internet-Tsunamis - Auslöser und Ausbreitungswege (beispielhaft)	20
Abbildung 2-1: Landkarte mit Meta-Themen und Unterkategorien	30
Abbildung 2-2: Mind-Map Interviewauswertung.....	31
Abbildung 2-3: Mind-Map Interviewauswertung inkl. Einbindung der relevanten Aussagen	32
Abbildung 2-4: Nestlé, kein Palmöl aus Urwaldzerstörung	40
Abbildung 3-1: Barcode GuttenPlag (Stand: 21.02.2011 16:45)	68
Abbildung 3-2: Statistiken – Wir wollen Guttenberg zurück – Nutzer	70
Abbildung 3-3: Labor Force Statistics from the Current Population Survey	74
Abbildung 3-4: Adbusters – #OCCUPYWALLSTREET	75
Abbildung 3-5: Titelbild Adbusters #97	76
Abbildung 3-6: YouTube-Videostatistik: PEACEFUL FEMALE PROTESTORS PENNED IN THE STREET AND MACED	78
Abbildung 3-7: New Facebook Occupy pages created prior to October 20th.....	81
Abbildung 3-8: Cumulative number of Facebook Occupy users.....	81
Abbildung 3-9: Twitter trends in national Occupy hashtags, based on data from Trendistic.....	82
Abbildung 3-10: Bildfälschung: Mubarak, der vorgeschobene Präsident	85
Abbildung 3-11: Bildfälschung: Originalfoto	86
Abbildung 3-12: YouTube – Suicide that sparked a revolution.....	97
Abbildung 3-13: The graph below represents Sami Ben Gharbia's network	105
Abbildung 3-14: Botschaften an Häuserwänden	108





Abbildung 3-15: Revolution 2.0: Mission Accomplished #Jan25	111
Abbildung 3-16: Raubkopierer sind Verbrecher	114
Abbildung 3-17: Das Abkommen kann zu Netzensur und einer Echtzeitüberwachung des Datenverkehrs führen.	115
Abbildung 3-18: SOPA STRIKE – Our Favourite Protesters.....	116
Abbildung 3-19: Anonymus-Masken im polnischen Parlament	119
Abbildung 3-20: ACTA Protests Worldwide - Brought to you by stoppacta-protest.info.....	121
Abbildung 3-21: Infografik Kampfroboter	126
Abbildung 4-1: Beispiel für die Dramatisierung von Fotos.....	134
Abbildung 4-2: Shepard Fairey - Poster „Obama Hope“ und „KONY 2012“	139
Abbildung 4-3: YouTube – Videostatistik zu „KONY 2012“	140
Abbildung 4-4: Twitteraccounts von Justin Bieber, Sean Combs und Rihanna.....	141
Abbildung 4-5: Definition Clicktivism.....	144
Abbildung 4-6: Proteste der Gruppe FEMEN auf dem World Economic Forum in Davos (Schweiz)	147
Abbildung 4-7: Räumung einer Sitzblockade an der Universität von Kalifornien (Davis): UGC und internationale Berichte	148
Abbildung 4-8: Tahrir-Platz am 10. Februar 2011: Die Welt ganze Welt als Zeuge.....	150
Abbildung 4-9: Der Ablaufprozess einer massenpsychologischen Reaktion	157
Abbildung 4-10: Online Crowds.....	160
Abbildung 4-11: Rioters attack London zoo and release animals	163
Abbildung 4-12: Die Internet-Tsunami-Spirale	167
Abbildung 4-13: Emma in Facebook.....	178
Abbildung 4-14: Peter Glaser - Der Schwanzhund.....	179
Abbildung 4-15: Tor-Netzwerk-Karte	191
Abbildung 5-1: Systeme nach Luhmann.....	221





Abbildung 5-2: Strukturelle Kopplung zwischen 3 ausgewählten Systemen	226
Abbildung 6-1: Policy-Making frei nach David Easton	250
Abbildung 6-2: Policy-Zyklus	250
Abbildung 6-3: Policy-Window-Modell	253
Abbildung 7-1: Die Internet-Tsunami-Spirale	270
Abbildung 7-2: Thesen zu Internet-Tsunamis – Teil 1	278
Abbildung 7-3: Thesen zu Internet-Tsunamis – Teil 2	279
Abbildung 1-1: Wahlbeteiligung in der BRD von 1953 bis 2009	12
Abbildung 1-2: Veränderung der Parteienmitgliedschaft von 1990 bis 2010.....	12
Abbildung 1-3: Tsunamimetapher.....	19
Abbildung 1-4: Internet-Tsunamis - Auslöser und Ausbreitungswege (beispielhaft)	20
Abbildung 2-1: Landkarte mit Meta-Themen und Unterkategorien	30
Abbildung 2-2: Mind-Map Interviewauswertung.....	31
Abbildung 2-3: Mind-Map Interviewauswertung inkl. Einbindung der relevanten Aussagen	32
Abbildung 2-4: Nestlé, kein Palmöl aus Urwaldzerstörung	40
Abbildung 3-1: Barcode GuttenPlag (Stand: 21.02.2011 16:45)	68
Abbildung 3-2: Statistiken – Wir wollen Guttenberg zurück – Nutzer	70
Abbildung 3-3: Labor Force Statistics from the Current Population Survey	74
Abbildung 3-4: Adbusters – #OCCUPYWALLSTREET	75
Abbildung 3-5: Titelbild Adbusters #97	76
Abbildung 3-6: YouTube-Videostatistik: PEACEFUL FEMALE PROTESTORS PENNED IN THE STREET AND MACED	78
Abbildung 3-7: New Facebook Occupy pages created prior to October 20th.....	81
Abbildung 3-8: Cumulative number of Facebook Occupy users.....	81





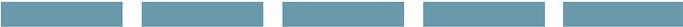
Abbildung 3-9: Twitter trends in national Occupy hashtags, based on data from Trendistic.....	82
Abbildung 3-10: Bildfälschung: Mubarak, der vorgeschobene Präsident	85
Abbildung 3-11: Bildfälschung: Originalfoto	86
Abbildung 3-12: YouTube – Suicide that sparked a revolution.....	97
Abbildung 3-13: The graph below represents Sami Ben Gharbia's network	105
Abbildung 3-14: Botschaften an Häuserwänden	108
Abbildung 3-15: Revolution 2.0: Mission Accomplished #Jan25	111
Abbildung 3-16: Raubkopierer sind Verbrecher	114
Abbildung 3-17: Das Abkommen kann zu Netzensur und einer Echtzeitüberwachung des Datenverkehrs führen.	115
Abbildung 3-18: SOPA STRIKE – Our Favourite Protesters.....	116
Abbildung 3-19: Anonymus-Masken im polnischen Parlament	119
Abbildung 3-20: ACTA Protests Worldwide - Brought to you by stoppacta-protest.info.....	121
Abbildung 3-21: Infografik Kampfroboter	126
Abbildung 4-1: Beispiel für die Dramatisierung von Fotos.....	134
Abbildung 4-2: Shepard Fairey - Poster „Obama Hope“ und „KONY 2012“	139
Abbildung 4-3: YouTube – Videostatistik zu „KONY 2012“.....	140
Abbildung 4-4: Twitteraccounts von Justin Bieber, Sean Combs und Rihanna.....	141
Abbildung 4-5: Definition Clicktivism.....	144
Abbildung 4-6: Proteste der Gruppe FEMEN auf dem World Economic Forum in Davos (Schweiz)	147
Abbildung 4-7: Räumung einer Sitzblockade an der Universität von Kalifornien (Davis): UGC und internationale Berichte	148
Abbildung 4-8: Tahrir-Platz am 10. Februar 2011: Die Welt ganze Welt als Zeuge.....	150
Abbildung 4-9: Der Ablaufprozess einer massenpsychologischen Reaktion	157
Abbildung 4-10: Online Crowds.....	160





Abbildung 4-11: Rioters attack London zoo and release animals	163
Abbildung 4-12: Die Internet-Tsunami-Spirale	167
Abbildung 4-13: Emma in Facebook	178
Abbildung 4-14: Peter Glaser - Der Schwanzhund	179
Abbildung 4-15: Tor-Netzwerk-Karte	191
Abbildung 5-1: Systeme nach Luhmann	221
Abbildung 5-2: Strukturelle Kopplung zwischen 3 ausgewählten Systemen	226
Abbildung 6-1: Policy-Making frei nach David Easton	250
Abbildung 6-2: Policy-Zyklus	250
Abbildung 6-3: Policy-Window-Modell	253
Abbildung 7-1: Die Internet-Tsunami-Spirale	270
Abbildung 7-2: Thesen zu Internet-Tsunamis – Teil 1	278
Abbildung 7-3: Thesen zu Internet-Tsunamis – Teil 2	279





8.2 Bildquellen für die Collagen

Alle erstellten Collagen unterliegen der Lizenz CC BY-SA.
(Vergl. <<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.de>>)

Kapitel 1

Graphik by Occupy World Map – CC BY 3.0

<<http://www.occupyzuerich.ch/wp-content/uploads/2011/11/OccupyWorldMap-2011-115.jpg>>

Liberte-Egalite-Fraternite

<<http://www.joeydevilla.com/2011/07/24/liberte-egalite-fraternite-surveillance/>>

Phot by Richard Gutjahr – CC BY-SA

<<http://gutjahr.biz/2011/01/kairo/>>

Photo by David Shankbone – CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/shankbone/6199349311>>

Photo by Paul Stein – CC BY-SA 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/kapkap/6189131120/>>

Photot by David Shankbone – CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/shankbone/6316778630>>

Photot by David Shankbone – CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/27865228@N06/6221497474>>

Photot by David Shankbone – CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/27865228@N06/6221505488>>

Wahlplakat Piratenpartei

<<http://kompass.im/wp-content/uploads/2011/09/religion-privatisieren-plakat-berlin.png>>

Kapitel 2

Graphic by Karin Janner – CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/karinjanner/4604406422>>

Photo by Bündnis 90/Die Grünen Nordrhein-Westfalen – CC BY-SA 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/gruenenrw/5577066063>>

Photo by Bündnis 90/Die Grünen Nordrhein-Westfalen – CC BY-SA 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/gruenenrw/5577070879>>

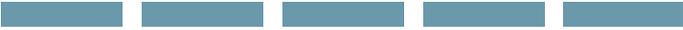


Photo by greensefa – CC BY-SA 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/greensefa/6875013439/>>

Photo by greensefa – CC BY-SA 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/greensefa/6875016109/>>

Photo by Grüne Fraktion Bayern – CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/gruenefraktionbayern/5929920094/>>

Photo by Herman (<http://zebar.de>) – CC BY-SA 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/barcoder/4551637896/>>

Photo by Jürgen Brocke - CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/29909773@N08/3916858850/>>

Photo by Justus Blümer – CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/39828563@N02/6870007413/>>

Photo by Karl-Ludwig G. Poggemann – CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/hinkelstone/5057839435/>>

Photo by Martin Schmitt – CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/foobarbaz/6858418035/>>

Photo by Maryland GovPics – CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/mdgovpics/6756487295/>>

Photo by Neuroventilator – CC BY-SA 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/neuroventilator/5687180588/>>

Photo by Piratenpartei Braunschweig – CC BY-SA 2.0

<<http://www.piratenpartei-braunschweig.de/2012/02/weder-gros-noch-klein-darf-die-vorratsdatenspeicherung-sein/>>

Photo by Sebastian Dooris – CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/sebastiandooris/6860609663/>>

Photo by Sebastian Dooris – CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/sebastiandooris/6860719597/>>

Kapitel 3

Collage by DonkeyHotey – CC BY 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/47422005@N04/6858601623/>>

Collage by Stan Dalone – CC BY-SA 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/92095273@N00/6942935023/>>



Graphic by astundnebel.at – CC BY 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/45517458@N02/6816211987/>>

Graphic by Vectorportal – CC BY 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/33678919@N07/6939031529/>>

Graphic by Vectorportal – CC BY 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/33678919@N07/6939031229/>>

Photo by David Shankbone – CC BY 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/27865228@N06/6316768946/>>

Photo by David Shankbone – CC BY 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/shankbone/6193957872/>>

Photo by David Shankbone – CC BY 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/shankbone/7291421060/>>

Photo by Jan Sefti – CC BY-SA 2.0
<<http://www.sdaj-netz.de/2011/10/arabischer-fruehling-auch-in-syrien/>>

Photo by Nora Shalaby – CC BY 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/norashalaby/6225799757/>>

Screenshot ABBUSTERS
<<http://www.adbusters.org/campaigns/occupywallstreet/>>

Screenshot GutenPlagWiki – CC BY-SA 3.0
<http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/GuttenPlag_Wiki>

Screenshot OccupyWallStreet
<<http://occupywallst.org/attendees/>>

Kapitel 4

Graphic by Ausserhofer, Maireder, Kittenberger – CC BY-SA
<<http://weblog.datenwerk.at/2012/04/02/twitterpolitik-netzwerkanalyse-und-gender-debatte/>>

Photo by David Shankbone – CC BY 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/shankbone/6157303489/>>

Photo by Justus Blümer – CC BY 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/39828563@N02/6870007413/>>

Photo by Richard Gutjahr CC BY-SA 3.0
<<http://gutjahr.biz/2011/01/kairo>>



Photo by Roberto Pasini – CC BY-SA 2.0

<<http://www.flickr.com/photos/37642844@N03/6869116253>>

Screenshot #OCCUPYTOGETHER

<<http://www.occupytogether.org/getinvolved>>

Screenshot Al Jazeera

<<http://stream.aljazeera.com/story/anti-acta-protests-spread-across-europe-0022037>>

Screenshot by isarmatrose.com – CC –BY-SA 3.0

<<http://isarmatrose.com/?tag=vorratsdatenspeicherung>>

Screenshot Facebook (We are all Khaled Said)

<<http://www.facebook.com/elshaheed.co.uk>>

Screenshot twitter (iamdiddy)

<<https://twitter.com/iamdiddy>>

Kapitel 5

Journées révolutionnaires des 5 et 6 octobre 1789 – No Copyright

<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/eb/Women%27s_March_on_Versailles01.jpg>

Leviathan by Thomas Hobbes – No Copyright

<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/db/Leviathan_gr.jpg>

Photo by Eckhard Etzold CC-BY-SA-2.0

<<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/61/BlaupunktRadio1954.jpg>>

Photo by Hans Weingartz CC BY-SA 2.0

<<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/40/ANTIAKW.jpg>>

Photo by Marco Bartoli – public domain

<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/11/Kundgebung_s21.jpg>

Photo by Mirco Heisel

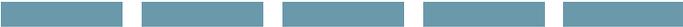
<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/de/b/b2/Verbindungen_mit_dem_Internet_Home_User.jpg>

Photo by Paolo da Reggio CC BY-SA 3.0

<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9e/Milano_galleria_piazza_duomo.jpg>

Photo by Shilova CC BY-SA 3.0

<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/1d/Student_Protest.jpg>



School of Athens, fresco by Raffaello Sanzio (1509) – No Copyright
<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/31/La_scuola_di_Atene.jpg>

Zug zum Hambacher Fest. – Teilkolorierte Federzeichnung von 1832 – No Copyright
<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/77/Hambacher_Fest_1832.jpg>

Kapitel 6

Graphic by Barbara Schwede – CC BY-SA 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/barbaraschwede/6967560590/>>

Photo by Agência Brasil – CC BY 3.0
<<http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Koehlerhorst08032007.jpg&filetimestamp=20120102235257>>

Photo by Armin Linnartz – CC BY-SA 3.0
<http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:AM_Juli_2010_-_3zu4.jpg&filetimestamp=20110814225945>

Photo by Arne Müsseler – CC BY-SA 3.0
<http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Sigmar_Gabriel_2012_Politischer_Aschermittwoch_SPD_Vilshofen_13.jpg&filetimestamp=20120516063113>

Photo by David Shankbone – CC BY 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/27865228@N06/6221497474/>>

Photo by Maurice Velati – CC BY 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/mauricevelati/7254427728/>>

Photo by Quinn Dombrowski – CC BY-SA 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/quinnanya/7624481746/>>

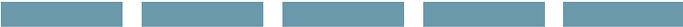
Photo by Wolfram Huke – CC BY-SA 2.0
<http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Steffen_seibert.jpg&filetimestamp=20080309224508>

Kapitel 7

Graphic by Jer Thorp – CC BY 2.0
<<http://www.flickr.com/photos/55772089@N00/4845037358/>>

Graphic by Marc Smith – CC BY 2.0
<http://www.flickr.com/photos/marc_smith/6706322829/>

Graphic by Marc Smith – CC BY 2.0
<http://www.flickr.com/photos/marc_smith/6716429175/>



Graphic by Marc Smith – CC BY 2.0

<http://www.flickr.com/photos/marc_smith/6670326297>

Photo by Freiheit statt Angst – CC BY-SA 2.0

<http://www.flickr.com/photos/freiheit_statt_angst_berlin_2008/2993698492>

Photo by HBO Central Europe – CC

<http://commons.wikimedia.org/wiki/File%3AHbo_monitoring.jpg>

Photo by Mediocrity – public domain

<http://commons.wikimedia.org/wiki/File:A_Bergfinken_105.jpg>

Photo by Suryasuharman – CC BY-SA 3.0

<http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Traffic_Monitoring.JPG>

Photos by Timo Maier

<<http://flickeflu.com/photos/37791483@N07>>



8.3 Tabellenverzeichnis

Tabelle 3-1: YouTube-Videostatistik: PEACEFUL FEMALE PROTESTORS PENNED IN THE STREET AND MACED	78
Tabelle 5-1: Beispiele für binäre Codierung.....	224

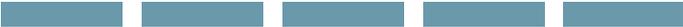


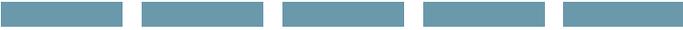


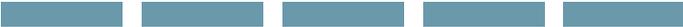
8.4 Literatur- und Quellenverzeichnis

Literatur, wissenschaftliche Artikel und Studien

- Andrews, Marc 2008: Social Campaigns: Art of Visual Persuasion: Its Rethoric, its semiotics, its rhethoric. <http://www.mahku.nl/download/m_andrews_socialcampaigns.pdf> (22.03.2012)
- Apprich, Clemens und Stadler, Felix (Hg.) 2012: Vergessene Zukunft – Radikale Netzkulturen in Europa, Bielefeld: transcript Verlag
- Atef, Noha 2011: Egyptian Social Media Stories. Revolting in the time of New Media. Vortrag auf der re:publica XI in Berlin am 14.04.2011 <<http://republica.de/11/blog/panel/egyptian-protests-and-social-media-use-in-egypt>>
- Attia, Ashraf M.; Aziz, Nergis; Friedman, Barry und Elhousseiny, Mahdy F. 2011: Commentary: The Impact of social networking tools on political change in Egypt's „Revolution 2.0“. In: Electronic Commerce Research and Applications Volume 10 (04.07.2011). Amsterdam: Elsevier Science Publishers B. V.: S. 369 - 374
- Bandelow, Nils C. und Schubert, Klaus (Hg.) 2003: Lehrbuch der Politikfeldanalyse. München, Wien: Oldenbourg
- Baringhorst, Sigrid; Kneip, Veronika; März, Annegret und Niesyto, Johanna 2010: Unternehmenskritische Kampagnen: Politischer Protest m Zeichen digitaler Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag
- Bechmann, Gotthard 2001: Die Abklärung der Aufklärung. In: Vierteljahrbuch des Deutsch-Russischen Kollegs Karlsruhe. <http://www.drkk.uni-karlsruhe.de/e-pub/vjb01_2.html>
- Bergmann, Knut 2012: Zum Verhältnis von Parlamentarismus und Protest. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APUZ 25-26/2012), Protest und Beteiligung. <<http://www.bpb.de/apuz/138279/zum-verhaeltnis-von-parlamentarismus-und-protest>>
- BITKOM (Hg.) 2011: Soziale Netzwerke: Eine repräsentative Untersuchung zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet. Zweite, erweiterte Studie. Berlin: BITKOM
- Bolz, Norbert 2002: Im Blindflug über das globale Dorf. Wie praxisnah kann eine Medientheorie sein? In: Essener Unikate 2002: Seite 42 – 49. Online: <<http://duepublico.uni-duisburg-essen.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-11469/17-Bolz.pdf>>
- Prof. Dr. sc. Burkhard, Hans-Dieter 2003: Einführung in die KI. <<http://www.ki.informatik.hu-berlin.de/lehre/ws0304/vlki-skript/Constraints-kurz.pdf>>

- 
- Burth, Hans-Peter und Görnitz, Axel 1998: Politische Steuerung: Ein Studienbuch. 2. Auflage. Opladen: Leske + Budrich
- Busch, Andreas und Hofmann, Janette 2012: Politische Vierteljahresschrift, Bd. 46 Online: <http://duplox.wzb.eu/people/jeanette/pdf/hofmann_pvs_sd_46_2012_vorwort-einleitung.pdf>
- Busemann, Katrin und Gscheidle, Christoph 2011: Web 2.0: Aktive Nutzung bleibt auf niedrigem Niveau. In: Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. In: Media Perspektiven 7-8/2011: S. 360 - 369 <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online11/07082011_Busemann_Gscheidle.pdf>
- Canetti, Elias 2003: Masse und Macht. Frankfurt am Main: Fischer Verlag, 28. Auflage
- Caren, Neal und Gaby, Sarah 2011: Occupy Online: Facebook and the Spread of Occupy Wall Street. Online: <http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID1948565_code1728460.pdf?abstractid=1943168&mirid=1>
- Castells, Manuel 2009: Communication Power. Oxford: University Press
- Castells, Manuel 2010: The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture Volume I. Second edition. West Sussex: Wiley-Blackwell Publishers
- Dittler, Ulrich und Selke, Stefan (Hg.) 2009: Postmediale Wirklichkeiten. Wie Zukunftsmedien die Gesellschaft verändern. Hannover: Heise Zeitschriften Verlag
- Doesinger, Stephan 2012: Der veröffentlichte Raum. Berlin: Merve Verlag
- Easton, David 1965: A Systems Analysis of Political Life. New York: John Wiley & Sons
- Eisel, Stefan 2011: Internet und Demokratie. Freiburg im Breisgau: Herder
- Embacher, Serge 2001: Selbstverschuldete Unmündigkeit. Überlegungen zu den normativen Grundlagen einer Kritik der Öffentlichkeit. <http://www.diss.fu-berlin.de/diss/servlets/MCRFileNodeServlet/FUDISS_derivate_000000001050/3_ZweiterTeil.pdf?hosts=>>
- Flick, Uwe; von Kardorff, Ernst und Steinke, Ines (Hg.) 2010: Qualitative Forschung: Ein Handbuch. 8. Auflage, 1. Auflage 2000, Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag
- Frees, Beate und van Eimeren, Birgit 2012: 76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituation durch mobile Endgeräte. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012. In: Media Perspektiven 7-8/2012: S. 362 – 379 <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Eimeren_Frees.pdf>

- 
- Frees, Beate und van Eimeren, Brigit 2011: Bewegtbildnutzung im Internet 2011: Mediatheken als Treiber. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011.
In: Media Perspektiven 7-8/2011: S. 350 - 359
<<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online11/FreesEimeren.pdf>>
- Frees, Beate und van Eimeren, Brigit 2011: Drei von Vier Deutschen im Netz – eine Ende des digitalen Graben in Sicht? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011.
In: Media Perspektiven 7-8/2011: S. 334 - 349
<<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online11/EimerenFrees.pdf>>
- Frenzel, Karolina; Müller, Michael und Sottong, Hermann 2004: Storytelling: Das Harun-al-Raschid-Prinzip. Die Kraft des Erzählens für Unternehmen nutzen. München Wien: Hanser Verlag.
- Fuchs, Peter 2003: Das World Wide Web ohne Technik.
<http://www.fen.ch/texte/gast_fuchs_www.htm>
- Garcia, Miguel A. 2011: The 'Cosmoholotech' Approach: The Impact of Social Media on Real-World Activism and Social Transformation. London: Richmond University
- Gerhards, Jürgen 1998: Öffentlichkeit in: Jarren, Otfried; Sarcinelli, Ulrich und Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft, Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften
- Glaser, Barney G. und Strauss, Anselm L. 2010: Grounded Theory: Strategien qualitativer Forschung. 3. Auflage, Bern: Huber Verlag
- Habermas, Jürgen 1990: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Habermas, Jürgen 1992: Faktizität und Geltung. Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Handler, Martina und Trattnigg, Rita (Hg.) 2011: Zukunft der Öffentlichkeitsbeteiligung: Chancen. Grenzen. Herausforderungen. Online:
<http://www.partizipation.at/fileadmin/media_data/Downloads/Zukunftsdiskurse-Studien/zukunft-der-oeffentlichkeitsbeteiligung.pdf#page=83>
- Hammwöhner, Rainer 2007: Qualitätsaspekte der Wikipedia.
In: kommunikation@gesellschaft 8 2007.
Online: <http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B3_2007_Hammwoehner.pdf>
- Heinrichs, Johannes 2003: Revolution der Demokratie – Eine Realutopie. Berlin: MAAS Verlag
- Heinrichs, Johannes 2005: Demokratiemanifest für die schweigende Mehrheit. Die „Revolution der Demokratie“ in Kürze. Ingolstadt: STENO Verlag



Huber, Steff 1997: Die Theorie sozialer Systeme und das Internet: 4. Soziale Systeme im Netz?
<<http://www.steff.de/netzsystem/netzsystem-03.htm#TopOfPage>>

Imhof, Kurt 2006: Der normative Horizont der Freiheit. „Deliberation“ und „Öffentlichkeit“: zwei Zentrale Begriffe der Kommunikationswissenschaft. fög discussion paper GL-2006-0006. fög-Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft. Zürich.
<http://jahrbuch.foeg.uzh.ch/publikationen/discussion%20papers/Horizont_der_Freiheit.pdf>

Jäckel, Michael 2011: Medienwirkungen: Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: Springer Wissenschaftsverlag

Jann, Werner und Wegrich, Kai 2003: Phasenmodelle und Politikprozesse: Der Policy Cycle.
In: Bandelow und Schubert (Hg.) 2003

Jungk, Robert 1988: Glaubhafte Ermutigung: zur Zukunft des kritischen Journalismus.
<http://www-a.ibit.uni-oldenburg.de/bisdoc_redirect/publikationen/bisverlag/unireden/ur21/urede21.html>

Kaufmann, Vanessa; Ritz, Claudia und Schaal, Gary S. 2012: Zwischen Ernst und Unterhaltung: Eine empirische Analyse der Motive politischer Aktivität junger Erwachsener im Internet. Hamburg: Helmut-Schmidt-Universität: S. 35
<http://www.hsu-hh.de/politiktheorie/index_XOQGM0IIQ10DTXq.html>

Keif, Echo 2012: We Are All Khaled Said: Revolution and the Role of Social Media.
<http://www.pubchoicesoc.org/papers_2012/Keif.pdf>

Kingdon, John W. 1995: Agendas, Alternatives and Public Policies. 2nd Edition, New York: Addison-Wesley Longman

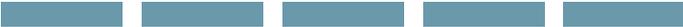
Kirckhoff, Morgens 1989: Mind Mapping: Die Synthese von sprachlichem und bildhaften Denken. 2. Auflage, 1. Auflage 1988, Berlin: Synchron Verlag.

Kluba, Markus 2002: Massenmedien und Internet – eine systemtheoretische Perspektive. In: Networx 2002 (Nr. 26)
<<http://www.mediensprache.net/de/networx/docs/networx-26.aspx>>

Knudsen, Sven-Eric 2006: Luhmann und Husserl: Systemtheorie im Verhältnis zur Phänomenologie. Würzburg: Königshausen & Neumann

Kölling, Anna 2009: Web 2.0 am Nil: Kooperation mit ägyptischen Bloggern.
<http://www.freiheit.org/webcom/show_article_bb.php/_c-617/_nr-9883/_p-1/i.html>

Korte, Karl-Rudolf 2012: Beschleunigte Demokratie: Entscheidungsstress als Regelfall. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APUZ 7/2012), Digitale Demokratie. Online:



<<http://www.bpb.de/apuz/75838/beschleunigte-demokratie-entscheidungsstress-als-regelfall?p=all>>

Krause, Detlef 2001: Luhmann-Lexikon: Eine Einführung in das Gesamtwerk von Niklas Luhmann; mit über 500 Stichworten. Stuttgart: UTB

Kruse, Peter 2011: Interview mit dem Deutschen Stifterverband: Wie verändern die neuen Medien die gesellschaftliche Wirklichkeit?
<http://www.stifterverband.info/meinung_und_debatte/2011/kruse_neue_medien_gesellschaft/index.html>

Lachenmayer, Jan 2009: Explorative Culture Analysis [ECA] – Micro Anthropology Through Storytelling, <http://www.systemic-excellence-group.com/shared/files/papers/SEgroup_Explorative_Culture_Analysis.pdf>

Lachenmayer, Jan 2011: The Future of Dubai: Exploring Society, Future Pathways, and Alternatives. <http://www.xaidialoge.de/wp-content/themes/xaidialoge/docs/FUTURE_OF_DUBAI.pdf>

Lakoff, George 2008: The Political Mind. A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and its Politics. London: Penguin Books

Leguizamón, Fernando Mauricio Garcia 2009: Vom klassischen zum virtuellen öffentlichen Raum: Das Konzept der Öffentlichkeit und ihr Wandel im Zeitalter des Internet. <www.diss.fu-berlin.de/diss/receive/FUDISS_thesis_000000015529>

Liller, Tapio und Schindler, Marie-Christine 2011: PR im Social Web: Das Handbuch für Kommunikationsprofis. Köln: O'Reilly Verlag

Lingenberg, Swantje 2010: Europäische Publikumsöffentlichkeiten. Ein pragmatischer Ansatz. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Löser, C. 2005: Systemtheorie_Luhmann.png In: Wikipedia (o. V.) 2012: Strukturelle Kopplung <http://de.wikipedia.org/wiki/Strukturelle_Kopplung> (25.05.2012)

Lohauß, Peter 2012: Weshalb es Piraten gibt. Jenseits der Sicherheit – Gesellschaftswandel und politische Erosion. In: Kommune, 30. Jahrgang, 4/2012

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

Luhmann, Niklas 1992: Die Beobachtung der Beobachter im politischen System: Zur Theorie der Öffentlichen Meinung, in: Wilke, Jürgen (Hg.) 1992

Luhmann, Niklas 2002: Die Gesellschaft der Gesellschaft. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft

- 
- Luhmann, Niklas 2004: Die Realität der Massenmedien. 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- März, Annegret 2010: Mobilisieren: Partizipation – Vom „klassischen Aktivismus“ zum Cyberprotest. In: Baringhorst, Kneip, März und Niesyto 2010
- Meyer, Thomas 2002: Mediokratie - Auf dem Weg in eine andere Demokratie? In: Aus Politik und Zeitgeschichte (B 15-16/2002), Medien und Wahlkampf.
<<http://www.bpb.de/apuz/26977/mediokratie-auf-dem-weg-in-eine-andere-demokratie?p=all>>
- Mönch, Nicolas 2012: BOTNETS: Informatik-Seminar SS2012: IT-Sicherheit. FH Wedel. Online:
<http://www.fh-wedel.de/~gb/seminare/ss2012/moench_botnets.pdf>
(13.11.2012)
- Morozov, Evgeny 2011: The Net Dellusion: How not to liberate the World. London: Allen Lane
- Niedermayer, Oskar 2011: Parteimitglieder in Deutschland: Version 2011.
<http://www.polsoz.fu-berlin.de/polwiss/forschung/systeme/empsoz/schriften/Arbeitshefte/Oskar_Niedermayer_-_Parteimitglieder_in_Deutschland__Version_2011.pdf> (14.02.2011)
- Rachbauer, Tamara 2012: Brockhaus und Wikipedia – Enzyklopädien im Wandel vom statischen Nachschlagewerk zum nutzergenerierten Lexikon: Studienarbeit. München: GRIN Verlag
- Reich, Sven; Weber, Arnd und Weinberger, Nora 2010: ITA-Monitoring „Klebrige Informationen“ (Kurzstudie). Karlsruhe: KIT
- Rohe, Karl 1994: Politik. Begriffe und Wirklichkeiten. 2. Auflage, Stuttgart: Kohlhammer
- Roth, Roland 2012: Occupy und Acampada: Vorboten einer neuen Protestgeneration? In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APUZ 25-26/2012), Protest und Beteiligung, Online:
<<http://www.bpb.de/apuz/138286/occupy-und-acampada-vorboten-einer-neuen-protestgeneration>>
- Rucht, Dieter 2012: Massen mobilisieren. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APUZ 25-26/2012), Protest und Beteiligung. <<http://www.bpb.de/apuz/138274/massen-mobilisieren>>
- Russ, Christian 2010: Online Crowds: Massenphänomene und kollektives Verhalten im Internet. Boizenburg: Verlag Werner Hülsbusch.
- Russ, Christian 2011: Persönliches Interview. Geführt von Kornelia Pfeiffer In: Volksblatt (27.08.2011)
- Salem, Fadi und Mourtada, Racha 2011: Arab Social Media Report: Civil Moments: The Impact of Facebook and Twitter. Dubai School of Governance.



<http://www.dsg.fohmics.net/en/Publication/Pdf_En/DSG_Arab_Social_Media_Report_No_2.pdf>

Scharmer, C. Otto 2007: Theory U. Cambridge: The Society for Organizational Learning

Schicha, Christian 2003: Kritische Medientheorien. In: Weber, Stefan (Hg.) 2003

Schmidt, Jan-Hinrik 2012: Das demokratische Netz? In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APUZ 7/2012), Digitale Demokratie. Online: <<http://www.bpb.de/apuz/75830/das-demokratische-netz?p=all>>

Schneider, Wolfgang Ludwig 2009: Grundlagen der soziologischen Theorie. Band 2: Garfinkel – RC – Habermas – Luhmann. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Schützeichel, Rainer 2003: Sinn als Grundbegriff bei Niklas Luhmann. Frankfurt am Main: Campus Verlag

Schwalm, Carola 1998: Globale Kommunikation. Der Wandel sozialer Beziehungen durch die Kommunikation in Computernetzwerken. Berlin: Wissenschaftlicher Verlag

Selke, Stefan 2009: Die Spur zum Menschen wird blasser: Individuum und Gesellschaft im Zeitalter der Postmedien. In: Dittler, Ulrich und Selke, Stefan (Hg.) 2009

Stadler, Felix 2012: Selbermachen statt teilnehmen. In: Apprich und Stadler (Hg.) 2012

Sunstein, Cass R. 2007: Republic.com 2.0. New Jersey: Princeton University Press

Toffler, Alvin 1980: The Third Wave. New York: Bantam Books

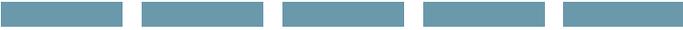
Westen, Drew 2007: The Political Brain. The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation. New York: Public Affairs

Wilke, Jürgen (Hg.) 1992: Öffentliche Meinung, Theorie, Methoden, Befunde, Beiträge zu Ehren von Elisabeth Noelle-Neumann. Freiburg (Breisgau): Alber

Windhorst, Ariane 2009: Die politische Rolle der Öffentlichkeit unter besonderer Berücksichtigung des Web 2.0. <<http://edoc.ub.uni-muenchen.de/12006/>>

Wisnewski, Gerhard 2012: Das andere Jahrbuch 2012: verheimlicht vertuscht vergessen. Was 2011 nicht in der Zeitung stand. München: Knaur Verlag

Weber, Stefan (Hg.) 2003: Theorien der Medien: Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH



Websites, Blogs, Online-Portale von Printmedien

@-web Suchmaschinen Blog (Patzwaldt, Klaus) 12.12.2011: Mehr als 555 Millionen Websites im Internet. <<http://www.at-web.de/blog/20111212/mehr-als-555-millionen-websites-im-internet.htm>> (12.05.2012)

ABC News online (Farnham, Alan) 04.10.2011: Declaration: Occupy Wall Street Says What It Wants. <<http://abcnews.go.com/Business/occupy-wall-street-declaration-york-protesters/story?id=14656653#.T-ml5Gndxo>> (27.06.2012)

Adbusters Blog (Adbusters) 13.07.2011: #OCCUPYWALLSTREET.
<<http://www.adbusters.org/blogs/adbusters-blog/occupywallstreet.html>>
(27.06.2012)

Adbusters Blog (Anonymous) 23.08.2011: Anonymous Joins #Occupy Wall Street.
<<http://www.adbusters.org/blogs/adbusters-blog/anonymous-joins-occupywallstreet.html>> (27.06.2012)

Adbusters Online (Hedges, Chris) 23.11.2011: Chris Hedges: Strategie für die Endzeit.
<<http://www.adbusters.org/magazine/96/chris-hedges-revolution-in-america-german.html>> (23.11.2011)

AK Zensur: Home <<http://ak-zensur.de/>> (05.04.2012)

Al Jazeera (o. V.) 01.02.2011: Total internet blackout in Egypt.
<<http://www.aljazeera.com/news/middleeast/2011/02/2011210459908692.html>>
(06.03.2012)

Al Jazeera (o. V.) 05.12.2010: About us, Corporate Profile.
<<http://www.aljazeera.com/aboutus/2006/11/2008525185555444449.html>>
(08.03.2012)

Al Jazeera (o. V.) 2009: MEDIA KIT <<http://www.alwataniyagroup.com/pdf/JAZEERA-MK.pdf>>
(08.03.2012)

Al Jazeera (o. V.) 2012: Uganda Speaks.
<<http://www.aljazeera.com/indepth/spotlight/ugandaspeaks/>> (23.03.2012)

Al Jazeera (o. V.) 29.01.2011: Egypt's protests in social media.
<<http://blogs.aljazeera.com/blog/middle-east/egypts-protests-social-media>>
(06.03.2012)

Al Jazeera (o. V.) 30.01.2011: Live Messages from Egypt. <<http://blogs.aljazeera.net/middle-east/2011/01/30/live-messages-egypt>> (06.03.2012)

Al Jazeera (Randeree, Bial) 11.07.2011: Inside the 'Arab Spring': Al Jazeera speaks to Sami Ben Gharbia, a Tunisian activist who co-founded the popular web portal Nawaat.



<<http://www.aljazeera.com/indepth/features/2011/07/201177101959751184.html>>
(02.03.2012)

Al Jazeera (Story) 11.02.2012: Anti-ACTA protests spread across Europe.
<<http://stream.aljazeera.com/story/anti-acta-protests-spread-across-europe-0022037>> (09.04.2012)

Alexa 2012: Top Sites: By Country: Germany. <<http://www.alexa.com/topsites/countries/DE>>

allfacebook (o. V.) 2012: Facebook Nutzerzahlen. <<http://allfacebook.de/userdata/>>
(22.03.2012)

allfacebook (o. V.) o. J.: Facebook Nutzerzahlen. <<http://allfacebook.de/userdata/>>
(22.03.2012)

allfacebook (Roth, Philipp) 2012: Facebook Nutzerzahlen 2012 in Deutschland und Weltweit.
<<http://allfacebook.de/news/facebook-nutzerzahlen-2012-in-deutschland-und-weltweit>> (17.02.2012)

Anonymous Hamburg (o. V.) 10.11.2010: Am 5 November "gegen ACTA" Demo Hamburg
<<http://hamburger-anon.blogspot.de/2010/11/am-5-november-gegen-acta-demo-hamburg.html>> (05.04.2012)

ard-zdf-onlinestudie.de 2009: Grundcharakteristik der MedienNutzerTypologie 2.0
<<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=348>> (29.10.2012)

Avaaz.org (o. V.) 2012: ACTA: Die neue Gefahr fürs Netz.
<https://secure.avaaz.org/de/eu_save_the_internet/> (05.04.2012)

Avaaz.org (o. V.) 2012: Save the Internet - the pressure is working!
<http://www.avaaz.org/en/save_the_internet_action_center_b/> (05.04.2012)

Bayerischer Rundfunk (Dambeck, Uli) 12.02.2011: Hysterie oder Notwendigkeit? Tausende demonstrieren gegen ACTA-Abkommen.
<<http://www.br.de/radio/bayern3/inhalt/ratgeber-und-geld/acta-demos-proteste100.html>> (09.04.2012)

Bayerischer Rundfunk (Pressestelle) 22.03.2012: Sven Regener im Zündfunk "... es geht immer nur gegen die Künstler."
<<http://www.br.de/pressestelle/inhalt/pressemitteilungen/zuendfunk-bayern2-regener100.html>> (09.04.2012)

Berliner Bündnis gegen das ACTA-Abkommen: Home <<http://www.stopactaBerlin.de/>>
(05.04.2012)





BILD DIGITAL (Backhaus, Michael) 13.12.2009: Schwere Tage für Gutenberg.
<<http://www.bild.de/politik/2009/afghanistan/zu-gutenberg-wegen-luftangriff-unter-druck-10801810.bild.html>> (09.11.2011)

BITKOM (o. V.) 14.07.2011: Das Web ist das wichtigste Medium unter Internetnutzern,
<http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64026_68611.aspx> (27.06.2012)

BITKOM: Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und Neue Medien e.V.:
<www.bitkom.org> (27.06.2012)

Blog von Aliaa Magda Elmahdy 2012: <<http://arebelsdiary.blogspot.de>> (11.05.2012)

boingboing (Jardin, Xeni) 18.11.2011: Police officer pepper-sprays seated, non-violent students at UC Davis. <<http://boingboing.net/2011/11/18/police-pepper-spraying-arrest.html>> (12.04.2012)

buggedplanet.info (o. V.) 2012: <<http://buggedplanet.info/>> zu finden. (27.06.2012)

bund.de (o. V.) o. J.: Der neue Personalausweis: Meine wichtigste Karte.
<https://www.ausweisapp.bund.de/pweb/kontakt/kontakt_start.do> (29.03.2012)

Bundesamt für Gesundheit BAG (Schweiz): Sentinella Grippe-Überwachung.
<http://www.bag.admin.ch/k_m_meldesystem/00736/00816/index.html?lang=de>

Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik o. J.: Was ist Anonymität?
<<https://www.bsi.bund.de/ContentBSI/Publikationen/Studien/anonym/wasistanonymitaet.html>> (20.09.2012)

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie 11/2010: Zukunftsmarkt Zivile Sicherheit – Industriepolitische Konzeption des Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. <<http://bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/XYZ/zukunftsmarkt-zivile-sicherheit,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>>

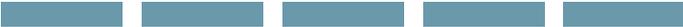
Bundeszentrale für politische Bildung (El Difraoui, Asiem) 03.11.2011: Die Rolle der neuen Medien im Arabischen Frühling.
<http://www.bpb.de/popup/popup_druckversion.html?guid=QSBCIZ> (09.03.2012)

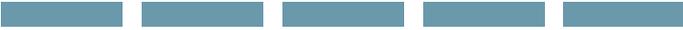
Bündnis Hamburg gegen ACTA: Home <<http://www.stoppacta-hamburg.de/>> (05.04.2012)

Bündnis STOPP ACTA: Home <<http://www.stopp-acta.info/>> (05.04.2012)

BZ Online (Reuters/dpa/dapd) 10.02.2011: Proteste in Ägypten: Live Ticker: Kein Rücktritt von Mubarak. <<http://www.bz-berlin.de/aktuell/welt/live-ficker-kein-ruecktritt-von-mubarak-article1114846.html>> (06.03.2012)

- 
- Campact (o. V.) o. J.: ACTA IM EU-PARLAMENT STOPPEN!
<<http://www.campact.de/acta/sn1/signer>> (05.04.2012)
- Carta (Redaktion) 26.02.2012: Anti-Acta-Demos: Die zweite Welle
<<http://carta.info/41663/anti-acta-demos-die-zweite-welle/>> (09.04.2012)
- CBS News online (o. V.) 17.09.2011: Protesters in N.Y.C. blast money in politics.
<http://www.cbsnews.com/2100-201_162-20107772.html> (27.06.2012)
- Chaos Computer Club e. V. (o. V.) 08.10.2011: Chaos Computer Club analysiert Staatstrojaner.
<<http://ccc.de/de/updates/2011/staatstrojaner>> (27.06.2012)
- Chaos Computer Club e. V. (zas) 29.03.2012: Antwort auf den offenen Brief der Tatort-Drehbuchschreiber. <<http://ccc.de/updates/2012/drehbuchautoren>> (25.05.2012)
- Cicero ONLINE (Kruse, Peter) 11.02.2011: Revolution 2.0 - Facebook und die Mobilisierung von Gesellschaften. <<http://www.cicero.de//salon/revolution-20-facebook-und-die-mobilisierung-von-gesellschaften/41577>> (13.12.2011)
- CIO (Pelkmann, Thomas) 30.08.2011: Hadoop im Benchmark-Test.
<<http://www.cio.de/knowledgecenter/bi/2284443/>> (12.05.2011)
- Clicktivism (White, Micah) 2010: What is Clicktivism. <<http://www.clicktivism.org>> (12.04.2012)
- CNN online (Karimi, Faith und Sterling, Joe) 15.10.2011: Occupy protests spread around the world; 70 injured in Rome. <<http://edition.cnn.com/2011/10/15/world/occupy-goes-global/index.html>> (27.06.2012)
- CNN online (Pepitone, Julianne) 27.09.2011: Hundreds of protesters descend to 'Occupy Wall Street'.
<http://money.cnn.com/2011/09/17/technology/occupy_wall_street/index.htm> (27.06.2012)
- CNN online (Wedeman, Ben) 17.09.2010: Altered photograph in Egyptian newspaper continues to make waves. <http://articles.cnn.com/2010-09-17/world/egypt.altered.photo_1_president-hosni-mubarak-wael-khalil-middle-east-peace?_s=PM:WORLD> (21.02.2012)
- Computer Bild.de (o. V.) 2011: Tor-Browser-Paket: Screenshots.
<<http://www.computerbild.de/download/Tor-Browser-Paket-5270217-screenshots.html>> (29.03.2012)
- comScore 2011: It's a Social World: Top 10 Need-to-Knows About Social Networking and Where It's Headed.
<http://www.comscore.com/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2011/it_is_a_social_world_top_10_need-to-knows_about_social_networking> (22.03.2012)

- 
- Crowdsourcing (Steuer, Philipp) 10.01.2012: Crowdturfing – Die dunkle Seite von Crowdsourcing.
<<http://www.crowdsourcingblog.de/blog/2012/01/10/crowdturfing-die-dunkle-seite-von-crowdsourcing/>> (09.05.2012)
- DasErste.de (Kron, Norbert) 29.05.2011: Rückschau: Oben ohne gegen den Staat: Die ukrainische Protestbewegung „Femen“.
<http://www.daserste.de/ttt/beitrag_dyn~uid,laifjytkmmv6dv~cm.asp> (12.04.2012)
- datenschutzraum e. V. (Guthausen, Frank) 2011: Digitale Aufrüstung: TOR.
<<http://www.datenschutzraum.de/blog/2011/12/29/digitale-aufruestung-tor/>> (29.03.2012)
- Der Bundeswahlleiter 2010: Bundestagswahlen (Statistik)< <http://www.bundeswahlleiter.de/>> (17.02.2012)
- der Freitag (Knobloch, Peter) 14.03.2012: Kolumne #14 – Kony 2012: Was zählt, ist die Story.
<<http://www.freitag.de/community/blogs/peter-knobloch/kolumne-14--kony-2012-was-zaehlt-ist-die-story>> (23.03.2012)
- Der Landesbeauftragte für den Datenschutz Niedersachsen (Robra, Uwe) o. J.: Anonymität im Internet.
<http://www.lfd.niedersachsen.de/live/live.php?navigation_id=13023&article_id=55988&_psmand=48> (26.03.2012)
- DER WESTEN (Scheib, Katrin) 01.02.2011: Twitter und Google machen Ägyptens Proteste hörbar.
<<http://www.derwesten.de/politik/twitter-und-google-machen-aegyptens-proteste-hoerbar-id4231426.html>> (06.03.2012)
- derStandard.at (Doesinger, Stephan) 21.09.2010: Willkommen im veröffentlichten Raum.
<<http://derstandard.at/1285042380823/Kommentar-der-anderen-Willkommen-im-veroeffentlichten-Raum>> (11.05.2012)
- Deutsche Welle Online (Griebeler, Monika und Moog, Insa) 15.10.2011: Occupy Germany: Proteste auf den Straßen. <<http://www.dw.de/dw/article/0,,15463496,00.html>> (26.06.2011)
- Deutsche Welle Online (o. V.) 2012: The BOBs: History. Gewinner 2011.
<<http://thebobs.com/deutsch/category/history/?year=history-2011>> (27.02.2012)
- DIE RAVEN HOMPAGE (o. V.) 2006, 2007: Verfolgung von Tor Ausgangsrouten Betreibern.
<<http://hp.kairaven.de/bigb/asurf8.html>> (29.03.2012)



Digitale Gesellschaft (Beckedahl, Markus) 20.06.2012: HOW-TO: WIE BAUT MAN EINE ANTI-ACTA-KAMPAGNE? <<http://digitalegesellschaft.de/2012/06/how-to-wie-baut-man-eine-anti-acta-kampagne/>> (10.07.2012)

Digitale Gesellschaft 2012: ACTA STOPPEN. <<http://digitalegesellschaft.de/portfolio-items/acta-stoppen/>> (05.04.2012)

Digitale Gesellschaft 2012: ACTA stoppen. <<http://digitalegesellschaft.de/portfolio-items/acta-stoppen/>> (05.04.2012)

Digitale Gesellschaft 2012: ACTA: Häufig gestellte Fragen. <<http://digitalegesellschaft.de/2012/02/acta-haufig-gestellte-fragen/>> (05.04.2012)

Digitale Gesellschaft 2012: Home <<http://digitalegesellschaft.de/>> (05.04.2012)

Digitale Gesellschaft 2012: Stopp ACTA! <<http://acta.digitalegesellschaft.de>> (05.04.2012)

Duden o. J.: Anonymität. Online: <<http://www.duden.de/rechtschreibung/Anonymitaet>> (20.09.2012)

European Parliament 07.03.2012: ACTA: how it started and how it will end. <<http://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/content/20120302STO39868/html/ACTA-how-it-started-and-how-it-will-end>> (09.04.2012)

Facebook 2012: Al Jazeera Channel. <<http://www.facebook.com/aljazeerachannel>> (08.03.2012)

Facebook 2012: Al Jazeera English. <<http://www.facebook.com/aljazeera>> (08.03.2012)

Facebook 2012: EMMA <<http://www.netzwelt.de/news/90142-facebook-zensur-emma-titelbild-netz-genommen.html>> (11.05.2012)

Facebook 2012: Invisible Children. <<http://www.facebook.com/invisiblechildren>> (23.03.2012)

Facebook 2012: KONY 2012. <<http://www.facebook.com/KONY20121>> (23.03.2012)

Facebook 2012: Onlineaktivisten.de. <<https://www.facebook.com/Onlineaktivisten.de>> (05.04.2012)

Facebook 2012: Standards der Facebook-Gemeinschaft. <<https://www.facebook.com/communitystandards>> (11.05.2012)

Fairey, Shepard 2008: Obama Hope. <<http://www.shepardfaireyprints.com/all-shepard-fairey-prints/>> (23.03.2012)



Fairey, Sheapard 2012: KONY 2012. <<http://evewithoutadam.net/blog/category/causes-charity>> (23.03.2012)

Femen.org: Home <<http://femen.org>> (12.04.2012)

Financial Times Deutschland online (dpa) 11.12.2012: Tausende protestieren gegen Anti-Piraterie-Abkommen ACTA. <<https://www.ftd.de/it-medien/medien-internet/:bundesweite-grossdemonstrationen-tausende-protestieren-gegen-anti-piraterie-abkommen-acta/60167439.html>> (05.04.2012)

Financial Times Deutschland online (Steinmann, Thomas) 13.12.2010: Paarlauf an die Front. <<http://www.ftd.de/politik/deutschland/:afghanistan-reise-paarlauf-an-die-front/50205148.html>> (21.11.2011)

FM4.ORF.at (Moeschel, Erich) 2012: Technische Hilfe für Nahost-Diktaturen. <<http://fm4.orf.at/stories/1694652/>>

FOCUS ONLINE (dpa) 10.03.2011: Umfrage: Guttenberg weiter beliebtester Politiker. <http://www.focus.de/politik/deutschland/parteien-umfrage-guttenberg-weiter-beliebtester-politiker_aid_607406.html> (10.11.2011)

FOCUS ONLINE (gxs/APD) 06.01.2010: Umfrage – Guttenberg dicht hinter Merkel. <http://www.focus.de/politik/weitere-meldungen/beliebtheitskala-umfrage-guttenberg-dicht-hinter-merkel_aid_468374.html> (10.11.2011)

FOCUS ONLINE (jd/dpa) 07.03.2011: Facebook-Freunde versagen auf der Straße. <http://www.focus.de/digital/internet/facebook/karl-theodor-zu-guttenberg-facebook-freunde-versagen-auf-der-strasse_aid_606288.htm> (12.12.2011)

FOCUS ONLINE (o. V.) 25.11.2009: Apple sperrt iPhone-App von stern.de. <http://www.focus.de/digital/handy/iphone/erotik-bilder-apple-sperrte-iphone-app-von-stern-de_aid_457428.html> (11.05.2012)

FOX News online (o. V.) 02.10.2012: 700 arrested after Wall Street Protest on Brooklyn Bridge. <<http://www.foxnews.com/us/2011/10/01/500-arrested-after-wall-street-protest-on-nys-brooklyn-bridge/>> (24.06.2012)

Frankfurter Allgemeine online (dpa/AFP) 15.10.2011: Über 100.000 „Empörte“ protestieren in Rom. <<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/krawalle-ueber-100-000-empoerte-protestieren-in-rom-11494751.html>> (26.06.2011)

Frankfurter Allgemeine online (Hahnfeld, Michael) 16.12.2010: Einer flog über das Wespennest. <<http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/2.1756/guttenberg-bei-kerner-einer-flog-ueber-das-wespennest-11087032.html>> (23.11.2011)

Fraunhofer IAIS 2012: DICODE. <<http://www.iais.fraunhofer.de/dicode.html>> (16.03.2012)



Friedrich-Ebert-Stiftung 2011: Menschenrechtspreis 2011: Slim Amamou, Tunesien und Khaled Said (1982-2010), Ägypten.
<http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2066367_2066369_2066437,00.html> (27.02.2012)

Futurezone.at (Futurezone) 19.04.2011: Dropbox legt Daten für US-Behörden offen
<<http://futurezone.at/produkte/2774-dropbox-legt-daten-fuer-us-behoerden-offen.php>> (11.05.2012)

Futurezone.at (Glaser, Peter) 03.03.2012: Facebook und der Schwanzhund
<<http://futurezone.at/meinung/7787-facebook-und-der-schwanzhund.php>> (11.05.2012)

Gawker (Chen, Adrian) 16.02.2012: Inside Facebook's Outsourced Anti-Porn and Gore Brigade, Where 'Camel Toes' are More Offensive Than 'Crushed Heads'.
<<http://gawker.com/5885714/inside-facebooks-outsourced-anti+porn-and-gore-brigade-where-camel-toes-are-more-offensive-than-crushed-heads>> (11.05.2012)

gettyimages (Wong, Alex) 2010: Obama, Mideast Leaders Deliver Statements On Peace.
<<http://www.gettyimages.de/detail/nachrichtenfoto/egyptian-president-hosni-mubarak-israeli-prime-nachrichtenfoto/103775563>> (03.04.2012)

Gilad Lotan 24.01.2011: #Sidibouid Twitter Hashtag: an analysis of the people spreading the news. <<http://giladlotan.com/blog/sidibouid-twitter-hashtag-an-analysis-of-the-people-spreading-the-news/>> (02.03.2012)

globalpost (Jensen, Jon) 16.05.2011: The making of a martyr: truth or legend?
<<http://www.globalpost.com/dispatch/news/regions/africa/110516/tunisia-martyr-mohamed-bouazizi>> (23.02.2012)

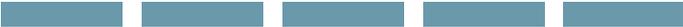
GlobalVoice: Home. <<http://globalvoicesonline.org/>> (27.02.2012)

golem.de (Ihlenfeld, Jens) 27.01.2012: Twitter führt länderspezifische Zensurinfrastruktur ein.
<<http://www.golem.de/1201/89358.html>> (20.10.2012)

golem.de (o. V.) 2006: Staatsanwaltschaft beschlagnahmt Anonymisierungsserver: Durch deutsche Tor-Server sollen Kinderpornos geschleust worden sein.
<<http://www.golem.de/0609/47702.html>> (29.03.2012)

Google: Maps: ACTA Protests Worldwide - Brought to you by stoppacta-protest.info.
<<http://maps.google.com/maps/ms?msid=212120558776447282985.0004b7b33e16f13c710c7&msa=0>> (09.04.2012)

Google+ (FEMEN) 28.12.2012: FEMEN at Davios Forum.
<<https://plus.google.com/photos/109212741590298158848/albums/5702655716531227073?hl=en>> (12.04.2012)



Grimme Institut Online (o. V.) 2011: Grimme Online Award: Preisträger 2011: Begründung der Jury. <<http://www.grimme-institut.de/html/index.php?id=1344>> (29.11.2011)

gutjahrs (verschiedene Autoren) 2012: <<http://gutjahr.biz/2012/01/50-wulff-filme>> (27.04.2012)

Handelsblatt online (Dörner, Stephan und Sawalls, Achim) 31.01.2011: Ägypten Offline. Wie Mubarak das Internet abschalten ließ.
<<http://www.handelsblatt.com/technologie/it-tk/it-internet/aegypten-offline-wie-mubarak-das-internet-abschalten-liess/3820280.html>> (29.05.2012)

Handelsblatt online (dpa/rtr/afp) 06.10.2011: Tausende ‚ausgeraubte‘ US-Bürger gehen auf die Straße. <<http://www.handelsblatt.com/politik/international/occupy-wall-street-tausende-ausgeraubte-us-buerger-gehen-auf-die-strasse/4689874.html>> (27.06.2011)

heise online (Bager, Jo; dpa) 18.01.2012: SOPA-Protest: Blackout gegen Zensur.
<<http://www.heise.de/newsticker/meldung/SOPA-Protest-Blackout-gegen-Zensur-1415184.html>> (05.04.2012)

heise online (Campell, Duncan) 2000: Inside Echelon: Zur Geschichte, Technik und Funktion des unter dem Namen Echelon bekannten globalen Abhör- und Filtersystems.
<<http://www.heise.de/tp/artikel/6/6928/1.html>> (27.03.2012)

heise online (Duwe, Silvio) 02.06.2012: Europäische Kommission will Bürgerinitiative gegen Atomkraft nicht zulassen. <<http://www.heise.de/tp/artikel/37/37042/1.html>> (28.06.2012)

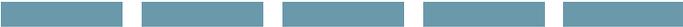
heise online (Glaser, Peter) 03.11.2011: Der digitale Katalysator.
<<http://www.heise.de/tr/blog/artikel/Der-digitale-Katalysator-1182006.html>> (21.02.2012)

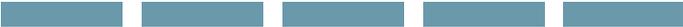
heise online (Holland, Martin; dpa) 26.01.2012: Europäische Union unterzeichnet ACTA UPDATE.
<<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Europaeische-Union-unterzeichnet-ACTA-1422621.html>> (05.04.2012)

heise online (Köhler, Katrin und Weber-Wulff, Deborah) 2011: Kopienjäger.
<<http://www.heise.de/ix/artikel/Kopienjaeger-1245288.html>> (27.11.2011)

heise online (Krempel, Stefan und Kuri, Jürgen) 04.07.2012: EU-Parlament beerdigt ACTA.
<<http://www.heise.de/newsticker/meldung/EU-Parlament-beerdigt-ACTA-1632071.html>> (09.07.2012)

heise online (Kuri, Jürgen) 27.03.2012: EU-Kommission hält unbeirrt an ACTA fest UPDATE.
<<http://www.heise.de/newsticker/meldung/EU-Kommission-haelt-unbeirrt-an-ACTA-fest-1484212.html>> (09.04.2012)

- 
- heise online (Mannsmann, Urs) 12.02.2012: Europäische Kommission zeigt sich von ACTA-
Protesten unbeeindruckt.
<<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Europaeische-Kommission-zeigt-sich-von-ACTA-Protesten-unbeeindruckt-1433102.html>> (05.04.2012)
- heise online (Mattke, Sascha und Pollock, John) 2011: Die Technik des Aufstands.
<<http://www.heise.de/tr/artikel/Die-Technik-des-Aufstands-1364854.html>>
(14.02.2012)
- heise online (Pany, Thomas) 23.01.2003: In der Hölle.
<<http://www.heise.de/tp/artikel/14/14020/1.html>> (21.02.2012)
- heise online (Rötzer, Florian) 08.09.2011: Wie erkennt man zukünftige Ereignisse?
<<http://www.heise.de/tp/artikel/35/35459/1.html>> (10.06.2012)
- heise online (Simonite, Tom) 13.12.2011: Das Geschäft mit dem Crowdturfing.
<<http://www.heise.de/tr/artikel/Das-Geschaeff-mit-dem-Crowdturfing-1394104.html>> (08.05.2012)
- heise online (Stieler, Wolfgang) 30.09.2011: "Die Opposition war immer da".
<<http://www.heise.de/tr/artikel/Die-Opposition-war-immer-da-1349405.html>>
(23.02.2012)
- heise online (Stumberger, Rudolf) 09.01.2012: Wie neue Medien den Informationsfluss und
damit die Gesellschaft verändern,
<<http://www.heise.de/tp/artikel/36/36100/1.html>> (28.06.2012)
- heise online (Zota, Volker) 29.01.2012: ACTA sorgt in Polen angeblich für Massenproteste.
<<http://www.heise.de/newsticker/meldung/ACTA-sorgt-in-Polen-angeblich-fuer-Massenproteste-1424165.html>> (05.04.2012)
- IARPA 23.08.2011: Open Source Indicators (OSI) Program Broad Agency Announcement.
<https://www.fbo.gov/index?s=opportunity&mode=form&id=cf2e4528d4cbe25b31855a3aa3e1e7c9&tab=core&_cview=0> (10.06.2012)
- Indiskretion Ehrensache (Knüwer, Thomas) 24.02.2012: Generation der Verbrecher.
<<http://www.indiskretionehrensache.de/2012/02/acta-jugend/>> (05.04.2012)
- Infratest dimap (o. V.) 2010: Zwei Drittel sehen in Guttenberg ein Vorbild für andere Politiker.
<<http://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/umfragen/aktuell/zwei-drittel-sehen-in-guttenberg-ein-vorbild-fuer-andere-politiker/>> (10.11.2011)
- Initiative D21 2011: (N)Onliner Atlas 2011: Eine Topographie des digitalen Grabens durch
Deutschland <<http://www.nonliner-atlas.de/>> (22.03.2012)



INVISIBLE CHILDREN 2012: KONY 2012: INVISIBLE CHILDREN. <<http://www.invisiblechildren.com/>>
(22.03.2012)

Junge Piraten e. V. (o. V.) o. J.: STOP ACTA: Was ist ACTA? Petition. <<http://acta.jungepiraten.de/>> (05.04.2012)

Just Taking Pictures (Just) 11.02.2012: ANTI-ACTA-PROTEST BERLIN – 11.2.2012.
<<http://just.ekosystem.org/BLOG/?p=3517>> (09.04.2012)

kickstarter.com 2011: Occupy Wall Street Media.
<<http://www.kickstarter.com/projects/610964639/occupy-wall-street-media>>
(24.06.2012)

La Quadratur du Net: Home <<http://www.laquadrature.net/>> (05.04.2012)

La Quadrature du Net: Infographic Remix: ACTA, Lethal Weapon Against your Rights!
<<http://www.laquadrature.net/node/4959>> (09.04.2012)

LE MONDE online (Beinin, Joel) 09.05.2008: Hunger und Zorn in Ägypten. <<http://www.monde-diplomatique.de/pm/2008/05/09.mondeText.artikel,a0002.idx,1>> (27.02.2012)

Leibniz Universität Hannover (o. V.) 04.02.2012: Opinion of European Academics on ACTA.
<<http://www.iri.uni-hannover.de/acta-1668.html>> (05.04.2012)

MedienKulturWiki (Großmann, Stefan und Grote, Lion) 2008: Digitalisierung. <<http://www.uni-lueneburg.de/medienkulturwiki/medienkulturwiki2/index.php/Digitalisierung>>
(07.05.2012)

Ministry of Foreign Affairs of Japan (o. V.) 26.01.2012: Signing Ceremony of the EU for the Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA) (Outline)
<http://www.mofa.go.jp/policy/economy/i_property/acta1201.html>
(05.04.2012)

NATIONAL POST online (Reuters) 13.10.2011: George Soros did not fund Occupy Wall Street: spokesman. <<http://news.nationalpost.com/2011/10/13/did-george-soros-fund-occupy-wall-street/>> (29.06.2012)

NEON Online (Schwenke Philipp) 13.01.2012: Mal ganz offen: Partyfotos, Kundendaten, Street View: Das digitale Zeitalter löst die Privatsphäre auf. Der US-Professor Jeff Jarvis findet das völlig in Ordnung. <<http://www.neon.de/artikel/freie-zeit/computer-internet/mal-ganz-offen/822434>> (10.06.2012)

Nerdcore (Walter, René) 09.02.2012: Reminder: Am Samstag europaweiter Aktionstag und bundesweite Demos gegen ACTA.
<<http://www.crackajack.de/2012/02/09/reminder-morgen-europaweiter-aktionstag-und-bundesweite-demos-gegen-acta/>> (05.04.2012)



Nerdcore (Walter, René) 11.02.2012: Anti-ACTA-Demo in Berlin (UPDATE).
<<http://www.crackajack.de/2012/02/11/anti-acta-demo-in-berlin/>> (09.04.2012)

netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 25.09.2010: Astroturfing bei Stuttgart 21.
<<http://netzpolitik.org/2010/astroturfing-bei-stuttgart-21/>> (09.05.2012)

netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 04.07.2012: ACTA: Wir haben das Unmögliche möglich gemacht! <<https://netzpolitik.org/2012/acta-wir-haben-das-unmoegliche-moeglich-gemacht/>> (10.07.2012)

netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 05.02.2012: Erste Infos zur Anti-ACTA-Demonstration in Berlin
<<http://netzpolitik.org/2012/erste-infos-zur-anti-acta-demonstration-in-berlin/>> (05.04.2012)

netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 06.04.2012: Kreativ werden gegen ACTA.
<<http://netzpolitik.org/2012/kreativ-werden-gegen-acta/>> (05.04.2012)

netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 08.02.2012: Youtube-Stars gegen ACTA.
<<http://netzpolitik.org/2012/youtube-stars-gegen-acta/>> (05.04.2012)

netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 13.02.2012: Reaktionen auf die ACTA-Proteste.
<<http://netzpolitik.org/2012/reaktionen-auf-die-acta-proteste/>> (09.04.2012)

netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 15.02.2012: Stopp ACTA: Frag Deine/n
Europaabgeordnete/n! <<http://netzpolitik.org/2012/stopp-acta-frag-deinen-europaabgeordneten/>> (05.04.2012)

netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 17.02.2012: Aufruf: Du gegen ACTA!
<<http://netzpolitik.org/2012/aufruf-du-gegen-acta/>> (05.04.2012)

netzpolitik.org (Beckedahl, Markus) 26.01.2012: Anonymous demonstriert im polnischen
Parlament gegen ACTA. <<http://netzpolitik.org/2012/anonymous-demonstriert-im-polnischen-parlament-gegen-acta/>> (05.04.2012)

Netzwelt.de (Demgen, Annika) 05.01.2012: Facebook-Zensur: EMMA-Titelbild vom Netz
genommen. <<http://www.netzwelt.de/news/90142-facebook-zensur-emma-titelbild-netz-genommen.html>> (11.05.2012)

Netzwelt.de (Kluczniok, Jan) 18.03.2011: Cyber War: US-Armee will Social Media mit Fake-
Profilen manipulieren. <<http://www.netzwelt.de/news/86002-cyber-war-us-armee-will-social-media-fake-profilen-manipulieren.html>> (09.05.2012)

n-tv (dpa/ADP) 30.01.2011: „Gorch Fock“ segelt gen Heimat: Breite Kritik an Guttenberg.
<<http://www.n-tv.de/politik/Gorch-Fock-segelt-gen-Heimat-article2489911.html>>
(10.11.2011)



n-tv (Wedekind, Klaus) 19. 01.2012: Europa verpennt eigenes SOPA: ACTA bedroht Netz-Freiheit. <<http://www.n-tv.de/technik/Europa-verpennt-eigenes-SOPA-article5264981.html>> (05.04.2012)

NZZ Online (Bergmann, Kristina) 22.09.2010: Mubarak sieht sich immer gerne vorne. <http://www.nzz.ch/nachrichten/politik/international/mubarak_sieht_sich_immer_gerne_ganz_vorne_1.7642978.html> (17.02.2012)

NZZ Online (Stauffer, Beat) 23.01.2011: Held der tunesischen Revolution. <http://www.nzz.ch/nachrichten/politik/international/held_der_tunesischen_revolution_1.9185109.html> (23.02.2012)

Office of the United States Representative. Executive Office of the President 01.10.2011: Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA). <<http://www.ustr.gov/acta>> (05.04.2012)

Papyrus Magazin online (Affifi, Christa) 2004: "Egypt goes smart" - Besuch im "Smart Village", dem zukünftigen IT-Knotenpunkt Ägyptens, am Stadtrand von Kairo. <http://papyrus-magazin.de/archiv/2003_2004/mai/smart_village.html> (17.02.2012)

Pflasterstrand (Nils Bremer) 2009: Habermas und das Internet. <<http://www.pflasterstrand.net/blog/kultur/habermas-und-das-internet/>> (25.05.2012)

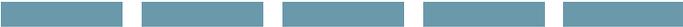
Pixelmeachnics (Rohrmüller, Michael) 10.09.2010: Viralität im Internet - ein kleiner Stein schlägt grosse Wellen. <<http://pixelmechanics.de/pm-blog/item/204-viralit%C3%A4t-im-internet-ein-kleiner-stein-schl%C3%A4gt-grosse-wellen>> (09.05.2012)

PoliticusUSA (Anomaly100) (28.10.2011: Sgt. Shamar Thomas Is Back And He Brought The Marines With Him To #OWS. <<http://www.politicususa.com/thomas-marines-ows/>> (12.04.2012)

PRAVDA TV (o. V.) 06.05.2012: FBI will Abhör-Schnittstellen in Online-Kommunikationsdiensten. <<http://pravdatvcom.wordpress.com/2012/05/06/fbi-will-abhor-schnittstellen-in-online-kommunikationsdiensten/>> (11.05.2012)

Presstext (pte) 15.12.2011: Social-Media: Beeinflussung bringt Millionen: Crowdsourcing-Plattformen ermöglichen Manipulation im großen Stil. <<http://www.presstext.com/#news/20111215003>> (13.06.2012)

REUTERS online (Egan, Mark; Nichols, Michelle) 13.10.2011: Who's behind the Wall Street protests. <<http://www.reuters.com/article/2011/10/14/us-wallstreet-protests-origins-idUSTRE79C1YN20111014>> (29.06.2012)



Rhein-Zeitung (Schwarze, Marcus) 05.03.2011: Gutenberg-Seite bei Facebook ein Fake? Ein exklusiver Blick in die Statistik. <<http://blog.rhein-zeitung.de/?p=14083>> (12.12.2011)

rLOVEution 2012: Proteste gegen #ACTA, #VS, #Scientology, ...: <<http://www.rloveution.de/?r=cw>> (05.04.2012)

Salvadori, Rubens (o. J.): Photography <<http://www.rubensalvadori.com>> (29.03.2012)

Scribd (Gawker) 16.02.2012: Abuse Standards 6.2: Operation Manual For Live Content Moderators. <<http://www.scribd.com/gawker/d/81877124-Abuse-Standards-6-2-Operation-Manual>> (11.05.2012)

Scribd (Kruse, Peter) 2010:What's next?: Wie die Netzwerke Wirtschaft und Gesellschaft revolutionieren. <<http://de.scribd.com/doc/29900810/republica2010>> (17.10.2012)

Sicherheitskultur.at (Reiser, Christian und Schaumann, Philipp) 2011: Die Bedrohung der Privatsphäre (Privacy). <<http://sicherheitskultur.at/privacy.htm>> (29.03.2012)

Socialbakers 2012: Egypt Facebook Statistics. <<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/egypt>> (02.03.2012)

Socialbakers 2012: Facebook Statistics by Country. <<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>> (22.03.2012)

SocialFlow (Lotan, Gilad) 14.03.2012: [Data Viz] KONY2012: See How Invisible Networks Helped a Campaign Capture the World's Attention. <<http://blog.socialflow.com/post/7120244932/data-viz-kony2012-see-how-invisible-networks-helped-a-campaign-capture-the-worlds-attention>> (23.03.2012)

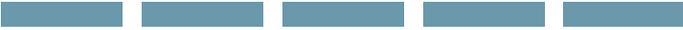
SOPA STRIKE 2011: VICTORY! <<http://sopastrike.com/>> (05.04.2012)

SOPA STRIKE 2011: VICTORY! CONFIRMED PARTICIPANTS. <<http://sopastrike.com/on-strike/>> (05.04.2012)

SOPA STRIKE 2012: THE JANUARY 18 BLACKOUT / STRIKE: IN NUMBERS AND SCREENSHOTS. <<http://sopastrike.com/numbers/>> (05.04.2012)

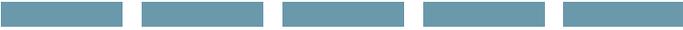
SOPA STRIKE 2012: VICTORY! UNFILTERED STRIKE LIST. <<http://sopastrike.com/on-strike/>> (05.04.2012)

SPIEGEL ONLINE (AP) 27.01.2012: Anonymous: Polnische Abgeordnete tragen Guy-Fawkes-Maske. <<http://www.spiegel.de/fotostrecke/fotostrecke-77904.html>> (05.04.2012)

- 
- SPIEGEL ONLINE (Becker, Sven) 02.09.2011: Teure Websites: Regierung scheitert am Bürgerdialog. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/teure-websites-regierung-scheitert-am-buergerdialog-a-783532.html>> (02.06.2012)
- SPIEGEL ONLINE (Bidder, Benjamin) 10.08.2012: Netzprotest gegen Lukaschenko: Weißrusslands gescheiterte Web-Revolution. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/weissrussland-wie-lukaschenko-die-netzrevolte-niederschlag-a-846379.html>> (17.10.2012)
- SPIEGEL ONLINE (dkr) 31.01.2012: Visum verweigert: Touristen dürfen wegen Twitter-Blödelei nicht in die USA. <<http://www.spiegel.de/reise/aktuell/visum-verweigert-touristen-duerfen-wegen-twitter-bloedelei-nicht-in-die-usa-a-812494.html>> (11.05.2012)
- SPIEGEL ONLINE (Fischer, Sebastian und Gathmann, Florian) 08.12.2009: Popstar Gutfreund patzt <<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,665892,00.html>> (09.11.2011)
- SPIEGEL ONLINE (Gebauer, Matthias) 27.10.2009: Feuerprobe für den Superstar. <<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,657642,00.html>> (09.11.2011)
- SPIEGEL ONLINE (Gebauer, Matthias; Medick, Veit und Wittrock, Philipp) 14.12.2010: Minister für PR und Pathos. <<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,734517,00.html>> (21.11.2011)
- SPIEGEL ONLINE (hen/dpad) 16.10.2010: Gutfreund wundert sich über Gutfreund-Hype. <<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,723524,00.html>> (08.11.2011)
- SPIEGEL ONLINE (jjc/AFP) 06.11.2011: Barbusiger Protest auf dem Petersplatz. <<http://www.spiegel.de/panorama/0,1518,796178,00.html>> (12.04.2012)
- SPIEGEL ONLINE (Lischka, Konrad) 30.08.2011: Überwachung in Libyen: Reporter finden Hinweise auf westliche Spähtechnik. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/ueberwachung-in-libyen-reporter-finden-hinweise-auf-westliche-spaehtechnik-a-783303.html>> (27.06.2012)
- SPIEGEL ONLINE (Lischka, Konrad; lis/dpa) 10.02.2012: Copyright-Pakt: Deutschland verschiebt Acta-Ratifizierung. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,814527,00.html>> (05.04.2012)
- SPIEGEL ONLINE (Lobo, Sascha) 13.03.2012: Die größte digitale Lüge. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/die-grosse-agb-luege-im-internet-a-820864.html>> (11.05.12)
- SPIEGEL ONLINE (Patalong, Frank) 16.01.2009: „Da ist ein Flugzeug im Hutson River. Verrückt.“ <<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,601588,00.html>> (10.02.2012)

- 
- SPIEGEL ONLINE (Patalong, Frank) 31.01.2011: Abgeschalteter Sender: Al-Dschasira bittet Blogger um Hilfe.
<<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,742574,00.html>> (06.03.2012)
- SPIEGEL ONLINE (Putz, Ulrike) 23.01.2011: Was vor Mohammeds Martyrium geschah.
<<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,740901,00.html>> (23.02.2012)
- SPIEGEL ONLINE (Reinbold, Fabian und Reißmann, Ole) 05.03.2011: Guttenberg-Gegner verhöhnern Guttenberg-Fans.
<<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,749271,00.html>> (12.12.2011)
- SPIEGEL ONLINE (Reinbold, Fabian) 16.09.2010: Mubarak, der vorgeschobene Präsident.
<<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,717867,00.html>> (17.02.2012)
- SPIEGEL ONLINE (Rohr, Mathieu von) 14.03.2011: Mohammeds Früchte.
<<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-77435198.html>> (23.02.2012)
- SPIEGEL ONLINE (Schultz, Stefan) 08.02.2011: "Dann betest du, dass die draußen sich an dich erinnern". <<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,744264,00.html>> (08.02.2012)
- SPIEGEL ONLINE (sto/AFP/dpa) 11.02.2012: Umstrittenes Acta-Abkommen: Zehntausende demonstrieren gegen Copyright-Pakt.
<<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,814718,00.html>> (09.04.2012)
- SPIEGEL ONLINE (Stöcker, Christian) 26.03.2012: Ohne Anonymität keine Freiheit.
<<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,823733,00.html>> (29.03.2012)
- SPIEGEL ONLINE (Waehlich, Nathalie; ddp) 27.11.2003: „Raubkopierer sind Verbrecher“.
<<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,275867,00.html>> (05.04.2012)
- Spreeblick (Hauesler, Johnny) 10.02.2012: ACTA ad acta.
<<http://www.spreeblick.com/2012/02/10/acta-ad-acta/>> (05.04.2012)
- SteadyNews (Ihnenfeldt, Eva) 2011: Anonym im Web? Chancen und Risiken von Pseudonymen im Internet. <<http://www.steadynews.de/allgemein/anonym-im-web-chancen-und-risiken-von-pseudonymen-im-internet>> (27.03.2011)
- stern.de (AP/AFP) 2009: Guttenberg ist der Shootingstar. <<http://www.stern.de/wahl-2009/umfrage/politiker-beliebtheitsskala-guttenberg-ist-der-shootingstar-703451.html>> (08.11.2011)
- stern.de (Güßgen, Florian) 02.02.2011: And the winner is ... al Dschasira.
<<http://www.stern.de/politik/ausland/tv-berichterstattung-aus-aegypten-and-the-winner-is-al-dschasira-1649560.html>> (09.03.2012)

- 
- stern.de (Heiböhmer, Carsten) 02.03.2011: Konservative Apo läuft Sturm: Guttenberg-Sympathisanten bei Facebook.
<<http://www.stern.de/politik/deutschland/guttenberg-sympathisanten-bei-facebook-konservative-apo-laeuft-sturm-1659356.html>> (05.12.2011)
- StoppACTA: Main Page. <http://wiki.stoppacta-protest.info/Main_Page> (05.04.2012)
- Süddeutsche Zeitung online (Kisler, Kurt) 13.12.2010: Ego-Feldzug am Hindukusch.
<<http://www.sueddeutsche.de/politik/guttenberg-in-afghanistan-ego-feldzug-am-hindukusch-1.1035771>> (21.11.2011)
- Süddeutsche Zeitung online (Koch, Moritz) 30.09.2011: Protest gegen Finanzbranche: "Besetzt die Wall Street!" <<http://www.sueddeutsche.de/geld/protest-gegen-finanzbranche-besetzt-die-wall-street-1.1153382>> (30.09.2011)
- Süddeutsche Zeitung online (Kotyneck, Martin; Preuß, Roland und Schultz, Tanjev) 16.02.2011: Guttenberg soll auch in Einleitung abgeschrieben haben.
<<http://www.sueddeutsche.de/politik/plagiatsvorwurf-guttenberg-soll-auch-in-einleitung-abgeschrieben-haben-1.1061084>> (27.11.2011)
- Süddeutsche Zeitung online (Kreye, Andrian) 12.09.2011: Neuer Typus des Revolutionärs: Adieu idéologie. <<http://www.sueddeutsche.de/kultur/neuer-typus-des-revolutionaers-adiou-ideologie-1.1141878>> (11.05.2012)
- Süddeutsche Zeitung online (Leyendecker, Hans) 01.03.2011: Der Ex-Doktor im Netz der Affäre.
<<http://www.sueddeutsche.de/digital/guttenberg-ruecktritt-die-rolle-des-internets-der-ex-doktor-im-netz-der-ffaere-1.1066155>> (01.03.2011)
- Süddeutsche Zeitung online (Moorstedt, Michael) 31.10.2012: Occupy-Wall-Street beschuldigt Unternehmen: Die Twitter-Zensur. <<http://www.sueddeutsche.de/kultur/occupy-wall-street-beschuldigt-unternehmen-die-twitter-zensur-1.1177350>> (11.05.2012)
- Süddeutsche Zeitung online (o. V.) 14.12.2010: Staatsschauspieler ohne Gespür.
<<http://www.sueddeutsche.de/politik/guttenberg-in-afghanistan-reaktionen-staatsschauspieler-ohne-gespuer-fuer-grenzen-1.1035889>> (23.11.2011)
- Süddeutsche Zeitung online (o. V.) 15.10.2011: Occupy-Protestwelle weltweit.
<<http://www.sueddeutsche.de/politik/occupy-bewegung-weltweit-protestwelle-infiziert-die-welt-1.1164535>> (20.12.2011)
- Süddeutsche Zeitung online (o. V.) 20.01.2012: Umstrittene Anti-Piraterie-Gesetze: US-Kongress stoppt SOPA und PIPA. <<http://www.sueddeutsche.de/digital/umstrittene-anti-piraterie-gesetze-us-kongress-legt-sopa-und-pipa-vorerst-auf-eis-1.1263420>> (05.04.2012)



Süddeutsche Zeitung online (Plöchinger, Stefan) 01.02.2012: Wieso die SZ plötzlich doppelt auf Facebook ist. <<http://www.sueddeutsche.de/kolumne/social-media-groteske-wieso-die-sz-ploetzlich-doppelt-auf-facebook-ist-1.1272331>> (11.05.12)

Süddeutsche Zeitung online (Sonnabend, Lisa) 05.03.2011: „Schluchz!": Pro-Gutenberg-Demo in München. <<http://www.sueddeutsche.de/muenchen/pro-gutenberg-demo-in-muenchen-schluchz-1.1068364>> (12.12.2011)

Süddeutsche Zeitung online (Wagner, Peter) 24.02.2011: „Alle Unterstützer sind echt". <<http://jetzt.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/520401>> (12.12.2011)

Süddeutsche Zeitung online (Wagner, Peter) 24.02.2011: „Wo kommen all die Gutenberg-Fans her?". <<http://jetzt.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/520399>> (12.12.2011)

t3n (Bonset, Sébastian) 09.05.2012: Facebook-Zensur: Ihr dürft keine irrelevanten und unangebrachten Kommentare posten. <<http://t3n.de/news/facebook-zensur-durft-keine-386533/>> (11.05.2012)

t3n (Schwenke, Thomas) 06.03.2012: Die 20 häufigsten Rechtsfehler beim Facebook-Marketing. <<http://t3n.de/news/20-haeufigsten-rechtsfehler-beim-372134/>> (31.05.2012)

Tactical Technology Collective 2012: Home. <<http://tacticaltech.org>> (27.06.2012)

tagesschau.de (Müller, Sabine) 24.08.2010: Folgen der Finanzkrise in den USA: Gestern Eigenheim, heute Lebensmittelhilfe. <<http://www.tagesschau.de/wirtschaft/usa306.html>> (25.08.2010)

tagesschau.de (o. V.) 03.02.2012: Polen stoppt ACTA-Ratifizierung: Umstrittenes Anti-Piraterie-Abkommen nicht bestätigt. <<http://www.tagesschau.de/acta120.html>> (05.04.2012)

tagesschau.de (o. V.) 11.02.2012: ACTA-Proteste in mehreren deutschen Städten: Zehntausende für Freiheit im Netz. <<http://www.tagesschau.de/inland/acta136.html>> (09.04.2012)

tagesschau.de (Ueberbach, Stephan) 21.12.2010: Karl-Theodor zu Gutenberg – Der Aufsteiger. <<http://www.tagesschau.de/inland/gutenberg504.html>> (24.12.2011)

Tagesspiegel Online (dpa/AFP/dapd/sib/lvt/Tsp) 01.03.2011: „Schock" und „Riesenblamage": Reaktionen auf Gutenberg-Rücktritt. <<http://www.tagesspiegel.de/politik/schock-und-riesenblamage/3895722.html>> (06.12.2011)

Tagesspiegel Online (Pohlmann, Sonja) 22.02.2011: Schwarm und Schwärmer. <<http://www.tagesspiegel.de/medien/schwarm-und-schwaermer/3872214.html>> (29.11.2011)



taz.de (Interview Dorothea Hahn) 31.10.2011: „Niemand will Arbeiterklasse sein“.
<<http://www.taz.de/!80929>> (27.06.2012)

The Apache Software Foundation 2011: Apache Hadoop NextGen MapReduce (YARN)
<<http://hadoop.apache.org/common/docs/r0.23.0/hadoop-yarn/hadoop-yarn-site/YARN.html>> (15.06.2012)

The Apache Software Foundation: Hadoop Homepage: Welcome to Apache™ Hadoop™!
<<http://hadoop.apache.org/>> (16.03.2012)

The Apache Software Foundation: Mahout Homepage: What is Apache Mahout?
<<http://mahout.apache.org/>> (16.03.2012)

The Apache Software Foundation: MahoutName.
<<https://cwiki.apache.org/confluence/display/MAHOUT/MahoutName>>
(16.03.2012)

the Guardian online (Beaumont, Peter) 20.01.2011: Mohammed Bouazizi: the dutiful son whose death changed Tunisia's fate.
<<http://www.guardian.co.uk/world/2011/jan/20/tunisian-fruit-seller-mohammed-bouazizi>> (23.02.2012)

the Guardian online (Gabbatt, Adam) 03.10.2012: Occupy Wall Street protests – Monday 3 October 2011. <<http://www.guardian.co.uk/world/blog/2011/oct/03/occupy-wall-street-protests-live>> (27.06.2012)

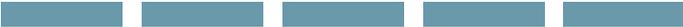
the Guardian online (Katz Ian) 15.04.2012: Web freedom faces greatest threat ever, warns Google's Sergey Brin.
<<http://www.guardian.co.uk/technology/2012/apr/15/web-freedom-threat-google-brin>> (29.06.2012)

the Guardian online (o. V.) 2012: Reading the riots: Investigating England's summer of disorder.
<<http://www.guardian.co.uk/uk/series/reading-the-riots>> (27.04.2012)

the Guardian online (Procter, Rob; Vis, Farida und Voss, Alex) 2011: Riot rumours: how misinformation spread on Twitter during a time of crisis.
<<http://www.guardian.co.uk/uk/interactive/2011/dec/07/london-riots-twitter>>
(27.04.2012)

the Guardian online (Procter, Rob; Vis, Farida und Voss, Alex) 2011: Rioters attack London zoo and release animals.
<<http://www.guardian.co.uk/uk/interactive/2011/dec/07/london-riots-twitter>>
(27.04.2012)

the Guardian online (Wells, Matt und McVeigh, Karen) 05.10.2011: Occupy Wall Street: thousands march in New York.



<<http://www.guardian.co.uk/world/2011/oct/05/occupy-wall-street-new-york-march?newsfeed=true>> (27.06.2011)

the Guardian online (Wells, Matt) 25.09.2012: Police crack down on ,Occupy Wall Street' protests.
<<http://www.guardian.co.uk/world/blog/2011/sep/25/occupywallstreet-occupy-wall-street-protests>> (27.06.2012)

the Guardian online (White, Micah) 12.08.2010: Clicktivism is ruining leftist activism.
<<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/aug/12/clicktivism-ruining-leftist-activism>> (12.04.2012)

The Huffington Post online (Smith, Catherine) 28.01.2011: Graph Visualizes Egypt's Internet Blackout (PICTURE). <http://www.huffingtonpost.com/2011/01/28/this-is-what-egypts-cutoff-from-the-net-looks-like_n_815335.html> (06.03.2012)

The New York Observer online (Stoeffel, Kat) 26.09.2011: Occupy Wall Street's Media Problems.
<<http://observer.com/2011/09/occupy-wall-streets-media-problems/>> (24.06.2012)

The New York Times online (Kirkpatrick, David D. und Sanger, David E.) 13.02.2011: A Tunisian-Egyptian Link That Shook Arab History.
<http://www.nytimes.com/2011/02/14/world/middleeast/14egypt-tunisia-protests.html?_r=1> (06.03.2012)

The New York Times online (Kirkpatrick, David D. und Worth, Robert F.) 27.01.2011: Seizing a Moment, Al Jazeera Galvanizes Arab Frustration.
<http://www.nytimes.com/2011/01/28/world/middleeast/28jazeera.html?_r=3> (08.03.2012)

The Washington online (Fisher, Marc) 27.03.2011: In Tunisia, act of one fruit vendor unleashes wave of revolution through Arab world.
<http://www.washingtonpost.com/world/in-tunisia-act-of-one-fruit-vendor-sparks-wave-of-revolution-through-arab-world/2011/03/16/AFjfsueB_story.html> (23.02.2012)

TIME online (Abouzeid, Rania) 21.01.2011: Bouazizi: The Man Who Set Himself and Tunisia on Fire. <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,2044723,00.html>> (23.02.2012)

TIME online (Andersen, Kurt) 14.12.2011: The Protester.
<http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2101745_2102132,00.html> (11.05.2012)

TIME online (Andersen, Kurt) 14.12.2011: Time Cover Story: The Protester.
<<http://www.time.com/time/person-of-the-year/2011/>> (20.12.2011)



TIME online (ElBaradei, Mohamed) 21.04.2011: The 2011 TIME 100: Wael Ghonim.
<http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2066367_2066369_2066437,00.html> (27.02.2012)

Tumblr (goldofcortes) 2012: Visible Children: KONY 2012, viewed critically.
<<http://visiblechildren.tumblr.com/>> (10.04.2012)

TUNEZINE: Home. <<http://www.tunezine.com>>

Twitter 10.02.2011: Ghonim, Wael. Revolution 2.0: Mission Accomplished #Jan25.
<<https://twitter.com/#!/Ghonim/statuses/35744988365066240>> (09.03.2012)

Twitter 2012: Invisible Children. <<https://twitter.com/#!/Invisible>> (23.03.2012)

Twitter 2012: Justin Bieber. <<https://twitter.com/#!/justinbieber/status/177639273120530432>>
(23.03.2012)

Twitter 2012: Rihanna. <<https://twitter.com/#!/rihanna/status/177191967116099584>>
(23.03.2012)

Twitter 2012: Sami Slimani <<https://twitter.com/#!/HerrTutorial>> (05.04.2012)

Twitter 2012: Sean Combs. <<https://twitter.com/#!/iamdiddy/status/177522900532854784>>
(23.03.2012)

U. S. Bureau of Labor Statistics 2012: Labor force characteristics: Unemployment. (Database: Retrieve historical data series).
<<http://www.bls.gov/cps/lfcharacteristics.htm#unemp>> (27.06.2012)

Uganda 2012: Home. <<http://ugandaspeaks.com/>> (10.04.2012)

Uganda 2012: Who We Are. <<http://ugandaspeaks.com/who-we-are/>> (10.04.2012)

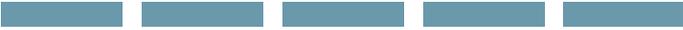
Verband Deutscher Drehbuchautoren e.V. 29.03.2012: Offener Brief von 51 Tatort-Autoren.
<<http://www.drehbuchautoren.de/nachrichten/2012/03/offener-brief-von-51-tatort-autoren-0>> (09.04.2012)

WaELK (Khalil, Wael) 14.09.2010: Obama. <<http://waelk.net/node?page=2>> (17.02.2012)

We are all Khaled Said 2012: background story. <<http://www.elshaheed.co.uk/home-khaled-said-full-story-background-truth-what-happened-torture-in-egypt-by-egyptian-police/>> (27.02.2012)

We are all Khaled Said 2012: faq. <<http://www.elshaheed.co.uk/faq/>> (27.02.2012)

We are all Khaled Said 2012: The story of „We are all Khaled Said“ English Facebook Page (1 of ..?). <<http://www.elshaheed.co.uk/2012/01/26/the-story-of-we-are-all-khaled-said-english-facebook-page-1-of/>> (27.02.2012)

- 
- Weblawg (Ulbricht, Carsten) 17.10.2011: Gefälschte Fans bei Weleda ? – Rechtliche Bewertung falscher Profile in Sozialen Netzwerken.
<<http://www.rechtzweinnull.de/index.php?/archives/187-Gefaelschte-Fans-bei-Weleda-Rechtliche-Bewertung-falscher-Profile-in-Sozialen-Netzwerken.html>>
(09.05.2012)
- WELT ONLINE (AFP/dpa/ks) 14.12.2009: Karl-Theodor zu Guttenberg schließt Rücktritt aus.
<<http://www.welt.de/politik/article5522765/Karl-Theodor-zu-Guttenberg-schliesst-Ruecktritt-aus.html>> (09.11.2011)
- WELT ONLINE (dapd/jm) 01.03.2011: Die Rücktrittserklärung Guttenbergs im Wortlaut.
<<http://www.welt.de/politik/deutschland/article12670596/Die-Ruecktrittserklaerung-Guttenbergs-im-Wortlaut.html>> (07.12.2011)
- Welt ONLINE (dpa/dpad/cn) 14.12.2010: Auch die FDP kritisiert Guttenbergs Afghanistan-Reise.
<<http://www.welt.de/politik/deutschland/article11614571/Auch-die-FDP-kritisiert-Guttenbergs-Afghanistan-Reise.html>> (23.11.2011)
- WELT ONLINE (dpa/jw) 01.03.2011: Facebook-Aufruhr – „Wir wollen Guttenberg zurück“.
<<http://www.welt.de/politik/deutschland/article12674862/Facebook-Aufruhr-Wir-wollen-Guttenberg-zurueck.html>> (12.12.2011)
- WELT ONLINE (Sturm, Daniel Friedrich) 24.01.2011: Für Guttenberg beginnt die Woche der Wahrheit. <<http://www.welt.de/politik/deutschland/article12313722/Fuer-Guttenberg-beginnt-die-Woche-der-Wahrheit.html>> (10.11.2011)
- What's Next? (Reinhard, Ulrike) 2010: Ist die Nutzung des Internets eine Glaubensfrage?
<<http://blog.whatsnext.de/2010/04/ist-die-nutzung-des-internets-eine-glaubensfrage/>> (24.02.2012)
- What's Trending (Sarine, Douglas) 12.10.2011: Occupy Wall Street, The Newspaper!
<<http://whatstrending.com/2011/10/occupy-wall-street-newspaper/>>
(24.06.2012)
- Wikia.com (o. V.) 2011: GuttenPlag Wiki: 2. Zwischenbericht.
<http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/2._Zwischenbericht> (29.11.2011)
- Wikia.com (o. V.) 21.02.2011: GuttenPlag Wiki: 1. Zwischenbericht.
<http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/1._Zwischenbericht> (29.11.2011)
- Wikia.com (o. V.) o. J.: GuttenPlag Wiki: FragmenteDokumentieren.
<<http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/FragmenteDokumentieren>> (29.11.2011)
- Wikipedia 2012: Anti-Counterfeiting Trade Agreement. <http://de.wikipedia.org/wiki/Anti-Counterfeiting_Trade_Agreement> (05.04.2012)
- Wikipedia 2012: Arab Spring. <http://en.wikipedia.org/wiki/Arab_Spring>



Wikipedia 2012: Arabischer Frühling.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Arabischer_Fr%C3%BChling#Bezeichnung>

Wikipedia 2012: Campaign for "santorum" neologism.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Campaign_for_%22santorum%22_neologism>
(08.05.2012)

Wikipedia (o. V.) 2012: Echtzeit <<http://de.wikipedia.org/wiki/Echtzeit>> (07.05.2012)

Wikipedia 2012: Google bomb. <http://en.wikipedia.org/wiki/Google_bomb> (11.05.12)

Wikipedia 2012: Internet-Phänomen. <<http://de.wikipedia.org/wiki/Internet-Ph%C3%A4nomen>> (27.04.2012)

Wikipedia 2012: Stop Online Piracy Act

<http://de.wikipedia.org/wiki/Anti-Counterfeiting_Trade_Agreement>
(31.05.2012)

Wikipedia 2012: Shitstorms. <<http://de.wikipedia.org/wiki/Shitstorm>> (27.04.2012)

Wikipedia 2012: Slacktivism. <<http://en.wikipedia.org/wiki/Slacktivism>> (12.04.2012)

Wikipedia 2012: Strukturelle Kopplung <http://de.wikipedia.org/wiki/Strukturelle_Kopplung>
(25.05.2012)

Wikipedia 2012: Wikipedia. <<http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>> (13.06.2012)

WILDE BEUGER SOLMECKE RECHTSANWÄLTE 2011: Internetrecht: Identitätsdiebstahl über Fake-Profile bei Facebook – und wie man dagegen vorgehen kann.

<<http://www.wbs-law.de/internetrecht/identitatsdiebstahl-uber-fake-profile-bei-facebook-und-wie-man-dagegen-vorgehen-kann-11449/>> (08.05.2012)

YouTube 2012: Suchanfrage:

<http://www.youtube.com/results?search_query=anti+acta+demo&oq=anti+acta+demo&aq=f&aqj=g10&aql=&gs_nf=1&gs_l=youtube-psuggest.3..0110.2163.4864.0.5038.14.14.0.3.3.0.204.1151.7j3j1.11.0.> (09.04.2012)

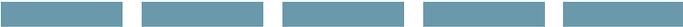
ZDF Hyperland (Endert, Julius) 08.03.2012: Kony 2012 oder die erste Online-Treibjagd auf einen Verbrecher.

<<http://blog.zdf.de/hyperland/2012/03/kony-2012-oder-die-erste-online-treibjagd-auf-einen-verbrecher/>> (23.03.2012)

ZEIT ONLINE (Beuth, Patrick) 17.02.2012: ARD und ZDF fordern Unterzeichnung von Acta.

<<http://www.zeit.de/digital/internet/2012-02/content-allianz-pro-acta>>
(09.04.2012)

- 
- ZEIT ONLINE (Biermann, Kai) 08.10.2011: Onlinedurchsuchung: CCC enttarnt Bundestrojaner.
<<http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2011-10/ccc-bundestrojaner-onlinedurchsuchung>> (27.06.2012)
- ZEIT ONLINE (di Lorenzo, Giovanni) 14.01.2012: Verstehen sie das, Herr Schmidt?
<<http://www.zeit.de/2012/03/Fragen-Helmut-Schmidt/seite-3>> (27.06.2012)
- ZEIT ONLINE (Eller, Carmen) 17.11.2011: „Occupy hat ein neues Stadium erreicht“.
<<http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2011-11/occupied-journal-levitin>> (27.06.2012)
- ZEIT ONLINE (Endres, Alexandra) 09.03.2012: Kony 2012 jagt den Falschen.
<<http://www.zeit.de/politik/ausland/2012-03/kony-2012-invisible-children-kritik/seite-1>> (23.03.2012)
- ZEIT ONLINE (Fischer-Lescano, Andreas) 2011: Ich wollte es nicht glauben.
<<http://www.zeit.de/2011/09/Interview-Fischer-Lescano>> (27.11.2011)
- ZEIT ONLINE (Gehlen, Martin) 16.06.2011: Blog-Fake: Eine junge syrische Bloggerin ist 40 und trägt Bart. <<http://www.zeit.de/digital/internet/2011-06/amina-blog-2>>
(08.05.2012)
- ZEIT ONLINE (Kühl, Eike) 27.01.2012: Twitter filtert Inhalte nicht systematisch.
<<http://www.zeit.de/digital/internet/2012-01/twitter-zensur-entwicklung>>
(11.05.2012)
- ZEIT ONLINE (Lau, Jörg) 15.11.2011: Eine ägyptische Bloggerin zeigt sich nackt.
<http://blog.zeit.de/joerglau/2011/11/15/eine-agyptische-bloggerin-zeigt-sich-nackt_5235> (11.05.2012)
- ZEIT ONLINE (Marohn, Anna) 2011: Gutenbergs bester Freund ist ein Erotikunternehmer.
<<http://www.zeit.de/2011/10/Gutenberg-Freundeskreis>> (12.12.2011)
- ZEIT ONLINE (Morozov, Evgeny) 03.02.2011: Überwachung: Revolution offline, aus dem englischen von Elisabeth Thielicke. <<http://www.zeit.de/2011/06/Internet/>>
(27.06.2012)
- ZEIT ONLINE (o. V.) 2010: Das Volk beklatscht Gutenberg.
<<http://www.zeit.de/politik/deutschland/2010-08/gutenberg-3/seite-1>>
(08.11.2011)
- ZEIT ONLINE (o. V.) 2011: Altkanzler Schmidt mahnt Gutenberg.
<<http://www.zeit.de/politik/deutschland/2011-01/gorch-fock-misstaende-bundeswehr-schmidt>> (14.11.2011)

- 
- ZEIT ONLINE (o. V.) 2011: Guttenbergs Stellungnahme im Wortlaut: Dokumentation.
<<http://www.zeit.de/politik/deutschland/2011-02/guttenberg-erklaerung-wortlaut->> (28.11.2011)
- ZEIT ONLINE (o. V.) 2011: Merkel wirft Guttenberg-Gegnern Scheinheiligkeit vor.
<<http://www.zeit.de/politik/deutschland/2011-03/guttenberg-ruecktritt-doktorarbeit-2>> (06.12.2011)
- ZEIT ONLINE (o. V.) 27.10.2011: Sacharow-Preis für arabische Aktivisten.
<<http://www.zeit.de/gesellschaft/2011-10/sacharow-preis-bouazizi>> (23.02.2012)
- ZEIT ONLINE (Stelzer, Tanja) 03.04.2012: Die neuen Nackten. <<http://www.zeit.de/2012/14/DOS-Nackte-Frauen>> (12.04.2012)
- ZEIT ONLINE (ZEIT ONLINE, AFP, dpa) 06.02.2012: Niedersachsens Polizei fahndet auf Facebook.
<<http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2012-02/facebook-fahndung-hannover>> (11.05.2012)

Bildquellen

- BZ (Reuters/dpa/dapd) 10.02.2011: Proteste in Ägypten: Live Ticker: Kein Rücktritt von Mubarak. <<http://www.bz-berlin.de/aktuell/welt/live-ficker-kein-ruecktritt-von-mubarak-article1114846.html>> (06.03.2012)
- Fairey, Shepard 2008: Obama Hope.
<<http://www.shepardfaireyprints.com/search.php?mode=search&page=1>>
- Fairey, Shepard 2012: KONY 2012. <<http://evewithoutadam.net/files/2012/03/kony.jpg>>
- Futurezone (Glaser, Peter) 03.03.2012: Facebook und der Schwanzhund
<http://futurezone.at/mmedia/medienpool/2012-03-02/8421_fe6.jpg>
- Google+ (FEMEN) 28.12.2012: FEMEN at Davios Forum. <https://lh3.googleusercontent.com/-dCoXI3MTYW0/TyPnQ2M0HCI/AAAAAAAAACs8/J2Jtt_BvhXw/s620/dav10.jpg>
- La Quadrature du Net: Infographic Remix: ACTA, Lethal Weapon Against your Rights!
<http://www.laquadrature.net/files/acta-eu-950_0.png>
- REUTERS (Crisp, Steve) 05.02.2011: Opposition supporters rest near graffiti referring to social networking site "Facebook" in Tahrir Square in Cairo.
<<http://www.reuters.com/news/pictures/searchpopup?picId=387229043>>
(06.03.2012)
- REUTERS (Crisp, Steve) 05.02.2011: Opposition supporters talk near graffiti referring to the social networking site "Twitter" in Tahrir Square in Cairo.
<<http://www.reuters.com/news/pictures/searchpopup?picId=331457805>>
(06.03.2012)



Wikipedia (RTAmerica) 21.11.2011: Occupy UC Davis news coverage RT.
<http://en.wikipedia.org/wiki/File:Occupy_UC_Davis_news_coverage_RT_1.jpg>

Video-Quellen

Blog ZDF Hyperland – Darüber spricht das Web (Ender, Julius) 30.04.2012: Netzpolitik:
Telecomix: Netzaktivisten erproben sich als Revolutionshelfer (Minute 2:19 – 02:55),
<<http://blog.zdf.de/hyperland/2012/04/telecomix-netzaktivisten-erproben-sich-als-revolutionshelfer/>> (27.06.2012)

NDR ZAPP (Ruprecht, Anne; Klofta, Jasmin; Burmester, Hanno und Goetz, John) 07.12.2011:
Deutsche Überwachungstechnik im Ausland (Minute 03:45 - 10:22)
<http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/medien_politik_wirtschaft/sicherheitstechnologie103.html> (27.06.2012)

tagesschau.de (Mediathek) 02.02.2012:
<<http://www.tagesschau.de/multimedia/video/video1055302.html>> (09.04.2012)

YouTube (AggieTV) 18.11.2011: UC Davis Protestors Pepper Sprayed
<<http://www.youtube.com/watch?v=6AdDLhPwpp4>> (12.04.2012)

YouTube (AlJazeeraEnglish) 19.01.2011: Suicide that sparked a revolution.
<<http://www.youtube.com/watch?v=47d6fyaOjRM>> (27.02.2012)

YouTube (Anonymous Insurgency) 26.11.2009: Anonymous - An Official Message (ACTA).
<http://www.youtube.com/watch?v=rMf2RmRzFc&feature=player_embedded>
(05.04.2012)

YouTube (gewerkegewerke) 19.06.2010: ACTAagainst Civil Rights Infringement.
<http://www.youtube.com/watch?v=yXiXaKRYsX0&feature=player_embedded>
(05.04.2012)

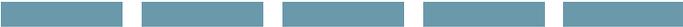
YouTube (Google) 04.04.2012: Project Glass: One day...
<http://www.youtube.com/watch?v=9c6W4CCU9M4&feature=player_embedded>

YouTube (GreenpeaceDE) 17.03.2010: Nestlé, kein Palmöl aus Urwaldzerstörung.
<<http://www.youtube.com/watch?v=IzF3UGOIVDc>> (07.05.2012)

YouTube (invisiblechildren) 05.03.2012: KONY 2012.
<<http://www.youtube.com/watch?v=Y4MnpzG5Sqc>> (22.03.2012)

YouTube (invisiblechildreninc) 05.03.2012: KONY 2012:.
<<http://www.youtube.com/watch?v=Y4MnpzG5Sqc>> (22.03.2012)

YouTube (laquadrature) 27.10.2011: Say NO to ACTA.
<http://www.youtube.com/watch?v=citzRjwk-sQ&feature=player_embedded>
(05.04.2012)

- 
- YouTube (netzpolitik) 10.02.2012: Aufruf zur Demonstration gegen ACTA
<<http://www.youtube.com/watch?v=We-ZBYRnuys>> (05.04.2012)
- YouTube (netzpolitik) 13.10.2011: Kontraste – Steuergelder für den Überwachungsstaat –
Projekt „Indect“, (Minute 6:21– 06:42):
<http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=QqRIGZ4iej4>
(27.06.2012)
- YouTube (OPM Uganda) 14.04.2012: VISIBLE UGANDA. <<http://youtu.be/fu34IsZb0qU>>
(24.02.2012)
- YouTube (Piratenpartei) 21.05.2010: Aufruf zum Protest gegen ACTA am 28. Juni in Luzern
(Schweiz) auf dem Bundesparteitag 2010.
<<http://www.youtube.com/watch?v=JaNe-QrCx28>> (05.04.2012)
- YouTube (republica2010) 21.04.2010: Peter Kruse: Wie die Netzwerke Wirtschaft und
Gesellschaft revolutionieren. <<http://www.youtube.com/watch?v=ryiuuUKQJy0>>
(17.10.2012)
- YouTube (slubogo) 07.03.2012: Kony 2012 Video is Misleading.
<<http://www.youtube.com/watch?v=7DO73Ese25Y>> (23.03.2012)
- YouTube (TheAnoninfos) 28.01.2012: Anonymous - Was ist ACTA? - #StopACTA [german sync]
<<http://www.youtube.com/watch?v=9LEhf7pP3Pw>> (05.04.2012)
- YouTube (TheOther99Percent) 24.09.2011: Peaceful Female Protestors Penned In The Street
And Maced.
<http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=moD2JnGTtoA>
(24.06.2012)
- YouTube (TutorialsCharity) 08.02.2012: GEMEINSAM gegen ACTA!! - Sami Slimani.
<<http://youtu.be/28dMok5EM-A>> (05.04.2012)